

FACULDADES INTEGRADAS DE FERNANDÓPOLIS - FIFE  
FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DE FERNANDÓPOLIS - FEF

MARINA OLIVEIRA DIAS

A mídia independente em tempos de desinformação: o jornalismo da  
Agência Pública frente ao movimento antivacina

FERNANDÓPOLIS  
2022

MARINA OLIVEIRA DIAS

A mídia independente em tempos de desinformação: o Jornalismo da  
Agência Pública frente ao movimento antivacina

Monografia apresentada ao curso de Jornalismo da Fundação Educacional de Fernandópolis, como parte dos requisitos para a obtenção de grau de bacharel em Comunicação Social – Jornalismo.

Orientadora: Profa. Ma. Andresa Caroline Lopes de Oliveira

FERNANDÓPOLIS  
2022

## **FOLHA DE APROVAÇÃO**

**MARINA OLIVEIRA DIAS**

### **A mídia independente em tempos de desinformação: o Jornalismo da Agência Pública frente ao movimento antivacina**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como exigência parcial para obtenção do Título de Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo da Fundação Educacional de Fernandópolis.

Aprovada em: \_\_\_/\_\_\_/2022

Examinadores:

---

Prof. Orientadora: Ma. Andresa Caroline Lopes de Oliveira  
Instituição: Fundação Educacional de Fernandópolis

---

Prof. Me. Marcelo Matos  
Instituição: Fundação Educacional de Fernandópolis

---

Augusto Martins de Jesus  
Jornalista convidado

*Dedico este trabalho a todas as pessoas que tiveram suas vidas ceifadas, sem oportunidade de se vacinar contra a COVID-19 e a seus familiares.*

*A todos aqueles que não desistiram, que assumiram a linha de frente e lutaram pela conscientização da população sobre a importância da vacinação.*

*A todos os Jornalistas que buscam informar seu público com veracidade, passando credibilidade e acreditando na importância da ética para a realização do seu trabalho.*

## AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, autor da minha história e responsável por cada um de meus passos.

Aos meus pais, que sempre acreditaram em mim e me motivaram a seguir em frente, apesar de todas as dificuldades. Sem eles, eu não teria caminhado tão longe

Ao meu tio Adaor, que esteve me amparando e sempre acreditou em minha capacidade de vencer a qualquer obstáculo.

Ao meu namorado Fernando, pelo carinho e paciência nos diversos momentos em que estive ausente e pelo apoio fundamental.

Aos meus professores, por me instruírem, apontarem o caminho mais seguro, em especial a Professora Me Andressa, que me orientou aí longo deste trabalho e me fortaleceu nos momentos de fragilidade.

À minha avó, Rosa Maria e minha tia-avó, Devanir, que tanto fizeram por mim ao longo da minha trajetória, zelando, orientando e mostrando que tudo o que é feito com amor, floresce. Mesmo não estando mais presentes fisicamente, estão eternizadas no meu coração.

*O bom Jornalismo é uma janela pela qual vemos o que está além do muro.  
Já o mau Jornalismo é parte do muro, quando não o próprio muro.*

*José Carlos Fineis*

## RESUMO

Este trabalho tem como objetivo principal a análise das características e desafios do trabalho do Jornalista, onde foi utilizada a abordagem qualitativa e técnicas de pesquisa bibliográfica, a fim de dar suporte aos temas abordados, para a estruturação e a coleta da análise, voltada ao Jornalismo em suas diferentes perspectivas, relacionadas à credibilidade, à desinformação como um fenômeno que interfere na ética jornalística, tal qual ocorreu no Brasil com o movimento antivacinas. Assim, inclui, também, mídia independente, em especial as reportagens da Agência Pública como parte intrínseca da informação e sua importância no contexto da cobertura jornalística da vacinação contra a Covid-19, cujo panorama comunicacional inclui processos de infodemia e polarização política.

