

---

## Em quem confiar? Disputas pelo protagonismo enunciativo entre o jornalismo e os novos atores das redes sociais

1

Marcio Martins CALIL<sup>2</sup>Kátia LERNER<sup>3</sup>

Fundação Oswaldo Cruz, Rio de Janeiro, RJ

### RESUMO

A proposta para este trabalho é discutir os desafios e estratégias do jornalismo para manter sua autoridade e protagonismo de enunciador público da verdade no campo da saúde diante da concorrência com os novos atores produtores, circuladores e consumidores das plataformas digitais, e diante da profusão de informações disseminadas nas mídias sociais. Para conduzir essas reflexões, apresentaremos discussões teóricas sobre cenários comunicacionais em tempos de verdade, pós-verdade e desinformação, e transformações históricas nos processos de produção da notícia na redação jornalística.

**PALAVRAS-CHAVE:** Comunicação e saúde; covid-19; jornalismo; desinformação; pós-verdade.

### Introdução

Em 2020, um novo vírus no planeta subitamente se tornou uma pandemia, ocasionando profundas mudanças em nossas vidas, cotidianos, relações espaço-temporais, e trouxe com ele novos desafios e a redefinição de antigos projetos. Com o vírus à espreita, a humanidade se recolheu e se distanciou, mobilizando sua atenção e esforços para o enfrentamento dessa nova realidade, o que envolveu diversos setores da sociedade, entre eles, a comunidade acadêmico-científica.

Não bastasse a angústia em relação aos riscos de se contrair o próprio vírus Sars-CoV-2, a sociedade se viu diante de vários questionamentos, constituindo um debate público que mobilizou diferentes atores. Entre os temas abordados, estavam algumas questões polêmicas, tais como: qual o verdadeiro grau de periculosidade da nova doença? Seria a sua infecção inevitável? Se sim, seria melhor expor-se ao vírus para contraí-la e

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação, Divulgação Científica, Saúde e Meio Ambiente, XXII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutorando no Programa de Pós-Graduação em Informação e Comunicação em Saúde da Fiocruz, e-mail: marciomcalil@gmail.com.

<sup>3</sup> Doutora em Sociologia e Antropologia (UFRJ), pesquisadora do Instituto de Comunicação e Informação Científica e Tecnológica em Saúde da Fiocruz, email: katia.lerner@icict.fiocruz.br.

assim gerar a chamada imunidade de rebanho? Qual deveria ser a prioridade, a economia ou a saúde? Haveria algum medicamento eficaz para se evitar os casos mais graves? As novas vacinas desenvolvidas são eficazes, oferecem risco? Diante desse conjunto de questões, da virulência do debate e do grau de incertezas vivido nesse momento inicial da pandemia, a dúvida se instalava: Quem estaria falando a verdade? Em quem confiar?

A proposta para este trabalho parte deste cenário e da constatação de dois fenômenos importantes a ele relacionados: o primeiro, relativo aos fortes impactos ocasionados pela pandemia de Covid-19 nas esferas sanitária, política, social, econômica e comunicacional do mundo em geral e, em particular, do Brasil. O segundo, relacionado à reconfiguração nas últimas décadas da práxis jornalística, e do próprio jornalismo, diante dos novos atores produtores, circuladores e consumidores de notícias das plataformas digitais e sua crescente tentativa de retomada do protagonismo e da hegemonia da enunciação da verdade no campo da saúde. Neste novo contexto, vários desafios emergiram, tanto aqueles relacionados à saúde (como os modos de enfrentamento ao vírus), quanto os do âmbito da comunicação, diante da ampla circulação de desinformação sobre a Covid-19 no Brasil.

Tendo como referência esse conjunto de questões, este texto busca refletir sobre esses desafios e estratégias acerca da tentativa do jornalismo em manter sua autoridade de enunciador público da verdade diante da concorrência com esses novos atores sociais digitais e da profusão de informações disseminadas na Internet. Para conduzir essas reflexões, traremos discussões teóricas sobre cenários comunicacionais em tempos de verdade, pós-verdade e desinformação, e transformações históricas nos processos de produção da notícia na redação jornalística.

O estudo faz parte de uma pesquisa de doutorado do Programa de Pós-graduação em Informação e Comunicação em Saúde da Fiocruz (PPGICS/Fiocruz), que tem como escopo investigar como as reconfigurações da práxis jornalística ocorridas diante da concorrência com os novos atores produtores, circuladores e consumidores de notícias das plataformas digitais impactaram a cobertura jornalística sobre a vacina contra a Covid-19.

### **O jornalismo em meio a verdades e pós-verdades**

No contexto contemporâneo, designado por alguns autores como Pós-Modernidade (Lyotard, 2009), Modernidade Tardia (Giddens, 1991) ou era da Pós-

---

Verdade (PV), Harzin (2018) nos lembra que o jornalismo é uma das instituições que vêm perdendo “autoridade para dizer e distinguir a verdade”, tendo, com isso, também perdido boa parte da confiança institucional pública, da sua credibilidade e das supostas isenção e objetividade, cenário que vem se acentuando desde os anos de 2015 e de 2016, marcados pelos episódios da votação do Brexit e a eleição de Donald Trump.

