

Os impactos da desinformação sobre a Covid-19 no telejornalismo paraibano

Alfredo Eurico Vizeu Pereira Júnior
Rillary Gomes Martins
Mateus Bezerra de Araújo

Resumo:

Este artigo tem como objetivo buscar entender como a desinformação existente no contexto pandêmico vem afetando as rotinas produtivas dos jornalistas da TV Paraíba – afiliada da Rede Globo em Campina Grande (PB). Trazemos estudos essenciais a respeito da desinformação (WARDLE; DERAKHSHAN, 2017) e da pós-verdade (D'ANCONA, 2018), além de tomarmos como norte estudiosos como Wolf (1999) e Vizeu (1999), dentre outros. A pesquisa tem como base metodológica o Estudo de Caso, por meio da realização de entrevistas semiestruturadas com uma abordagem qualitativa. Constatou-se que, no recorte adotado neste trabalho, o nível de tensão entre os jornalistas cresceu diante da responsabilidade e necessidade de uma apuração dos fatos ainda mais cautelosa em um tempo ainda mais restrito frente à urgência e perecibilidade dos dados relacionados à pandemia. Além disso, constatou-se que o profissional jornalista fortalece sua função pedagógica perante a população, uma vez que estes profissionais são um dos responsáveis por desmentir as informações enganosas que estão circulando na sociedade.

Palavras-chave: Telejornalismo. Desinformação. Rotinas produtivas.

The impacts of disinformation about Covid-19 on the productive routines of telejournalism

Abstract:

This article aims to understand how the disinformation about the pandemic context has been affecting the productive routines of journalists from TV Paraíba, an affiliate of Rede Globo in Campina Grande - PB. To carry out this analysis, we bring essential studies on disinformation (WARDLE; DERAKHSHAN, 2017) and post-truth (D'ANCONA, 2018), in addition to taking scholars such as Wolf (1999) and Vizeu (1999) as a guideline. The methodology used was the Case Study, through semi-structured interviews with a qualitative approach. We found that, in the clipping adopted in this work, the level of tension between journalists grew in the face of the responsibility and need for an even more cautious investigation of the facts in an even more restricted time in the face of the urgency and perishability of data related to the pandemic. In addition, it was found that the professional journalist strengthens his pedagogical role before the population, since these professionals are one of those responsible for denying the misleading information that circulates among society.

Keywords: Television journalism. Misinformation. Productive routines.

Recebido em: 17.06.22
Aprovado em: 01.11.22

Alfredo Eurico Vizeu Pereira Júnior

Professor Doutor do PPJ - Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba (PPJ/UFPB).

E-mail: a.vizeu@yahoo.com.br

Rillary Gomes Martins

Jornalista. Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba (PPJ/UFPB).

E-mail: martinsgrillary@gmail.com

Mateus Bezerra de Araújo

Jornalista. Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba (PPJ/UFPB).

E-mail: jornalistaamateusaraujo@gmail.com

Estudos em Jornalismo e Mídia
v. 19, n. 2, jul./dez. 2022.
ISSNe 1984-6924

Introdução

A pandemia de COVID-19, que teve início no ano de 2020, é um dos mais importantes acontecimentos do século XXI até o momento. Além dos graves impactos sociais e econômicos, a rapidez com que o vírus se espalhou ao redor do mundo e o pouco que a ciência médica sabe a respeito do tratamento e das sequelas da doença têm colaborado para construir um ambiente de incertezas e desinformação em torno da pandemia.

Nesse contexto, é possível observar a presença de diversas *fake news* sobre o novo coronavírus, que obstaculizam a adesão da população às medidas de saúde pública necessárias para o combate da pandemia, e também potencializam as disputas políticas em torno da doença, cenário especialmente problemático no Brasil, tendo em vista a precedente conjuntura de forte polarização política no país.

O surgimento e circulação de informações falsas não é um fenômeno atual, mas hoje se tornou ainda mais evidente diante das novas possibilidades de alcance permitidas pelo avanço da tecnologia e crescimento da popularidade das redes sociais. Sobre o uso do termo *fake news*, alguns pesquisadores como Wardle e Derakhshan (2017) preferem chamar de desinformação, o que será detalhado no tópico dois.

Segundo estudos do Kantar Ibope Media¹, permanecer em casa por mais tempo causou grandes mudanças nos hábitos e nas relações, incluindo, de forma inevitável, as de consumo. O consumo de conteúdo noticioso tem sido profundamente impactado, exigindo um novo olhar e atuação dos profissionais de comunicação. O trabalho, antes planejado com bastante antecedência, agora exige mais agilidade, para acompanhar a evolução dos sentimentos da sociedade com relação às incertezas provocadas pela doença.

Diante deste cenário, a televisão tem reforçado seu papel como fonte segura, por sua capacidade de adaptação, com flexibilização das grades para atender às demandas das pessoas, sua extensão e, principalmente, pela confiança que os espectadores depositam tanto nos canais de TV aberta quanto nos fechados.

Em março de 2020, o Datafolha divulgou um levantamento mostrando que 61% das pessoas confiam nas informações sobre a crise veiculadas por emissoras de TV². Com a televisão à frente na confiança da população, a *Rede Globo* se destaca. Uma pesquisa feita pela QualiBest, em abril de 2020, mostrou que 19% dos participantes consideram a emissora como o canal mais confiável para se informar sobre o novo coronavírus e os desdobramentos da pandemia.

