

Perspectivas multidisciplinares da Comunicação em contexto de pandemia

Vol. II

Coord.
Francisco Rui Cádima
& Ivone Ferreira

Ficha Técnica

Título

Perspectivas multidisciplinares da Comunicação em contexto de pandemia, Volume II

Coordenação

Francisco Rui Cádima
& Ivone Ferreira

Data de publicação

2021, Coleção ICNOVA

ISBN

978-989-9048-12-6

[Suporte: Eletrónico]

978-989-9048-14-0

[Suporte: Impresso]

DOI

<https://doi.org/10.34619/4oeg-jmum>

Edição

ICNOVA — Instituto
de Comunicação da NOVA
Faculdade de Ciências
Sociais e Humanas
Universidade Nova de Lisboa
Avenida de Berna, 26-C
1069-061 Lisboa
icnova@fcs.unl.pt
www.icnova.fcs.unl.pt

Direção da coleção

Francisco Rui Cádima
Maria Lucília Marques
Cláudia Madeira

Gestora editorial

Patrícia Contreiras

Design

Tomás Gouveia

Apoio

FCT Fundação
para a Ciência
e a Tecnologia

A edição deste livro é financiada por fundos nacionais através da FCT — Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., no âmbito do projeto UIDB/05021/2020



O conteúdo desta obra está protegido por Lei. Qualquer forma de reprodução, distribuição, comunicação, publicação ou transformação da totalidade ou de parte desta obra carece de expressa autorização do editor e dos seus autores. Os artigos, bem como a autorização de publicação das imagens, são da exclusiva responsabilidade dos autores.

A presente publicação encontra-se disponível gratuitamente em:
www.icnova.fcs.unl.pt

Credibilidade jornalística e o discurso de “combate” à desinformação na cobertura da COVID-19 no Brasil

Journalistic credibility and the discourse of “fight” against disinformation in the media coverage of COVID-19 in Brazil

Thales Lelo

Departamento de Comunicações e Artes. Universidade de São Paulo. São Paulo, Brasil.
thales.lelo@gmail.com
ORCID ID: [0000-0002-6070-9332](https://orcid.org/0000-0002-6070-9332)

Roseli Fígaro

Departamento de Comunicações e Artes. Universidade de São Paulo. São Paulo, Brasil.
ORCID ID: [0000-0002-9710-904X](https://orcid.org/0000-0002-9710-904X)

Fernando Pachi Filho

Departamento de Jornalismo. Universidade Paulista. São Paulo, Brasil.
ORCID ID: [0000-0002-1667-4937](https://orcid.org/0000-0002-1667-4937)

Resumo: Este capítulo analisa como o jornalismo brasileiro tem retratado a circulação de desinformações durante a cobertura da pandemia da COVID-19 no país. Em aspecto teórico, a pesquisa se baseia em literatura focada em esmiuçar as características, condições de produção e circulação da desinformação, com destaque para o modo como o discurso de combate às *fake news* tem sido mobilizado pela imprensa nos últimos anos em um contexto de gradual declínio de confiança nas instituições. Em prisma analítico, foi estruturado um corpus com 99 matérias publicadas em nove portais de notícia brasileiros, coletadas entre janeiro e abril de 2020 — período que compreende os quatro primeiros meses da crise sanitária global. A amostra abrange edições digitais de veículos que integram conglomerados de mídia, arranjos alternativos e subsidiárias de publicações internacionais. Em específico, o estudo averigua como a imprensa brasileira: a) posicionou discursivamente a circulação de desinformações referentes à COVID-19; b) endereçou os seus potenciais leitores; c) buscou se autolegitimar como instituição confiável para obtenção de informações. Por meio de perspectiva materialista do discurso, foi realizada análise qualitativa do corpus, buscando compreender os movimentos de sentido que se formaram na cobertura jornalística. Dentre os principais resultados, destaca-se que a imprensa brasileira só passou a tematizar a circulação das desinformações sobre a COVID-19 entre os meses de março e abril, quando o país registrou aumento expressivo no número de casos da nova doença. Neste período, constata-se que os veículos analisados passaram a reforçar o lugar da autoridade jornalística em um contexto de crise sanitária. O discurso científico passou a ser tomado como base para organização do discurso jornalístico, possibilitando que a imprensa reafirmasse sua credibilidade junto ao leitor ao se posicionar ao lado das instituições que valorizam a ciência e buscam combater as desinformações sobre a pandemia.

Palavras-chave: Jornalismo; desinformação; infodemia; pandemia de COVID-19; discurso.

Abstract: *This chapter analyzes how Brazilian journalism has portrayed the disinformation circulation during the media coverage of the COVID-19 pandemic in the country. Theoretically, this study grounds in literature focused on disinformation characteristics, production conditions and circulation, emphasizing how the discourse of fight against fake news has been mobilizing by the press in recent years in a context of institutions' trust gradual decline. Analytically, a sample of 99 articles published by nine Brazilian digital newspapers between January 2020 and April 2020 was composed — a period that comprehends the first four months of the global health crisis. The sample includes digital editions of legacy news media, alternative newspapers, and international media subsidiaries. Specifically, this study analyses how the Brazilian press: a) discursively posits the disinformation circulation surrounding the COVID-19 outbreak; b) addresses its audience; c) seeks to legitimate itself as a trustworthy institution to obtain information. Through a discourse materialist approach, a qualitative analysis of the corpus was carried out, seeking to understand the movements of meaning that have been formed during the media coverage. Among the main results, it is noteworthy that the Brazilian press only started to discuss the disinformation circulation regarding the COVID-19 outbreak between March and April, when the country had registered a significant increase in the new disease cases. In this period, the publications analyzed had started to reinforce the journalistic authority place in the health crisis context. The scientific discourse had been taken as a reference point for organizing the journalistic discourse, enabling the press to reaffirm its credibility with the reader by positioning itself alongside institutions that have valued Science and sought to fight against disinformation about the pandemic.*

Keywords: Journalism; disinformation; infodemic; COVID-19 pandemic; discourse.

Introdução

Desde que a Organização Mundial da Saúde (OMS) atribuiu o status de pandemia à COVID-19 em 11 de março de 2020 (WHO, 2020), diversos órgãos intergovernamentais passaram a alertar para a emergência de uma epidemia de desinformação (ou “infodemia”) que estaria se disseminando velozmente e limitando a capacidade de resposta à crise sanitária.

Já em 15 de fevereiro, antes mesmo que a nova doença adquirisse o status de pandemia, o diretor-geral da OMS, Tedros Adhanom Ghebreyesus, já advertia que o combate à desinformação a respeito do Sars-CoV-2 era tão importante quanto as medidas tomadas para cercear o espalhamento do vírus (UN News, 2020).

As metáforas epidemiológicas logo passaram a ser utilizadas também pela imprensa internacional. Publicações como a *BBC News*, o *The New York Times*, o *The Guardian* e o *The Wall Street Journal* (para ficar em alguns exemplos) dedicaram reportagens, editoriais e diversas colunas de opinião à chamada “infodemia”. O neologismo também tem obtido certo destaque na comunidade científica em revisões de literatura (Peters, Jandric & McLaren, 2020) e em pesquisas empíricas focadas em escrutinar a suscetibilidade dos cidadãos às desinformações sobre a doença (Hua & Shaw, 2020; Rovetta & Bhagavathula, 2020).

