



Caroline Miranda Nunes

**JORNALISMO EM REDES SOCIAIS: UMA ANÁLISE NA RELAÇÃO
JORNAL, LEITOR E *FAKE NEWS* RELACIONADAS À PANDEMIA
DO NOVO CORONAVÍRUS**

Santa Maria, RS
2021

Caroline Miranda Nunes

**JORNALISMO EM REDES SOCIAIS: UMA ANÁLISE NA RELAÇÃO JORNAL, LEITOR
E *FAKE NEWS* RELACIONADAS À PANDEMIA DO NOVO CORONAVÍRUS**

Trabalho Final de Graduação apresentado ao Curso de Jornalismo, Área de Ciências Sociais, da Universidade Franciscana - UFN, como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel em jornalismo.

Orientador: Prof^o Iuri Lammel

Santa Maria, RS
2021

Caroline Miranda Nunes

**JORNALISMO EM REDES SOCIAIS: UMA ANÁLISE NA RELAÇÃO JORNAL, LEITOR
E *FAKE NEWS* RELACIONADAS À PANDEMIA DO NOVO CORONAVÍRUS**

Trabalho Final de Graduação apresentado
ao Curso de Jornalismo, Área de Ciências
Sociais, da Universidade Franciscana -
UFN, como requisito parcial para
obtenção do grau de bacharel em
jornalismo.

Aprovado em: ___/___/

Prof. Ms. Iuri Lammel (orientador)

Prof. Ms. _____

Prof.^a Ms. _____

Santa Maria, RS
2021

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente à Deus por ter me guiado até aqui, por me dar forças e não me deixar desistir, por me fazer acreditar que eu conseguiria apesar dos obstáculos que foram surgindo ao longos destes anos, este último semestre me mostrou que sou capaz, basta confiar em mim.

Agradecer a minha mãe por sempre acreditar em mim, por sonhar tão alto comigo, por vezes até mais do que eu, obrigada mãe, a realização deste sonho é minha mas também é por ti, gratidão também ao meu pai, minhas irmãs por estarem sempre ao meu lado. Amo muito vocês

Ao meu marido que esteve ao lado desde o início deste sonho, por sempre me apoiar em tudo que estava ao seu alcance, por escutar minhas reclamações e dizer “falta pouco” no intuito de não me deixar desanimar, obrigada por me acompanhar todo esse tempo, principalmente neste último semestre que foi muito difícil mas eu consegui. Te amo

Minha filha Alice, você chegou no meio deste sonho, mas veio para me dar mais forças em buscar com mais determinação este objetivo. Te amo meu amor

Agradecer imensamente ao meu professor e orientador Iuri Lammel, por todo auxílio até aqui, por cada ajuda, ensinamento e por estar sempre disposto a me orientar independente de dia e horário, você é um exemplo de professor

As amigas que fiz na UFN que quero levar sempre comigo, principalmente à minha dupla oficial Luana Giacomelli, que esteve comigo desde os primeiros dias de aula, minha parceira de trabalhos e risadas, nossa amizade é pra sempre! A Lilian Streb, querida sempre compreensiva e amiga de conversas, ao Alysson Marafiga muitos áudios de desespero hahaha mas também muita risada, nós conseguimos!

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo geral compreender como o jornal Diário de Santa Maria trata as *fake news* na temática "pandemia do novo coronavírus" na seção de comentários da sua página do Facebook. O problema está em compreender como o jornal Diário de Santa Maria lida com as *fake news* relacionadas à pandemia do novo coronavírus nos comentários de suas redes sociais. Para desenvolver essa pesquisa, serão identificadas quais as *fake news* são encontradas em comentários nas postagens em redes sociais do jornal Diário de Santa Maria, quantificar *fake news* geradas por leitores com a temática "pandemia do novo Coronavírus" na página do Facebook do jornal Diário de Santa Maria, refletir sobre o papel do jornal frente às *fake news* publicadas pelos leitores. A análise demonstrou que há diversos comentários contendo *fake news* comuns sobre a pandemia, principalmente sobre os temas "kit Covid" e "vacina". O resultado da pesquisa demonstrou que o jornal Diário de Santa Maria não reage às *fake news* nos comentários e, com isso, perde a oportunidade de interagir com os leitores e de desenvolver ações jornalísticas a partir dessas *fake news* compartilhadas.

PALAVRAS-CHAVE:

Jornalismo digital; *Fake news*; Redes sociais e jornalismo; Pandemia do Novo Coronavírus.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	7
2. ESTADO DA ARTE	9
2.1. TEMA: NOVO CORONAVÍRUS.....	9
2.2. TEMA: JORNALISMO EM TEMPOS DE PANDEMIA	10
2.3. TEMA: JORNALISMO DIGITAL.....	11
2.4. TEMA: REDES SOCIAIS E JORNALISMO	12
3. JORNALISMO DIGITAL	14
3.1. O QUE É JORNALISMO DIGITAL	14
3.1.1. A evolução do jornalismo digital	14
3.1.2. A história do jornalismo digital no Brasil	15
3.2. JORNALISMO E REDES SOCIAIS.....	18
3.3. JORNALISMO PARTICIPATIVO	20
4. PANDEMIA DO NOVO CORONAVÍRUS	22
4.1. IMPACTOS DA PANDEMIA NO JORNALISMO	25
5. FAKE NEWS	27
5.1. O DESAFIO DO JORNALISMO NO COMBATE ÀS <i>FAKE NEWS</i> RELACIONADAS AO NOVO CORONAVÍRUS	28
5.2. APURAÇÃO JORNALÍSTICA	30
5.3. OPORTUNIDADES PARA O JORNALISMO DIANTE DAS <i>FAKE NEWS</i>	31
5.4. COMO IDENTIFICAR <i>FAKE NEWS</i>	35
6. METODOLOGIA	38
7. COLETA E ANÁLISE DOS DADOS	43
7.1. POSTAGEM 1	43
7.1.1. Comentário 1 da postagem 1	44
7.1.2. Comentário 2 da postagem 1	44
7.1.3. Comentário 3 da postagem 1	45
7.1.4. Comentário 4 da postagem 1	46
7.2. POSTAGEM 2	46
7.2.1. Comentário 1 da postagem 2	47
7.3. POSTAGEM 3	48
7.3.1. Comentário 1 da postagem 3	48
7.4. POSTAGEM 4	49
7.4.1. Comentário 1 da postagem 4	50

7.4.2. Comentário 2 da postagem 4	51
7.5. POSTAGEM 5	51
7.5.1. Comentário 1 da postagem 5	52
7.5.2. Comentário 2 da postagem 5	53
7.6. POSTAGEM 6	53
7.6.1. Comentário 1 da postagem 6	54
7.7. POSTAGEM 7	55
7.7.1. Comentário 1 da postagem 7	56
7.7.2. Comentário 2 da postagem 7	56
7.8. ANÁLISE DOS DADOS COLETADOS	57
8. CONSIDERAÇÕES FINAIS	59
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	61

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Dados de números de pessoas vacinadas no Brasil. Fonte: Our World in Data.	24
Figura 2 - Gráfico com os cinco assuntos de desinformação em torno da covid-19	25
Figura 3 - Gráfico dos cinco temas da desinformação de 2020 verificados pelo “Aos Fatos”	29
Figura 4 - Imagem do site Fato ou Fake do G1	32
Figura 5 - Vídeos do site Fato ou Fake, do G1	33
Figura 6 - Publicação do Estadão Verifica	34
Figura 7 - Página na web do Estadão Verifica	34
Figura 8 - Reprodução da postagem 1	43
Figura 9 - Reprodução do comentário 1 da postagem 1	44
Figura 10 - Reprodução do comentário 2 da postagem 1	44
Figura 11 - Reprodução do comentário 3 da postagem 1	45
Figura 12 - Reprodução do comentário 4 da postagem 1	46
Figura 13 - Reprodução da postagem 2	47
Figura 14 - Reprodução do comentário 1 da postagem 2	47
Figura 15 - Reprodução da postagem 3	48
Figura 16 - Reprodução do comentário 1 da postagem 3	49
Figura 17 - Reprodução da postagem 4	50
Figura 18 - Reprodução do comentário 1 da postagem 4	50
Figura 19 - Reprodução do comentário 2 da postagem 4	51
Figura 20 - Reprodução da postagem 5	52
Figura 21 - Reprodução do comentário 1 da postagem 5	52
Figura 22 - Reprodução do comentário 2 da postagem 5	53
Figura 23 - Reprodução da postagem 6	54
Figura 24 - Reprodução do comentário 1 da postagem 6	54
Figura 25 - Reprodução da postagem 7	55
Figura 26 - Reprodução do comentário 1 da postagem 7	56
Figura 27 - Reprodução do comentário 2 da postagem 7	56

1. INTRODUÇÃO

No ano de 2020, o mundo inteiro se viu atingido pela pandemia do Novo Coronavírus. Esse vírus é de uma família de agentes infecciosos que causam infecções respiratórias. Segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), o Novo Coronavírus SARS-CoV-2, causador da doença covid-19, foi notificado pela primeira vez em dezembro de 2019 em Wuhan, na China. Ao final do mesmo mês, o governo chinês deu alerta sobre o surgimento e a notificou sobre a primeira morte em decorrência desse mal que teria ocorrido em 11 de janeiro de 2020. Devido à fácil transmissão do vírus, a OMS declarou emergência de saúde pública internacional, medida que já havia sido tomada outras cinco vezes em decorrência de outras doenças como H1N1 em 2009, poliomielite e pelo Ebola no ano de 2014, em 2016 pela microcefalia associada ao Zika e em 2019, novamente, pelo Ebola.

Os casos de covid-19 foram aumentando pelo mundo inteiro. No Brasil, o primeiro caso foi confirmado em 26 de fevereiro de 2020 em São Paulo e no dia 17 de março o país confirmou a primeira morte pelo vírus. Os casos tiveram uma crescente no número de vítimas no mundo inteiro. Em pouco mais de um mês o Brasil já disparava no número de casos, atingindo 132 casos suspeitos de coronavírus, dados divulgados pelo Ministério da Saúde. Segundo dados do site Painel Coronavírus¹, divulgados em 26/11/2020, no Brasil já são 6.204.220 casos confirmados e 171.460 óbitos. Por isso, para tentar controlar a situação e evitar novos casos de pessoas contaminadas, o governo brasileiro decretou que fosse feito isolamento social. Locais de atividades sociais como shoppings, bares, parques e escolas foram fechados para evitar aglomeração de pessoas, no intuito de evitar encontros que não fossem realmente necessários. Diante da situação alarmante foram feitas diversas adaptações em todas as áreas, como empresas que substituíram trabalho presencial pelo *home office*, com uso da internet/tecnologia digital, para evitar que os funcionários saíssem de casa e dividissem o mesmo ambiente, o que diminuiria o contato direto de pessoas.

No jornalismo não foi diferente. A pandemia alterou as rotinas produtivas, trouxe diversas mudanças, mas o maior desafio para o jornalista profissional diante deste cenário é o combate às *fake news*. A circulação de falsas notícias em redes sociais

¹ Painel Coronavírus: disponível em: <<https://covid.saude.gov.br/>>.

não é novidade, porém com a pandemia os produtores de notícias falsas encontraram uma oportunidade propícia de disseminar ainda mais esses conteúdos.

Por isso, a presente pesquisa tem como tema as *fake news* em tempos de pandemia. A delimitação está em compreender a reação dos jornais frente à disseminação de *fake news* sobre o novo coronavírus nas redes sociais.

O **problema da pesquisa** está em compreender como o jornal Diário de Santa Maria lida com as *fake news* relacionadas à pandemia do novo coronavírus nos comentários de suas redes sociais.

O **objetivo geral** é compreender como o jornal Diário de Santa Maria trata as *fake news* na temática "pandemia do novo coronavírus" na seção de comentários da sua página do Facebook. Os **objetivos específicos** são:

- identificar quais as *fake news* são encontradas em comentários nas postagens em redes sociais do jornal Diário de Santa Maria;
- quantificar e categorizar as *fake news* geradas por leitores com a temática "pandemia do novo Coronavírus" na página do Facebook do jornal Diário de Santa Maria;
- identificar se o jornal Diário de Santa Maria tem algum tipo de atitude frente às *fake news* compartilhadas pelos leitores que comentam em sua página de Facebook;
- refletir sobre o papel do jornal frente às *fake news* publicadas pelos leitores.

A justificativa pela escolha desse tema se dá pela importância de retratar o momento social atual em que o mundo inteiro enfrenta a Pandemia do Novo Coronavírus. Por isso, é de extrema importância sabermos de que maneira os veículos de comunicação estão produzindo notícia diante desse cenário.

A importância dessa pesquisa está em entender de que maneira a pandemia afetou o Diário de Santa Maria, compreender como a informação é construída para meio digital, de que forma o jornal trabalha para manter a sociedade informada pelas redes sociais e como é a relação do jornal com o leitor nas redes sociais.

2. ESTADO DA ARTE

Neste capítulo, vamos apresentar alguns dos mais significativos trabalhos relacionados ao tema desta monografia que foram encontrados na construção do estado da arte. Para isso, foram feitas pesquisas nos sites Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom), Google Acadêmico, Laboratório de Pesquisa em Comunicação da Universidade Franciscana (Lapec) e Biblioteca Eletrônica Científica Online (SciELO) utilizando-se as palavras-chave: Novo Coronavírus, Redes Sociais e Jornalismo Digital. Foram reunidos dez trabalhos elaborados nos últimos cinco anos, que foram utilizados como referência para desenvolvimento do estado da arte.

2.1. TEMA: NOVO CORONAVÍRUS

O artigo **Emergência do novo coronavírus (SARS-CoV-2) e o papel de uma vigilância nacional em saúde oportuna e efetiva** dos autores Raquel Martins Lana e Flávio Codeço Coelho, do ano de 2020, traz informações sobre os tipos de coronavírus. Um deles é que os coronavírus sazonais estão associados a síndromes gripais. O artigo relembra que dois desses coronavírus foram responsáveis por epidemias mais virulentas de síndrome respiratória aguda grave (SRAG), como a epidemia de SARS que emergiu em Hong Kong (China), em 2003. Ambos fazem parte da lista de doenças prioritárias para pesquisa e desenvolvimento no contexto de emergência³. Já o novo coronavírus, denominado SARS-CoV-2, foi primeiramente identificado em Wuhan, na China, quando ocorreu o primeiro caso em 31 de dezembro de 2019. O artigo recorda como o vírus foi sendo confirmado em diferentes lugares do mundo até o primeiro caso no Brasil em 26 de fevereiro de 2021, mas em 7 de fevereiro já eram nove casos em investigação.

O novo coronavírus foi comparado neste artigo com outras doenças infecciosas como a gripe aviária (Influenza A H5N1) em 2003, a SRAG em 2002/2003, a Influenza A H1N1 em 2009, a Zika em 2015, que suscitaram muitas questões sobre o papel da vigilância epidemiológica. Segundo esse trabalho, pandemias têm ocorrido com frequência maior e, a partir de 2018, a OMS reconheceu a necessidade de preparação antecipada à emergência de novos patógenos.