A crise fiduciária epistemológica, caracterizada pela desconfiança nos contadores da verdade, social e historicamente autorizados, é, para Harsin (2018), um dos problemas públicos da Pós-Verdade, que ele define como uma condição sociopolítica, que envolve também desonestidade e crise de autoridades confiáveis. O autor aponta que a PV contribui para a promoção da discórdia e confusão em meio a um excesso de informações, e cria dificuldades em se discernir o que são mentiras, falsas crenças, desinformação, má informação e fake news. Isso se torna ainda mais agudo tendo em vista o atual contexto comunicacional, marcado por essa abundância de informação que dificulta o acesso a fontes confiáveis para orientar as ações, fenômeno denominado pela Organização Mundial da Saúde (OMS) de *infodemia* (OMS, 2020).

O jornalismo é uma das principais instituições sociais afetadas por essa desconfiança pública, e, no Brasil, alguns dos principais grupos de mídia vêm sofrendo constantes ataques, com tentativas de descredibilização e boicote de audiência, principalmente por intermédio das redes sociais digitais. Circunstâncias acirradas por declarações de autoridades políticas governamentais e por líderes e formadores de opinião de diversos segmentos da sociedade, acusando parte dos veículos de imprensa de militância ideológica, partidária ou propagação e estímulo a temáticas em torno de lutas sociais e valores morais que desagradam setores mais conservadores. Quadro que vem se agravando nos últimos anos, com o fechamento de jornais impressos tradicionais por razões econômicas e por mudanças no perfil de consumo da notícia, com o advento da Internet.

Para discutirmos esse novo cenário de circulação e consumo da notícia e os desafios pelos quais o jornalismo tem que enfrentar, tomemos a pandemia da Covid-19 como referência. Dentre várias questões polêmicas e pronunciamentos discordantes dos consensos científicos circulantes durante esse período, alguns posicionamentos em relação à vacina contra a Covid-19 foram dos mais preocupantes em meio à crise sanitária mundial. Antes mesmo da autorização dos imunizantes no Brasil pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), o presidente Jair Bolsonaro, por exemplo, endossava

---

discursos das redes sociais sobre ineficácia ou riscos que as vacinas poderiam trazer, em detrimento dos benefícios epidemiológicos no combate ao novo coronavírus.

Um terreno fértil no território livre da Internet para disseminação de teorias conspiratórias, fomentando movimentos como o da hesitação vacinal, fenômeno que Massarani, Waltz, Leal e Modesto (2021) definem como “um conjunto de atitudes que vão desde a relutância até a recusa da vacina, apesar da disponibilidade dos serviços de vacinação”, em que o contexto em que ela acontece pode variar em função da “localidade, o tempo e as diferentes vacinas”. A Organização Mundial da Saúde (OMS) apontou, em 2019, a hesitação vacinal como uma das 10 ameaças e desafios para a saúde mundial, e que pretende enfrentar por meio do plano estratégico “13th General Programme of Work”, com duração prevista de cinco anos.

O relatório do plano estratégico da OMS sobre as razões para a hesitação vacinal menciona a “complacência” e “inconveniência” no acesso às vacinas, além da falta de confiança, com reflexos significativos no decréscimo da cobertura vacinal em diversos países, com risco de retorno de doenças como sarampo e poliomielite. E aponta que os profissionais de saúde, especialmente os que fazem parte das comunidades locais, ainda são os interlocutores mais confiáveis para influenciar a população na decisão pela vacinação.

Percepção compartilhada por Camargo Jr (2020) como possível estratégia de combate à desinformação e às teorias de conspiração difundidas nas plataformas digitais em relação à vacinação. O pesquisador defende o acionamento de fontes de informação não apenas de profissionais da saúde, mas também de membros leigos da comunidade, o que neutralizaria “preconceitos anti-expert”, buscando aproximar a comunidade científica e a sociedade. Essas fontes de informação, que trataremos adiante no contexto das mudanças da prática jornalística e do relacionamento com a imprensa, podem contribuir nesse combate à desinformação, não apenas exclusivamente por intermédio de publicações jornalísticas, mas também na comunicação direta com a população, ou indiretamente por outros canais comunicacionais.

Importante ressaltar que na pandemia da Covid-19 acentuou-se uma esfera do contraditório e de debates em campos como o do jornalismo e da ciência. O discurso científico e a ideia de ciência também foram apropriados, por conveniência ou crença, por novos atores sociais das plataformas digitais para defenderem seus pontos de vista, somado à instrumentalização política da própria ciência na disputa discursiva sobre a

---

verdade na saúde. Um novo panorama que nos leva a refletir sobre o papel da Internet e das redes sociais nas mudanças de produção, circulação e consumo da notícia, na era da Pós-Verdade.