A despeito da relevância desta efervescente literatura (que deve se avolumar nos próximos anos), nosso objetivo neste capítulo é outro: compreender como o jornalismo brasileiro tem discutido a relação entre desinformação e pandemia, levando em consideração que o país possui, concomitantemente a um dos maiores registros de casos de COVID-19 no mundo¹, um expressivo contingente populacional que acredita que as notícias sobre o vírus estão “contaminadas” por *fake news*. Em pesquisa recente do Edelman Trust Barometer (2020a) feita em 10 países (incluindo o Brasil), 74% dos respondentes relataram acreditar que as publicações sobre o tema estão permeadas de desinformação. Além disso, 45% disseram ter dificuldade em encontrar informações confiáveis sobre a pandemia. Fundamental pontuar que o Brasil vem ocupando o primeiro lugar no posto de país em que a população mais expressa dificuldade em discernir conteúdos reais de falsos na internet, conforme detectado nos três últimos relatórios *Digital News Report* (2018-2020) do Reuters Institute.

Em paralelo à escalada no número de casos do novo coronavírus no Brasil, o país também registrou uma maior procura por notícias provenientes da grande imprensa. Pesquisa recente do Datafolha (2020) indicou que programas jornalísticos da TV e os veículos impressos têm sido considerados os meios mais confiáveis para obter informações sobre a crise sanitária. Ademais, nos primeiros meses da pandemia, canais de televisão e jornais passaram a registrar recordes de audiência. A *Rede Globo* (pertencente ao Grupo Globo, maior conglomerado de mídia e comunicação da América Latina), por exemplo, registrou no início de abril sua melhor audiência dos últimos 10 anos (média de 14,7 pontos) (Benício, 2020); e a versão digital da *Folha de S. Paulo* (principal jornal em circulação no Brasil) recebeu, em março, 69,8 milhões de visitantes únicos (um número superior ao registrado inclusive nas eleições presidenciais de 2018) (Folha de São Paulo, 2020). Estes indicadores assinalam, ainda que

1 Segundo dados da Wikipedia, em 17 de setembro de 2020 o Brasil ocupava o terceiro lugar em número de casos (atrás de Estados Unidos e Índia) e o segundo em número de mortes (atrás apenas dos Estados Unidos).

pontualmente, uma reversão da tendência de paulatino declínio de confiança na imprensa brasileira — documentada nos últimos anos seja pela literatura especializada (Mick, 2019), seja por relatórios internacionais dedicados ao tema (Digital News Report, 2020; Edelman Trust Barometer, 2020b).

O capítulo se baseia na florescente literatura focada em discutir as características, condições de produção e circulação da desinformação (Tandoc Jr., Lim & Ling, 2018), com destaque para o modo como o discurso de combate às chamadas *fake news* tem sido mobilizado pela imprensa nos últimos anos (Carlson, 2018; Tandoc Jr., Jenkins & Craft, 2018; Egelhofer *et al.* 2020), nesta conjuntura de gradual declínio de confiança nas organizações de mídia. Visando apreender como a imprensa brasileira tem retratado a circulação de desinformações na cobertura da pandemia da COVID-19, realizamos uma análise discursiva de 99 matérias publicadas em nove portais de notícia brasileiros, coletadas entre janeiro e abril de 2020. A amostra compreende veículos que integram conglomerados de mídia (*Folha de S. Paulo, Estadão, O Globo, Veja e Gaúcha ZH*), arranjos alternativos (*Nexo Jornal e Agência Pública*), e subsidiárias de publicações internacionais (*BBC Brasil e CNN Brasil*). Com esta análise, buscamos examinar como a imprensa brasileira posiciona discursivamente a circulação de desinformações referentes ao novo coronavírus (quais termos emprega e como eles são adjetivados); como endereça os potenciais leitores em suas estratégias discursivas; e como se autolegitima como instituição confiável para obtenção de informações.

O texto se estrutura da seguinte forma: na próxima seção, sistematizamos a literatura centrada em conceituar as disputas discursivas em torno das chamadas *fake news*, enfatizando as estratégias adotadas por diversos agentes (incluindo a própria imprensa) para estabilizar e hegemonizar os sentidos da expressão. Na sequência, situamos o debate à luz das transformações do mundo do trabalho dos jornalistas no Brasil. Em seguida, informarmos os critérios utilizados para coleta do material, estruturação do banco de dados e tratamento do corpus. Complementarmente, discorreremos sobre a análise do discurso como método pertinente para apreensão dos movimentos de sentido que se formam na cobertura da mídia. Por meio do conceito de acontecimento discursivo (Guilhaumou, 2009), descreveremos a narrativa construída na cobertura e sua lógica sequencial no tópico dedicado à apresentação dos resultados. Oferecemos também um levantamento quantitativo dos subgêneros jornalísticos presentes nas matérias examinadas.

Revisão de literatura

2.1. Fake news e disputas de sentido

Nos últimos anos, na esteira das eleições estadunidenses de 2016 (que elegeram o republicano Donald Trump) e do referendo que definiu pela saída do Reino Unido da União Europeia, destaca-se a emergência de uma literatura centrada em compreender desafios epistêmicos e políticos à democracia liberal em um período de expansão das plataformas digitais, do populismo de extrema-direita e de crise nas instituições (Chambers, 2020). Neste contexto, há uma crescente preocupação com a influência negativa das chamadas *fake news* nos processos decisórios e deliberativos de governos democráticos (McKay & Tenove, 2020).

Um contingente expressivo de pesquisas tem se debruçado na caracterização das notícias falsas de modo a viabilizar sua conceituação e consequente operacionalização analítica em investigações empíricas. Tais estudos defendem que os sentidos atribuídos ao termo devam ser devidamente elucidados evitando, com isso, que ele seja indevidamente banalizado na esfera pública para descrever toda sorte de adversidades pelas quais passam as democracias Ocidentais atualmente (Jaster & Lanius, 2018; Egelhofer & Lecheler, 2019). Tais empreendimentos também julgam ser possível distinguir *fake news* de outros tipos de desinformação e propaganda, bem como consideram que há particularidades no fenômeno que o diferenciam dos boatos e teorias da conspiração que o antecedem historicamente. Não é o objetivo deste trabalho investir neste esforço de distinção conceitual — que já foi objeto de discussão em revisões de literatura precedentes (Tandoc Jr., Lim & Ling, 2018; Egelhofer & Lecheler, 2019). Contudo, cumpre enfatizar que uma das definições mais correntes do termo é a oferecida por Tandoc Jr., Lim e Ling (2018), para quem as *fake news* se referem a artigos sem base factual, mas que adotam o estilo jornalístico para galgar legitimidade no ecossistema digital. A intenção destes conteúdos seria enganar os usuários em prol de interesses financeiros (gerando receita aos criadores de uma página apócrifa) ou ideológicos (converter os cidadãos a uma determinada causa), uma vez que estes não estão necessariamente cientes que o material em questão se trata de desinformação. Além disso, o potencial “viralizante” das *fake news* nas mídias sociais ampliaria seu verniz de legitimidade.

Há controvérsias sobre possíveis correlações entre a proliferação de notícias falsas nas plataformas digitais e o decréscimo de credibilidade no jornalismo. Há estudos que enfatizam que as *fake news* degradam o ambiente epistêmico, reduzindo a confiança na mídia em geral (Levy, 2017; Blake-Turner, 2020); ao passo que outros ressaltam que o consumo de desinformações seria restrito a um público polarizado e altamente engajado em mídias sociais (Nelson & Taneja, 2018). Não obstante as evidências em ambas as direções, não restam dúvidas de que a expressão em questão tem sido objeto de recorrentes disputas de sentido, as

quais nos interessam analisar neste capítulo à luz da cobertura das desinformações a respeito da pandemia da COVID-19 pelo jornalismo brasileiro.