Dessa forma, ocorreram avanços importantes na vigilância epidemiológica. O trabalho apresenta dados que até a chegada do SARS-CoV-2 o protocolo de vigilância

de SRAG no Brasil não incluía os coronavírus como parte do painel de exame laboratorial na rotina da vigilância, sendo explorado apenas em casos de óbitos e surtos por parte dos Laboratórios Nacionais de Influenza (NICs). Segundo este artigo, mediante a situação posta pelo novo SARS-CoV-2, em 31 de janeiro de 2020, o Ministério da Saúde do Brasil instaurou o Grupo de Trabalho Interministerial de Emergência em Saúde Pública de Importância Nacional e Internacional para acompanhamento da situação e definição de protocolos de ação 17,18, para a vigilância do SARS-CoV-2 no país.

O estudo **Saúde Mental durante a Pandemia do novo Coronavírus: algumas reflexões necessárias** - **Eliany Nazaré Oliveira**, produzido em 2020 por Eliany Oliveira, traz como reflexão a saúde mental, especialmente neste período de pandemia, está ligado a determinados segmentos como os termos: profissionais de saúde, saúde mental, pessoas com transtorno mental, luto, famílias enlutadas, pandemia e covid-19.

A autora fala sobre as adaptações que tiveram que ser feitas devido ao isolamento social ocasionado pela pandemia, e compreende que é necessário superação diante desse cenário. Revela que os meios digitais são essenciais nesse momento, pois mais do que nunca estão presentes nessa relação de comunicação, para que haja aproximação e não se perca o contato uns com os outros, seja por ligação, mensagens ou vídeos chamadas.

A metodologia utilizada para esse trabalho foi coleta do material bibliográfico, que ocorreu durante o mês de maio de 2020. Buscaram-se artigos que abordassem os temas relacionados à pandemia do novo coronavírus, saúde mental e suas interfaces com os profissionais de saúde, de pessoas com transtorno mental e famílias enlutadas.

Segundo Eliany, os efeitos para a saúde mental em geral são mais marcados nas populações que vivem em condições precárias, possuem recursos escassos e têm acesso limitado aos serviços sociais e de saúde. E como conclusão ela ressalta a possibilidade de sofrimento psíquico e surgimento de transtornos mentais e afirma que nesse sentido, muito necessita ser feito, como as frentes emergenciais de trabalho durante e pós-pandemia.

2.2. TEMA: JORNALISMO EM TEMPOS DE PANDEMIA

No artigo **“Não há quarentena para *fake news*: apuração e checagem jornalística na cobertura da pandemia do coronavírus”**, escrito em 2020 por

Francielle Maria Modesto Mendes e Francisco Aquinei Timóteo Queirós, o objetivo foi estudar sobre a importância da apuração e checagem jornalística para o combate da desinformação durante a pandemia do novo coronavírus e contribuir com a discussão sobre *fake news* a partir do estudo de cinco peças de desinformação que circularam no Brasil em março de 2020. As peças estudadas foram escolhidas a partir da leitura da reportagem “Epidemia de *Fake news*”, noticiada na Agência Pública, pois essas foram consideradas receitas milagrosas ou teorias da conspiração de grande circulação nas redes sociais. Os sites de checagem consultados para verificação desse material foram Fato ou Fake (Portal G1), Aos Fatos (Agência de checagem), Lupa (Folha de S. Paulo).

A obra “**Jornalismo em tempos da pandemia do novo coronavírus**”, publicado em 2020 por Hebe Maria Gonçalves de Oliveira e Sérgio Gadini, traz informações sobre as transformações ocasionadas pelo novo coronavírus, sobre as diversas modificações no mundo. Segundo os autores, as mudanças afetam todas as áreas das ciências médicas, no enfrentamento diário aos números de contágios e de mortes na casa de milhões em todo planeta e na falta de tratamento contra a doença. Também afeta a economia, pela necessidade imediata do isolamento social da população, única forma de prevenção contra o contágio nessa crise sanitária. A pandemia do novo coronavírus impactou todas as formas de trabalho. Essa obra também revela os impactos e desafios para o jornalismo e comenta como é fazer parte das atividades profissionais que não param. Como revela o autor, “nesse sentido, propusemos uma publicação que reunisse diferentes olhares sobre a atuação do jornalismo nos tempos da pandemia do novo coronavírus.”

Esse livro traz dados e evolução dos casos da pandemia no mundo inteiro nos meses de março a agosto de 2020.

2.3. TEMA: JORNALISMO DIGITAL

No estudo de Pereira (2018) intitulado de **Jornalismo digital e novas tecnologias: Estudo de gêneros e formatos nos principais sites jornalísticos brasileiros**, a autora, teve como motivação pesquisar sobre as mudanças das tecnologias da informação e comunicação, buscou compreender como ocorre a produção jornalística na web e qual a relação que esses produtos jornalísticos possuem com as suas atuais classificações de gêneros e formatos. A metodologia, foi análise dos dez principais webjornais do país: Folha de São Paulo, Estadão, Gazeta, Zero Hora, O Globo,

Buzzfeed, Vice, HuffPost Brasil, Nexo e Agência Pública. Foram analisados 232 textos sob a luz de uma ficha de análise criada com base em Palácios (2015) e Canavilhas (2010).

Como conclusão, foram identificados novos recursos técnicos: ilustração, gamificação, animação entre outros, e ainda concluiu-se que os formatos no webjornalismo atuam com fluidez entre os gêneros jornalísticos, ora servindo de complemento ora sendo os condutores dos gêneros.

2.4. TEMA: REDES SOCIAIS E JORNALISMO

No trabalho **“Interação Jornal-leitor: Estudo Do Diário De Santa Maria Na Página Do Facebook”**, publicado em 2015 por Camila Severo Porciúncula, o objeto de estudo foi a página do Facebook do Diário de Santa Maria em que a autora estudou as relações entre o jornal e o leitor, buscou descrever as estratégias de apropriação de conteúdo da página por parte do leitor nesse ambiente digital. A metodologia utilizada nesta pesquisa foi qualitativa, pois foi realizada uma análise na página do Facebook entre 2014 e 2015 em que ela fez um mapeamento de dados que resultou na formação do problema a ser estudado. Segundo Porciúncula, a pesquisa visa observar relações entre os dois universos, utilizando-se de vários procedimentos de pesquisa objetivando conhecer como o leitor desenvolve relações com o com o jornal na forma digital, a partir de apropriações de várias naturezas.

No contexto do processo observacional desenvolvido, dentro das fontes necessárias para a elaboração da monografia, destacam-se tanto fontes primárias, no caso jornalistas e leitores, bem como fontes secundárias, como referências bibliográficas, documentos, além de outros processos que vão ser utilizados em termos de análise. E como conclusão, Porciúncula comenta que “Chegando ao final deste trabalho, devemos reconhecer que este estudo foi válido para nossa formação pelo exercício feito nesta pesquisa.”

No trabalho **“O Uso Da Rede Social Instagram Pelos Jornais Impressos E Telejornais Brasileiros**, publicado em 2017 por Keila Marques, a autora buscou entender qual o propósito dos jornais impressos e telejornais em utilizarem a rede social *Instagram*. O objetivo dessa pesquisa foi compreender as estratégias utilizadas por esses meios no Instagram, analisando como eles estão inseridos nas redes sociais, além de identificar e compreender as estratégias para atrair o receptor no Instagram e as formas

de interação com o telespectador e o leitor no perfil do veículo de comunicação. Para a análise, a autora escolheu dois veículos de cada universo: para o jornalismo impresso, observou os jornais Folha de S. Paulo e O Globo. No telejornalismo, foram analisados o canal Globo News e o programa Jornal Hoje (Rede Globo). A autora verificou as postagens e conteúdos publicados por esses meios e, como conclusão a partir das análises, compreendeu que a pesquisa traz dados indicando que o jornalismo impresso se apropria do Instagram para noticiar e circular conteúdos e o telejornalismo para atrair o usuário para a respectiva programação na televisão.

No artigo **“Imprensa, Internet e Redes Sociais: Uma Análise Sobre o Posicionamento dos Jornais no Twitter”**, publicado em 2019 por Claudia Montenegro e Natanael Damasceno, os autores fizeram uma investigação de como estão se posicionando nas mídias sociais os três veículos com maior circulação impressa e assinatura digital no Brasil: O Globo, Folha de S. Paulo e O Estado de S. Paulo.

Foram feitas análises no processo de distribuição de conteúdos noticiosos no Twitter, rede social onde os três jornais têm mais seguidores. As postagens realizadas pelos veículos em seus canais foram comparadas com os temas mais recorrentes nos *trending topics* do Twitter. O resultado da conclusão foi que, apesar de terem um objetivo claro, o aumento do tráfego em seus sites, parece não haver uma estratégia eficaz das organizações jornalísticas com relação à suas presenças nas mídias sociais. Os autores ainda destacam que “É preciso uma reflexão acerca do papel das empresas e dos jornalistas diante da evolução da tecnologia digital.”

Na obra **“Análise de redes sociais on-line: um guia para iniciação teórica e prática”**, publicado em 2015 por Raquel Recuero, Marco Bastos e Gabriela Zago, é apresentado ao leitor um guia simples e acessível para iniciação na análise de redes sociais como metodologia de investigação de mídias sociais, como o Facebook e o Twitter. No livro são apresentados os conceitos teóricos básicos, um breve histórico dos estudos de análises de redes, modelos de softwares e um rico conjunto de exemplos, nos quais a análise de mídias sociais pode ser aplicada. O esforço dos autores é no sentido de popularizar a metodologia e as ferramentas para que o campo da mídia social possa ser explorado por mais investigadores.

3. JORNALISMO DIGITAL

3.1. O QUE É JORNALISMO DIGITAL

O jornalismo digital abrange uma série de atividades a serem executadas até que se chegue à reportagem final para aí então ser publicada em sites jornalísticos. Por isso não deve ser entendido apenas pelo trabalho de produção e publicação na internet, é necessário pensar em como serão desenvolvidos os recursos como vídeos, tema de chat, enquete, elementos disponíveis nesse meio digital (FERRARI, 2004).

Segundo Canavilhas (2014), foi o desenvolvimento do período pré *Word Wide Web* que transformou o jornalismo para sempre. O autor destaca entre as muitas alterações registradas, o aparecimento das versões web dos meios tradicionais.

Os jornais impressos foram o primeiro meio de comunicação a utilizar as edições na web, tornando o texto o elemento mais utilizado do online. Devido a tantas evoluções no jornalismo, o formato digital passou a ser melhor explorado, as notícias passaram a ser pensadas com elementos presentes nesse meio como vídeos, imagens, áudio entre outros recursos exclusivos no jornalismo digital.

O autor Paul Bradshaw (2007) fala sobre um modelo para produção de notícias no jornalismo digital, chamado diamante da notícia. Para ele, esse modelo visa ter uma redação exclusiva da web. “As características, tão contraditórias no campo do jornalismo digital, são consideradas os pontos fortes do espaço online” (BRADSHAW, 2007, online).

3.1.1. A evolução do jornalismo digital

Nas palavras da autora Gaspar (2018), o século XX foi sinônimo de mudança, evolução, tecnologia. Uma transformação de tal dimensão que ainda hoje estamos a tentar gerir, e/ou acompanhar, todas as repercussões. Uma das áreas em maior mutação é o jornalismo, que teve e tem de se reinventar constantemente.

Segundo Pavlik (2001) a evolução do jornalismo na Internet está relacionada a três fases diferentes, em que a primeira corresponde ao *shovelware* (fase em que o método de trabalho era apenas transpor os conteúdos impressos para as plataformas digitais); a segunda fase corresponde ao início, da produção para a Internet já contendo

algum hipertexto e multimídia; e a terceira fase seria já a produção de conteúdos destinados apenas à internet, aproveitando todas as possibilidades e potencialidades.

Diante de diversas evoluções no jornalismo, as mudanças começaram a surgir rapidamente nas redações, como nos lembra Cagé (apud GASPAR, 2018, p.24):

Não somente a dimensão da sala de redação de cada um dos média tomado individualmente teve tendência a reduzir-se durante estes últimos anos, mas uma parte crescente dos efetivos concentra-se hoje em dia na alimentação dos sítios da Internet, ao ponto de distinguirmos cada vez mais os jornalistas web daqueles que não o são, os meros jornalistas (CAGÉ, 2016, p. 43)

Sousa (2006) define a internet como “um novo meio de comunicação social e, como tal, tem um profundo impacto no jornalismo”, sendo que para ele a “influência ocorre a dois níveis: em primeiro lugar, influencia as rotinas jornalísticas (que passam a depender muito da internet) e, em segundo lugar, leva à criação de edições jornalísticas na internet (complementares ou substitutas das edições impressas, radiofônicas e televisivas)” (SOUSA, 2006). Com um olhar mais atual sobre toda a evolução do jornalismo digital, autores como Cagé consideram a internet uma ameaça ao jornalismo. Segundo a autora, a informação está em perigo. Não somente o digital e o completamente gratuito arriscam matar a imprensa escrita, mas ambos representam igualmente uma ameaça para a informação produzida pelos outros meios, a rádio e a televisão” (CAGÉ, 2016).

Já para Zamith, “a internet não é necessariamente prejudicial nem perigosa para o jornalismo”. Para o autor, “a Internet potenciou o desenvolvimento de novas linguagens, de novas narrativas convergentes (multimídia) e de novas formas de recuperação e reutilização da informação” (ZAMITH, 2011).

3.1.2. A história do jornalismo digital no Brasil

Com a evolução no jornalismo, surgiram novas formas de produzir notícias, novas linguagens e alterações nas redações jornalísticas. Nos anos 1990 iniciaram-se as primeiras migrações dos meios de comunicação de massa tradicionais para as plataformas online. Porém, de início a linguagem e o formato se mantiveram os mesmos dos meios tradicionais.

Diante de tantas inovações, surgiu então o jornalismo online, também conhecido como jornalismo digital ou webjornalismo. Começaram a ser exploradas inovações que permitiram diferentes recursos utilizados ao mesmo tempo, como por exemplo imagem, texto e som, oferecendo facilidade para fazer jornalismo.

Segundo Mielniczuk (2003), o jornalismo digital passou por três gerações, em busca de desenvolver produtos eficientes aos seus públicos e eficientes à plataforma.

Dessa maneira a autora afirma que:

[...] na primeira geração do jornalismo digital, os sites jornalísticos faziam apenas uma reprodução simples das principais notícias publicadas no papel. Já na segunda geração, segundo a autora, os jornais se preocupam em explorar alguns recursos disponibilizados pela web. Na terceira geração, no início dos anos 2000, a ideia de que essa é uma nova modalidade de jornalismo, com potenciais de linguagem e formatos próprios toma conta das redações (MIELNICZUK, 2003, online).

A partir da terceira geração, o meio digital passou a ter suas características próprias, elementos que o diferenciam dos outros meios. Diversos autores evidenciam sobre essas características e adaptações ao jornalismo no meio digital.

Os autores Bardoel e Deuze (2000) apontam quatro elementos desenvolvidos para Web: Interatividade, Customização de conteúdo, Hipertextualidade e Multimídia. Com intenção de colaborar, Palacios (1999) estabelece mais duas características além das citadas anteriormente, são elas: Personalização e Memória. Mais adiante, Mielniczuk (2003) identificou como característica a instantaneidade.

Esses elementos são os principais que diferenciam o jornalismo para a web dos demais meios, fornecendo uma comunicação flexível e instantânea.

Na fala de João Canavilhas, o webjornalismo possui sete características, que marcam a diferença e distinguem o jornalismo feito na web.