Novos atores passaram a reivindicar e a ampliar seu espaço de enunciação da verdade sobre o mundo no espaço público digital em muito devendo-se ao processo crescente de desgaste institucional do jornalismo, que se consolida na Pós-Modernidade (Alzamora e Bicalho, 2019). O embate contemporâneo em torno da enunciação da verdade, que abrange novas formas de produção e de consumo de informação, move Alzamora e Bicalho (2019) a indagarem se as pessoas estão interessadas na busca da verdade da notícia ou na fixação das suas crenças, dos seus sentimentos de querer crer, que são potencialmente compartilhadas nesse espaço público digital e que “envolvem o entrelaçamento de mentes humanas e algorítmicas em torno de uma crença comum” (ALZAMORA; BICALHO 2019, p.116). Em torno de uma concepção pragmática de verdade, as autoras sugerem que é a crença que delineia a formação da opinião, não a verdade, e que esta não é atributo necessário da notícia.

Gomes e Dourado (2019) relacionam a verdade à possibilidade de que certas narrativas factuais expressem ou não os fatos reais a que se referem. Os autores discorrem sobre a verdade (e a falsidade) relativa aos interesses e valores de cada tribo, e para isso utilizam a expressão “epistemologia tribal”, de David Roberts (2017). “O que é bom para nós é verdade, e o verdadeiro é tão somente o que é bom para nós” (GOMES; DOURADO, 2019, p. 37). Um cenário que envolve o ataque à credibilidade das instituições epistêmicas produtoras de conhecimento e informação (Ciência, Jornalismo, Judiciário), credenciadas principalmente ao longo da Modernidade para determinar o que é verdade. Nesse contexto, Waisbord (2018) diz que a pós-verdade representa o colapso do projeto de disciplinarização do conhecimento na Modernidade, que promoveu o modelo científico como o único conhecimento legítimo.

Sobre o que se entende como verdade e autoridade na Modernidade, e refletindo sobre uma transição não necessariamente linear para a contemporaneidade, Christian Dunker (2017) “decreta” como nascimento da pós-modernidade o ano de 2011, com o ataque às torres gêmeas de Nova Iorque, quando o “relativismo cultural da verdade foi subitamente invertido pelo real da guerra ao terror”; e como batismo, em 2016, com as campanhas políticas de Trump e do Brexit. Dunker (2017) indaga se a pós-verdade não seria uma “segunda onda” do pós-modernismo.

---

## **Desinformando, informando mal ou fake news?**

Destacamos, dentre o atual cenário de infodemia, a complexidade do fenômeno da desinformação e os diferentes entendimentos de termos bastante disseminados como fake news e má informação, porém sem a intenção deste estudo de aprofundamento em relação à distinção semântica sobre eles.

Harsin (2018) descreve a má informação ou informação incorreta (misinformation) como “a divulgação de informações imprecisas ou falsas enquanto se pensa erroneamente que está compartilhando informações precisas (na realidade, a pessoa ou organização que as divulga está mal-informada)”. Já a desinformação (disinformation) seria “uma disseminação deliberada de informações falsas ou imprecisas”.

Quanto à expressão fake news (notícias falsas, em português), ela aparece em 1992, com relação a releases de notícias em vídeos produzidos por empresas de relações públicas e aproveitados muitas vezes na íntegra pelas emissoras de televisão, como se tivessem sido elaboradas por jornalistas, no formato de reportagem (RAMPTON, 2005). A partir de meados da década de 2010, as fake news tornaram-se “um termo popular para desacreditar qualquer cobertura desfavorável de notícias ou críticas dos oponentes” (HARSIN, 2018), sendo consideradas uma forma cultural tão importante que já tinha sido nomeada e reconhecida como a palavra do ano de 2017 pelo Dicionário Collins.

Com base em dados levantados para o relatório anual da Reuters Digital News para 2017, os editores Newman et al (2017, p.20) observaram uma mistura de sentidos de fake news, que comporiam três categorias: (1) notícias que são “inventadas” para ganhar dinheiro ou desacreditar os outros; (2) notícias que têm uma base de fato, mas são “criadas” para se adequar a uma agenda específica; e (3) notícias com as quais as pessoas não se sentem confortáveis ou com as quais não concordam. Já Wardle e Derakhshan (2017) denominam essa profusão de informações e diversidade de definições conceituais de desordem informacional, e consideram o uso do termo fake news inadequado, ou mesmo problemático, para descrever certos fenômenos, como a apropriação do uso político visando a desacreditar matérias jornalísticas.