Artigo fundamental para esta discussão é o texto de Farkas e Schou (2018) que tematiza tais disputas à luz de uma teoria discursiva pós-marxista (ancorada na obra de Laclau e Mouffe). Para os autores, as *fake news* se inserem em um campo minado de lutas políticas que visam hegemonizar certa definição da realidade social. Sendo um “significado flutuante”, a expressão teria sido incorporada por diferentes atores como arma discursiva para deslegitimar as posições de seus adversários. Os pesquisadores citam como exemplo o uso que Trump faz do termo para insultar a imprensa liberal nos EUA (em especial a *CNN* e o *The New York Times*), rotulada por ele de *fake news media*. Em consonância ao argumento defendido por Farkas e Schou (2018), pesquisas empíricas recentes enfatizam como cidadãos com posições partidárias ou ideológicas conflitantes se utilizam da expressão para ofender seus adversários e deslegitimar conteúdos que desafiem suas cosmovisões, reafirmando, por conseguinte, seu pertencimento identitário (Brummette *et al.* 2018; Li & Su, 2020).

Por esta perspectiva, também os usos que a imprensa faz do termo *fake news* (e de noções correlatas, como desinformação e, mais recentemente, “infodemia”) podem ser compreendidos a partir desta contenda de sentidos socialmente espraiada, como pretendemos evidenciar neste capítulo. Pistas nesta direção foram indicadas em estudos precedentes. Em uma análise de conteúdo longitudinal de publicações de oito jornais austríacos entre 2015 e 2018, Egelhofer *et al.* (2020) assinalam que a imprensa local passou a utilizar as *fake news* com um chavão para se referir tanto aos ataques dirigidos contra a imprensa por políticos de extrema-direita como Trump, bem como para se referir a qualquer conteúdo vagamente identificado como falso. A conclusão similar chega Tandoc Jr., Jenkins e Craft (2019) que afirmam, a partir da análise de editoriais de jornais estadunidenses publicados entre 2016 e 2017, que as *fake news* seriam apreendidas pelo discurso jornalístico como um “incidente crítico”, cujos responsáveis seriam ora as plataformas digitais, ora as elites políticas, ora as próprias audiências (supostamente suscetíveis a este tipo de conteúdo). Por fim, Carlson (2018) define a cobertura das *fake news* nos EUA como impregnada de um “pânico moral”, isto é, do senso de que há uma “ameaça perceptível à adequada ordem informacional necessária para o bem-estar coletivo de uma política democrática” (p. 4). Para o autor, a imprensa estadunidense teria retratado as notícias falsas como uma epidemia ou um câncer que se utilizaria das redes sociais para poluir o ambiente comunicacional.

Em face das contribuições supracitadas, em nosso capítulo apreendemos as *fake news* como um termo semanticamente carregado que ocupa um terreno contencioso, sobretudo em contextos de turbulência política e social, como no caso da crise sanitária desencadeada pela pandemia da COVID-19. Esta abordagem não invalida os esforços precedentes de conceituação da noção, mas reconhece que os usos de uma expressão no ambiente social não são equivalentes às abstrações propostas para fins de operacionalização analítica. Ou seja, as

apropriações que a imprensa brasileira faz das chamadas *fake news* ou de expressões semanticamente similares (como desinformação ou ainda “infodemia”) por certo não são equivalentes às caracterizações do termo pela literatura especializada, uma vez que atendem a lógicas discursivas distintas. São estas lógicas que pretendemos descortinar em nossa análise.

2.2. Condições de produção do discurso jornalístico e as mudanças no mundo do trabalho dos jornalistas

Consideramos que para compreender as disputas de sentido mobilizadas pela imprensa na cobertura das desinformações acerca do novo coronavírus é fundamental nos debruçarmos também nas condições de produção do jornalismo no Brasil. Por condições de produção entendemos os aspectos materiais e intelectuais envolvidos no processo de trabalho. Desse modo, meios de produção e força laboral configuram-se como aspectos fundamentais para que o trabalho seja realizado.

O trabalho é uma atividade humana que envolve a pessoa por completo (Schwartz & Durrive, 2007), tanto as habilidades físicas, quanto psíquicas, emocionais e intelectuais. Para uma plêiade de autores de diferentes correntes do pensamento, o trabalho transcende o aspecto de mercadoria (regulada por interesses entre capital e trabalho), para configurar-se como processo que permite constituir sociedade, criar laços, identidades e produzir conhecimento. Desta feita, tem grande relevância para o sentido do trabalho o reconhecimento dado ao profissional pelas condições e qualidade de seu desempenho.

No entanto, as sucessivas crises econômicas e a reestruturação produtiva desencadeada a partir da convergência digital transformaram o mundo do trabalho dos jornalistas não só no Brasil (Fígaro, 2013), mas também em outras partes do mundo. A precarização das condições de trabalho, as sistemáticas ondas de demissão e os constantes ataques à profissão, que se avolumaram após a posse de Jair Bolsonaro como Presidente da República em 2018², ampliam conflitos, trazem instabilidade e interferem no produto jornalístico.

Nicoletti (2019) propôs um modelo de análise que permite verificar as implicações desta crise na queda da qualidade dos produtos jornalísticos no Brasil. O excesso de horas trabalhadas, a redução das equipes, os baixos salários e a falta de vínculos contratuais mais estáveis são elementos que sinalizam para a queda de qualidade do jornalismo. A falta de investimentos em reportagens e o excesso de material de agências e assessorias de comunicação também

2 Desde que Jair Bolsonaro tomou posse como Presidente do Brasil em 2019, os ataques a veículos de imprensa se intensificaram. Em seus dois primeiros anos de mandato, Bolsonaro e seus aliados realizaram um total de 449 agressões contra jornalistas (Artigo 19, 2020).

corroboram para que o jornalismo se torne repetitivo, burocrático, ou mesmo sensacionalista e inescrupuloso no tocante à apuração e aos elementos persuasivos presentes na narrativa.

Nesta conjuntura, é fundamental pontuar que a pandemia da COVID-19 alterou consideravelmente as condições de produção na imprensa. Há que se destacar que o afastamento social foi medida adotada já em meados de março de 2020 no Brasil³, e como ocorreu em diversos outros países, as atividades de muitas redações foram ou deslocadas para o modelo de *home office* ou exercidas em situações híbridas, reduzindo muito a presença dos repórteres nos espaços físicos das organizações (Fígaro *et al.* 2020). O afastamento social também reduziu a capacidade de cobertura dos acontecimentos *in loco* por meio das vozes de seus protagonistas.

Em síntese, salientamos a importância de levar em consideração as condições objetivas de realização do trabalho dos jornalistas no Brasil para dimensionar o contexto da cobertura das desinformações referentes à pandemia e as disputas de sentido que possam ter sido desencadeadas por meio dela na imprensa.

3. Metodologia

3.1. Critérios gerais

No intuito de compreender como a problemática da desinformação foi abordada na cobertura da COVID-19 pelo jornalismo brasileiro, compomos uma amostra de veículos de abrangência nacional visando mapear publicações neles presentes que se detivessem na questão. Segundo dados do Instituto Verificador da Comunicação (IVC) (Sacchitiello, 2020), no primeiro trimestre de 2020 a *Folha de S. Paulo* (pertencente ao conglomerado de mídia Grupo Folha) ocupou o primeiro lugar em circulação digital dentre os maiores jornais do país. O segundo lugar é ocupado pelo *O Globo* (pertencente ao Grupo Globo), e o terceiro pelo *Estado de S. Paulo* (pertencente ao Grupo Estado). O *Gáucha ZH* (união dos veículos *Zero Hora* e *Rádio Gaúcha*, ambos pertencentes ao *Grupo RBS*, principal conglomerado de mídia da região sul do Brasil), não é incluído na contabilização do IVC, que só registra as assinaturas do *Zero Hora* (em quinto lugar no ranking). Deste modo, incluímos este veículo na amostra por considerarmos que ele ocuparia o quarto lugar caso fosse incorporado ao relatório trimestral da entidade.