- **Ubiquidade:** Pavlik (2014, p. 160) explica que “ubiquidade implica que qualquer um, em qualquer lugar, tem acesso potencial a uma rede de comunicação interativa em tempo real”. Dessa forma, significa que todos podem acessar notícias e entretenimento e, além disso, podem participar e colaborar com conteúdo para compartilhamento e distribuição global.
- **Personalização:** permite alterar o produto digital de acordo com especificações pessoais. Pode ser definido como: “fazer (algo) de acordo com as necessidades individuais dos clientes.” (Dicionário Michaelis Online). Para Lorenz, uma boa abordagem é pensar para pequenas audiências, utilizar recursos para chegar aos públicos pequenos, mas altamente envolvidos. Destaca a importância de criar a experiência de consumo para um só leitor, dessa maneira destaca também a importância da personalização nesse processo. Dessa forma o autor enumera sete graus para utilizar o recurso de personalização nesse processo. O primeiro grau: Resposta; O segundo grau:

Alterar com base na hora do dia; Terceiro grau: interação significativa; Quarto grau: ajuda na decisão; Quinto grau: calibração e algoritmos; Sexto grau: Adaptável para mudar.

- **Hipertextualidade:** esse recurso permite ligar, através de links, um texto a outro, a fotos, a vídeos, fazendo com que o leitor escolha o que ler e a ordem das leituras. Os autores Moraes e Jorge (2011) definem hipertexto como “um modo de organização textual cuja função é unir sentidos”. Para Mitra (1999) uma das características do hipertexto é ser descentralizado, pois segundo o autor a entrada na notícia pode não ser necessariamente o início da matéria, dificultando assim o centro da reportagem. “A leitura dinâmica gerada pela circulação do leitor entre blocos informativos aprofunda essa dificuldade, o que obriga o jornalista a produzir blocos com sentido, independentemente do contexto oferecido pelos restantes blocos informativos”. Díaz Noci e Salaverría definem como “forma de discurso que se constrói a partir da combinação de diversos textos” (DÍAZ NOCI; SALAVERRÍA, 2003).
- **Interatividade:** esse recurso permite que o leitor possa comentar em matérias e interagir com o veículo de comunicação através de e-mail e chats. Bardoel e Deuze (2000) definem que, devido a interação do meio com o leitor, faz com que o leitor sinta-se presente no processo jornalístico. Isto porque podem interagir pela troca de e-mails. Rost (2006) define interatividade como a ponte entre o meio e os leitores/utilizadores, pois através desse recurso é possível abordar a relação entre ambas as partes.
- **Memória:** possibilita a recuperação de notícias passadas. Palacios (1999, online) argumenta que “a acumulação de informações é mais viável técnica e economicamente na Web do que em outras mídias”.
- **Instantaneidade:** esse recurso possibilita a atualização contínua do material informativo e diferente dos meios tradicionais, é possível acessar os conteúdos a qualquer momento e lugar.
- **Multimedialidade:** é o uso de diferentes recursos, como texto, vídeo, gráfico, agregados na mesma notícia. Alguns autores comentam sobre as diferentes características presentes no jornalismo digital. Para Salaverría, o conceito de multimedialidade é definido como sendo “a capacidade, outorgada pelo

suporte digital, de combinar numa só mensagem pelo menos dois dos três seguintes elementos: texto, imagem e som” (SALAVERRÍA, 2005).

Segundo Gaspar (2018), quando os meios tradicionais deram os primeiros passos online, embora soubessem que havia trabalho a fazer para acompanhar a exigência dos utilizadores, não exploraram todas as possibilidades que a internet lhes oferecia e tão pouco utilizaram todas as ferramentas que tinham ao seu dispor. Os sites não traziam nenhuma novidade aos utilizadores, apenas continham os mesmos materiais que já haviam sido divulgados, fosse no jornal, na rádio ou na televisão.

Mas em 1996, já começavam as modificações, pois o Universo Online lança o primeiro jornal em tempo real em língua portuguesa, cujas informações eram produzidas em agências de notícias e de sua própria redação.

Segundo a autora, foi a partir deste ano que, no Brasil, apareceram inúmeros sites especializados em notícias, um de grande destaque foi o jornal Último Segundo, lançado em 2000, do portal de acesso à internet grátis, com a novidade da instantaneidade.

O jornalismo online apresentou algumas vantagens sobre o jornalismo convencional, por se permitir estar mais atraente, usando os recursos de gráficos, áudios, vídeos e elementos interativos. Evidentemente aqueles que buscam fazer jornalismo online devem então fazer uso destes recursos citados sempre que for apropriado.

Segundo Palacios, ao contrário do que se possa pensar, a massificação do mundo digital não torna dispensável o trabalho jornalístico. A própria explosão de fatos e/ou dados, numa esfera pública ciberespacial onde o tempo cada vez mais se comprime, impõe uma classificação, um ordenamento e uma hierarquização dos fenômenos. Essa, ainda que completamente modificada tanto em sua maneira de apuração e produção quanto em sua forma de apresentação, seguirá sendo uma atividade que exige um profissional especializado.

3.2. JORNALISMO E REDES SOCIAIS

Com o avanço das tecnologias, o jornalismo adaptou-se a novas formas de produzir e circular notícias, as redes sociais tornaram-se um grande aliado nesse cenário de mudanças no meio jornalístico.

Na década de 2000, as redes sociais deixaram de ser apenas meio de interação social e passaram a ser utilizadas entre os usuários como também um meio de consumo de notícias. Dessa maneira os meios de comunicação passaram a explorar recursos presentes nessas redes a fim de produzir notícias para o público presente. O grande número de internautas conectados contribuiu para que as mídias se tornassem importantes fontes de informações para o público usuário.

Segundo Rodrigues (2013), houve uma transformação nos últimos anos no espaço público, com surgimento de blogs proporcionando novas esferas públicas, resultando em novos espaços de informação e comunicação, que contam com a contribuição dos cidadãos, que normalmente não exerciam esse papel. “A participação dos cidadãos e a inclusão de novas vozes no espaço público impulsionada por transformações sociais e comunicacionais, mas também por condições associadas à evolução tecnológica, obrigam a repensar o jornalismo e o papel do jornalista”.

As mídias sociais passaram por uma adaptação, muitos veículos de informação passaram a utilizar as redes sociais como tática para levar o leitor até o site de notícias, que através de links são encaminhadas para as notícias do veículo jornalístico. Outro ponto que favorece o uso das redes sociais para fazer jornalismo são os recursos presentes nesse meio como o “compartilhar”, que auxilia na circulação das notícias.

Recuero (2009) traz citação do autor Boyd em que ele faz a seguinte afirmação “as redes vão selecionar e repassar as informações que são relevantes para seus grupos sociais.” O autor ainda comenta que “a internet, enquanto mediação, permite que as informações sejam armazenadas, replicadas e buscadas. “São essas características que fazem com que as redes sociais que vão emergir nesses espaços sejam tão importantes”.

Nas palavras de Recuero ainda trazendo referências as informações que circulam nas redes sociais assim tornam-se persistentes, capazes de ser buscadas e organizadas, direcionadas a audiências invisíveis e facilmente replicáveis. As redes sociais favorecem o jornalismo no sentido em que podem, muitas vezes, agendar notícias e influenciar a pauta dos veículos jornalísticos. Porém é preciso lembrar que nem todos os veículos de comunicação investem em um profissional específico para fazer jornalismo nas redes sociais, o que pode resultar num trabalho menos detalhado.

Por isso, ter na equipe profissionais específicos em mídias sociais trará melhores resultados, pois ele conhece as melhores estratégias e técnicas de postagens, engajamento com o público, como extrair métricas relevantes e o que proporciona maior visibilidade para o site.

A facilidade em acessar notícias pelas redes sociais faz com que muitos usuários utilizem esses meios e por isso os veículos de informações estão cada vez mais presentes nesse meio, além de contribuir na propagação dos conteúdos publicados. Outros fatores que auxiliam na circulação dos conteúdos nas mídias sociais são os recursos de “compartilhar”, “curtir”, “retuitar”. De acordo com Recuero (2009, online)

“Retuitar”, ou simplesmente replicar a notícia, proporciona mais visibilidade, multiplica os acessos e deixa em evidência, isso pode gerar uma gama maior de usuários e encadear novas redes de difusão do mesmo material.

A opção de fazer comentários nas notícias faz com o usuário possa ter maior interação com o meio jornalístico, há também a possibilidade de o usuário colaborar na construção de notícias.

Segundo Prado (2011) a possibilidade de o usuário poder opinar, participar, mesmo que ele opte por não se manifestar no momento, faz com que ele volte a acessar a página em uma nova ocasião em busca de mais informações, além do mais, essas ferramentas e outras como chat por exemplo, os incentivam a participarem na construção informações.

Firmino (2009) faz observações sobre o uso das redes sociais para divulgar notícias. “Ao repassar informações que foram publicadas por veículos, os atores estão dando credibilidade ao veículo e tomando parte dessa credibilidade para si, pelo espalhamento da informação”.

De acordo com Bruns citado por Recuero (2009), as práticas informativas na Internet podem ser classificadas como *gatewatching*, e podem complementar e até substituir o papel do *gatekeeping* do jornalismo tradicional. O autor comenta que o *gatewatching* refere-se à observação daquilo que é publicado pelos veículos noticiosos, no sentido de identificar informações relevantes assim que publicadas. E revela que essa noção é mais adequada ao trabalho de filtragem realizado pelas redes sociais, muitas vezes especializado, focado em informações que estão fora do *mainstream* informacional.

3.3. JORNALISMO PARTICIPATIVO

O termo refere-se à participação do cidadão no processo noticioso. Jornais online passaram a disponibilizar espaços dedicados à publicação de conteúdo gerado por leitores. Além desse termo “jornalismo participativo”, há outros conceitos próximos como o “jornalismo cidadão” e “jornalismo colaborativo”. Apesar das diferenças, há um

traço em comum: todos se referem a uma atividade pelo qual o cidadão ou grupo de cidadãos desempenha um papel ativo no processo de reunião, análise e disseminação de notícias e informação (CORREIA 2010, online).

Porém vale lembrar que essa participação do público com os meios comunicacionais já ocorre há muito tempo. Antes do e-mail, essa participação já ocorria através de cartas e ligações, por exemplo, na forma de sugestões de pauta ou mesmo para alguma seção do tipo ‘cartas do leitor’” (PRIMO e TRÄSEL, 2006, online).

Rodrigues (2013) explica que o avanço das tecnologias trouxe novas formas de fazer jornalismo. “Na web surgem constantemente ferramentas e possibilidades comunicacionais com repercussões no jornalismo e nas rotinas produtivas que o caracterizam. A facilidade com que qualquer cidadão coloca conteúdos online tem vindo a redefinir o papel dos tradicionais mediadores de conteúdos”.

Mielniczuk e Silveira (2008) definem a interatividade como uma das consequências do desenvolvimento da Internet, principalmente em se tratando da web 2.0. A internet passou a ser vista e pensada como uma plataforma, onde os indivíduos geram conteúdo, discutem, buscam informações e se relacionam. Sendo assim, o desenvolvimento da rede, no âmbito da tecnologia de ferramentas colaborativas, possibilita a ampliação da participação do público.

Para Aroso (2013) as redes sociais são uma ferramenta essencial do jornalismo participativo, permitindo a colaboração do cidadão comum em todo o processo jornalístico. E afirma: “este é um fenómeno que, não sendo novo, ganhou novos contornos com a internet e com a facilidade de acesso às ferramentas de produção, publicação, cooperação e partilha de informação”.

No entanto, a autora lembra que como no jornalismo participativo há a possibilidade de qualquer pessoa participar desse processo de produção de notícias, o que prevalece são as noções de “*gatewatching*”. Esse conceito de Axel Bruns (2005) refere-se à participação do público na seleção das informações publicadas.

4. PANDEMIA DO NOVO CORONAVÍRUS

Segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), o novo Coronavírus SARS-CoV-2, causador da doença covid-19, foi notificado pela primeira vez em dezembro de 2019 em Wuhan, na China. Ao final do mesmo mês, o governo chinês deu alerta sobre o surgimento do vírus. A primeira morte pelo vírus na China ocorreu em 11 de janeiro de 2020. Devido à fácil transmissão do vírus, a OMS declarou emergência de saúde pública internacional, medida que já havia sido tomada outras cinco vezes em decorrência de outras doenças como H1N1 em 2009, poliomielite e pelo ebola no ano de 2014, em 2016 pela microcefalia associada ao zika e em 2019, novamente, pelo ebola.

O Novo coronavírus é uma família de vírus que causam infecções respiratórias, transmitida através das partículas lançadas pela tosse, espirro, ou contato de mucosas da boca, nariz e olhos que estejam contaminados. Para evitar que mais pessoas se contaminem, as medidas de prevenção são: máscara de proteção, álcool gel, lavagem correta das mãos com a água e sabão e isolamento social.

Os casos de covid-19 foram se aumentando pelo mundo inteiro. No Brasil o primeiro caso foi confirmado em 26 de fevereiro de 2020 em São Paulo, já em 17 de março o país confirmou a primeira morte pelo vírus, e esses casos tiveram uma crescente no número de vítimas no mundo inteiro. Em pouco mais de um mês o Brasil já disparava no número de casos, atingindo 132 casos suspeitos de coronavírus em monitoramento pelo Ministério da Saúde. Segundo dados do site Painel Coronavírus, divulgados em 26/11/2020, no Brasil já são 6.204.220 casos confirmados e 171.460 óbitos.

A pandemia tomou um proporção muito grande em todos países, os casos foram aumentando, tornando o Brasil um dos países mais afetados pelo covid-19.

Segundo dados publicados em uma matéria do site UOL em abril de 2021, um estudo realizado nos Estados Unidos indica que o contágio do novo coronavírus é muito maior do que se imaginava, uma pessoa infectada pode contaminar e transmitir o vírus para 5,6 pessoas.

Segundo Carvalho (2020), após três meses do primeiro caso, o país passou a ocupar a segunda posição entre os países mais infectados do mundo em número de casos confirmados, atrás apenas dos Estados Unidos, e a quarta posição em número de óbitos pela doença, atrás dos Estados Unidos, Reino Unido e Itália.

Segundo informações da obra “Jornalismo em tempos da Pandemia do Novo Coronavírus”, esta é a mais grave definição possível em termos de doenças e contágio, pois compreende o fato de a epidemia estar estendida a níveis mundiais, sendo assim um dos maiores desafios sanitários deste século.

Desde o início da pandemia, a esperança é por dias melhores e a notícia da chegada da vacina contra o novo coronavírus era a mais aguardada por muitas pessoas. Ainda em 2020 iniciaram os estudos científicos para desenvolvimentos das vacinas. Ainda no mesmo ano, países europeus e os Estados Unidos receberam autorização para uso emergencial das primeiras vacinas.

No Brasil, a autorização veio por meio da Agência Nacional de Vigilância Sanitária no dia 17 de janeiro de 2021; neste dia, a primeira brasileira a se vacinar foi a enfermeira Mônica Calazans. Já a primeira vacina produzida em território nacional, a “ButanVac” começou a ser desenvolvida em 26 de março de 2021 pelo Instituto Butantan. Após testes iniciais em animais, os resultados permitiram que o processo pudesse prosseguir em estudos clínicos em humanos.

Em entrevista à BBC News Brasil, o presidente do instituto de pesquisa, Dimas Covas, explica como é realizado o processo de desenvolvimento da vacina. "É uma vacina produzida em ovo embrionário, mas ela se utiliza da estrutura básica de um vírus, de um vírus que infecta aves, chamado Newcastle. Esse vírus foi modificado geneticamente e ele expressa a proteína S", explicou Covas. "Só que essa proteína S é uma super proteína S. Ela desenvolve imunidade de uma forma muito mais efetiva que essas outras vacinas no mercado que usam a proteína S."