É nesse ambiente de divulgação de informações imprecisas, ou questionáveis quanto à confiabilidade e à procedência, em que “as crenças pessoais se sobrepõem à lógica e aos fatos, e emergem novas formas de relação da mídia com a sociedade” (FERNANDES; MONTUORI, 2020, p.446), que se acirra a disputa pela produção e compartilhamento da notícia no espaço público digital. Devemos frisar que essa

concorrência entre e com os diversos atores produtores e circuladores de notícias das plataformas digitais não abarca somente os disseminadores de fake news e desinformação, mas também sinaliza uma característica do ecossistema midiático em que o cidadão comum faz questão de compartilhar nas suas redes sociais experiências pessoais, dicas de saúde e alimentação, e informações, por exemplo, sobre trânsito, acidentes, condições climáticas, denúncias e reivindicações para sua comunidade.

O que pode gerar uma situação aparentemente paradoxal que se apresenta no atual cenário comunicacional, em que uma estratégia de disputa do próprio jornalismo pelo protagonismo enunciativo passa a ser lançar mão inclusive de alianças com seus “adversários”, na arena digital. O *mainstream* jornalístico tradicional, notoriamente o radiojornalismo, há tempos se utiliza desse jornalista cidadão, quando o coloca no ar, ao vivo, para dar as informações. Culturalmente, esse correspondente urbano voluntário acaba por fazer usos e mimetiza, ou ao menos tenta, a gramática, os trejeitos e a impostação jornalísticas características para dar credibilidade à sua fala.

Cenário contemporâneo que Deuze e Witschge (2016) descrevem como “sociedade redacional”, em que as competências específicas jornalísticas, como acessar e processar grandes quantidades de informação, são agora requeridas por qualquer cidadão, usando o que são consideradas técnicas jornalísticas e tendo responsabilidade por suas consequências. (DEUZE; WITSCHGE, 2016, p. 10).

Em contrapartida, em se tratando de disputa na arena digital, Harzin (2018) alerta para o fato de que imitar o estilo do jornalismo profissional é a forma como as notícias falsas produzem credibilidade para alguns públicos. Isso se reflete até mesmo em endereços da web (URLs), que imitam sites de notícias reconhecidos inserindo as palavras “notícias” ou “reportagem”, ou nomes de marcas mais reconfortantes aos partidários.

De qualquer forma, para enfrentar a disputa pela atenção com esses milhares de novos atores digitais - com um olhar preocupante para os disseminadores de desinformações - e pela tentativa de retomada do protagonismo discursivo sobre a verdade no campo da saúde, discute-se a necessidade de a mídia jornalística se reconfigurar não apenas estruturalmente – gerando consequências como a precarização e redução do quadro de profissionais nas redações - mas também com mudança de estratégias ante a velocidade, o alcance e o dinamismo das redes sociais e plataformas digitais concorrentes.

---

## Do prelo ao algoritmo

Não é a primeira vez que o jornalismo passa por processos de transformação, tanto na práxis como conceitualmente. Como toda prática social, o jornalismo pode ser analisado ao longo de uma construção histórica, sujeito às interações e às mudanças contextuais de cada época. Um olhar sobre a periodização das transformações pelas quais os processos de produção jornalísticos da notícia passaram - e a instituição jornalismo - ajuda-nos a buscar pistas para a compreensão, por exemplo, sobre o grau atual de perda de credibilidade e reconhecimento público do próprio jornalismo. Por conseguinte, fornece um panorama sobre estratégias que ele tem lançado mão na tentativa de manter sua autoridade de enunciador público da verdade.

Trabalhos acadêmicos sobre, ou que abordam, a história do jornalismo mostram que a imprensa ocidental, ao longo do século XIX e até as primeiras décadas do século XX, de um modo geral se caracterizava pelo teor opinativo dos fatos, de relações estreitas com a política e uso de uma gramática mais próxima ao estilo literário, passional, panfletário e quase sempre parcial em prol de grupos institucionais que financiavam os jornais (RIBEIRO, 2000; HJARVARD, 2012; PEREIRA; ADGHIRNI, 2011).

Antes de se tornarem instituições independentes empresariais, tais como se apresentam hoje, os jornais eram ferramentas de comunicação e divulgação para outras instituições sociais, como sindicatos, associações e, especialmente, para partidos políticos, já a partir do século XIX, período que o pesquisador dinamarquês Stig Hjarvard (2012) chamou de “sistema de imprensa de partido”. Para Hjarvard (2012), o primeiro passo para a imprensa conquistar sua autonomia como instituição e a consequente profissionalização da atividade jornalística rumo a um “desenvolvimento essencialmente comercial”, incluindo receitas publicitárias, é sua transformação em uma instituição cultural<sup>4</sup>, quando adota o “conceito de coletivo (= para todos)” e passa a noticiar assuntos de diferentes instituições sociais que não mais somente de interesses políticos, como arte, família, saúde etc.