³ As medidas de distanciamento social (como o fechamento de serviços não essenciais e a adequação ao teletrabalho) foram implementadas no Brasil como meio de frear o avanço da pandemia.

Visando diversificar o corpus, acrescentamos à amostra a revista *Veja* (pertencente ao Grupo Abril), líder do segmento de semanais em circulação digital (também segundo os dados do IVC, neste caso para todo o ano de 2019 (Sacchitiello, 2019)); os nativos digitais *Agência Pública* e *Nexo Jornal* (dois dos principais arranjos alternativos às corporações de mídia no Brasil); e os portais de duas subsidiárias de publicações internacionais, a *BBC Brasil* (pertencente ao Grupo inglês BBC e presente no Brasil desde 2001) e a *CNN Brasil* (de propriedade da *American Telephone and Telegraph Corporation*, sediada nos EUA, e que teve sua versão brasileira lançada em março de 2020 pela Novus Mídia).

Na sequência, definimos como recorte temporal para coleta de dados os meses de janeiro de 2020 (quando a cobertura da COVID-19 se inicia no país por meio de matérias com relatos da pulverização de casos da nova doença na província chinesa de Wuhan) (BBC News Brasil, 2020) a abril (quando os registros de contágio pelo vírus se elevam substancialmente no Brasil). Para composição do corpus, realizamos pesquisas por meio dos motores de busca dos próprios veículos analisados. As matérias foram coletadas a partir de diversas combinações de palavras-chave ligadas ao horizonte exploratório da pesquisa (e.g. “infodemia”; “pandemia de desinformação”; “epidemia de desinformação”; “pandemia de *fake news*”; “epidemia de *fake news*”; “epidemia informacional”; “pandemia informacional”; “epidemia virtual”; “pandemia virtual”; além de outras associações entre o termo *fake news* e palavras frequentemente utilizadas para descrever o contágio por um patógeno, como disseminação, propagação etc). Ao final, contabilizamos um total de 99 publicações pertinentes à pesquisa, que incluem notícias, reportagens, entrevistas, artigos, editoriais, colunas de opinião e cartas ao leitor publicadas nos nove veículos examinados.

Adicionalmente, buscamos identificar os subgêneros jornalísticos presentes na amostra. O procedimento metodológico visa demonstrar que os marcadores de gênero revelam elementos fundamentais do processo produtivo (como a alocação de recursos e tempo em uma redação), com implicações para o tipo de discurso produzido na cobertura.

3.2. Análise do discurso

Para examinar os textos que compõem o corpus, investimos em uma perspectiva materialista do discurso, em abordagem iniciada por Pêcheux (2015). Para o autor, a análise do discurso se caracteriza por uma investida hermenêutica em que os gestos de descrição e interpretação realizados pelo analista fazem parte do processo de apreensão do real da língua, que não se manifesta apenas nos aspectos lógicos ou frásticos, mas também no plano material (de acordo com condições de produção), e simbólico (que mantém a abertura contra a estabilização lógica dos sentidos). Procura-se assim descrever os gestos de interpretação presentes nas materialidades discursivas tomadas como acontecimentos que movimentam

as redes de memória e sentido. Os “fatos” de linguagem são, portanto, observados em sua relação com a memória.

Para esta visada metodológica, o trabalho do analista é desestabilizar a interpretação posta na materialidade linguística, compreendendo as condições de produção do discurso e desconstruindo o que aparece como logicamente estabilizado na superfície linguística — lugar de manifestação da ideologia. Neste processo, a atenção recai sobre o movimento dos sentidos e sobre as rupturas que podem ser observadas na cadeia significante (Pêcheux, 2015). Tais rupturas nos enunciados podem ser descritas em uma série de pontos possíveis de deriva que abrem margem para a interpretação. A compreensão do funcionamento do discurso é o objetivo da análise — que busca ainda recuperar as montagens discursivas dos textos.

A desnaturalização da materialidade linguística permite colocar em evidência o jogo de enunciados presentes no discurso, possibilitando o entendimento das posições assumidas pelos sujeitos do discurso em formações narrativas heterogêneas. Pretende-se assim compreender como objetos simbólicos, por definição não-transparentes, produzem sentidos, abrangendo os gestos de interpretação realizados (Orlandi, 2009). No percurso analítico, realiza-se uma reflexão sobre o funcionamento do discurso. Segundo Orlandi (2009), a análise de discurso não visa esgotar as interpretações possíveis de um objeto, pois seu escopo é a exaustividade vertical (que deve ser considerada em relação à temática e aos objetivos da análise).

Consideramos profícua para esta pesquisa articular os pressupostos metodológicos da análise de discurso materialista francesa à noção de acontecimento discursivo tal como trabalhada por Guilhaumou (2009). Além de situar a análise do discurso como campo teórico que articula os estudos linguísticos e históricos, o autor propõe investigar os sentidos que emergem dos acontecimentos sociais a partir de três dimensões: linguística, discursiva e narrativa. Haveria assim um acontecimento linguístico, um acontecimento discursivo e a narrativa do acontecimento. Nesta formulação teórica, o acontecimento linguístico deve ser compreendido em relação à sua inscrição no mundo dos nomes e à norma referencial da língua. Neste nível, sujeitos e objetos se constituem. No que se refere ao acontecimento discursivo, a observação recai para o domínio dos enunciados, no qual se atesta o que é dito atentando para os recursos utilizados por sujeitos de enunciação implicados no acontecimento. O que se pretende é compreender os gestos de interpretação realizados por sujeitos em determinada situação e conjuntura histórica. Por fim, no domínio narrativo, devem-se considerar as perspectivas dos seres humanos atuantes, a transformação das ações e o percurso do acontecimento em sua lógica sequencial, pois a narrativa do acontecimento traz elementos do relato coletivo que permitem a interpretação do próprio acontecimento.

Em atenção às diretrizes teórico-metodológicas da análise de discurso (e tomando como conceito operador a noção de acontecimento discursivo), nesta etapa qualitativa de investida ao corpus foi adotado o seguinte procedimento: a amostra de 99 textos foi dividida em três grupos e cada pesquisador ficou responsável pela codificação aberta dos elementos

discursivos presentes nestes segmentos. Os dados obtidos foram inseridos em um documento único e na sequência a equipe discutiu conjuntamente os principais achados. Por fim, um dos pesquisadores realizou uma análise transversal de todo o corpus no intuito de verificar a pertinência das inferências tecidas pelo grupo e extrair as principais sequências discursivas da amostra.

4. Resultados

Dentre os veículos digitais analisados, aquele que mais se deteve na temática da desinformação em sua cobertura da pandemia no Brasil foi a *Folha de S. Paulo*, com 30 publicações sobre o assunto (Fig. 1). O segundo, terceiro e quarto lugares foram também ocupados por periódicos da grande imprensa: *Estadão* (22 textos); *O Globo* (12); e *Gaúcha ZH* (10). *Veja* e *BBC Brasil* publicaram ambos sete matérias, enquanto que a *CNN Brasil* (lançada somente em março) dedicou cinco textos ao tema. Por fim, os dois representantes dos arranjos alternativos às corporações de mídia no Brasil, *Nexo Jornal* (4) e *Agência Pública* (2), foram os que menos escreveram sobre a proliferação de desinformações relativas ao novo coronavírus no período analisado.