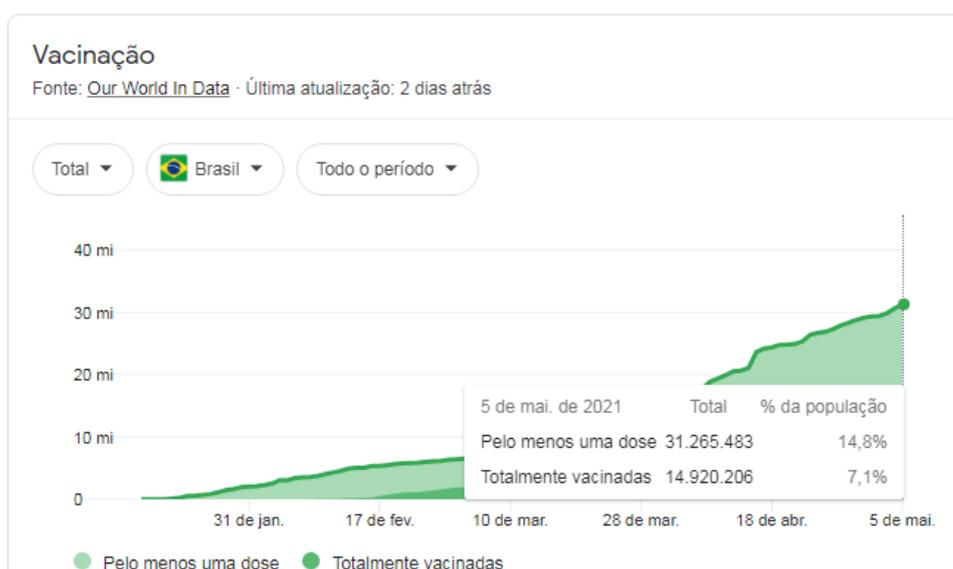
Se todo processo ocorrer bem, o Instituto promete disponibilizar 40 milhões de doses a partir de julho, atualmente o Instituto já produz outra vacina a CoronaVac é desenvolvida pelo Butantan em parceria com com o laboratório chinês Sinovac Biotech, a vacina está sendo aplicada na população brasileira assim como vacina de Oxford, a AstraZeneca, os primeiros lotes foram importados prontos para uso,além da produção local para acelerar a imunização da população.

Antes mesmo da chegada das primeiras vacinas, o Ministério da Saúde realizou um planejamento na distribuição das vacinas. A imunização é realizada em etapas, foi dividida por grupos. Na primeira fase, o foco da vacinação contra a covid-19 foi nos trabalhadores da saúde, comunidades indígenas e população idosa com mais de 75 anos, já na segunda fase, o foco permanece sendo os idosos, com idades entre 60 a 74 anos. Na terceira fase, as campanhas vão imunizar pessoas com comorbidades, como por

exemplo que tem diabete, insuficiência cardíaca entre outras, pois apresentam maior chance de complicações devido à covid-19. Por fim, na quarta fase, serão vacinados os professores, as forças de segurança e salvamento, os funcionários do sistema prisional e os presos.

A vacinação no Brasil teve início em 17 de janeiro de 2021, quando o número de óbitos pela doença já era de 210 mil. Em atualização, no gráfico abaixo, dados dos números de pessoas vacinadas no Brasil até 5 de maio de 2021.

Figura 1 - Dados de números de pessoas vacinadas no Brasil. Fonte: Our World in Data.



Segundo Castro (2021) a chegada da vacina não é garantia de que a vida volte “ao normal”. Nas palavras da autora “temos que lidar, ainda, com algumas questões incontornáveis com relação às vacinas e à vacinação contra a covid-19”. Além das questões relacionadas à produção devido a falhas do governo federal, a autora considera um problema a forma como o presidente Jair Bolsonaro lida com esse cenário, causando rivalidade com alguns governantes devido às vacinas. “Entre farpas e acusações trocadas, o presidente reforçou o discurso conspiracionista de que as vacinas produzidas pelo laboratório Sinovac, em parceria com o Instituto Butantã (SP), deveriam ser vistas com desconfiança pela população por seu desenvolvimento com uma empresa chinesa”.

Nesse sentido, esse posicionamento de uma figura pública está gerando desinformação e falsas notícias em relação às vacinas e a polarização política faz com que muitas pessoas optem por não se vacinar.

Castro analisa a postura do presidente Jair Bolsonaro:

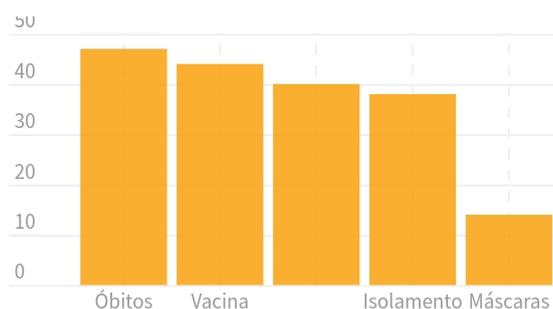
Nesse mesmo sentido, vem propagando rumores absurdos de que vacinas de RNA podem alterar o código genético de humanos. Por fim, e não menos importante, o presidente tem enfraquecido e deslocado o debate público sobre acesso às vacinas, afirmando que, em seu governo, as vacinas serão tratadas como uma questão de escolha individual. Se a ausência de políticas de combate ao avanço da pandemia, o negacionismo científico e o reforço de teses conspiratórias marcaram os contornos da pandemia no Brasil, assim também tem ocorrido com relação às vacinas. (CASTRO, 2021, ONLINE)

As vacinas estão relacionadas em segundo lugar em assuntos de desinformação em torno do covid-19 como mostra o gráfico abaixo, checado pelo site Aos Fatos.

Figura 2 - Gráfico com os cinco assuntos de desinformação em torno da covid-19

A desinformação em torno da Covid-19

Cinco assuntos mais abordados pelas peças checadas



Fonte: Aos Fatos



4.1. IMPACTOS DA PANDEMIA NO JORNALISMO

Segundo dados presentes na obra “Efeitos da Pandemia sobre o Jornalismo” produzida pelo *Media Talks by J & Cia*, algumas indústrias sofrerão por mais tempo os efeitos da pandemia e o jornalismo é uma delas.

Para os autores da série desenvolvida pelo *Media Talks by J & Cia*, uma das convicções é a de que o novo coronavírus acelerou mudanças já em curso no setor de mídia, diferentemente de outras indústrias surpreendidas pela crise. E ainda comentam sobre alguns dos efeitos da pandemia no jornalismo como a diminuição de jornalistas nas redações, eliminação de publicações, impôs obstáculos à liberdade de imprensa e

cobrou celeridade na adaptação dos modelos de negócio. Acelerou mudanças que já estavam em marcha, como a digitalização, a migração das receitas publicitárias para as plataformas digitais e a competição por audiência com as redes sociais.

Na evolução, vencerão os que se adaptarem mais rapidamente a esses tempos difíceis, mas também recompensadores para o jornalismo de qualidade.

Segundo os autores, a crise veio lembrar a todos da importância crucial do jornalismo, seja ele praticado por grandes organizações tradicionais, novos veículos independentes, jornalistas cidadãos e profissionais freelancers. Dessa forma, o papel do jornalismo é de extrema importância, ainda mais diante desse cenário de desinformação em relação à pandemia, há muitas notícias falsas em que os profissionais jornalistas trabalham para esclarecer e trazer a verdade, muitas inverdades em relação à vacina para covid-19, sobre medicamentos utilizados para prevenção, *fake news* em que grande parte da população desinformada ainda acredita.

Eles ainda afirmam que acreditam firmemente que existe uma oportunidade real de fortalecer e proteger o jornalismo de qualidade usando esse tremendo capital de reputação proporcionado pela covid-19.

Segundo a reportagem do *MediaTalks* houve um consumo notável de notícias, na medida que o vírus se aproximava em cada país. “Quando a Itália era o epicentro da epidemia no mundo, 93% das pessoas no país informaram-se sobre a situação pelo uma vez ao dia, dois em cada três buscavam atualizações várias vezes ao dia”.

O Brasil é um dos países que mais utilizam o WhatsApp. Segundo uma pesquisa de 2020², 99% dos celulares do país possuem o aplicativo. Já um levantamento³ da Câmara dos Deputados e do Senado Federal realizado em 2019 demonstrou que o WhatsApp é a principal fonte de informações dos brasileiros. Com tanta gente compartilhando e consumindo notícias pelo aplicativo, cresce a preocupação com o compartilhamento de notícias falsas, também chamadas de *Fake news*. Por isso, trataremos no próximo capítulo sobre este problema, cada vez mais comum em todo o mundo e que traz desafios para o jornalismo profissional.

² R7. “WhatsApp está instalado em 99% dos celulares no Brasil”. Disponível em: <<https://noticias.r7.com/tecnologia-e-ciencia/whatsapp-esta-instalado-em-99-dos-celulares-no-brasil-02032020>>

³ Correio Braziliense. “WhatsApp é a principal fonte de informação dos brasileiros, indica pesquisa”. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/tecnologia/2019/12/10/interna_tecnologia,812946/whatsapp-e-a-principal-fonte-de-informacao-dos-brasileiros-indica-pes.shtml>

5. FAKE NEWS

O termo *fake news* traduzido significa “notícias falsas”. São conteúdos produzidos e distribuídos em meios de comunicação, seja no jornal impresso, televisão ou mídias sociais com intenção de enganar o leitor/telespectador, geralmente em busca de ganhos financeiros ou políticos. Na maioria são redigidas de maneira exagerada, com informações erradas e com títulos chamativos, para incentivar o leitor a acessar o material. No contexto de uma crescente polarização política, as mídias sociais tornaram-se um meio propício na disseminação de *fake news*.

Patatt e Rocha (2020) revelam que “o termo *fake news* está cada vez mais popular, embora a tradução seja “notícias falsas”, mas as interpretações quanto a este fenômeno são cada vez mais amplas, com efeitos sociais bastante profundos, bem além da possível obviedade das palavras”

O autor Luis Felipe Miguel (2019) afirma que a mudança no ambiente informacional é um dos fatores que compõem a crise da democracia. “Com a presença cada vez mais importante de notícias falsas, disseminadas por sistemas alternativos de comunicação, que fortalecem o sentimento de pertencimento a grupos políticos rivais e solapam a possibilidade de um diálogo abrangente.”

Segundo Miguel (2019) no Brasil a preocupação com as *fake news* iniciaram a partir das manifestações de junho de 2013, passando pela tumultuada eleição presidencial de 2014, pois desde então ocorreu uma ampliação da polarização política, pela preparação e deflagração do golpe de 2016 e, enfim, pela vitória do candidato da extrema-direita, Jair Bolsonaro, na eleição presidencial de 2018. O autor relembra como foi a candidatura do político. “Bolsonaro, cuja candidatura foi alicerçada no uso deliberado de mentiras veiculadas por mídias sociais (em especial WhatsApp e Youtube) e que recusou qualquer tipo de debate ao longo da campanha, transformou-se no emblema local de uma nova era, na qual o jornalismo profissional é marginalizado e o líder político se relaciona de forma imediata com uma multidão não mais de cidadãos, mas de “seguidores”, usando um discurso que não é desafiado por qualquer checagem factual, muito menos por discursos opostos – tal como Donald Trump, que é uma inspiração óbvia para a estratégia política que adotou”.

O autor ainda acrescenta: "A polarização leva à redução da possibilidade de debate entre grupos políticos concorrentes e, por isso, é um componente presente na definição de *fake news*."

Para o historiador americano Robert Darnton, as notícias falsas sempre existiram, ele relembra um caso de notícia falsa já no século 6. “Procópio foi um historiador bizantino do século 6 famoso por escrever a história do império Justiniano. Mas ele também escreveu um texto secreto, chamado “Anekdotá”, e ali espalhou “*fake news*”, arruinando completamente a reputação do imperador Justiniano e de outros. Era bem similar ao que aconteceu na campanha eleitoral americana.

Segundo Motter e Cruber (2020), as notícias falsas existem há muito tempo, mas as manipuladas e difundidas com influência política são as mais recentes. As autoras comentam que a expansão da internet, principalmente as redes sociais, as *fake news* são disseminadas com uma velocidade maior tomando uma proporção mundial.

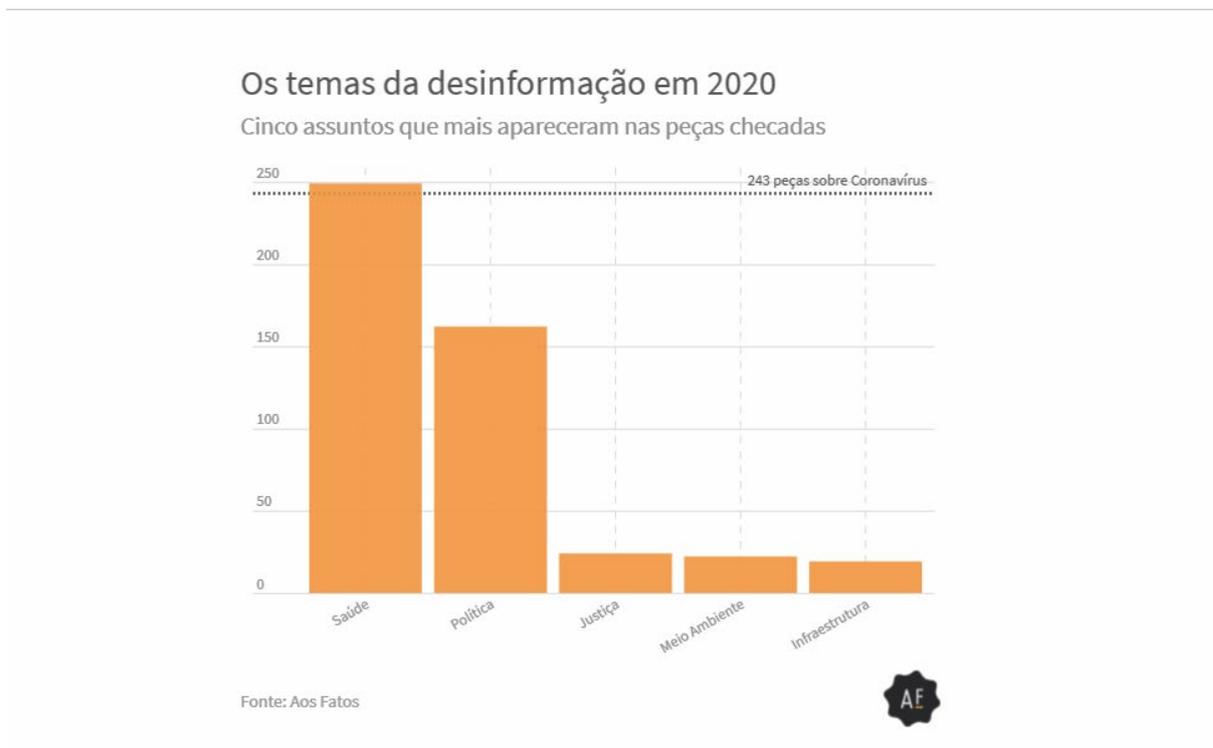
5.1. O DESAFIO DO JORNALISMO NO COMBATE ÀS *FAKE NEWS* RELACIONADAS AO NOVO CORONAVÍRUS

A pandemia está sendo um desafio para todas as áreas e no jornalismo não é diferente, pois nesse cenário há um trabalho árduo no combate às *fake news*. Para os autores Bounegru, Gray, Venturini e Mauri (2017) não é possível compreender o significado das *fake news* fora do ambiente online e digital: “As notícias falsas podem ser consideradas não apenas em termos da forma ou conteúdo da mensagem, mas também em termos de infraestruturas mediadoras, plataformas e culturas participativas que facilitam a sua circulação”.