Essa associação entre imprensa e a publicidade, iniciada ainda no século XIX, tanto nos EUA quanto na Europa, possibilitou a popularização da imprensa e o desenvolvimento dos jornais-empresa, que Ribeiro (2000) apontou como um dos

---

<sup>4</sup> A despeito de o próprio autor ressaltar que, após esse processo inicial de profissionalização, e com o fim dos monopólios dos canais de serviço público, a partir dos anos 80 e 90, “as forças de mercado desafiaram a identidade e a importância da televisão como instituição cultural” (HJARVARD, 2012, p.73)



---

responsáveis pelo processo de transformação dos impressos. Estes começam a adotar uma linguagem neutra e imparcial, passando do perfil opinativo para o informativo e objetivo, com reformulação, racionalização e padronização textual e gráfica, seguindo uma lógica industrial de otimização de custos.

No Brasil, essas transformações para o jornalismo empresarial só começam a ganhar força a partir da década de 1950 (RIBEIRO, 2000). Até então, a imprensa permanecia ainda muito vinculada a grupos políticos e dependentes de verbas do Estado. Ribeiro (2000) aponta que, passando a adotar o modelo e as técnicas estadunidenses de estruturação da notícia, como a adoção do *lead*<sup>5</sup> e o conceito da “pirâmide invertida”<sup>6</sup>, a imprensa busca demonstrar que privilegia uma informação “objetiva” e “imparcial”, em detrimento do comentário pessoal e opinativo vigentes.

Também a partir desse período, Ribeiro (2000) faz menção a uma crise da imprensa ligada à concentração de empresas jornalísticas e ao fechamento de muitos jornais e revistas, decorrente de fatores políticos e econômicos. Politicamente, devido à ascensão de forças conservadoras no Brasil, quadro que se acirra na ditadura militar, nos anos 60, com censura aos jornais e manipulação das verbas publicitárias, privilegiando as empresas jornalísticas simpáticas ao regime. Economicamente, além de queda do volume de publicidade, em função do desenvolvimento da televisão “que ao se popularizar, a partir dos anos 60, passou a atrair fatias cada vez maiores do bolo publicitário”, a autora enumera ainda problemas com a escassez e preço do papel, em contraposição ao crescente aumento da tiragem dos impressos nacionais, além das altas taxas de inflação no país. (RIBEIRO, 2000, p. 196-197).

A partir de uma nova lógica de mercado, mas ainda sob o controle e as restrições da censura, esse novo modelo de jornal atravessa o período da ditadura militar, em que uma das principais inovações nas redações foi a especialização das editorias, processo que, segundo Silva (2017), ocorre ao longo dos nos 70 e acentua-se nos anos 80,

---

<sup>5</sup> Palavra inglesa (no português escreve-se *lide*) que significa conduzir, liderar. No jornalismo resume a função do primeiro parágrafo, para introduzir e prender a atenção do leitor no texto. O *lead* noticioso responde a seis questões principais em torno de um fato: o quê?, quem?, quando?, como?, onde? E por quê? (Novo manual da redação. **Folha de S. Paulo**, 1992).

<sup>6</sup> “Técnica de redação jornalística pela qual as informações mais importantes são dadas no início do texto e as demais, em hierarquização decrescente, vêm em seguida, de modo que as mais dispensáveis fiquem no final” (Novo manual da redação. **Folha de S. Paulo**, 1992). A pirâmide invertida, além de atender a lógica da leitura rápida, facilitava o processo de edição e montagem da páginas, podendo “cortar” o texto pelo final (ponta da pirâmide), sem prejuízo ao sentido da matéria (RIBEIRO, 2000, p. 33).

---

acompanhando os movimentos de redemocratização da sociedade civil, fortalecendo coberturas de pautas relacionadas à saúde e à educação.

Os reflexos desse processo de redemocratização instauram um novo momento para o jornalismo brasileiro, em que esses profissionais se posicionam de modo distinto, como “fiadores da democracia”, prestadores de serviços de utilidade pública ao cidadão, respondendo às reclamações e demandas de um leitor/consumidor, com pautas de interesse voltadas para temáticas como emprego, habitação, segurança, educação, saúde e qualidade de vida. O jornalismo passa a pleitear para si o lugar de protagonismo na enunciação da verdade e de defensor dos direitos do cidadão – o jornalismo cidadão. “Esse novo jornalismo pretendia impor uma nova agenda de opinião e se tornar o intérprete dos cidadãos quanto à hierarquia dos problemas e à escolha das soluções pela comunidade (ABREU, 2003, p. 30).

### **Reconfigurações da práxis jornalística**

Esse novo momento, marcadamente a partir dos anos de 1990, acompanha o início da transição do modelo analógico para o digital nas redações de jornalismo, com a incorporação da Internet e da web 2.0, em que as diversas plataformas de divulgação de veículos jornalísticos começaram a “dialogar” e “interagir” com seus públicos, recebendo e divulgando vídeos, áudios e textos colaborativos dos cidadãos. Ainda assim, a mídia procurou manter sob controle sua autonomia de filtragem (*Gatekeeping*)<sup>7</sup> sobre o que divulgar ou não durante um longo período, nas rotinas do processo de produção da notícia nas redações. Com a proliferação de usuários das plataformas de redes sociais e mídias sociais, já nos anos 2000, esse cenário hegemônico do *mainstream* jornalístico ganha novos contornos.