Entre os especialistas em saúde, há uma unanimidade de que, sem informação, é praticamente impossível superar a pandemia da Covid-19. Por isso, a imprensa e o jornalismo foram colocados no centro da crise e tiveram seus papéis – já essenciais – aumentados. O trabalho de um jornalista vai muito além de meramente informar. Em situações como as que vivemos, o jornalista precisa, de forma acessível, traduzir informações e contextualizar de modo que o público reflita sobre suas implicações.

É diante desse cenário em que apelos à emoção e a crenças pessoais condicionam o público a consumir informação, seja ela verdadeira ou não, que o jornalismo teria parte de suas características alteradas e parte reforçada no contexto da produção noticiosa.

Sánchez-García, Campos-Domínguez e Berrocal Gonzalo (2015) mencionam algumas das funções inalteradas diante dos perfis multimídia emergentes. Os autores destacam três características basilares: respeito e busca pela verdade, habilidade de julgar que notícias são ou não apenas rumores e inteligência para distinguir fatos que merecem confiança. Ainda na mesma linha de pensamento, Vizeu e Leite (2018) afirmam que:

¹ Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2020/03/audiencia-de-telejornalismo-explode-durante-crise-do-novo-coronavirus.shtml>. Acesso em: 23 jul. 2021.

² Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,datafolha-brasileiros-veem-tvs-e-jornais-como-os-mais-confiaveis-para-se-informar-sobre-coronavirus>. Acesso em: 23 de julho de 2021.

Em termos de rotina, os jornalistas permanecem, diante desse novo contexto, com a obrigação já antiga de verificar a procedência da informação cedida e apurar os fatos. Porém, a apuração agora é feita em meio a desafios, como a dificuldade de verificar a credibilidade da fonte e a veracidade das informações em uma era em que a pós-verdade é a palavra de ordem (VIZEU; LEITE, 2018, p.16).

Nosso trabalho buscará embasamento teórico nas discussões em torno dos conceitos de desinformação (WARDLE; DERAKHSHAN, 2017), pós-verdade (D'ANCONA, 2018), jornalismo colaborativo (CASTILHO; FIALHO, 2009), audiência potente (MESQUITA, 2014), *newsmaking* (VIZEU, 1999), teorias do jornalismo (WOLF, 1985), dentre outros.

Sendo assim, o objetivo é buscar entender como a desinformação envolvendo a pandemia impactou as rotinas de produção dos jornalistas que trabalham na *TV Paraíba* – afiliada da *Rede Globo* em Campina Grande (PB). Além de buscar compreender como esses profissionais estão ao mesmo tempo administrando a mudança provocada pela pandemia e ainda dando conta de “desmentir” boatos e informações enganosas.

Realizamos entrevistas semiestruturadas com dois repórteres, dois editores e uma produtora da *TV Paraíba*, uma vez que esse recorte representará o ambiente estudado, para obtenção dos dados necessários para o desenvolvimento do presente estudo. A identidade das fontes será preservada. Trata-se de uma pesquisa de abordagem qualitativa, que toma como base metodológica o Estudo de Caso.

Considerando o impacto negativo da desinformação, principalmente em um cenário de pandemia, esta pesquisa mostra-se relevante não só para entender como esse fenômeno afeta a rotina dos jornalistas, mas também para compreender a relação jornalista-audiência no contexto vigente e, finalmente, como todos esses impactos repercutem nas práticas jornalísticas e no conteúdo que é levado ao ar.

Rotinas produtivas do telejornalismo no contexto pandêmico

Com os desdobramentos trazidos pela pandemia de Covid-19, a demanda por informações só aumentava e a imprensa precisou multiplicar os esforços para manter suas coberturas, adaptando as rotinas dos profissionais de jornalismo para se adequar às recomendações de segurança indicadas pela Organização Mundial de Saúde (OMS), de modo a garantir a saúde de seus profissionais e, em consequência, de suas fontes. Ferrareto e Morgado (2020, n.p.), comparam a cobertura jornalística durante a Covid-19 com outras experiências jornalísticas extremamente intensas. Para os autores, “a pandemia de Covid-19 impõe desafios semelhantes aos da cobertura de uma guerra ou à da atuação em zonas de conflitos urbanos entre autoridades policiais e criminosos. A regra básica é a mesma: a sobrevivência do profissional em primeiro lugar”.

Em março de 2020, o Datafolha divulgou um levantamento mostrando que 61% das pessoas confiam nas informações sobre a crise veiculadas por emissoras de TV e que, diante deste contexto social reconfigurado, aumentou o número de pessoas em casa. Consequentemente, elevou-se o acesso à televisão, especificamente, aos programas jornalísticos. Com a televisão à frente na confiança da população, a *Rede Globo* se destaca. Uma pesquisa feita pela QualiBest, em abril de 2020, mostrou que 19% dos participantes consideraram a emissora como o canal mais confiável para se informar sobre o coronavírus e os desdobramentos da pandemia.³

Em um país tomado por crises, o telejornalismo representa um “lugar de referência” para os brasileiros, muito semelhante ao da família, dos amigos, da escola, da religião e do consumo (VIZEU; CORREIA, 2007).

³ In: <https://portaldacomunicacao.com.br/2020/05/jornalismo-cresce-em-audiencia-na-pandemia-do-coronavirus/>. Acesso em: 24 ago. 2020.

Vale ressaltar que a pandemia pelo coronavírus exigiu de diversos setores ocupacionais a flexibilização de suas atividades. No Brasil, especificamente, onde nas últimas quatro décadas a desaceleração econômica se tornou um problema crônico na economia, a pandemia ganhou contornos desesperadores para grande parte dos trabalhadores. Antecipação de férias ou férias coletivas, suspensão de contratos de trabalho e reduções de jornadas (e de salários) foram algumas das situações enfrentadas.