Segundo dados do site Aos Fatos em parceria do Facebook divulgado em 2020, o tema saúde em especial a pandemia estava em destaque entre os outros assuntos relacionados à desinformação. Das 517 checagens publicadas, 249 (48,2%) abordaram o tema, sendo 243 sobre covid-19 como mostra o gráfico abaixo.⁴

⁴Aos Fatos. Desinformações sobre mortalidade e vacina contra covid 19
<https://www.aosfatos.org/noticias/desinformacoes-sobre-mortalidade-e-vacina-contra-covid-19-foram-as-mais-populares-em-2020/>

Figura 3 - Gráfico dos cinco temas da desinformação de 2020 verificados pelo “Aos Fatos”



De acordo com a União Internacional de Telecomunicações (UIT), 51% da população mundial esteve conectada à rede mundial de computadores em 2019, o equivalente a 4,1 bilhões de pessoas (Global ICT *Developments*, 2019). Em termos probabilísticos estamos mais suscetíveis às *Fake news* e estas são capazes de grandes feitos – um negócio milionário, conforme destaca Azevedo (2018).

As *fake news* tomam uma proporção ainda maior em período de política, um estudo realizado pela Universidade de Oxford no Reino Unido revela que houve um aumento no número de nações que usaram informações falsas para se promover. Em 2019, foram 70 países que fizeram uso inapropriado de campanhas políticas de desinformação para desacreditar a oposição. Em comparação ao ano de 2017, que eram apenas 28, houve um crescimento de 150%.

Frias Filho (2018) considera que uma educação básica de qualidade estimula o discernimento nas escolhas de leituras e na forma de absorvê-las. Além disso, o autor acredita que “a imprensa profissional tenha uma grande responsabilidade neste aspecto, devendo utilizar critérios cada vez mais rigorosos para apurar e publicar notícias.”

5.2. APURAÇÃO JORNALÍSTICA

A apuração jornalística é um passo muito importante no processo jornalístico, inicia-se com a reunião de pauta, é nesse momento que o tema é definido, pelo grau de importância e relevância social, são apresentadas as informações iniciais sobre a matéria a ser desenvolvida, possíveis fontes para entrevista e outros elementos essenciais para uma produção bem elaborada.

Alsina (2009) afirma que o jornalista não deve deixar para o público margens de dúvidas. Segundo o autor, é papel do jornalista apurar cada contradição entre as fontes, até que reste apenas um relato em que se possa confiar.

Bahia (1990), comenta que a apuração é tão importante para notícia, quanto a notícia é para o jornalismo. Nessa fase, alguns pontos essenciais são expostos como: tema, data e hora, fontes e possíveis locais de entrevistas, duração e local de divulgação, entre outros elementos necessários para seguir no processo de apuração em campo, onde será desenvolvido o *lead* que corresponde às perguntas: O quê? Quem? Onde? Quando? Como? Por quê?) essas perguntas estarão em matéria de acordo com grau de importância. Por tanto toda a matéria antes de ser publicada passa por esse processo jornalístico para que o trabalho final seja de qualidade e veracidade, elementos como esses não são encontrados em uma *fake news*, por isso é preciso o leitor estar atento antes do compartilhamento de uma notícia.

Muitas dessas notícias falsas são compartilhadas por falta de conhecimento, desinformação e até mesmo pelas pessoas não saberem como checar a veracidade da notícia antes de repassar. Segundo a pesquisa⁵ realizada em 2018 pelo Instituto de Tecnologia de Massachusetts revela que as notícias falsas são 70% mais compartilhadas que as notícias verdadeiras. Com a pandemia, essas *fake news* aumentaram ainda mais, de acordo com dados de um estudo realizado pela Avvaz⁶ em 2020, nove em cada dez brasileiros entrevistados no país viram pelo menos uma informação falsa sobre a doença, e sete em cada dez brasileiros entrevistados acreditaram em, ao menos, um conteúdo desinformativo sobre a pandemia. Dessa forma o profissional teve que encontrar caminhos que pudessem minimizar esse problema.

⁵ Estadão. Disponível em: <<https://ciencia.estadao.com.br/noticias/geral/fake-news-se-espalham-70-mais-rapido-que-as-noticias-verdadeiras-diz-novo-estudo,70002219357>>.

⁶ Avvaz. Disponível em: <https://secure.avvaz.org/campaign/po/brasil_infodemia_coronavirus/>.

5.3. OPORTUNIDADES PARA O JORNALISMO DIANTE DAS *FAKE NEWS*

Diante do atual cenário de proliferação de *fake news* nas redes sociais, a alternativa encontrada pelo jornalismo profissional e órgãos de saúde é a de esclarecer cada vez mais notícias falsas de maneira que possam combater a sua proliferação, pois com o aumento da tecnologia os conteúdos circulam na internet numa velocidade muito maior. Quando uma pessoa não compreende algo, muitas vezes acaba por compartilhar *fake news* e em alguns casos sem mesmo saber que se trata de uma inverdade.

Com isso, órgãos da saúde e meios de comunicação passaram a disponibilizar ainda mais meios para esclarecimento da sociedade. O Ministério da Saúde brasileiro desenvolveu uma campanha que recolhe dúvidas por meio de redes sociais e verifica com médicos e cientistas as informações, esclarecendo boatos falsos.

Segundo o Portal Imprensa⁷, o problema das notícias falsas abre uma oportunidade para que o jornalismo de qualidade se destaque e para que empresas jornalísticas reforcem e ampliem a confiabilidade em suas marcas. O autor ainda comenta que a checagem de fatos de forma transparente e desmentidos de *fake news* são importantes no esforço das redações de reconquistar e manter a confiança do usuário.

Nos últimos anos foram lançadas no mundo inteiro iniciativas por empresas jornalísticas e de tecnologia, além de organizações independentes. Algumas delas foram criadas com o objetivo específico de lidar com eleições, enquanto outras têm uma atuação mais abrangente. Alguns exemplos:

BuzzFeed embarcou numa iniciativa de peso para identificar e desmentir *fake news* e desinformação, além de buscar chamar atenção para o tamanho do problema. A cobertura inclui reportagens sobre sites que permitem a criação de notícias falsas e campanhas de desinformação durante as eleições no Reino Unido.

Les Décodeurs, do jornal francês Le Monde, busca desenvolver ferramentas para automatizar a detecção de notícias falsas. Segundo um artigo no Digiday, “o plano é desenvolver um banco de dados para expor boatos que também incorpore informações sobre quais são os sites de *fake news* e quais são confiáveis, acessados através de extensões para navegadores como Google Chrome e Firefox”.

⁷ Portal Imprensa. Como a ‘*fake news*’ vai salvar o jornalismo. Disponível em: <<https://portalimprensa.com.br/imprensa+educa/conteudo/82109/como+a+fake+news+vai+salvar+o+jornalismo>>. Acesso em: 3 jul. 2021.

Alguns veículos de comunicação, como Portal G1 da Globo e Jornal Estado de São Paulo, encontraram nas *fake news* uma oportunidade de ter uma maior confiabilidade do público ao esclarecer os fatos duvidosos, desmentindo as notícias falsas que surgem nas redes sociais. Essa é uma maneira de impedir que essa falsa notícia circule por mais tempo.

Um exemplo é o “Fato ou Fake”, serviço de monitoramento e checagem de conteúdos duvidosos do G1, que esclarece o que é falso ou verdadeiro em mensagens disseminadas pela internet.

Figura 4 - Imagem do site Fato ou Fake do G1



O Fato ou Fake do G1 explica boatos em vídeos curtos e esclarece o porquê de ser falso, como na imagem a seguir:

Figura 5 - Vídeos do site Fato ou Fake, do G1

→ ↻ 🔒 g1.globo.com/fato-ou-fake/

É #FAKE que bichos podem ser vistos se movendo ao colocar máscaras novas no vapor d'água

Há 6 horas — Em G1 Fato ou Fake

É #FAKE que bichos podem ser vistos se movendo ao colocar máscaras de proteção novas sobre o vapor d'água

Vídeo viral que faz experimento com vapor espalha versão de que seres vivos estão presentes nos equipamentos sem uso e entram no corpo. Especialistas refutam imagens. A pedido do G1, equipe do Instituto de Pesquisas Tecnológicas fez experiência em laboratório e diz que o que aparece são fibras de tecido.

Há 8 horas — Em CoronaVírus

Já o *Estadão Verifica* é o núcleo de checagem de fatos do Jornal O Estado de São Paulo. O jornal utiliza da página no Facebook e o seu próprio site para esclarecer fatos de desinformação sobre o novo coronavírus, como pode ser visto nas imagens a seguir:

Figura 6 - Publicação do Estadão Verifica

facebook.com/estadao/posts/5388614494486902

Estadão
22 de abril · 🌐

#ESTADÃO VERIFICA: Lista que circula no WhatsApp e nas redes sociais tem cidades que registraram sim óbitos causados pelo coronavírus em março

Já são 52 cidades com zero casos de morte por vírus chinês, graças a Ivermectina e Hidroxicloroquina no tratamento precoce. #AxelGrael queremos tratamento precoce nos postos de saúde!

Cidades onde o Tratamento Precoce está sendo disponibilizado:
"01) Porto Seguro (BA);

5:18 PM - 5 de abr de 2021 - Twitter for iPhone

97 Retweets · 9 Tweets com comentário · 170 Curtidas

ESTADÃO VERIFICA

POLITICA.ESTADAO.COM.BR

É falso que 52 municípios tenham zerado mortes por covid-19 ao adotarem 'tratamento precoce'

👍👎👏 2,3 mil · 766 comentários · 1 mil compartilhamentos

Figura 7 - Página na web do Estadão Verifica

ESTADÃO

Política

PUBLICIDADE
broadcast política

Estadão Verifica
18 de maio de 2020 | 16h46

POLITICA | f t ...

Veja todas as checagens sobre coronavírus publicadas pelo Estadão Verifica

Confira os boatos sobre a covid-19 que circulam nas redes sociais e no WhatsApp

Alessandra Monnerat
17 de março de 2020 | 19h07

de checagem, mas analisamos os boatos enviados com maior frequência.

IFCN @Poynter

SIGNATORY

ESTADÃO VERIFICA

INTERNATIONAL FACT-CHECKING NETWORK

Desde janeiro de 2019, o *Estadão Verifica* é **signatário** do código de princípios estabelecidos pela **International Fact Checking Network (IFCN)**. Isso significa que trabalhamos respeitando os seguintes compromissos: apartidarismo e imparcialidade; transparência em relação a fontes, financiamento e metodologia; e

5.4. COMO IDENTIFICAR *FAKE NEWS*

No Brasil, devido ao crescimento de notícias falsas, um guia foi criado pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil em 14 de agosto de 2018, disponibilizado de forma gratuita na internet. A ferramenta auxilia o leitor a identificar *fake news*. Quando lançado, tinha como foco o processo eleitoral com o intuito de combater a desinformação e a disseminação de notícias falsas. O guia, denominado como “Internet, Democracia e Eleições”, apresenta algumas dicas que ajudam a identificar e clicar em informações encontradas na internet. As orientações do guia são:

1. Desconfie de títulos bombásticos
2. Pense antes de clicar;
3. Verifique as fontes
4. Duvide de informações compartilhadas sem referências
5. Na dúvida, não compartilhe;
6. Não se cale.

As *fake news* possuem características próprias, o que pode ajudar o leitor na hora de identificá-las. Elas são caracterizadas por: serem sensacionalistas, apelo pelo compartilhamento, distorção da data do ocorrido, fontes não confiáveis, links suspeitos e os títulos são chamativos. E engana-se quem acha que as *fake news* são feitas só em formato de texto: elas podem ser disseminadas também por fotografias e vídeos.

Motter e Cruber (2020) listam os tipos de informações falsas:

- ***Junk news***: termo usado para designar informações de baixa qualidade, sem interesse público e com teor sensacionalista.
- **Desinformação**: produção e difusão proposital de informações falsas, com uma intenção por trás da ação deliberada.
- ***Misinformation***: difusão de notícias falsas por engano ou ingenuidade sem a intenção de causar desinformação.
- **Sátira ou paródia**: trabalho crítico sobre algo ou alguém por meio da ironia, da ridicularização. A sátira se faz desde a antiguidade e, geralmente, tem elementos que deixam clara a sua intenção de exagerar ou inventar fatos, embora muita gente não consiga identificar esses elementos.
- **Hoax**: informação falsa, fabricada, que tenta usar técnicas para encobrir a falsidade e se passar por verdade, como, por exemplo, as montagens

fotográficas. Ao contrário da desinformação, o *hoax* geralmente não tem intenção de influência ou manipulação política. Um exemplo de aplicação *hoax* são as brincadeiras de 1º de abril.

- **Deepfake:** é uma técnica de síntese de imagens ou sons humanos baseado em inteligência artificial. É usada para combinar uma fala e um som existente. As *deepfakes* são usadas para fazer montagens com famosos e políticos, substituindo rostos e vozes e vídeos realistas.

O guia Internet, Democracia e Eleições afirma: “Existem várias formas de checar informações por meio de técnicas empregadas pelo jornalismo há muitos anos. A principal é buscar dados oficiais ou as pessoas ou instituições diretamente envolvidas nos fatos para que possam relatá-los ou comprová-los”.

Outro meio de checagem de informações, de forma rápida e de confiança são as agências jornalísticas especializadas na checagem de informações. Já existem várias delas atuando no Brasil, como a Agência Lupa e a Aos Fatos, consideradas pioneiras no ramo.

A agência Lupa atua no mercado desde 2015, realizando checagens para diferentes veículos de comunicação interessados na veracidade de determinadas notícias. A metodologia utilizada pela agência é a de analisar diariamente o que é dito por políticos, celebridades e líderes sociais em meios de comunicação e a partir disso selecionar as frases que se encaixem nos critérios de relevância para realizar as checagens. Como exemplo: assuntos que tenham ganhado destaque na internet ou imprensa recentemente ou assuntos de interesse público.

Aos Fatos analisa declarações de políticos e autoridades para descobrir se há veracidade no que dizem. A escolha dessas declarações também se dá por meio de critérios que tratem de temas de relevância social. Essas análises são feitas por um repórter e um editor que as classificam por: verdadeira, exagerada, imprecisa, insustentável ou falsa.

Caroline e Rocha comentam que a esta questão específica da imprensa é possível acrescentar uma medida que ganha espaço nos portais de notícias: as áreas destinadas à checagem de fatos – *fact-checking*, outra expressão em inglês que se popularizou no meio jornalístico.

Segundo Prado e Morais (2018), o trabalho de *fact-checking*, consiste em “selecionar uma frase exatamente como ela foi dita por alguém que tenha algum

impacto ou relevância na sociedade e atestar seu grau de veracidade, normalmente com dados de bancos de dados oficiais e especialistas”.