**Palavras-chave:** mídia Independente; jornalismo; Agência Pública; covid-19; antivacina

## **ABSTRACT**

This work has as its main objective the analysis of the characteristics and challenges of the Journalist's work, where the qualitative approach and bibliographical research techniques were used, in order to support the approached themes, for the structuring and collection of the analysis, approached to Journalism in its different perspectives, related to trust, to misinformation as a phenomenon that interferes with journalistic ethics, as occurred in Brazil with the anti-vaccination movement. Thus, it also includes independent media, in particular Agência Pública reports as an intrinsic part of the information and its importance in the context of journalistic coverage of the vaccination against Covid-19, whose communication landscape includes processes of infodemics and political polarization.

**Keywords:** independent media; journalism; Public Agency; covid-19; anti-vaccine

## **LISTA DE FIGURAS**

- 1.** Publicação da conta oficial da Secretaria de Comunicação do Governo Federal.
- 2.** Compartilhamento sobre as falas do Presidente da República.
- 3.** Venda de comprimidos por mês do “kit covid” em farmácias.
- 4.** Quantidade de medicamentos vendidos para o “tratamento precoce”.
- 5.** Cloroquina produzida pelo Exército e Marinha, enviada para todos os estados brasileiros, para secretarias de saúde e hospitais, depósitos e postos militares.
- 6.** Campanha do Governo Federal para a retomada das atividades no país durante a pandemia.
- 7.** Gastos do Ministério das Comunicações com campanhas na pandemia.
- 8.** Entrevista com a epidemiologista Ethel Maciel.
- 9.** Território indígena não demarcado em Piauí.
- 10.** Post sobre algumas investigações da Pública durante a pandemia.
- 11.** Histórias que precisam ser investigadas na pandemia.
- 12.** Histórias que precisam ser investigadas na pandemia II.

# SUMÁRIO

<b>Introdução.....</b>	.....
<b>1. A Função social do Jornalismo .....</b>	.....
1.1 As transformações do Jornalismo .....	.....
1.2 A credibilidade do Jornalismo em tempos de desinformações.....	.....
<b>2. Mídia Independente.....</b>	.....
<b>3. Estudo de Caso.....</b>	.....
3.1 Agência Pública: Análise Descritiva .....	.....
3.2 Agência Pública: Análise Interpretativa .....	.....
<b>Considerações Finais .....</b>	.....
<b>Referências.....</b>	.....

## Introdução

O Jornalismo apresenta a informação por meio de diferentes fontes. Além disso, é capaz de contribuir com a democracia, veiculando notícias originais e mantendo o público informado, e, portanto, precisa ser objetivo, claro, conciso e deve demonstrar imparcialidade.

Ao longo da história, o Jornalismo passou por diferentes fases, mudando, inclusive, sua função social. A princípio, os jornais potencializavam programas político-partidários, servindo também como suporte para os revolucionários. Atualmente, com a era tecnológica, o Jornalismo enfrenta maiores desafios, para que possa cumprir sua função ética com credibilidade, combatendo a desinformação. Não há como existir Jornalismo sem verdade, mesmo que esta profissão possa perder a credibilidade por conta da desinformação e do sensacionalismo por parte de diversas mídias sociais.

Desde a popularização da internet, surgiram formas de comunicação, expressão, interação e relação entre seus usuários, das redes sociais, principalmente quanto à manifestação da opinião e busca pela informação.

Com base nisso, este trabalho objetiva analisar, por meio de um Estudo de Caso, como a Agência Pública, um veículo de mídia independente, atua no combate à desinformação sobre as vacinas contra a Covid-19.

A análise foi realizada por meio de três categorias: fontes utilizadas, profundidade das matérias e contextualização.

Este trabalho também apresenta uma revisão de literatura por meio de uma pesquisa bibliográfica, dividida em três capítulos: primeiramente, será abordado sobre o Jornalismo e sua função social, a importância da veracidade dos fatos e os prejuízos trazidos pela desinformação. Neste capítulo, também será tratado sobre as fases pelas quais o Jornalismo passou no decorrer dos anos.

No segundo capítulo, será relatado sobre a mídia independente e as contribuições que as Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) trouxeram para o nascimento do *midialivrisimo*. A mídia livre possibilita que as pessoas tomem decisões baseadas em informações, que provém de uma diversidade de opiniões, todas livres.