No caso das alterações do ambiente de trabalho, a presidente da Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj), Maria José Braga, afirma que o trabalho remoto pode ser causador de ainda mais estresse, uma vez que o profissional fica em um alerta constante e que, muitas vezes, não há delimitação do horário da jornada. O trabalho remoto tornou-se uma dificuldade para alguns a partir do momento que foi imposto como obrigatório. No caso dos jornalistas que continuam na cobertura presencial, a necessidade de redobrar cuidados de prevenção e a possível exposição ao vírus também agravam a situação. Já no que se refere aos vínculos empregatícios, ela diz que a pandemia também foi usada como justificativa para medidas prejudiciais nas relações de trabalho, como a diminuição da jornada com redução salarial, ou mesmo a suspensão do contrato de trabalho (ABRAJI, 2020).

O pesquisador Edgard Patrício (2020, p. 2) apresenta a seguinte análise do jornalismo no contexto pandêmico:

No contexto das medidas preventivas em relação ao controle da circulação do vírus, o jornalismo é considerado serviço essencial. Assemelha-se, assim, aos serviços de saúde, ficando de fora de decretos sanitários que estabelecem a restrição da mobilidade. Profissionais pertencentes aos grupos de risco assumem o *home office*, medida seguida logo depois por um contingente maior de jornalistas que veem suas casas transformadas em sucursais da redação (idem).

Ao longo dos anos, esta ocupação se adequou a vários modelos de produção, viveu o toyotismo, fordismo, pós-fordismo (ou acumulação flexível) e, atualmente, se ancora no que se convencionou chamar de jornalismo pós-industrial. Neste último, as mudanças são profundas e atingem a forma como os jornalistas fazem o seu trabalho, a natureza do conteúdo das notícias, a estrutura, a organização da redação e da indústria noticiosa como um todo, além da natureza das relações entre as organizações noticiosas e os seus variados públicos (PAVLIK, 2011).

Assim, para além das mudanças já em curso com a ascensão do jornalismo pós-industrial, os jornalistas brasileiros passaram a conviver com a possibilidade repentina do desemprego, de redução de salário e com os riscos de contaminação pela Covid-19 para quem continuou na ativa. Essa conjuntura vem resultando no desequilíbrio da saúde mental dos trabalhadores, acarretado pelo aumento do estresse e da ansiedade. Esse foi o resultado de pesquisa realizada com base em relatos de profissionais da área pela Federação Internacional dos Jornalistas em abril de 2020 (ABRAJI, 2020).

Rhode (2020) sintetiza bem os impactos trazidos ao telejornalismo pela pandemia de Covid-19 ao dizer que:

Surgiram novos protocolos de segurança para as gravações. Repórteres passaram a usar máscaras e agora são os entrevistados que seguram o microfone. Tudo para evitar a transmissão do vírus. Foi necessário também reduzir o número de pessoas nas redações para manter o distanciamento. Muita gente passou a trabalhar em *home office*, o que exige adaptação e disciplina. O público já se acostumou às entrevistas feitas pela internet. Sem sair de casa, um repórter pode entrevistar uma fonte em qualquer lugar do país e do mundo. O enquadramento, a qualidade do áudio, a iluminação e as imagens de apoio não são do mesmo padrão, mas é o que temos no momento. Estar no local onde os fatos acontecem deixou de ser tão importante, pelo menos por enquanto. Recursos como as entrevistas online e as imagens de celular, cada vez mais usadas, são facilidades que certamente vieram para ficar (ROHDE, 2020).

Com a pandemia, em boa parte dos casos, os telejornais ficaram impedidos de ir até o local dos fatos e com uma maior pressão para que os profissionais ouvissem a demanda dos cidadãos. Isso fez com que estreitassem os laços com o telespectador, tornando-os uma audiência potente, definida por Mesquita (2014) como um agente que se envolve ou é envolvido nos processos, nas práticas e nas rotinas jornalísticas, possuindo, pelo menos, quatro características: capacidade de transformação; força de propagação da informação; capacidade de ação e capacidade de amplificação.

O caos sem precedentes na saúde pública também ocasionou um significativo número de notícias falsas, como será mostrado no próximo tópico.

A desinformação frente ao cenário da pandemia da covid-19

O fenômeno das chamadas *fake news*, definido por Jorge (2017) como um neologismo que se popularizou por caracterizar o conteúdo propositadamente enganoso, que se apropria do formato e da linguagem do gênero notícia para influenciar a opinião das pessoas, não é atual, ele já acompanha nossa sociedade há algum tempo. O pesquisador Darnton (2017) aponta que a trajetória das notícias falsas teve início ainda no século XVI e XVII quando os jornais *Pasquins* e *Canards* eram utilizados para difundir boatos e histórias falsas sobre importantes figuras políticas da época.

Os pasquins se transformaram em um método habitual para difundir notícias desagradáveis, em sua maioria, falsas, sobre personagens públicos. Ainda que os pasquins nunca tenham desaparecido por completo, no século XVII foram substituídos em grande parte por um gênero mais popular, o *Canard*, a gazeta cheia de boatos e falsas notícias que circulou pelas ruas de Paris durante os 200 anos seguintes. Os *Canards* eram jornais impressos em tamanho grande, às vezes, ilustrados com gravuras chamativas para atrair os mais crédulos (DARNTON, 2017, np).