6. METODOLOGIA

A presente pesquisa tem como tema as *fake news* em tempos de pandemia. A delimitação está em compreender a reação dos jornais frente à disseminação de *fake news* sobre o novo coronavírus nas redes sociais. O problema da pesquisa está em compreender como o jornal Diário de Santa Maria lida com as *fake news* relacionadas à pandemia do novo coronavírus nos comentários de suas redes sociais. O objetivo geral é compreender como o jornal Diário de Santa Maria trata as *fake news* na temática "pandemia do novo coronavírus" na seção de comentários da sua página do Facebook.

Esta é uma pesquisa de abordagem qualitativa e utiliza o estudo de caso (a página de Facebook do jornal Diário de Santa Maria) e a análise de conteúdo como metodologia. Por se tratar de coleta de dados por observação seguida de análise de conteúdo, a pesquisa é do tipo descritivo. De acordo com Gil (2008), as pesquisas deste tipo têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis. O autor comenta que são inúmeros os estudos que podem ser classificados sob este título e uma de suas características mais significativas está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados. São incluídas neste grupo as pesquisas que têm por objetivo levantar as opiniões, atitudes e crenças de uma população.

Para a coleta de dados, foi utilizada a técnica de observação. De acordo com Gil (2008), a observação constitui elemento fundamental para a pesquisa, pois além de ser aplicada na formulação do problema, passando pela construção de hipóteses, coleta, análise e interpretação dos dados, essa técnica desempenha papel imprescindível no processo de pesquisa. Entretanto, é na fase de coleta de dados que o seu papel se torna mais evidente.

A observação é sempre utilizada nessa etapa, conjugada a outras técnicas ou usada de forma exclusiva. Por ser utilizada, exclusivamente, para a obtenção de dados em muitas pesquisas, e por estar presente também em outros momentos da pesquisa, a observação chega mesmo a ser considerada como método de investigação.

Utilizou-se também o modelo de estudo de caso que, de acordo com Yin (2005) citado por Gil, 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.

O estudo de caso vem sendo utilizado com frequência cada vez maior pelos pesquisadores sociais, visto servir a pesquisas com diferentes propósitos, entre eles o ato de descrever a situação do contexto em que está sendo feita determinada investigação.

O processo metodológico foi organizado em etapas. O primeiro passo foi uma pesquisa por *fake news* bastante comuns na internet com a temática “pandemia do novo coronavírus”. As buscas foram feitas em sites de *fact-checking* como Fato ou Fake, Aos Fatos, Agência Lupa, por se tratarem de meios jornalísticos que tem como objetivo desmentir *fake news*. Em seguida, foram pesquisadas, selecionadas e listadas doze das principais *fake news* encontradas e classificadas como recorrentes sobre o novo coronavírus (Quadro 1). Dessa forma, essas buscas nestes sites de verificação de notícias serviram como ponto de partida no momento de análise do objeto de pesquisa.

Quadro 1 - Lista de *fake news* recorrentes sobre a pandemia do novo coronavírus

<p>1) Remédios do kit Covid usados no tratamento para prevenção do covid-19⁸</p> <p>Ivermectina e Hidroxicloroquina usados para tratamentos de outras doenças como tratamento de lombriga, piolhos, artrite reumática e malária vêm sendo utilizados por pessoas como medicamentos que previnem contra o covid-19. O presidente Jair Bolsonaro é uma das pessoas que defende esse “kit covid”. Porém não há nada comprovado sobre a eficácia desses medicamentos para essa finalidade, pelo contrário, há indícios que o uso exagerado de ivermectina causa lesões graves no fígado levando em alguns casos a necessidade de transplante.</p>
<p>2) O novo coronavírus veio do morcego⁹</p> <p>Apesar dessa informação circular nas mídias sociais, não há nenhuma comprovação científica de que o vírus tenha vindo de animais. Segundo a OMS, investigações sobre a causa do coronavírus ainda estão em andamento.</p>
<p>3) Vacina contra covid-19 pode colocar um microchip no corpo¹⁰</p> <p>A mensagem circula no <i>WhatsApp</i> de que a pessoa imunizada pode ter um microchip inserido no corpo para colher a identidade biométrica. Porém não há nem nunca teve nenhuma vacina com microchip.</p>

⁸https://www.em.com.br/app/noticia/internacional/bbc/2021/03/23/interna_internacional,1249528/corona-virus-chefes-de-utis-ligam-8216-kit-covid-8217-a-maior-risco-de.shtml

⁹ <https://oglobo.globo.com/sociedade/coronavirus/oms-diz-que-covid-19-veio-de-morcego-mas-ainda-nao-sabe-qual-animal-transmitiu-aos-humanos-24416897>

¹⁰ <https://ndmais.com.br/saude/conheca-as-fake-news-sobre-covid-19-que-mais-preocupam-a-comunidade-medica/>

4) Termômetros infravermelhos causam doenças no cérebro¹¹

A mensagem que circula nas redes sociais de que os termômetros infravermelhos podem causar doenças no cérebro de usuários já foi desmentida pela Anvisa, que afirma que muitas vezes a temperatura é medida no pulso o local correto é na cabeça.

5) Vitamina C e água quente com limão como prevenção contra o novo coronavírus¹²

Essa *fake news* trata-se de um texto compartilhado nas redes sociais escrito e assinado por uma estudante de medicina chamada Laila Ahmadi, no qual ela recomenda o uso de vitamina C e água morna com limão como prevenção ao covid-19. O texto foi publicado no Facebook no dia 04 de março de 2020 e já havia sido compartilhado por 1,5 mil pessoas. O Ministério Saúde alerta que o uso excessivo de vitamina c, assim como qualquer outro medicamento pode causar danos à saúde.

6) Fake news sobre o uso de máscaras¹³

A falsa informação relacionada ao uso de máscaras trata-se de um vídeo que circula nas redes sociais em que um homem que se apresenta como médico em Belo Horizonte, afirma que a máscara de proteção usada contra coronavírus aumenta a taxa de CO₂ no cérebro, eleva o risco de trombose e altera a flora da boca e do intestino. A informação foi classificada como fake pelo G1, o site analisa informações e as classifica como fato ou fake em busca esclarecer falsas notícias que circulam nas redes sociais.

7) Caixões vazios estariam sendo enterrados vazios no Amazonas¹⁴

Uma postagem no Facebook em que questionava o número de mortes pelo covid-19 no Brasil, sugerindo que alguém-governantes, cientistas, imprensa- estaria exagerando na gravidade da pandemia, para “causar pânico na população”. A postagem estava acompanhada de uma imagem com caixões vazios, essa publicação foi compartilhada 800 mil vezes no facebook.

8) Vacina contra covid-19 pode causar danos irreversíveis ao DNA humano¹⁵

O texto enganoso escrito pelo advogado e ativista Robert F. Kennedy, em circulação no WhatsApp, diz que a vacina contra covid-19 pode causar danos ao DNA humano. Segundo Aos Fatos, Especialistas explicaram que o genoma manipulado nesses casos é o do vírus, não o humano, e que essas imunizações apenas ajudam o sistema imunológico a reconhecer e combater as infecções causadas por esse vírus.

9) Fake news sobre o uso vinagre para prevenção do coronavírus¹⁶

¹¹ <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/coronavirus/noticia/2020/08/17/e-fake-que-termometro-infravermelho-cause-dano-a-glandula-pineal.ghtml>

¹² <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2020/03/04/verificamos-vitamina-coronavirus/>

¹³ <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/coronavirus/noticia/2020/11/03/e-fake-que-uso-de-mascara-aumenta-taxa-de-co2-no-cerebro-e-risco-de-trombose-e-altera-flora-da-boca-e-do-intestino.ghtml>

¹⁴ <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2020/04/23/verificamos-caixoes-vazios-amazonas/>

¹⁵ <https://www.aosfatos.org/noticias/nao-e-verdade-que-vacina-contra-covid-19-cause-dano-irreversivel-ao-dna-humano/>

Em um vídeo que circula nas redes sociais, um homem que se apresenta como Jorge Gustavo, "químico autodidata" faz afirmações enganosas que a melhor maneira de se prevenir contra o novo coronavírus é limpar as mãos com vinagres, pois é mais eficaz que o álcool gel que não tem ação antisséptica e desinfetante. Aos fatos, realizar a checagem do fato afirma. "Não há evidências de que limpar as mãos com vinagre seja indicado na prevenção ao novo coronavírus. Especialistas alertam, inclusive, que o uso do produto por causar queimaduras na pele e sua concentração alcoólica é inferior à necessária para deter vírus e bactérias."

10) O vírus causador da covid-19 foi criado em laboratório¹⁷

É comum o aparecimento de diversas teorias para tentar explicar a origem de uma nova pandemia. Com a pandemia do novo coronavírus não foi diferente. Uma destas afirma que o vírus causador da covid-19 foi criado em laboratório.

11) Fake news afirma que prefeituras e médicos que diagnosticam casos de covid-19 ou atestam óbitos pela doença recebem dinheiro por cada paciente¹⁸

Circula nas redes sociais um vídeo em que um homem diz que "para cada diagnóstico de Covid, a prefeitura embolsa R \$8 mil do governo federal, R \$1 mil para o médico que dá o diagnóstico". E para cada óbito, afirma, a prefeitura recebe R \$18 mil.

12) Novo coronavírus não resiste ao calor e altas temperaturas¹⁹

Circula pelas redes sociais uma mensagem que diz que o novo coronavírus não resiste ao calor e que "temperaturas de 26°C ou 27°C já matam o dito cujo". O Ministério da Saúde também classifica a mensagem como "falsa" e reitera que não é possível afirmar que o vírus morre a uma temperatura de 26°C ou 27°C "uma vez que no corpo humano o vírus tolera uma temperatura de pelo menos 36°C". O órgão pede que ela não seja compartilhada.

Após a compilação de doze das principais *fake news* sobre a pandemia do novo coronavírus, o próximo passo foi realizar coletas de postagens na página do Facebook do jornal Diário de Santa Maria, objeto de pesquisa. Para restringir as pesquisas, as buscas foram feitas pelas principais palavras-chave relacionadas à temática: coronavírus, vacina, pandemia.

¹⁶ <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2020/02/28/e-fake-mensagem-em-video-que-diz-que-alcool-gel-nao-funciona-como-forma-de-prevencao-contra-o-coronavirus.ghtml>

¹⁷ <https://www.sanarmed.com/fake-news-covid-19-foi-criado-em-laboratorio>

¹⁸ <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/coronavirus/noticia/2021/04/15/e-fake-que-prefeituras-e-medicos-que-diagnosticam-casos-de-covid-19-ou-atestam-obitos-pela-doenca-recebem-dinheiro-a-mais-por-cada-paciente.ghtml>

¹⁹ <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2020/03/18/e-fake-que-novo-coronavirus-nao-resiste-ao-calor-e-a-temperatura-de-26oc-ou-27oc.ghtml>

Além das palavras-chaves, também foram utilizados filtros temporais: foram selecionados os anos de 2020 e 2021, mas não foi possível filtrar por mês, dessa forma os meses analisados foram os limitados pela página.

Para cada palavra-chave foram encontradas em média 50 postagens, totalizando 150. As pesquisas foram feitas até onde a página do jornal permitiu. Após a lista de resultados de busca, foram analisados os títulos das matérias nas postagens, para se observar se realmente eram sobre a temática da pesquisa, pois havia outras postagens na categoria “pandemia”, mas que não se encaixavam para a presente pesquisa.

Foram analisadas em média 130 postagens e lidos comentários de leitores em cada postagem, para identificar se haviam notícias falsas. As *fake news* encontradas foram comparadas com a lista inicialmente apurada de *fake news* “recorrentes” sobre a pandemia (Quadro 1). Desta lista, foram encontradas quatro *fake news* que se repetiram nos comentários de leitores.

Em seguida, foram selecionadas as publicações que continham comentários com *fake news* de leitores. Foram realizadas reproduções das publicações e também dos comentários em cada publicação.

Na fase de análise, foi feita uma descrição de cada comentário com *fake news*. Para isso, foi analisado o conteúdo do comentário, confrontado este conteúdo com a lista das 12 *fake news* previamente elencadas, definida uma categoria de *fake news* que aquele comentário se encaixa, uma explicação do porquê que aquele comentário pode ser considerado uma *fake news*, e finalmente foi observado e descrito se o comentário com *fake news* teve algum tipo de reação do jornal Diário de Santa Maria.

Por fim, foi feita uma reflexão sobre como o jornal Diário de Santa Maria reage frente às *fake news* compartilhadas pelos leitores, buscando-se compreender se o jornal explora esta oportunidade para se fazer jornalismo.

7. COLETA E ANÁLISE DOS DADOS

Para a descrição dos dados coletados e da análise, serão mostradas as reproduções das postagens do Diário de Santa Maria e, para cada postagem, serão mostradas as reproduções dos comentários com *fake news* naquela postagem. Após cada comentário, será mostrada uma tabela com a descrição do respectivo comentário e a análise que cabe naquele contexto.

7.1. POSTAGEM 1

Título: Santa Maria ultrapassa marca de 11 mil casos de coronavírus.

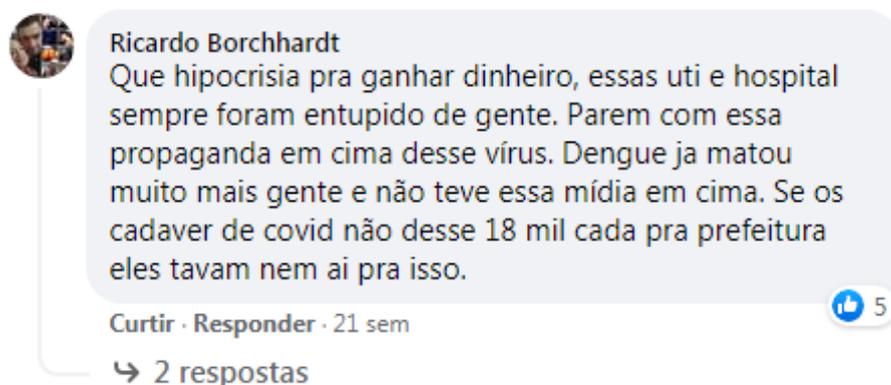
Data: 21 de dezembro de 2020.