Pereira e Adghirni (2011) descrevem, cronologicamente, “quatro jornalismo” propostos por Charron e Bonville (2004)<sup>8</sup>, e sugerem que vivenciamos os reflexos do quarto tipo de jornalismo: o *Jornalismo de Comunicação* (décadas de 1970/1980), caracterizado pela “diversificação e pela subordinação da oferta a partir das preferências

---

<sup>7</sup> Nos estudos tradicionais da Teoria da Jornalismo, o conceito de *Gatekeeping* refere-se, sob uma perspectiva comunicacional unidirecional e bipolar, à função do emissor (indivíduo ou grupo) de selecionar, filtrar (de controlar o “portão” de entrada e saída do fluxo comunicacional) e decidir qual informação irá passar para se transformar em notícia jornalística. (WOLF, 2005)

<sup>8</sup> Os outros três são: i) Jornalismo de Transmissão, no século XVII, “com o objetivo de transmitir informações das fontes diretamente ao seu público”; ii) Jornalismo de opinião, início do século XIX, a serviço das lutas políticas; iii) Jornalismo de Informação, final do século XIX, seguindo o “modelo de coleta de notícias sobre a atualidade”;

---

do público-alvo”. Esses reflexos se caracterizariam pelas mudanças no cenário socioeconômico e concentração dos conteúdos em algumas poucas empresas, e precarização das condições de trabalho do profissional e diminuição dos postos de trabalhos nas redações. Cenário que provocou alterações nos processos de produção e apresentação da notícia, especialmente no que tange à pressão do tempo sobre a produção das notícias, acelerada com as tecnologias digitais.

Para Deuze e Witschge (2016), há um novo sistema jornalístico, em que, em princípio, os jornalistas possuem mais autonomia e individualidade para negociar seus contratos de trabalho nas redações, porém com (poucas) ofertas de salários, geralmente mais baixos, e instabilidade no emprego, marcando a deterioração das condições laborais nas empresas tradicionais de comunicação. Os autores, a despeito de reconhecerem a relevância do papel do trabalho jornalístico das redações, defendem a necessidade de “um movimento para além da centralidade das redações”, e argumentam que o jornalista não tem que ser necessariamente um trabalhador assalariado de uma organização jornalística para fazer parte do sistema jornalístico.

O atual momento de insegurança e instabilidade nos postos de trabalho nas redações é um dos reflexos dos novos cenários e perspectivas que envolvem transformações no ambiente redacional. Diversas organizações (fontes) públicas e privadas passaram a criar e gerir seus próprios canais de comunicação com a sociedade, principalmente por meio das novas tecnologias digitais. Seja contratando diretamente em seus quadros de funcionários seja pela contratação de assessorias de comunicação terceirizadas, os profissionais que prestam serviços para essas empresas passam a produzir os conteúdos que são divulgados/compartilhados pelas fontes, sem a necessidade do envio do tradicional *press release* e da ansiedade gerada pela expectativa de filtragem (*Gatekeeping*) pelas redações e divulgação de informações dos seus assessorados pelos veículos do *mainstream* jornalístico.

Externamente às redações, observa-se também um fenômeno em que tradicionais fontes jornalísticas passam a ser sujeitos jornalísticos da sua informação, como resultado da emergência e disseminação das novas tecnologias de informação, especialmente a popularização das plataformas de mídias sociais. O que gera expectativa de abertura de outras frentes de trabalho para os profissionais da comunicação, em especial os jornalistas.

---

Podemos perceber o fenômeno dessa transformação das tradicionais fontes da imprensa para sujeitos jornalísticos, no atual cenário comunicacional, por exemplo, no contexto da midiática da saúde, acentuada nas últimas décadas. Esse crescente interesse da imprensa pelas pautas que envolvem a temática saúde-doença é dado pelos critérios jornalísticos de valor-notícia, que retroalimenta a lógica midiática industrial pelo tema, expresso em matérias divulgadas nas mídias impressa, eletrônica e digital, e em programas e séries na televisão aberta e canais a cabo (CALIL, 2020, p. 12). Nesse sentido, além da necessidade de uma maior qualificação dos jornalistas que cobrem o assunto, os veículos de comunicação criam colunas e seções especializadas e passam a contratar “profissionais da saúde como especialistas nas equipes de produção jornalística” (LERNER, 2014, p. 156).

Com a emergência e disseminação das novas tecnologias de informação e comunicação das plataformas de mídias sociais, a midiática da saúde ganha novas vertentes e um novo fenômeno social, com a ascensão midiática das tradicionais fontes jornalísticas, que, de entrevistados (serviam para legitimar o relato jornalístico) ou contratados pelos veículos jornalísticos como especialistas, tornam-se influenciadoras digitais por meio dos seus próprios canais de comunicação.