Com relação ao uso dos termos *fake news* ou notícias falsas, ao longo da presente pesquisa nós optamos por substituí-los por desinformação, definida pela Avaaz, rede para mobilização social global através da Internet, como “informação verificável como falsa ou enganosa que tem o potencial de causar dano ao público, como enfraquecer a democracia ou prejudicar a saúde pública” (AVAAZ, 2020, np).

Autores como Wardle e Derakhshan (2017) defendem que a palavra é mais apropriada para compreender a complexidade do problema, considerando que a expressão *fake news* passou a ser utilizada de forma indiscriminada para atacar veículos de comunicação e jornalistas, além de ser contraditória, pois entende-se que se uma informação vem a se tornar notícia ela já passou por um processo prévio de checagem da veracidade dos dados ali contidos e, portanto, não pode ser falsa.

No entanto, o termo *fake news* começou a ganhar mais notoriedade no ano de 2016, durante as eleições presidenciais dos Estados Unidos, onde a campanha do então candidato Donald Trump foi marcada pelo uso constante de desinformações para atacar a candidata Hillary Clinton, conforme dados de Hunt Allcott e Matthew Gentzkow (2017) na pesquisa⁴ *Social Media and Fake News in the 2016 Election*.

Diante disso, o avanço da internet e das redes sociais como um meio pelos quais as pessoas se informam potencializou o cenário da desinformação, devido à velocidade com a qual as informações são divulgadas e compartilhadas no ambiente online, atingindo milhares de pessoas em questão de segundos e ultrapassando barreiras de espaço-tempo.

Após a declaração do Estado de Emergência de Saúde Pública de Importân-

⁴ Disponível em: <https://web.stanford.edu/~gentzkow/research/fakenews.pdf>. Acesso em: 16 jul. 2021.

cia Internacional, feita pela Organização Mundial da Saúde em janeiro de 2020, em decorrência da Covid-19, e de sua disseminação em nível mundial, que resultou na pandemia que permanece ainda em 2021, vivenciamos uma ampliação considerável no fluxo de informações circulando nas redes sociais. Tal cenário deu origem ao termo ‘infodemia’, criado pela OMS, que se refere a um grande aumento no volume de informações associadas a um assunto específico, que podem se multiplicar exponencialmente em pouco tempo devido a um evento específico, como a pandemia atual (OPAS, 2020, p.2).

Quando foi notificado o primeiro caso da doença no Brasil, em março de 2020, começaram a surgir inúmeras dúvidas sobre o vírus – que ninguém ainda sabia como se comportava no corpo humano – e quais impactos ele poderia gerar. Com todos os questionamentos acerca das causas, sintomas, formas de tratamento e prevenção sem respostas, a desinformação se espalhou em níveis alarmantes.

Pesquisa⁵ realizada pela Avaaz em abril de 2020, no Brasil, constatou que sete a cada dez usuários da Internet acreditam em, pelo menos, uma notícia falsa sobre o novo coronavírus no Brasil. Isso representa cerca de 110 milhões de brasileiros. É fundamental interromper este ciclo perigoso: a desinformação se expande no mesmo ritmo que a produção de conteúdo e as vias de distribuição se multiplicam. Assim, a própria infodemia acelera e perpetua a desinformação (OPAS, 2020, p. 3).

Circulou por grupos de *WhatsApp* vídeos⁶ que recomendavam o uso da Cloroquina e da Ivermectina como tratamentos preventivos da Covid-19, dado que não tem comprovação científica. Além de notícias⁷ afirmando que o uso prolongado da máscara produz hipóxia, problema caracterizado pela concentração insuficiente de oxigênio no sangue, o que também foi desmentido pelos profissionais da saúde. Outro destaque são as publicações⁸ antivacina que sugerem a alegação falsa de que a vacina contra a Covid-19 causa câncer de mama. Em um contexto de pandemia, conteúdos como estes assumidos como verdadeiros podem gerar consequências negativas para a sociedade. Segundo a Organização Pan-Americana de Saúde, a infodemia pode agravar a pandemia pelos seguintes fatores:

Ela dificulta que fontes idôneas e orientações confiáveis sejam encontradas pelas pessoas de modo geral, pelos responsáveis pela tomada de decisões e por profissionais de saúde quando precisam. As fontes podem ser aplicativos, instituições científicas, sites, blogs, “influenciadores”, etc; II) As pessoas podem se sentir ansiosas, deprimidas, sobrecarregadas, emocionalmente exaustas e incapazes de atender a demandas importantes; III) Ela pode afetar os processos de tomada de decisões quando se esperam respostas imediatas e não se dedica tempo suficiente para analisar com cuidado as evidências; IV) Não há controle de qualidade do que é publicado nem, às vezes, do que é usado para agir e tomar decisões; V) Qualquer pessoa pode escrever ou publicar qualquer coisa na rede, principalmente nos canais das redes sociais (OPAS, 2020, p.3).

Diante disso, o fenômeno da pós-verdade, que tem ligação direta com a desinformação, tem contribuição significativa para a proliferação de conteúdo falso. Em 2016, o termo foi escolhido como a palavra do ano pelo dicionário de Oxford, que a define como o momento em que fatos objetivos são menos influentes na formação da opinião pública do que emoções e crenças pessoais (ENGLISH OXFORD DICTIONARIES, 2016). As pessoas passam a relativizar a verdade e os fatos, assumindo como verdadeiras apenas informações que vão ao encontro das suas opiniões e ideologias.