Figura 8 - Reprodução da postagem 1



7.1.1. Comentário 1 da postagem 1

Figura 9 - Reprodução do comentário 1 da postagem 1

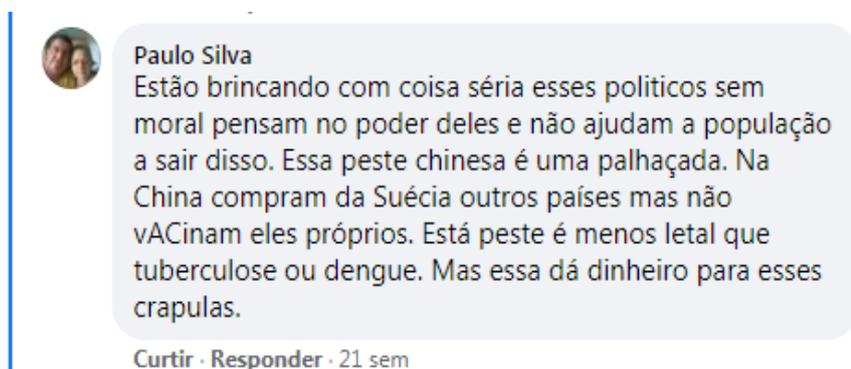


Quadro 2 - Análise do comentário 1 da postagem 1

CATEGORIA	<i>FAKE NEWS</i>	POR QUE É <i>FAKE NEWS</i> ?	REAÇÃO DO JORNAL DSM
Manipulação política	<i>Fake news</i> de que prefeituras recebem dinheiro com as mortes por Covid	O Ministério da Saúde esclarece que "a distribuição de recursos financeiros destinados ao enfrentamento da covid-19 obedece a uma série de critérios, não sendo por registro de mortes ou por caso diagnosticado pelo estado ou município".	Nenhuma reação

7.1.2. Comentário 2 da postagem 1

Figura 10 - Reprodução do comentário 2 da postagem 1

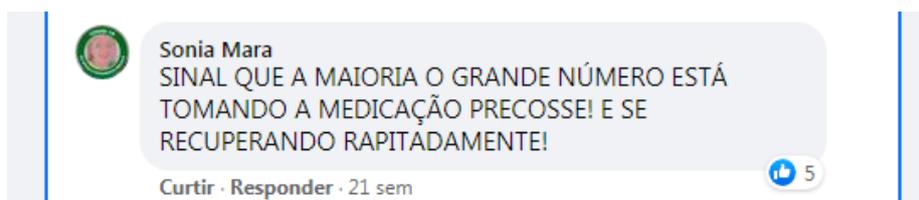


Quadro 3 - Análise do comentário 2 da postagem 1

CATEGORIA	<i>FAKE NEWS</i>	POR QUE É <i>FAKE NEWS</i> ?	REAÇÃO DO JORNAL DSM
Manipulação política	<i>Fake news</i> de que prefeituras recebem dinheiro com as mortes por Covid	O Ministério da Saúde esclarece que "a distribuição de recursos financeiros destinados ao enfrentamento da covid-19 obedece a uma série de critérios, não sendo por registro de mortes ou por caso diagnosticado pelo estado ou município".	Nenhuma reação

7.1.3. Comentário 3 da postagem 1

Figura 11 - Reprodução do comentário 3 da postagem 1

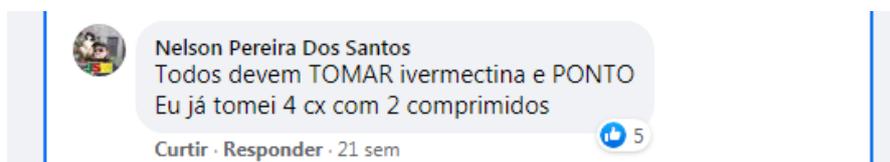


Quadro 4 - Análise do comentário 3 da postagem 1

CATEGORIA	<i>FAKE NEWS</i>	POR QUE É <i>FAKE NEWS</i> ?	REAÇÃO DO JORNAL DSM
Medicamentos para prevenção do covid-19	<i>Fake news</i> sobre uso de medicamentos para prevenção	Segundo diversos estudos rigorosos realizados ao redor do mundo, medicamentos que integram esse "kit covid" ofertado nas fases iniciais da doença no Brasil já se mostraram inclusive ineficazes ou até mais prejudiciais do que benéficos quando administrados nos quadros leves, moderados e graves de covid-19	Nenhuma reação

7.1.4. Comentário 4 da postagem 1

Figura 12 - Reprodução do comentário 4 da postagem 1



Quadro 5 - Análise do comentário 4 da postagem 1

CATEGORIA	<i>FAKE NEWS</i>	POR QUE É <i>FAKE NEWS</i> ?	REAÇÃO DO JORNAL DSM
Medicamentos para prevenção do covid-19	<i>Fake news</i> sobre uso de medicamentos para prevenção	Segundo diversos estudos rigorosos realizados ao redor do mundo, medicamentos que integram esse “kit covid” ofertado nas fases iniciais da doença no Brasil já se mostraram inclusive ineficazes ou até mais prejudiciais do que benéficos quando administrados nos quadros leves, moderados e graves de covid-19	Nenhuma reação

7.2. POSTAGEM 2

Título: Santa Maria tem 1,5 mil casos ativos de coronavírus.

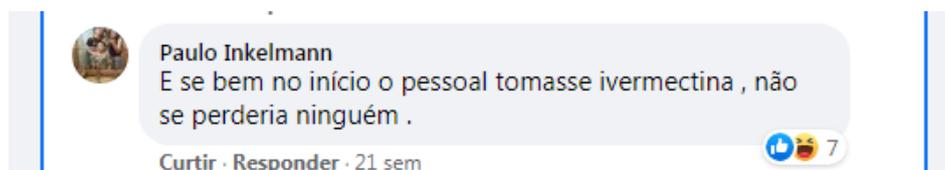
Data: 26 de dezembro de 2020.

Figura 13 - Reprodução da postagem 2



7.2.1. Comentário 1 da postagem 2

Figura 14 - Reprodução do comentário 1 da postagem 2



Quadro 6 - Análise do comentário 1 da postagem 2

CATEGORIA	FAKE NEWS	POR QUE É FAKE NEWS?	REAÇÃO DO JORNAL DSM
Medicamentos para prevenção do covid-19	<i>Fake news</i> sobre uso de medicamentos para prevenção	Segundo diversos estudos rigorosos realizados ao redor do mundo, medicamentos que integram esse “kit covid” ofertado nas fases iniciais da doença no Brasil já se	Nenhuma reação

		mostraram inclusive ineficazes ou até mais prejudiciais do que benéficos quando administrados nos quadros leves, moderados e graves de covid-19	
--	--	---	--

7.3. POSTAGEM 3

Data: 22 de março de 2020.

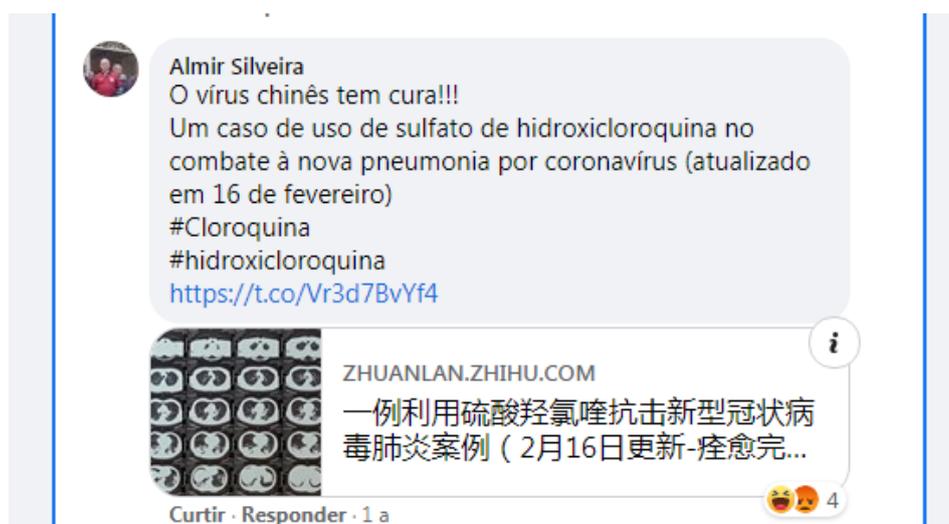
Título: Primeiro paciente com coronavírus circulou em Santa Maria por sete dias.

Figura 15 - Reprodução da postagem 3



7.3.1. Comentário 1 da postagem 3

Figura 16 - Reprodução do comentário 1 da postagem 3



Quadro 7 - Análise do comentário 1 da postagem 3

CATEGORIA	<i>FAKE NEWS</i>	POR QUE É <i>FAKE NEWS</i> ?	REAÇÃO DO JORNAL DSM
Medicamentos para prevenção do covid-19	<i>Fake news</i> sobre uso de medicamentos para prevenção	Segundo diversos estudos rigorosos realizados ao redor do mundo, medicamentos que integram esse “kit covid” ofertado nas fases iniciais da doença no Brasil já se mostraram inclusive ineficazes ou até mais prejudiciais do que benéficos quando administrados nos quadros leves, moderados e graves de covid-19	Nenhuma reação

7.4. POSTAGEM 4

Data: 28 de maio de 2021

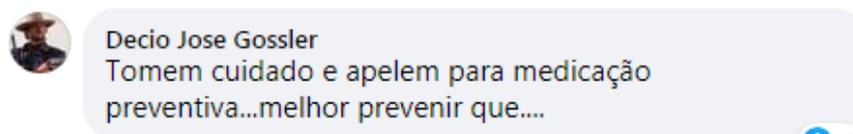
Título: Pesquisadores indicam tendência de crescimento de índices da pandemia na região.

Figura 17 - Reprodução da postagem 4



7.4.1. Comentário 1 da postagem 4

Figura 18 - Reprodução do comentário 1 da postagem 4

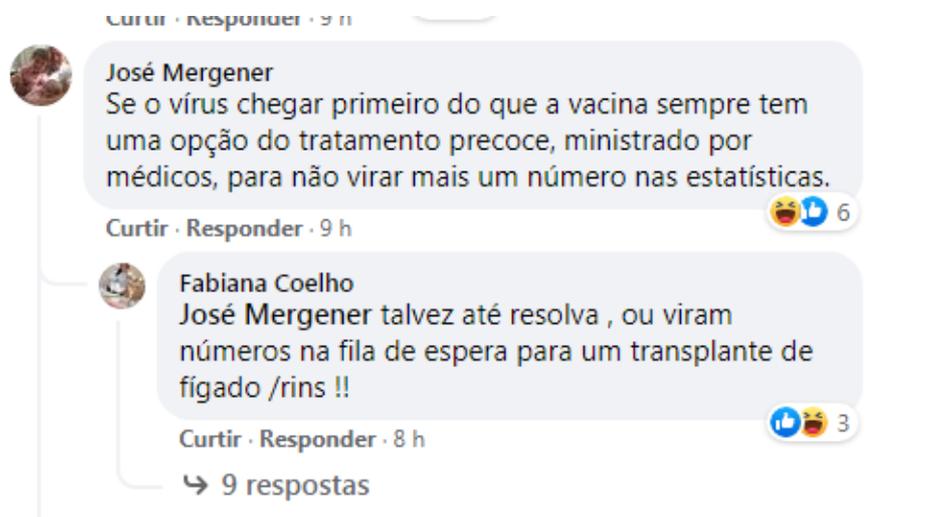


Quadro 8 - Análise do comentário 1 da postagem 4

CATEGORIA	FAKE NEWS	POR QUE É FAKE NEWS?	REAÇÃO DO JORNAL DSM
Medicamentos para prevenção do covid-19	<i>Fake news</i> sobre uso de medicamentos para prevenção	Segundo diversos estudos rigorosos realizados ao redor do mundo, medicamentos que integram esse “kit covid” ofertado nas fases iniciais da doença no Brasil já se mostraram inclusive ineficazes ou até mais prejudiciais do que benéficos quando administrados nos quadros leves, moderados e graves de covid-19	Nenhuma reação

7.4.2. Comentário 2 da postagem 4

Figura 19 - Reprodução do comentário 2 da postagem 4



Quadro 9 - Análise do comentário 2 da postagem 4

CATEGORIA	<i>FAKE NEWS</i>	POR QUE É <i>FAKE NEWS</i> ?	REAÇÃO DO JORNAL DSM
Medicamentos para prevenção do covid-19	<i>Fake news</i> sobre uso de medicamentos para prevenção	Segundo diversos estudos rigorosos realizados ao redor do mundo, medicamentos que integram esse “kit covid” ofertado nas fases iniciais da doença no Brasil já se mostraram inclusive ineficazes ou até mais prejudiciais do que benéficos quando administrados nos quadros leves, moderados e graves de covid-19	Nenhuma reação

7.5. POSTAGEM 5

Data: 2 de novembro de 2020.

Título: Aplicação da vacina contra covid-19 deve começar até março de 2021, diz Fiocruz.

Figura 20 - Reprodução da postagem 5



7.5.1. Comentário 1 da postagem 5

Figura 21 - Reprodução do comentário 1 da postagem 5

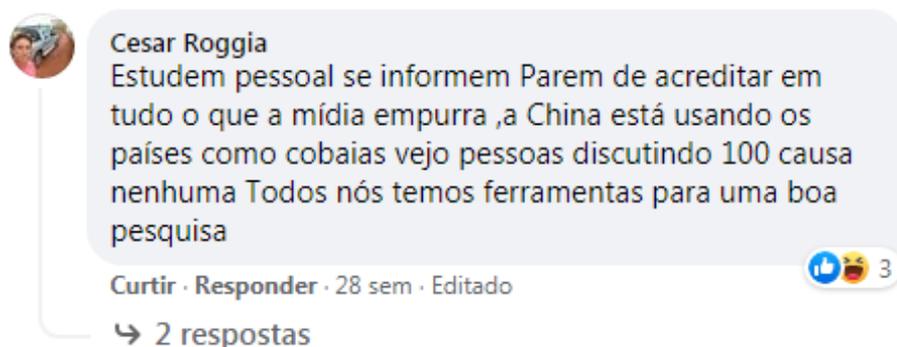


Quadro 10 - Análise do comentário 1 da postagem 5

CATEGORIA	<i>FAKE NEWS</i>	POR QUE É <i>FAKE NEWS</i> ?	REAÇÃO DO JORNAL DSM
Vacinas	<i>Fake news</i> de que vacinas não são seguras	Segundo aponta o imunologista Luiz Vicente Rizzo. Todos os estudos sobre eficácia são acompanhados pela comunidade científica. Então, qualquer imunizante abaixo do padrão seria rapidamente questionado e descartado. Além disso, as agências reguladoras em todo o mundo, incluindo a Anvisa, têm sido bastante criteriosas para aprovação, mesmo nesse cenário que exige máxima	Nenhuma reação

7.5.2. Comentário 2 da postagem 5

Figura 22 - Reprodução do comentário 2 da postagem 5



Quadro 11 - Análise do comentário 2 da postagem 5

CATEGORIA	<i>FAKE NEWS</i>	POR QUE É <i>FAKE NEWS</i> ?	REAÇÃO DO JORNAL DSM
Vacinas	<i>Fake news</i> de que vacinas não são seguras	Segundo aponta o imunologista Luiz Vicente Rizzo. Todos os estudos sobre eficácia são acompanhados pela comunidade científica. Então, qualquer imunizante abaixo do padrão seria rapidamente questionado e descartado. Além disso, as agências reguladoras em todo o mundo, incluindo a Anvisa, têm sido bastante criteriosas para aprovação, mesmo nesse cenário que exige máxima	Nenhuma reação

7.6. POSTAGEM 6

Data: 30 de dezembro de 2020.

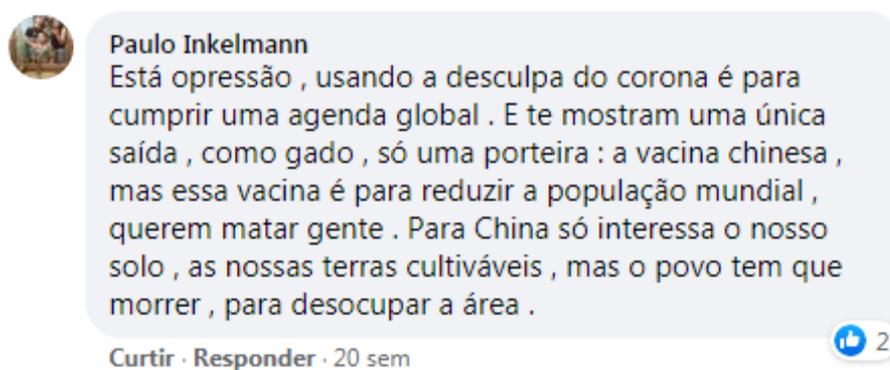
Título: Força-tarefa para fiscalizar aglomerações será reforçada durante as celebrações do Ano Novo.