Ferraz, Borges e Pádua (2020) analisaram dois canais do YouTube, pertencentes ao médico Dráuzio Varella e ao pesquisador (microbiologista) Atila Iamarino – fontes jornalísticas nacionais bastante conhecidas e requisitadas pelos veículos de imprensa – mostrando que eles usaram esses espaços próprios na plataforma para divulgar informações, “com base em evidências e relatos científicos”, durante a pandemia da Covid-19, tornando-se “contraponto às falas autorizadas de pessoas do poder público, da academia e da saúde”.

Apesar de qualquer cidadão poder se apropriar dessas novas ferramentas de comunicação da Internet para produzir seu conteúdo, Ferraz, Borges e Pádua (2020) apontam que as práticas da produção da informação nos canais desses dois influenciadores da saúde acabam por se basear “no modelo da técnica jornalística e se assemelham à sintaxe televisiva”. Com as novas tecnologias digitais, dizem os autores, o cidadão comum busca a informação com mais rapidez pela internet e transitam pelo campo do jornalismo, não ficando “retido nele para consumir”. Portanto, o cidadão pode acessar diretamente essas fontes especializadas, sem a necessidade da mediação da imprensa.

---

Ferraz, Borges e Pádua (2020) concluem que os influenciadores digitais conseguem traduzir o conhecimento científico para os internautas, que buscam fontes confiáveis em meio à infodemia que se alastra e contamina o debate público. Para eles, “Identificar fontes confiáveis em meio à proliferação de vozes no ambiente midiático é um desafio contemporâneo” (FERRAZ; BORGES; PÁDUA, p. 34-35).

### **Considerações finais**

Retomamos a pergunta feita na introdução deste trabalho: em quem confiar? O enfrentamento à proliferação da desinformação e à infodemia no novo cenário comunicacional concomitante ao processo de retomada do protagonismo da enunciação da verdade parece ser o desafio do jornalismo.

No fato de alguns dos novos atores sociais enunciativos precisarem usar linguagens e formatação próprias do jornalismo para reforçar credibilidade às suas narrativas, inclusive para textos desinformativos no ambiente digital, pode estar uma pista (ou alento) para respostas que o jornalismo busca.

Outro fato a se considerar é que, no início dos anos 2000, empresas jornalísticas, no Brasil e no mundo, adotaram as agências de *fact-checking* – muitas hospedadas nas próprias redações - como estratégia para o combate a essa proliferação de notícias falsas e local para busca de informação confiável. É, ao mesmo tempo, uma tentativa de resgate do jornalismo como instituição detentora dessa confiabilidade e oportunidade para sustentar seu modelo empresarial.

Apesar da perda de credibilidade, não se pode perder de vista que o jornalismo sempre teve, e continua tendo, um papel estratégico, por exemplo, nos principais eventos sanitários no Brasil, seja potencializando seja mitigando os sentidos que envolvem os riscos midiáticos à saúde. Em meio à infodemia, o tradicional telejornal da Rede Globo, o Jornal Nacional (JN), obteve um significativo aumento da audiência durante a cobertura da pandemia do novo coronavírus. Em São Paulo e no Rio de Janeiro, o JN alcançou índices que não atingia desde 2011 (PADIGLIONE, 2020), mantendo um viés de cobertura em defesa da ciência contra as narrativas circulantes discordantes dos consensos científicos, estas em grande parte reverberadas em compartilhamentos disseminados nas plataformas digitais.

As coberturas midiáticas epidêmicas são estudadas por pesquisadores há bastante tempo, e a da pandemia da Covid-19 provavelmente é uma das primeiras a se dar sob a

concorrência consolidada das notícias geradas também, e talvez principalmente, pelos diversos novos atores produtores e circuladores de notícias, fazendo circular seus produtos em diferentes plataformas digitais, que marcam o processo de midiaticização da sociedade contemporânea, acentuada na pós-verdade.

No campo da Comunicação e Saúde, a compreensão desses processos e reconfigurações permitirá uma atuação mais qualificada das instituições de jornalismo e de saúde no enfrentamento a novas crises sanitárias e, também, aos demais agravos crônicos de saúde.