A educação midiática frente à problemática da desinformação é um dos caminhos mais indicados a se seguir. Segundo Fantin (2011), trata-se da formação de um usuário ativo, crítico e criativo de todas as tecnologias de comunicação e informação e de todas as mídias. Bem como a alfabetização digital, entendida pela Unesco (2018) como a capacidade de acessar, gerenciar, entender, integrar,

⁵ Disponível em: https://secure.avaaz.org/campaign/po/brasil_infodemia_coronavirus/. Acesso em: 18 jul. 2021.

⁶ Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2020/12/01/verificamos-cloroquina-ivermectina-previnem-covid-19/>. Acesso em: 19 jul. 2021.

⁷ Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2020/05/07/verificamos-falso-mascara-hipoxia/>. Acesso em: 19 jul. 2021.

⁸ Disponível em: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/coronavirus/noticia/2021/05/13/efake-que-vacina-contr-a-covid-19-provoca-cancer-de-mama.ghtml>. Acesso em: 19 jul. 2021.

comunicar, avaliar e criar informações de forma segura e adequada por meio de tecnologias digitais.

Considerando os pontos discutidos até aqui, no tópico seguinte discutimos os resultados obtidos a partir de cinco entrevistas realizadas com jornalistas que trabalham na produção dos telejornais de maior audiência no estado na Paraíba para buscar entender quais os impactos da desinformação sobre a Covid-19 nas rotinas produtivas do telejornalismo.

Discussão dos dados: o caso da TV Paraíba e dos telejornais locais

Trata-se de uma pesquisa qualitativa de caráter exploratório, desenvolvida com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato (GIL, 2008); e descritiva, pois têm como objetivo a “descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis. Uma de suas características mais significativas está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados” (GIL, 2008, p.28).

Como percurso metodológico para desenvolvimento do presente estudo, adotamos o Estudo de Caso. De acordo com Yin (2005, p. 32), o estudo de caso é um estudo empírico que investiga um fenômeno atual dentro do seu contexto de realidade, quando as fronteiras entre o fenômeno e o contexto não são claramente definidas e no qual são utilizadas várias fontes de evidência.

Foram realizadas entrevistas semiestruturadas, divididas em dois eixos: rotinas produtivas e desinformação, respectivamente, com dez perguntas pré-fixadas no total. Cada entrevista foi realizada de forma individual pela plataforma de reuniões online, *Google Meet*, nos dias 6, 7 e 12 de julho de 2021. Foram entrevistados dois repórteres, dois editores e uma produtora da *TV Paraíba*, afiliada da *Rede Globo*, em Campina Grande. A identidade dos jornalistas será preservada.

Dentre os pontos que buscamos esclarecer estão: Quais mudanças a pandemia da Covid-19 traz para as rotinas dos jornalistas dos telejornais? Como estes profissionais estão ao mesmo passo administrando tais mudanças e ainda dedicando-se a “desmentir” boatos e informações falsas sobre o vírus? Quais estratégias estão sendo utilizadas pelos jornalistas e veículos de comunicação para combater o fluxo de desinformação que acompanha a pandemia? Entre outros.

Na medida em que a disseminação do vírus ganhava força, as coberturas dos telejornais passaram a centrar os olhares nessa temática específica, desse modo, impactando as rotinas produtivas desses profissionais. Wolf (1999, p. 218) destaca três importantes fases dentro da rotina produtiva: “a recolha, a seleção e a apresentação. Cada uma delas dá lugar a rotinas articuladas e a processos de trabalho, dos quais só alguns aspectos são tratados”.

O agravamento da pandemia fez a *TV Paraíba* seguir os protocolos sanitários, colocando os profissionais considerados do grupo de risco (maiores de 60 anos, grávidas e pessoas com comorbidades) em *home office*. No entanto, mesmo consciente da urgência dessa adaptação durante a fase mais crítica da pandemia, o Editor 1 faz algumas ressalvas sobre o futuro do *home office* no trabalho pós-pandêmico:

O jornalismo de TV não tem condições no atual formato de ficar em *home office*, a partir de agora vai ter essa adaptação. Mas um exemplo negativo é que a assessoria manda o material de boa qualidade, imagens de apoio, mas não manda o jornalismo, que é o questionamento. Então eu acho que o *home office* não é o futuro porque dificulta a prática do jornalismo, o jornalismo é questionar, é apurar, se a gente ficar dependendo das pessoas mandarem o que elas quiserem, a gente não vai conseguir fazer as coisas direito (EDITOR 1, 2020).

O impedimento de ir até o local onde os fatos acontecem, devido ao risco

de contaminação, fez com que os jornalistas precisassem estreitar os laços com os telespectadores, como relata a Produtora 1:

A gente recrutou repórteres. As pessoas passaram a ser tanto personagens, como repórteres. Vimos que essa relação com a comunidade pode ser intensificada. Chegaram muitos vídeos que a gente só precisou editar para dar a cara de telejornal. Era uma coisa tão próxima da gente, mas a gente não delega às pessoas o poder de fazer algumas matérias básicas. As pessoas despertaram para saber o poder que é estar com o celular na mão e uma ideia na cabeça (PRODUTORA 1, 2020)

Para Castilho e Fialho (2009), o modelo colaborativo é uma forma de realizar a cobertura jornalística resgatando as empresas da crise e “oferecendo a possibilidade de uma sinergia entre as redes colaborativas e as redações jornalísticas”.