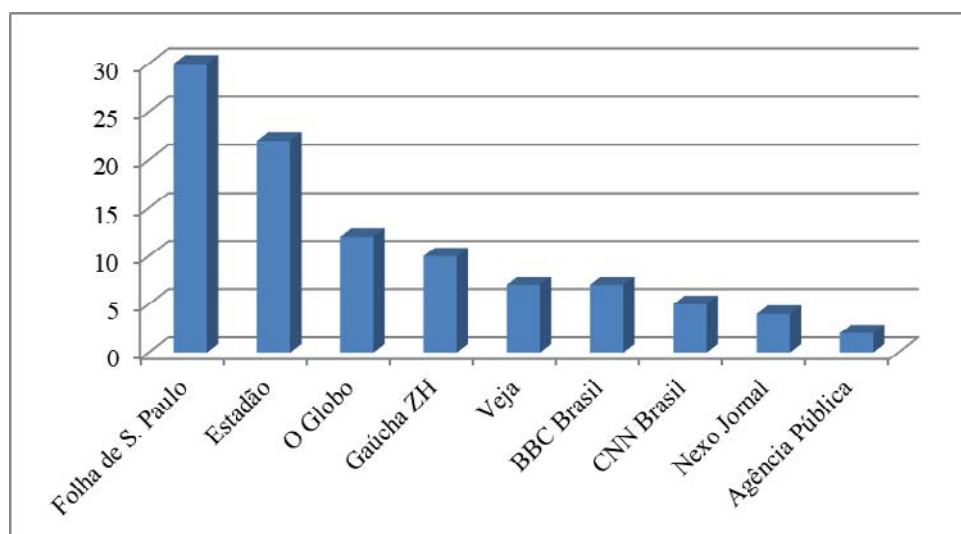


Figura 1
Número de publicações por veículo

Discriminando os dados por mês de publicação (Fig. 2), confirma-se que o interesse pelo tema acompanha o espalhamento de casos no país. Se em janeiro, quando o Brasil ainda não registrava nenhum infectado pela nova doença, somente duas matérias sobre o assunto

foram publicadas (uma pela *BBC Brasil* e outra pela *Folha de S. Paulo*) em fevereiro (quando o diretor-geral da ONU empregou pela primeira vez o termo “infodemia” para se referir às desinformações sobre o Sars-CoV-2) já eram 15 textos publicados. Em março, quando é oficializada a primeira morte por COVID-19 no Brasil (G1, 2020), 30 matérias sobre o tema são veiculadas; ao passo que em abril, quando a transmissão comunitária do vírus se intensifica no país em paralelo às declarações negacionistas e desinformadas do Presidente Jair Bolsonaro⁴, são registradas 52 publicações.

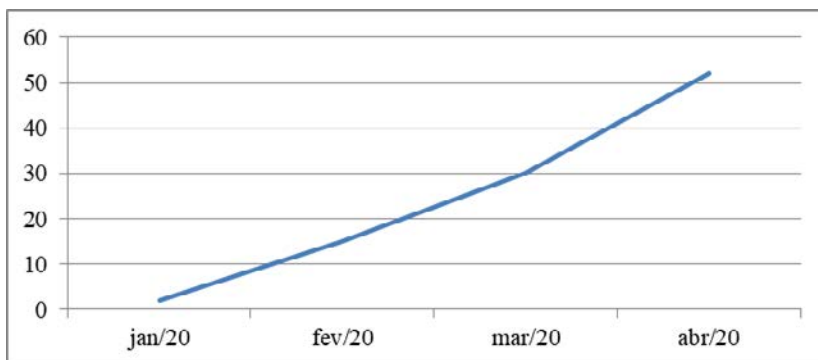


Figura 2
Total de publicações por mês no período analisado

No que concerne aos subgêneros mais recorrentes nos textos analisados, constatamos (Fig. 3) uma predominância por notícias (37,4%), seguidas de artigos (27,3%), reportagens (18,2%), colunas (13,1%), entrevistas (3%) e cartas ao leitor (1%).

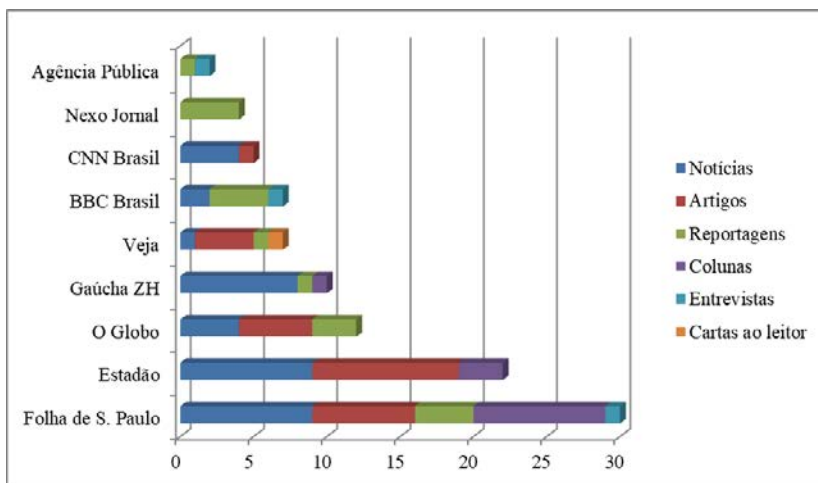


Figura 3
Principais subgêneros jornalísticos do corpus

⁴ O Presidente Jair Bolsonaro é mundialmente reconhecido como um dos principais negacionistas da pandemia. Em diversas oportunidades ele defendeu o fim das medidas de isolamento implementadas no país para conter o avanço da doença; relativizou a letalidade do vírus; e estimulou o uso de medicações sem eficácia comprovada para tratar da COVID-19. A agência brasileira de *fact-checking* *Aos Fatos* recentemente contabilizou 653 declarações falsas ou distorcidas proferidas pelo mandatário nos seis primeiros meses de 2020 (Ribeiro & Cunha, 2020).

Os dados permitem constatar que, a despeito do predomínio de notícias na cobertura da circulação de *fake news* sobre a pandemia no Brasil, há um volume considerável de artigos traduzidos de publicações estrangeiras, colunas de opinião e entrevistas com especialistas no período analisado. Este material pouco vivo e dinâmico (se consideramos a urgência da cobertura), reflete as condições de produção do discurso jornalístico (abordadas em tópico precedente) que obrigam as empresas de comunicação brasileiras a investirem cada vez mais na publicação de material fornecido por colaboradores externos.

Para compreender as dimensões do acontecimento discursivo (Guilhaumou, 2009) que emergiram na cobertura, investimos primeiramente no nível linguístico. Neste sentido, destaca-se a recorrência do termo “infodemia” no corpus examinado. A nosso ver, a apropriação deste neologismo é um ponto de articulação que orienta a formulação discursiva da imprensa acerca da expansão de desinformações sobre a pandemia. A adoção do termo permite a fixação de uma posição discursiva em defesa da ciência e o estabelecimento de uma narrativa do acontecimento na qual o jornalismo é retratado como prática social indispensável para atenuar os efeitos da pandemia e combater a desinformação.