Figura 23 - Reprodução da postagem 6



7.6.1. Comentário 1 da postagem 6

Figura 24 - Reprodução do comentário 1 da postagem 6



Quadro 12 - Análise do comentário 1 da postagem 6

CATEGORIA	<i>FAKE NEWS</i>	POR QUE É <i>FAKE NEWS</i> ?	REAÇÃO DO JORNAL DSM
Vacinas	<i>Fake news</i> de que vacinas não são seguras	Segundo aponta o imunologista Luiz Vicente Rizzo. Todos os estudos sobre eficácia são acompanhados pela comunidade científica. Então, qualquer imunizante abaixo do padrão seria rapidamente questionado e descartado. Além disso, as agências reguladoras em todo o mundo, incluindo a Anvisa, têm sido bastante criteriosas para aprovação, mesmo nesse cenário que exige máxima	Nenhuma reação

7.7. POSTAGEM 7

Data: 23 de novembro de 2020.

Título: Vacina de Oxford tem eficácia de 70% contra covid-19.

Figura 25 - Reprodução da postagem 7

Diário de Santa Maria
★ Favoritos · 23 de novembro de 2020 · 🌐

Santa Maria é uma das cidades que recebem os testes da vacina

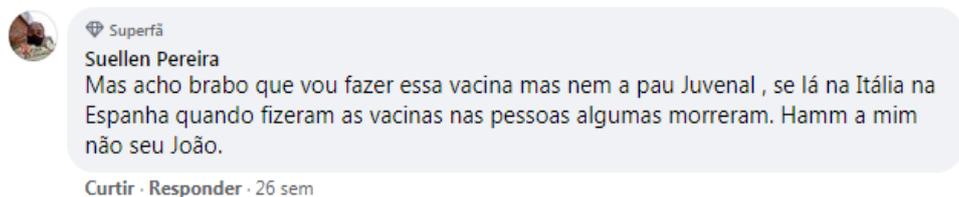
DIARIOSM.COM.BR

Vacina de Oxford tem eficácia de 70% contra Covid-19
Santa Maria é uma das cidades que recebem os testes da vacina

👍 398 82 comentários 35 compartilhamentos

7.7.1. Comentário 1 da postagem 7

Figura 26 - Reprodução do comentário 1 da postagem 7

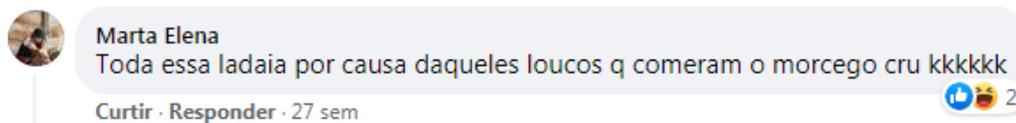


Quadro 13 - Análise do comentário 1 da postagem 7

CATEGORIA	FAKE NEWS	POR QUE É FAKE NEWS?	REAÇÃO DO JORNAL DSM
Vacinas	<i>Fake news</i> de que vacinas não são seguras	Segundo aponta o imunologista Luiz Vicente Rizzo. Todos os estudos sobre eficácia são acompanhados pela comunidade científica. Então, qualquer imunizante abaixo do padrão seria rapidamente questionado e descartado. Além disso, as agências reguladoras em todo o mundo, incluindo a Anvisa, têm sido bastante criteriosas para aprovação, mesmo nesse cenário que exige máxima	Nenhuma reação

7.7.2. Comentário 2 da postagem 7

Figura 27 - Reprodução do comentário 2 da postagem 7



Quadro 14 - Análise do comentário 2 da postagem 7

CATEGORIA	<i>FAKE NEWS</i>	POR QUE É <i>FAKE NEWS</i>?	REAÇÃO DO JORNAL DSM
Causa do novo coronavírus	<i>Fake news</i> sobre o surgimento do novo coronavírus	a Organização Mundial de Saúde (OMS) não existe nenhuma comprovação científica de que o coronavírus (covid-19) veio dos animais	Nenhuma reação

7.8. ANÁLISE DOS DADOS COLETADOS

Após as análises, foram quantificadas o número de comentários que constam *fake news* publicados por parte dos leitores: 61,53% dos comentários são relacionados ao “kit covid”, medicamentos usados como “prevenção” a covid-19; 30,76% estão relacionados à vacina contra o novo coronavírus; e 7,69 % relacionados à origem do vírus.

Ao realizar a análise dos dados coletados, percebeu-se que o Jornal Diário de Santa Maria não interage com seus leitores através dos comentários. Dessa maneira, percebe-se que o jornal não explora uma das características presentes na 3ª geração do jornalismo, a interatividade. Segundo Canavilhas, o webjornalismo possui sete características, que marcam a diferença e distinguem o jornalismo feito na web.

A Interatividade, esse recurso permite que o leitor possa comentar em matérias e interagir com o veículo de comunicação através de e-mail, chats, entre outros. Bardoel e Deuze (2000) definem que da interação do meio de comunicação com o leitor faz com que o usuário se sinta presente no processo jornalístico

Rost (2006) define interatividade como a ponte entre o meio e os leitores/utilizadores, pois através desse recurso é possível abordar a relação entre ambas as partes. Com isso, o jornal perde a oportunidade de aproximação com o leitor, além de não utilizar esses comentários como forma impedir que essas *fake news* se repliquem nas postagens do Diário.

De acordo com as análises feitas na página do Facebook do jornal Diário de Santa Maria, foi possível observar que em nenhum dos comentários que contêm *fake news* escritas pelos leitores o jornal reagiu ou posicionou-se de alguma forma. Então, o jornal perde a oportunidade de continuar o trabalho jornalístico através dessas *fake*

news. De acordo com artigo do site Portal Imprensa²⁰, a checagem de fatos de forma transparente e desmentidos de *fake news* são ações importantes no esforço das redações de reconquistar e manter a confiança do usuário.

Para Motter e Cruber (2020), com a expansão da internet, principalmente as redes sociais, as *fake news* são disseminadas com uma velocidade maior, tomando-se uma proporção mundial.

Para os autores Bounegru, Gray, Venturini e Mauri (2017, online) não é possível compreender o significado das *fake news* fora do ambiente online e digital: “As notícias falsas podem ser consideradas não apenas em termos da forma ou conteúdo da mensagem, mas também em termos de infraestruturas mediadoras, plataformas e culturas participativas que facilitam a sua circulação”.

²⁰ Portal Imprensa. Como a ‘*fake news*’ vai salvar o jornalismo. Disponível em: <<https://portalimprensa.com.br/imprensa+educa/conteudo/82109/como+a+fake+news+vai+salvar+o+jornalismo>>. Acesso em: 3 jul. 2021.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente Trabalho Final de Graduação buscou como objetivo principal analisar como são tratadas as *fake news* feitas pelos leitores na seção de comentários na página do Facebook do jornal Diário de Santa Maria. Buscamos também refletir sobre o trabalho jornalístico do veículo frente a *fake news* geradas pelos usuários.

O foco foi a questão das *fake news* na pandemia do novo coronavírus. Por isso, foi feito um estudo sobre o conceito de *fake news*, passando pelos primeiros casos desde a sua origem até o momento atual de pandemia do novo coronavírus.

Foram pesquisados também os conceitos de jornalismo digital, relação entre redes sociais e jornalismo, além de uma descrição do fenômeno da pandemia do novo coronavírus. Os objetivos específicos buscados nessa pesquisa foram identificar quais as *fake news* são encontradas em comentários nas postagens em redes sociais do jornal Diário de Santa Maria, quantificar essas *fake news* geradas por leitores com a temática, refletir sobre o papel do jornal frente às *fake news* publicadas pelos leitores.

A metodologia aplicada nesta pesquisa foi estudo de caso, métodos observacional e descritivo. Através da coleta de dados, foi feita inicialmente uma pesquisa em busca de *fake news* em torno da temática pandemia do novo coronavírus. Entre as encontradas, foram listadas as doze das mais recorrentes, as que eram encontradas com maior frequência na internet.

A partir daí iniciaram-se a coleta de dados no objeto de pesquisa o jornal Diário de Santa Maria. A escolha deste veículo foi por ser o jornal regional líder de distribuição de Santa Maria e Região Central. As buscas foram feitas na página do Facebook do veículo, através das palavras chaves coronavírus, pandemia e vacina. Ao analisar as publicações que contêm essas temáticas, foram observados os comentários para checar se haviam *fake news*. Após as coletas, esses dados foram comparados com a listagem inicial das doze *fake news* recorrentes, em seguida foram organizadas por categoria, o porquê é *fake news* e como o jornal reagiu a estes comentários, se houve ou não algum tipo de interação por parte do veículo.

Com isso, por meio deste estudo de caso, foi possível concluir que não há nenhuma reação ou posicionamento por parte do jornal Diário de Santa Maria com os leitores que fazem comentários com *fake news* sobre a pandemia na página do Facebook do veículo. Dessa forma, diante deste resultado encontrado, observa-se que jornal acaba por perder as oportunidades que as *fake news* trazem ao trabalho jornalístico, ao

contrário de outros veículos como o Site G1 da Globo e o jornal Estado de São Paulo, que utilizam destas *fake news* para realizar apurações e trazer a informação verdadeira para os leitores, desmentindo fatos e eliminando possíveis dúvidas sobre assuntos importantes relacionados à pandemia, e desta maneira evitam que essas *fake news* possam se manter em circulação por mais tempo. Esta seria uma maneira que o jornal Diário SM poderia dar continuidade ao trabalho jornalístico diante das *fake news*, aproximando-se de seus leitores, pois além de mostrar-se interativo, estaria também filtrando comentários que possam gerar dúvidas de outros leitores, mantendo um melhor gerenciamento dos comentários nas redes sociais.

Concluiu-se também que o maior número de *fake news* foram gerados com as categorias temáticas “kit covid” e “vacinas”. Observando-se o contexto nacional, uma hipótese é a de que podem estar relacionadas ao posicionamento de figuras públicas do país. Além disso, acredita-se esses comentários foram bastante replicados devido à fácil circulação nesta página do Facebook e à falta de qualquer tipo de monitoramento e moderação do jornal, visto que o veículo não demonstra nenhuma relação com esses leitores por meio dos comentários.

A partir do que foi concluído neste trabalho, acreditamos que uma possível ação que o jornal poderia tomar para amenizar os problemas identificados seria a de posicionar-se nestes comentários que contêm *fake news*, explicando o porquê de tal informação ser uma inverdade. Outra ação sugerida seria a de trazer matérias com as maiores *fake News* em torno da pandemia, alertando seus leitores sobre tais inverdades. Dessa forma, o jornal passaria maior segurança para seus leitores, o que poderia inclusive diminuir este tipo de comentário na página.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AROSO, Inês Mendes. As redes sociais como ferramentas de jornalismo participativo nos meios de comunicação regionais: um estudo de caso - LabCom, 2013.

CASTRO, Rosana. **Vacinas contra Covid-19: é o fim da pandemia?** Doutora em Antropologia pela Universidade de Brasília. 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-73312021000100100&tlng=pt>

CRUBER, Leandra, MOTTER, Andressa. Isso é *fake news*. **Revista Arco**. 16 de julho de 2020. Disponível em: <<https://www.ufsm.br/midias/arco/isso-e-fake-news/>>

GASPAR, Maria Margarida. **Jornalismo digital no século XXI, novas abordagens, novas estratégias: o projeto P24**. Tese (Mestrado em Comunicação) – Escola de comunicação social. Lisboa, outubro de 2018. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10400.21/9451>

RODRIGUES, Camila. **Jornalismo Participativo: Tecnologia, Comunicação e o Papel do jornalista**. Tese (Doutorado em Comunicação) - Universidade de Beira Interior. Covilhã, outubro de 2013. Disponível em: <<https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/3297/1/catarina-rodrigues-jornalismo-participativo.pdf>>

CANAVILHAS, João Messias. Webjornalismo: as sete características que marcam a diferença. Livros LabCom, 2014.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital**. 2º edição. São Paulo: Contexto, 2004.

Galhardi, C.P.G, Freire, N.P, Minayo, M.C.S., Fagundes, M.C.M. **Fato ou Fake? Uma análise da desinformação frente à pandemia da Covid-19 no Brasil**. Cien Saude Colet [periódico na internet] (2020/Ago). Disponível em: <http://www.cienciaesaudecoletiva.com.br/artigos/fato-ou-fake-uma-analise-da-desinformacao-frente-a-pandemia-da-covid19-no-brasil/17733?id=17733&id=17733>

MIGUEL, Luís Felipe. **Jornalismo, polarização política e a querela das fake news**. Estudos de Jornalismo e Mídia, 2019. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2019v16n2p46/41755>>

MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na Web: Uma contribuição para o estudo do formato notícia na escrita hipertextual**. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal da Bahia. Salvador, março de 2003. Disponível em: <<http://poscom.tempsite.ws/wp-content/uploads/2011/05/Luciana-Mielniczuk.pdf>>

NASCIMENTO, Yuri Baptistella. **Redes sociais e segunda tela: o uso do twitter pelo programa televisivo bate bola**. Trabalho final de graduação. Santa Maria, 2015. Disponível em: <https://pdfslide.tips/documents/yuri-baptistella-nascimento-redes-sociais-e-13-twitter-o-terceiro-capitulo.html>

PÉCHY, Amanda. Estudo aponta que as *fake news* políticas cresceram 150% em dois anos. **Veja**. 26 de setembro de 2019. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/mundo/estudo-aponta-que-as-fake-news-politicas-cresceram-150-em-dois-anos/>>

PIVA, Soraia. No dia da mentira, relembre 10 *fake news* sobre a Covid-19. **Estado de Minas**, 01 de abril de 2021. Disponível em: <https://www.em.com.br/app/noticia/nacional/2021/04/01/interna_nacional,1252909/no-dia-da-mentira-relembre-10-fake-news-sobre-a-covid-19.shtml>

PALACIOS, Marcos. **Jornalismo online, informação e memória: Apontamentos para debate**. Agoranet. Laboratório de Comunicação Social da Universidade da Beira Interior, Covilhã: 2003. Disponível em: <<http://labcom.ubi.pt/files/agoranet/02/palacios-marcos-informacao-memoria.pdf> .>

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009

TABORDA, Michelli Anchieta. **Jornalismo de dados na internet: o caso de aos fatos**. Trabalho final de graduação. Santa Maria, 2016. Disponível em <<file:///C:/Users/Nilson/Desktop/tfg-michelli-taborda-v-final.pdf>>

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet, Difusão de Informação e Jornalismo: Elementos para discussão**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SOUZA, Rogério Martins de. Investigando as *fake news*: análise das agências fiscalizadoras de notícias falsas no Brasil. In: XXII INTERCOM, 2017, Rio de Janeiro. **Anais**. Rio de Janeiro: 2017.

VICTOR, Fabio. Notícias falsas existem desde o século VI, afirma historiador Robert Darnton. **Folha de São Paulo**, 19 fevereiro de 2017. Disponível em <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2017/02/1859726-noticias-falsas-existem-desde-o-seculo-6-afirma-historiador-robert-darnton.shtml>>