Questionado sobre as principais mudanças técnicas e de conteúdo na cobertura noticiosa com a pandemia, o Editor 1 destaca “a realização de boa parte dos ao vivo dentro das dependências da emissora sem entrevistado, o aumento no tempo de exibição dos telejornais e entrevistas feitas pela internet”. Já o Repórter 1 reforça o crescimento do jornalismo colaborativo: “fizemos várias reportagens sem sair da redação. A imagem mesmo tremida ou um pouco distorcida ela conta uma história e passa a informação ao telespectador que é o nosso objetivo”. A Repórter 2 pontua que para as empresas jornalísticas isso é positivo por um lado a partir do momento que “a praticidade de realizar entrevistas por chamadas de vídeo faz com que se produza mais em menos tempo e assim seja reduzido custos de deslocamento, por exemplo”.

Nesse contexto, o jornalista, que já lida com a pressão do tempo no dia a dia de sua rotina produtiva, se vê em um cenário ainda mais delicado diante da desinformação envolvendo a pandemia. A Produtora 1 nos relata que houve um aumento significativo de informações falsas durante esse período e é preciso dedicar um tempo muito maior à checagem dos conteúdos que chegam à redação:

Sim, houve um aumento. Ao invés de nós estarmos informando coisas que pudessem acrescentar mais, nós íamos atrás de fontes para desmentir as *fake news*. Uma mulher chegou a ligar para a redação e perguntar se o mosquito *aedes aegypti* transmite a Covid-19. Lidamos com informações sobre a vacina, falando que a vacina faz mal, que existem remédios preventivos, mas não estavam sendo usados da forma correta, e nós buscamos especialistas para desmentir isso. Muitas pessoas chegaram a ligar para a redação e falar que o jornal estava repetitivo, mas a gente precisa desconstruir essas *fake news*. Também começaram a se tratar em casa com remédios caseiros ou que não funcionam, nós chamamos infectologistas para entrevistas no estúdio e ao vivo para desmentir isso (PRODUTORA 1, 2020)

Assim também afirmam o Repórter 1 e o Editor 1:

Eu percebi um aumento não só da informação totalmente falsa, aquela que é absurda, mas a informação distorcida. Então além do desafio de informar a verdade, muitas vezes nós temos que parar o que estamos fazendo para corrigir o que é informação falsa. Na rotina de checagem a gente perde mais tempo para apurar uma *fake news* do que uma informação que é verdade (REPÓRTER 1, 2021)

Sim. E a nível local foi um absurdo. Pessoas falsificando decretos para que os comércios não fossem fechados, por exemplo [...] Fizemos um ao vivo com uma autoridade local que afirmou que determinadas atividades poderiam acontecer, por exemplo, que não se tinha risco em abrir o cinema. Para mim isso é uma desinformação. Como um secretário municipal vai saber se o cinema tem risco ou não de contaminação? Isso foi dito ao vivo. Imagine para a gente desfazer isso? Então é do *WhatsApp*, da falsificação dos decretos e autoridades oficiais tentando levantar uma pauta sem ter a informação correta (EDITOR 1, 2021)

Enquanto a Editora 2 enxerga o fluxo de desinformação sobre a pandemia por outro viés, considerando a credibilidade do jornalismo durante o contexto pandêmico:

Eu acho que durante a pandemia sim, nós tivemos as *fake news*, mas eu acredito que não com tanta força como a gente tinha antes da pandemia. Na pandemia elas continuaram acontecendo, porém os veículos de notícias ganharam tanta força, que por mais que as continuassem existindo elas não se sobressaíram em relação às informações jornalísticas. Como o jornal tem um horário específico de assistir, a gente viu que muitas pessoas ficavam esperando o jornal acontecer e divulgar ou não a informação, se aconteceu ou não. Estou falando sobre o cenário local, a nível Campina Grande (EDITORA 2, 2021)

Como colocado no tópico dois deste artigo, algumas informações falsas ou distorcidas ganharam mais força, tanto a nível local quanto nacional. Como, por exemplo, a disseminação de receitas caseiras que prometem prevenir a contaminação pelo coronavírus ou curar um paciente já infectado e as campanhas antivacina, que defendem que os imunizantes não protegem contra o vírus e que podem, inclusive, gerar problemas graves de saúde.

Muita desinformação com relação aos remédios, falando que as pessoas estavam se internando sem necessidade, pois existem medicamentos baratos e que funcionam, mas a imprensa não divulga por conta de interesses políticos e econômicos. Outra desinformação é com relação à importância do uso da máscara, algo que ainda está sendo construído (Produtora 1, 2021)

Agora estou vendo muitas *fake news* com relação à vacina. Muita gente acreditando que a vacina brasileira tem um metal pesado, que se você colocar uma moeda no local onde tomou a vacina ela cola e não cai, que a vacina é prejudicial à saúde. Agora as *fake news* são puramente o negacionismo da vacina. É o questionamento da ciência (REPÓRTER 2, 2021)

Conforme relatório da Avaaz, citado anteriormente, 94% dos brasileiros entrevistados pela equipe viram, pelo menos, uma das notícias falsas sobre o coronavírus mostradas na pesquisa. O *WhatsApp* e o *Facebook* estão entre as três fontes mais citadas pelos brasileiros para todas as declarações falsas mostradas na pesquisa da Avaaz. Um total de 59% viu ao menos um dos conteúdos desinformativos sobre o coronavírus no *WhatsApp*, enquanto 55% viu ao menos um dos conteúdos desinformativos no *Facebook*. O impacto dessa desinformação pode gerar consequências drásticas, principalmente em um cenário de crise na saúde pública como a pandemia.