Os estudos no campo da lexicologia consideram o neologismo como uma nova forma, acepção, unidade lexical ou estrangeirismo recebido de outra língua. De acordo com Siqueira (2015), aspectos situacionais podem influenciar o aparecimento de neologismos (a exemplo de novos meios técnicos, acontecimentos planetários, ou até mesmo solidariedade internacional). Desse modo, os neologismos podem ser criados tanto por motivações estilísticas como para designar novas realidades, conceitos e terminologias científicas. A dinamicidade da língua, as mudanças sociais, históricas e culturais pelas quais passam as comunidades de fala são fatores determinantes para a criação de neologismos, que estão também submetidos às decisões políticas e ideológicas (Ganança, 2020).

É igualmente importante considerar, em conformidade com Furlanetto (2008), que a emergência de certas palavras e expressões pode ser apontada com base em possibilidades histórico-discursivas. As mudanças na vida social refletem e refratam, conforme Furlanetto, alterações na língua e no discurso. Destarte, consideramos a neologia como um lugar de abertura para o deslizamento e a formação de novos sentidos — que se constituem em relação às formações discursivas e ideológicas existentes.

Com base no corpus analisado, consideramos que o neologismo “infodemia” tem seu surgimento relacionado aos contextos sanitário e tecnológico. O elemento tecnológico é condição de sua existência, pois remete ao aumento exponencial de desinformações e à intensificação da circulação discursiva possível nas redes digitais. Contudo, a constituição deste sentido se completa se considerarmos o discurso das ciências médicas e biológicas (materializadas nos informes da OMS) que estabilizam o termo em analogia à propagação em larga escala de doenças infecciosas. Em um processo de deslizamento de sentidos do domínio das ciências médicas para o âmbito das ciências sociais, o neologismo

“infodemia” se completa através de um processo metafórico (Pêcheux, 2011; Orlandi, 2012).

Nos textos analisados, percebemos que a significação da “infodemia” se apoia nos sentidos emanados pela cobertura da propagação da COVID-19 no mundo. É determinante para a formulação discursiva da imprensa que este objeto de discurso se aproxime do campo científico, contribuindo para a legitimação do discurso jornalístico. Não se pode tampouco perder de vista que os sentidos para a “infodemia” são delimitados a partir da definição proposta pela OMS, que primeiramente propõe o neologismo no espaço discursivo da imprensa se valendo da autoridade científica que lhe é atribuída. No desenrolar da cobertura é que os sentidos de “infodemia” são deslocados, sendo cada vez mais associados às notícias falsas e aos seus efeitos deletérios, como veremos a seguir.

Observemos nos recortes abaixo (Quadro 1) que “infodemia” tem o sentido inicial de “superabundância de informação” (1) ou de “conectar-se às redes sociais o tempo todo” (2), que se distingue do “excesso de conteúdos sem filtro se espalhando sem controle de qualidade” (3). O sentido inicial remete, portanto, ao excesso, à exposição a “vários materiais, inclusive fotos e textos dramáticos” (4), havendo uma separação entre este excesso de informação e as *fake news* como as conhecemos, que integram o ecossistema midiático, mas não são diretamente associadas ao fenômeno da “infodemia”. Todavia, tais sentidos não estão estabilizados, o que dá margem para a abertura de novos sentidos, configurando o acontecimento discursivo. Notemos que, em meio à superabundância de informações, há “algumas precisas e outras não” (1), bem como uma “infinidade de notícias, nem sempre verídicas” (2).

Quadro 1

Sequências discursivas analisadas (1)

(1) “A eclosão do COVID-19 e as reações geradas têm sido acompanhadas de uma massiva ‘ infodemia ’ — uma <i>superabundância de informação, algumas precisas e outras não</i> — que torna difícil para as pessoas encontrarem fontes e orientações confiáveis quando precisam”, destacou a OMS em um importante relatório sobre o novo coronavírus, divulgado ainda no início de fevereiro (sentido restrito e abertura de sentido para <i>fake news</i>)” (Folha de S. Paulo, 19/03/2020)
(2) “ <i>Conectar-se às redes sociais o tempo todo</i> (o que a Organização Mundial de Saúde denominou infodemia) não diminui necessariamente a sensação de solidão, porque nos expõe a uma <i>infinidade de notícias, nem sempre verídicas</i> , confundindo-nos e nos fragilizando” (Veja, 23/03/2020)
(3) “Na atual emergência global, em que há uma ‘ infodemia ’ mundial e um <i>excesso de conteúdos sem filtro se espalhando sem controle de qualidade</i> , mais do que nunca o jornalismo capacitado é um bem de primeira necessidade ao alcance da população” (Gaúcha ZH, 14/03/2020)
(4) “A diferença fundamental dessa pandemia para outras são as redes sociais e nossa interconexão. As pessoas são expostas a <i>vários materiais, inclusive fotos e textos dramáticos</i> . É uma ‘ infodemia ’”. (BBC Brasil, 12/03/2020)

Entretanto, em nossa análise detectamos que na formação discursiva da imprensa os sentidos para “infodemia” também são associados à existência de informações imprecisas e inverídicas, ou seja, o que se convencionou denominar de *fake news*. O combate às *fake news* torna-se, em linhas gerais, análogo ao combate à “infodemia”, conforme podemos constatar nas sequências discursivas a seguir (Quadro 2).

Quadro 2

Sequências discursivas analisadas (2)

(5) “O novo coronavírus virou notícia em jornais do mundo inteiro depois de a China anunciar o crescimento desenfreado do número de infectados. Com muitas perguntas ainda sem respostas, a doença misteriosa tem sido alvo constante de desinformação. Para evitar uma ‘ infodemia ’, diversas iniciativas tentam conter a propagação de conteúdos falsos sobre o novo vírus e evitar um pânico generalizado na população” (<i>Estadão</i> , 13/2/2020).
(6) “Um ‘ infodemia ’ de desinformação e rumores está se espalhando mais rapidamente do que o atual surto do novo coronavírus. Isso contribui para efeitos negativos, incluindo estigmatização e discriminação de pessoas de áreas afetadas pelo surto” (<i>O Globo</i> , 03/03/2020).
(7) “Desinformação, mentira e alarmismo acompanham a repercussão sobre o coronavírus no país. <i>Fake news</i> sobre tratamentos e casos circulam pelas redes sociais e pelo WhatsApp. Desde o início de fevereiro, a OMS tem trabalhado com empresas de tecnologia para tentar conter o que começou a chamar de ‘ infodemia ’” (<i>Nexo Jornal</i> , 28/02/2020).

Em (5), “infodemia” retoma o sentido de “desinformação”, estabelecendo-se uma relação de paráfrase entre as duas palavras. Em (6), o adjunto adnominal “de desinformação” restringe o sentido de “infodemia”, que também se associa a rumores, que ao se espalharem “geram efeitos negativos”. Em (7), “desinformação”, “mentira” e “alarmismo” são relacionados à repercussão do coronavírus. Estas palavras, com forte carga negativa, designam supostos efeitos das *fake news* no contexto da pandemia. Notemos ainda que *fake news* e “infodemia” são retratadas no mesmo eixo de significação.

Nossa análise permite ainda inferir que ao adotar o termo “infodemia” para classificar um fenômeno social de contornos imprecisos e pouco estudados do ponto de vista acadêmico, a OMS possibilitou uma reorganização do próprio discurso jornalístico. Nesse sentido, o termo em questão articula o discurso institucional da organização internacional, autorizada pela comunidade científica, e o discurso da imprensa brasileira, que se posiciona ao lado da OMS na luta contra a proliferação de dois inimigos comuns: o coronavírus e as informações falsas. Como se observa nas tomadas de posição abaixo (Quadro 3), a cobertura recupera aqui a memória do jornalismo profissional, considerado indispensável no enfrentamento da “infodemia”.