## REFERÊNCIAS

- ABREU, Alzira Alves de. **Jornalismo cidadão**. Revista Estudos históricos; v.1, n. 31. 2003.
- ALZAMORA, Geane Carvalho; BICALHO, Luciana Andrade. **A dinâmica transmídia de fake news conforme a concepção pragmática de verdade**. Matizes. 13 (1), p. 109-131, 2019. <http://www.revistas.usp.br/matizes/article/view/14959>
- CALIL, Marcio Martins. **Análise da cobertura da imprensa capixaba durante a epidemia de febre amarela no Espírito Santo em 2017**. Dissertação. (Mestrado em Comunicação e Territorialidades) - Centro de Artes, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Territorialidades, Universidade Federal do Espírito Santo, Espírito Santo, 2020.
- CAMARGO Jr, Keneth Rochel de. **Lá vamos nós outra vez: a reemergência do ativismo antivacina na Internet**. Cad. Saúde Pública; 36 Sup 2:e00037620, 2020.
- DEUZE, Mark; WITSCHGE, Tamara. **O Que o Jornalismo está se Tornando**. Parágrafo, p. 6–21, 2016. Disponível em: <https://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/478>.
- DUNKER, Christian. **Subjetividade em tempos de pós-verdade**. In: DUNKER, Christian et al. Ética e pós-verdade. Porto Alegre/São Paulo: Dublinense, p.9-41, 2017.
- FERRAZ, Luiz Marcelo Robalinho; BORGES, Sheila; PADUA, Adriano . **Dráuzio Varella e Atila Iamarino: uma análise dos canais do YouTube dos influenciadores digitais como fontes de informação na pandemia da Covid-19**. COMUNICAÇÃO & INOVAÇÃO (ONLINE), v. 21, p. 22-38, 2020.
- FERNANDES, Carla; MONTUORI, Christina. **A rede de desinformação e a saúde em risco: uma análise das fake news contidas em 'As 10 razões pelas quais você não deve vacinar seu filho'**. Reciiis, Rev Eletron Comun Inf Inov Saúde. 14(2), p. 443-460, 2020. Disponível em: <https://www.reciis.icict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/1975/2363>
- GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Editora UNESP, 1991.
- GOMES, Wilson; DOURADO, Tatiana. **Fake news, um fenômeno de comunicação política entre jornalismo, política e democracia**. In: Estudos em Jornalismo e Mídia, v. 16, n. 2, p. 33-45. Julho a Dezembro de 2019.

---

HARSIN, Jayson. **Post-Truth and Critical Communication Studies**. Oxford Research Encyclopedias, Oxford, 2018. Disponível em:  
<https://oxfordre.com/communication/view/10.1093/acrefore/9780190228613.001.0001/acrefore-9780190228613-e-757>

HJARVARD, Stig. **Mediatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural**. Matrizes, [S. l.], v. 5, n. 2, p. 53–91, 2012. Disponível em:  
<http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/338>.

LERNER, Kátia. **Doença, mídia e subjetividades: algumas aproximações teóricas**. In: Katia Lerner e Igor Sacramento. (Org). Saúde e Jornalismo: interfaces contemporâneas. 1ª Ed. Rio de Janeiro; Editora Fiocruz, v.1, p. 151-161, 2014.

LYOTARD, Jean-François. **A condição pós-moderna**. 12º ed.- Rio de Janeiro: José Olympio, 2009.

MASSARANI, Luisa; WALTZ, Igor; LEAL, Tatiane; MODESTO, Michelle. **Narrativas sobre vacinação em tempos de fake news: uma análise de conteúdo em redes sociais**. Saúde e Sociedade, São Paulo, v. 30, n. 2, jun. 2021.

NEWMAN Nic et al. **Reuters Institute Digital News Report 2017**. London: Reuters Institute and Oxford University, 2017.

PADIGLIONE, Cristina. Audiência do telejornalismo explode durante crise do coronavírus. 19/03/2020. **Folha de S. Paulo**. Disponível em:  
<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2020/03/audiencia-de-telejornalismo-explode-durante-crise-do-novo-coronavirus.shtml>. Acesso em: 26 out.2021.

PEREIRA, Fábio Henrique; ADGHIRNI, Zélia Leal. **O jornalismo em tempo de mudanças estruturais**. Intexto, [S. l.], v. 1, n. 24, p. 38–57, 2011. Disponível em:  
<https://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/19208>.

RAMPTON, Sheldon. **Fake news? We told you so, ten years ago**. PR Watch. March, 2005.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. **Imprensa e história no Rio de Janeiro dos anos 50**. Tese. (Doutorado em Comunicação) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2000.

SILVA, Tania Regina Neves da. **Jornalistas e fontes: uma relação em movimento. Temas, vozes e silêncios na Saúde de O Globo (1987-2015)**. Tese. (Doutorado em Ciências) - Programa de Pós- Graduação em Informação e Comunicação em Saúde (Icict), Instituto de Comunicação e Informação Científica e Tecnológica em Saúde, Fiocruz, Rio de Janeiro, 2017.

WAISBORD, Silvio. **Truth is What Happens to News, on journalism, fake news, and post-truth**. Journalism Studies 19:13, 1866-1878, 2018.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. **Information disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policy making**. Council of Europe Report. 2017. Disponível em: <https://rm.coe.int/information-disorder-reportnovember-2017/1680764666>.

WOLF, Mauro. **Teoria das comunicações de massa**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.