Por causa da desinformação em relação à vacina da Covid-19, muitas pessoas estão deixando de tomar a vacina contra a gripe. Nosso repórter foi fazer a matéria sobre a vacinação da gripe e perguntou se podia se vacinar ao vivo, eu falei: você deve. Por que a gente entende a importância desse ato para quantidade de gente que assiste ao telejornal (EDITOR 1, 2021)

Estamos lidando com um momento delicado, uma pandemia. Confiar numa *fake news* pode te levar para um hospital ou para um cemitério. A disseminação de notícias pelo *WhatsApp* é muito rápida. As pessoas podem, por exemplo, pegar uma informação de quatro anos atrás e disseminar como se fosse atual, seja para apavorar ou tentar tranquilizar de forma aleatória, empírica (PRODUTORA 1, 2021)

Segundo o Relatório Digital News Report 2021⁹, publicado pelo Instituto Reuters, durante a pandemia a incerteza trazida pela crise de saúde fez com que a busca das pessoas por informações confiáveis aumentasse. A confiança nas notícias publicadas em redes sociais diminuiu e as marcas de TV tendem a ser mais confiáveis ao lado dos jornais locais e regionais. Os telejornais assumiram um

⁹ Disponível em: <https://static.poder360.com.br/2021/06/Digital-News-Report-2021.pdf>. Acesso em: 20 jul. 2021.

papel pedagógico e o jornalismo reforçou ainda mais seu compromisso social de informar com veracidade e responsabilidade.

Uma coisa muito forte que passamos foi tentar descobrir de fato qual era a ocupação dos leitos disponíveis para casos de Covid-19, pois a Secretária de Saúde nos passava essa informação, mas os dados não batiam. Fomos atrás, fizemos entrevista ao vivo com um representante da Secretária e repercutiu bastante. Foi a partir desse ao vivo que o Ministério Público chamou a direção do hospital para esclarecer isso. E foi esclarecido. Isso foi emblemático para a cobertura jornalística que fizemos, nós desconstruímos uma informação que não estava sendo clara para a população (PRODUTORA 1, 2021).

A gente criou uma rede de informações com especialistas, como infectologistas, que são fontes oficiais da Rede Paraíba sobre coronavírus. Criou-se também um consórcio dos veículos de comunicação, que é a nível nacional, mas também chega para a gente. Então se nós estamos com alguma informação repercutindo, como a relação do fungo negro com a Covid-19, nós reportamos isso à rede e a rede informa ao consórcio para ser apurado. Então nós temos os especialistas, as autoridades oficiais e o consórcio (EDITOR 1, 2021).

O surto da Covid-19 mudou o cenário mundial em diversos aspectos e o fluxo de informações acompanha a velocidade de disseminação do vírus. A pandemia tornou-se a principal pauta dos jornais no mundo todo e o consumo de mídia nesse período também aumentou e, como uma das consequências da infodemia que estamos vivenciando, a desinformação também ganhou mais espaço.

Considerações finais

A cobertura jornalística da pandemia de Covid-19 demandou adaptações significativas na produção e exibição dos conteúdos noticiosos. Neste contexto, a politização da pandemia contribuiu com inúmeras polêmicas e desinformações em torno da temática como remédios sem comprovação científica, aplicação de ozônio, incapacidade de proteção da máscara, chás para prevenção, ineficácia sobre o isolamento social, entre outras teorias.

Diante disso, o telejornalismo tradicional consolida-se como referência de informação confiável e passa a envolver ainda mais a audiência na produção dos seus conteúdos das formas mais variadas a partir de distintas necessidades e motivações.

A pandemia trouxe para as empresas de comunicação a percepção de incluir de forma mais evidente a audiência nos telejornais, mas, para isso, exigindo desses profissionais o exercício do papel pedagógico do telejornalismo pelo fato de levarem ainda mais orientações aos telespectadores devido às incertezas trazidas pelo cenário pandêmico. Mas como explica Silva (2018), diferente do papel na educação, essa função no telejornalismo leva em conta o papel da atividade na produção do conhecimento na contemporaneidade, tornando o conteúdo mais compreensível. Em algumas situações, como revelado pelo Editor 1, “quando o telespectador liga para redação querendo saber de alguma coisa, ou fazer alguma denúncia, a gente prefere esclarecer por telefone do que fazer uma reportagem, porque nem tudo vira notícia”.

Em um cenário de pós-verdade onde os fatos objetivos passam a ser relativizados, a pandemia mostrou que as pessoas precisam de jornalismo de qualidade. No que se refere aos impactos nas rotinas dos profissionais jornalistas dentro e fora da redação, num cenário já marcado pela pressão inerente à classe, a desinformação, como relatado pelos entrevistados desta pesquisa, implica em uma dedicação ainda maior na checagem dos acontecimentos com o intuito de desmentir boatos e levar aos telespectadores apenas conteúdos verídicos.

Sobre os desafios do telejornalismo, percebe-se que é possível aproveitar a necessidade de mudança na cotidianidade da vida para trazer novos conceitos

ao processo de construção televisiva. Como disse Adorno (1975, p. 354), “não é possível prever o que virá a ser da televisão; aquilo que ela é hoje não depende do invento, nem mesmo das formas da sua utilização comercial, mas sim do todo no qual está inserida”.

Apesar das contribuições da audiência no telejornalismo, a produção e a checagem da notícia continuam sendo funções fundamentais dos jornalistas que tornam-se ainda mais necessárias em uma pandemia marcada pela desinformação. Por isso, a prática profissional pautada pela ética e a qualidade do conteúdo seguem garantindo à televisão um lugar de credibilidade perante a sociedade.

Referências

ABRAJI. **Pesquisas alertam para agravamento do estresse emocional de jornalistas brasileiros**. 2020. Disponível em: <https://abraji.org.br/noticias/pesquisas-alertam-para- agravamento-do-estresse-emocional-de-jornalistas-brasileiros>. Acesso em: 04 jul. 2021.