Quadro 3

Sequências discursivas analisadas (3)

(8) “É imprescindível o jornalismo profissional e ético, que tem sido um grande aliado e exerce um papel decisivo na luta para conter a nova enfermidade. Informação precisa, contexto, orientação e acesso a fontes de alta confiabilidade são elementos basilares desse papel” (<i>Gaúcha ZH</i> , 14/03/2020).
(9) “Muitos creem que as redes sociais tornaram a imprensa obsoleta. Os demagogos aproveitam esse sentimento para desmoralizar o jornalismo. Mas, quando todos podem ser difusores de informação, justamente os tempos de crise evidenciam que a apuração profissional é literalmente uma questão de vida ou morte” (<i>Estadão</i> , 28/03/2020).
(10) “Ainda de consequências imprevisíveis, o coronavírus, até o momento sem vacina, tem no jornalismo uma fonte de cura contra a desinformação” (<i>CNN Brasil</i> , 14/03/2020).
(11) “Cabe ao jornalismo profissional, este que <i>VEJA</i> se orgulha de praticar há mais de cinquenta anos, rigoroso, crítico e independente, separar o joio do trigo — ou, para recorrer a uma espécie de bússola da imprensa, discernir os fatos das versões” (<i>Veja</i> , 17/04/2020).

É possível dizer que a emergência da pandemia reconfigura as redes de memória que constituíam o discurso jornalístico, permitindo que a imprensa, tomada como sujeito de discurso, assumia novas posições em um momento de crise sanitária. O discurso se orienta assim para conter as consequências nocivas da “infodemia”, o que permite ainda ao jornalismo se manter ao lado do discurso científico. A imprensa organiza então a narrativa do acontecimento no campo da batalha e apelando à metáfora da guerra, expressa em vocábulos como “linha de frente”, “luta”, “combate” e “trincheira”, como se pode ver a seguir (Quadro 4):

Quadro 4

Sequências discursivas analisadas (4)

(12) “Vivemos uma guerra no combate à proliferação do coronavírus no Brasil e em todo o mundo. E numa guerra existe a linha de frente. Nela estão os profissionais de saúde, os governantes, os responsáveis pelo abastecimento de nossas cidades e a imprensa. Sim, a imprensa!” (<i>O Globo</i> , 05/04/2020).
(13) “O grande peso da responsabilidade está nos ombros da imprensa. ‘A luta contra o coronavírus depende da competência, capacidade e seriedade estratégica das autoridades sanitárias. Mas a guerra ’, disse o professor Carlos Alberto Di Franco no Estado, ‘só será ganha na trincheira da comunicação’. Assim como os profissionais da saúde, os da imprensa estão expostos a grandes riscos. Jornalistas também temem por suas famílias e são vulneráveis a surtos de complacência e de pânico” (<i>Estadão</i> , 28/03/2020).

Em suma, observa-se que a pandemia provoca a construção de uma narrativa que altera o funcionamento discursivo do que até então se consideravam *fake news*. Neste processo, o discurso científico é tomado como base para organização do discurso midiático, permitindo que os veículos analisados reafirmem sua credibilidade ao se posicionarem ao lado daqueles que valorizam a ciência e querem combater a pandemia. O direcionamento de sentidos proposto pela autoridade científica delineia, portanto, a forma de interpretação do neologismo

“infodemia”. Neste movimento, a desinformação passa a ser gradativamente apreendida como um risco sanitário equivalente ou superior ao próprio vírus. Mas a preocupação com os efeitos deletérios da “infodemia” se limita à reiteração discursiva de enunciados já cristalizados na produção noticiosa. A estratégia de apropriação do discurso epidemiológico pela imprensa permite, por fim, que esta se credencie como uma das instituições capazes de frear o avanço da desinformação.

5. Considerações

Nas últimas décadas, a emergência das mídias sociais ampliou a produção discursiva na sociedade, colocando em xeque a credibilidade e o lugar de autoridade da produção informativa historicamente conquistada pela imprensa (Carlson, 2016; Tandoc, Jr., Jenkins & Craft 2018). Nesta conjuntura, a mudança nos hábitos culturais de leitura da população, associada ao declínio dos conglomerados de mídia e à fragmentação do ecossistema informativo no ambiente digital exigiram da imprensa um conjunto de estratégias discursivas para reiterar seu papel como instituição habilitada a informar a “verdade dos fatos”. A pandemia da COVID-19 se configura então como oportunidade para o jornalismo reafirmar sua legitimidade e credibilidade.

Nosso estudo permite constatar que a imprensa brasileira passou a tematizar a circulação das desinformações sobre o novo coronavírus entre os meses de março e abril, quando o país registrou aumento expressivo nos índices de contaminação pela nova doença. Além disso, detectamos que uma parcela expressiva das matérias publicadas nos quatro primeiros meses de 2020 era de artigos de colaboradores externos, colunas de opinião e entrevistas com especialistas.

Em aspecto discursivo, constatamos que houve um movimento notável no campo semântico da cobertura jornalística. Este movimento visou reforçar o lugar de autoridade da imprensa, associando-a ao discurso científico e colocando-a na linha de frente no combate a outra doença, designada pela OMS como “infodemia” (neologismo que, como vimos, possui abrangência conceitual instável). No material examinado, as desinformações são sempre entendidas como externas ao discurso jornalístico. A identificação de um inimigo comum ganha força com a voz de autoridade da OMS, que equipara a circulação de desinformações ao próprio Sars-Cov-2. Em síntese, percebe-se nas matérias analisadas uma contraposição entre as *fake news* e a informação de qualidade trazida pelos órgãos de imprensa. Não à toa em diversas matérias a informação jornalística é equiparada a uma “vacina” contra os efeitos deletérios da desinformação.

Por fim, nosso estudo permite atestar que na cobertura da “infodemia” a imprensa brasileira assumiu para si a função de “combater” a epidemia de notícias falsas sobre o

novo coronavírus (aproveitando-se do aumento de confiança nos veículos jornalísticos nos primeiros meses de 2020). Isto é, sem alterar suas práticas e em meio a uma crise em suas formas de produção, o jornalismo procurou acrescentar ao imaginário popular um papel adicional à verificação da veracidade dos fatos: o enfrentamento à desinformação em contexto de crise sanitária. Deste modo (e se aliando discursivamente aos profissionais de saúde e cientistas), a imprensa erigiu uma narrativa na qual não é só protagonista, mas também redentora da sociedade.