ADORNO, T. W. “A Indústria Cultural” e “Televisão, Consciência e Indústria Cultural”. In: Cohn, Gabriel (org.). **Comunicação e Indústria Cultural**. São Paulo, Ed. Nacional, 1975.

ALLCOTT, Hunt; GENTZKOW, Matthew. **Social Media and Fake News in the 2016 Election**. *Journal of Economic Perspectives*. p. 211-36, 2017. Disponível em: <https://web.stanford.edu/~gentzkow/research/fakenews.pdf>. Acesso em: 16 jul. 2021.

AVAAZ. (04 de maio de 2020). **O Brasil está sofrendo uma infodemia de Covid-19**. Disponível em: https://secure.avaaz.org/campaign/po/brasil_infodemia_coronavirus/. Acesso em: 18 jul. 2021.

CASTILHO, F; FIALHO, F. O jornalismo ingressa na era da produção colaborativa de notícias. In: RODRIGUES, Carla. **Jornalismo Online: Modos de Fazer**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio e Editora Sulina, 2009. 119 p. - 146 p.

DARNTON, Robert. **A verdadeira história das notícias falsas**. 2017. El País, 30 de abril de 2017. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2017/04/28/cultura/1493389536_863123.html. Acesso em: 16 jul. 2021.

FANTIN, M. (2011). **Mídia-educação: aspectos históricos e teórico-metodológicos**. Olhar de Professor, Ponta Grossa, 14 (1), pp. 27-40. Disponível em: <https://www.revistas2.uepg.br/index.php/olhardeprofessor/article/view/3483/2501>. Acesso em: 19 jul. 2021.

FERRARETO, Luiz Artur; MORGADO, Fernando. **Covid-19 e comunicação: um guia prático para enfrentar a crise**. Rio Grande do Sul: UFRGS, 2020.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. Editora Atlas, São Paulo, 6ª ed., 2008.

JORGE, Thaís de Mendonça. Notícia e fake news: uma reflexão sobre dois aspectos do mesmo fenômeno da mutação, aplicada ao jornalismo contemporâneo. **Revista Âncora**, João Pessoa, v. 4, n. 2, p. 57-73, jul/dez 2017.

MESQUITA, G.B. Intervenho, logo existo: a audiência potente e as novas relações

no jornalismo. Tese (Doutorado em Comunicação). Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Universidade Federal de Pernambuco - UFPE, Recife, 2014.

Organização Pan-Americana da Saúde. **Entendendo a infodemia e a desinformação na luta contra a COVID-19** [Internet]. Folheto informativo. Saúde digital. Washington, D.C.; 2020. Disponível em: https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52054/Factsheet-Infodemic_por.pdf?sequence=14. Acesso em: 18 jul. 2021.

OXFORD DICTIONARIES. **Oxford dictionaries word of the year 2016**. Londres, 2016. Disponível em: <https://languages.oup.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016>. Acesso em: 19 jul. 2021.

P SÁNCHEZ-GARCIA, E; CAMPOS-DOMÍNGUEZ, S; BERROCAL, Gonzalo (2015): Las_ funciones inalterables del periodista ante los perfiles multimedia emergentes. **Revista Latina de Comunicação Social**, 70, pp.187 a 208. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/283270899_. Acesso em: 24 jul. 2021.

PATRÍCIO, E. Jornalismo e pandemia: impactos da covid-19 nas rotinas de produção do jornalismo independente do Ceará. **Pauta Geral - Estudos em Jornalismo**, [S.L.], v. 7, p. 1-18, 2020. Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). Disponível em: <http://dx.doi.org/10.5212/revistapautageral.v.7.17060.290>. Acesso em: 24 jul. 2021.

PAVLIK, John. **Journalism and new media**. Columbia University Press: New York, 2011.

Reuters Institute. 2021. **Digital News Report 2021**. (online). Disponível em: <https://static.poder360.com.br/2021/06/Digital-News-Report-2021.pdf>. Acesso em: 20 jul. 2021.

RHODE, André. Jornalismo e pandemia na TV. In: EMERIM, Carlida. **A (re)invenção do Telejornalismo em tempos de pandemia**. Florianópolis: Insular, 2020. p. 1-312.

SILVA, L. J. C. da. **Saberes, linguagem e dispositivos didáticos: as dimensões da função pedagógica do telejornalismo / Laerte José Cerqueira da Silva**. – Recife, 2018.

UNESCO (2018). **A Global Framework of Reference on Digital Literacy Skills for Indicator 4.4.2**. UNESCO Institute for Statistics. Montreal, Canadá. Disponível em: <http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/ip51-global-framework-reference-digital-literacy-skills-2018-en.pdf>. Acesso em: 19 jul. 2021.

VIZEU, A.; CORREIA, J. C. A construção do real no telejornalismo: do lugar de segurança ao lugar de referência. In: VIZEU, A. **A sociedade do telejornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007.

VIZEU, A; LEITE, F. Decidindo o que é notícia: 20 anos depois. **Revista Observatório**, [S.L.], v. 4, n. 4, p. 284-307, 29 jun. 2018. Universidade Federal do Tocantins. <http://dx.doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2018v4n4p284>.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. **Information disorder: Toward**

an interdisciplinary framework for research and policy making. Strasbourg: Council of Europe, 2017. Disponível em: <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>. Acesso em: 16 jul. 2021.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação.** Lisboa: Presença, 1999.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos.** 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.