Referências bibliográficas

- Artigo 19 (2020, 15 de setembro). Monitoramento inédito: agentes políticos ligados ao governo federal cometeram 449 violações a jornalistas em 20 meses. *Artigo 19*. Disponível em <https://artigo19.org/2020/09/15/linha-do-tempo/>
- BBC News Brasil. (2020, 13 de janeiro). Coronavírus na China: perguntas e respostas sobre doença pulmonar que matou 81 pessoas e chegou a 13 países. *BBC Brasil*. Disponível em <https://www.bbc.com/portuguese/geral-51060492>
- Benício, J. (2020, 3 de abril). COVID-19 faz Globo ter melhor audiência dos últimos 10 anos. *Terra*. Disponível em <https://www.terra.com.br/diversao/tv/blog-sala-de-tv/covid-19-faz-globo-ter-melhor-audiencia-dos-ultimos-10-anos,d638f21eaa4d74d10ef-17664fo66cb91wzru9spx.html>
- Blake-Turner, C. (2020). Fake news, relevant alternatives, and the degradation of our epistemic environment. *Inquiry*. doi:10.1080/0020174X.2020.1725623
- Brummette, J., DiStaso, M., Vafeiadis, M. & Messner, M. (2018). Read all About it: The Politicization of “Fake News” on Twitter. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, doi:10.1177/1077699018769906.
- Carlson, M. (2018). Fake news as an informational moral panic: the symbolic deviancy of social media during the 2016 US presidential election. *Information, Communication & Society*. doi:10.1080/1369118X.2018.1505934.
- Chambers, S. (2020). Truth, Deliberative Democracy, and the Virtues of Accuracy: Is Fake News Destroying the Public Sphere?
- Datafolha. (2020). *Opinião sobre a pandemia coronavírus: conhecimento e meios de informação*. Disponível em <http://media.folha.uol.com.br/datafolha/2020/09/conhecimento-e-meios-de-informacao.pdf>
- Edelman. (2020a). *Trust Barometer Special Report: Trust and the Coronavirus*. Disponível em https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2020-03/2020%20Edelman%20Trust%20Barometer%20Coronavirus%20Special%20Report_o.pdf
- Edelman. (2020b). *Trust Barometer*. Disponível em <https://www.edelman.com.br/estudos/edelman-trust-barometer-2020>
- Egelhofer, J. & Lecheler, S. (2019). Fake news as a two-dimensional phenomenon: a framework and research agenda. *Annals of the International Communication Association*, doi:10.1080/23808985.2019.1602782
- Egelhofer, J., Aaldering, L., Eberl, J., Galyga, S. & Lecheler, S. (2020). From Novelty to Normalization? How Journalists Use the Term “Fake News” in their Reporting. *Journalism Studies*. doi: 10.1080/1461670X.2020.1745667
- Farkas, J. & Schou, J. (2018). Fake news as a Floating Signifier: Hegemony, Antagonism and the Politics of Falsehood. *Javnost — The Public*, 25 (3), 298-314.
- Fígaro, R (2013). Atividade de comunicação e trabalho dos jornalistas. *E-Compós*, 16, 1-20.
- Fígaro, R.; Barros, J.; da Silva, N.; Camargo, C.; da Silva, A.; Moliani, J.; Kinoshita, J.; Oliveira, D. & Pachi Filho, F. (2020). *Como trabalham os comunicadores em tempos de pandemia da COVID-19*. São Paulo: CPCT-ECA-USP.
- Folha de S. Paulo (2020, 1 de abril). Folha atinge recorde de audiência com coronavírus. *Folha de S. Paulo*. Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/04/folha-atinge-recorde-de-audiencia-com-coronavirus.shtml>
- Furlanetto, M. (2009). Formações neológicas no português brasileiro: uma perspectiva discursiva. *Fórum Linguístico*, 5(2), 1-22.
- G1 (2020, 27 de junho). Primeira morte por coronavírus no Brasil aconteceu em 12 de março, diz Ministério da Saúde. *G1*, Disponível em <https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/06/27/primeira-morte-por-coronavirus-no-brasil-aconteceu-em-12-de-marco-diz-ministerio-da-saude.ghtml>
- Ganança, J. (2020). Neologia e neologismos no português brasileiro. *Revista GTLex*, 4(1), 33-53.
- Guilhaumou, J. (2009). *Linguística e história: percursos analíticos de acontecimentos discursivos*. São Carlos: Pedro & João Editores.
- Hua, J. & Shaw, R. (2020). Corova Virus (COVID-19) “Infodemic” and Emerging Issues through a Data Lens: The Case of China. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17, 1-12.
- Jaster, R. & Lanis, D. (2018). What is fake news? *Versus*, 2 (127), 207-227.
- Levy, N. (2017). The Bad News About Fake News. *Social Epistemology Review and Reply Collective*, 6 (8), 20-36.
- Li, J. & Su, M. (2020). Real Talk About Fake News: Identity Language and Disconnected Networks of the US Public’s “Fake News” Discourse on Twitter. *Social Media + Society*, 1-14. doi:10.1177/2056305120916841.
- McKay, S. & Tenove, C. (2020). Disinformation as a Threat to Deliberative Democracy. *Political Research Quarterly*, 1-15. doi:10.1177/1065912920938143
- Mick, J. (2019). Profissionalismo e confiança: o curioso caso do país que acredita mais nos jornalistas do que na mídia. *Política & Sociedade*, 18 (43), 242-260.
- Nelson, J. & Taneja, H. (2018). The small, disloyal fake news audience: the role of audience availability in fake news consumption. *New Media & Society*, 20 (10), 3720-3737.
- Nicoletti, J. (2019). *Reflexos da precarização do trabalho dos jornalistas sobre a qualidade da informação: proposta de um modelo de análise*. Tese de doutorado (Jornalismo). Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina.
- Orlandi, E. (2009). *Análise de discurso: princípios & procedimentos*. Campinas: Pontes.
- Orlandi, E. (2012). *Discurso em análise: sujeito, sentido e ideologia*. Campinas: Pontes.
- Pêcheux, M. (2011). Metáfora e Interdiscurso. In Orlandi, E. (Eds.), *Análise de Discurso: Michel Pêcheux* (pp. 151-61). Campinas: Pontes.
- Pêcheux, M. (2015). *O discurso: estrutura ou acontecimento*. Campinas: Pontes.
- Peters, M., Jandric, P. & McLaren, P. (2020). Viral modernity? epidemics, infodemics, and the ‘bioinformational’ paradigm. *Educational Philosophy and Theory*, doi:10.1080/00131857.2020.1744226
- Reuters Institute. (2020). *Digital News Report*. Disponível em https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf
- Ribeiro, A, & Cunha, A. (2020, 11 de setembro). Bolsonaro deu 653 declarações falsas ou distorcidas sobre COVID-19 em seis meses de pandemia. *Aos Fatos*. Disponível em <https://www.aosfatos.org/noticias/bolsonaro-deu-656-declaracoes-falsas-ou-distorcidas-sobre-covid-19-em-seis-meses-de-pandemia/>

- Rovetta, A. & Bhagavathula, A. (2020). COVID-19-Related Web Search Behaviors and Infodemic Attitudes in Italy: Infodemiological Study. *JMIR Public Health and Surveillance*, 6 (2), doi:10.2196/19374
- Sacchitiello, B. (2019, 11 de março). Revistas semanais recuperam audiência no digital. *Meio & Mensagem*. Disponível em <https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2019/03/11/revistas-semanais-recuperam-audiencia-no-digital.html>
- Sacchitiello, B. (2020, 5 de março). Circulação digital dos jornais cresce no trimestre. *Meio & Mensagem*. Disponível em <https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2020/05/05/circulacao-digital-dos-jornais-cresce-no-trimestre.html>
- Schwartz, Y. & Durrive, L. (Eds.) (2007). *Trabalho e ergologia. Conversas sobre a atividade humana*. Rio de Janeiro: Eduff.
- Siqueira, J. (2016). Neologismos: o mapeamento de áreas de interface na ciência da informação. *Filologia E Linguística Portuguesa*, 17 (2), 421-446.
- Tandoc Jr., E., Lim, Z. & Ling, R. (2018). Defining “Fake News”. *Digital Journalism*. 6 (2), 137-153.
- Tandoc, Jr., E., Jenkins, J. & Craft, S. (2018). Fake News as a Critical Incident in Journalism. *Journalism Practice*. doi:10.1080/17512786.2018.1562958.
- UN News (2020, 15 de fevereiro). ‘This is a time for facts, not fear,’ says WHO chief as COVID-19 virus spreads. *UN News*. Disponível em <https://news.un.org/en/story/2020/02/1057481>
- WHO (2020, 27 de abril). WHO Timeline — COVID-19. *World Health Organization*. Disponível em <https://www.who.int/news/item/27-04-2020-who-timeline--covid-19>