O terceiro capítulo trata de um ponto relevante, sobre a Agência Pública, rebatendo as desinformações disseminadas pelo atual presidente do Brasil, Jair Messias Bolsonaro, bem como o negacionismo científico disseminado durante a pandemia da Covid-19,

momento em que foram veiculadas notícias desqualificadas no que se refere à eficácia das vacinas. Essas reportagens foram publicadas entre abril de 2020 a agosto de 2022.

Temos a necessidade de um Jornalismo engajado com a seriedade, é extremamente importante combater as notícias falsas, buscando comprometimento com a veracidade, através de uma comunicação que tenha credibilidade ao atingir seu público.

## 1. A Função social do Jornalismo

Em “Os Elementos do Jornalismo”, os autores Bill Kovach e Tom Rosenstiel, oferecem temas para reflexão acerca do que é necessário para se fazer um Jornalismo sério e comprometido com a verdade. Os autores elencam e debatem nove elementos que consideram fundamentais para que isso seja possível.

1. A primeira obrigação do Jornalismo é com a verdade.
2. Sua primeira lealdade é com os cidadãos.
3. Sua essência é a disciplina da verificação.
4. Seus praticantes devem manter independência daqueles a quem cobrem.
5. O Jornalismo deve ser um monitor independente do poder.
6. O Jornalismo deve abrir espaço para a crítica e compromisso público.
7. O Jornalismo deve empenhar-se para apresentar o que é significativo de forma interessante e relevante.
8. O Jornalismo deve apresentar as notícias de forma compreensível e proporcional.
9. Os jornalistas devem ser livres para trabalhar de acordo com sua consciência. (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004, p. 22 - 23).

O primeiro elemento denomina-se “A primeira obrigação do Jornalismo é com a verdade”. Nas palavras de Tambosi (2005), se a questão da verdade é imprescindível para o Jornalismo, constituindo-se em imperativo ético, como bem estabelecem os códigos de conduta da profissão, deve-se considerar o que é verdade para os jornalistas. Ou seja, tal conceito, fundamental para a filosofia e para as ciências, bem como temo mesmo peso para o senso comum, também deve ser digno de reflexões mais profundas nas teorias do Jornalismo e da comunicação. “Se uma declaração corresponde aos fatos, ou seja, à realidade, eis que temos a verdade”. (TAMBOSI, 2005, p. 01).

Não há como haver Jornalismo sem a verdade. Ou seja, trazer ao público os fatos como eles são, informações verdadeiras, que correspondem à realidade. O jornalista não pode se dar ao direito, portanto, de não checar as informações e apurá-las antes de levá-las ao conhecimento das pessoas.

Não existe um Jornalismo sólido e consolidado sem o elemento da verdade, ela é fundamental. A credibilidade do jornalista reside nisso, informar sem distorcer os fatos, sem mostrá-los apenas sob um ponto de vista. O jornalista deve utilizar seu ofício para esclarecer, e não para trazer mais sombras sob questões importantes para a sociedade.

Na atualidade, com o avanço tecnológico e a informação chegando de maneira muito rápida às pessoas, principalmente através de redes sociais e aplicativos de

mensagens instantâneas, o Jornalismo passa a ter uma responsabilidade ainda maior, que é a de desmitificar notícias falsas, apurando fatos e levando o que é verdade para a população. Isso é o que fazem *sites* como o Boatos.org e a sessão Lupa do portal Uol.

É isso que nos lembra Mendes (2009), quando diz que:

Com o desenvolvimento tecnológico, todos podem relatar fatos e emitir opiniões que podem ter um grande alcance, principalmente em virtude da Internet. Porém, o que difere esses escritos do Jornalismo, é que o último permite gerar coesão na comunidade através da construção de sentidos e de uma linguagem comum. Ou seja, a importância do Jornalismo se encontra no seu efeito no cotidiano dos cidadãos. (MENDES, 2009, p. 1).

Sobre o segundo elemento “Sua primeira lealdade é com os cidadãos”. o jornalista deve ter, em primeiro lugar, compromisso com os cidadãos, de levar a cada um a verdade. Sabe-se que, atualmente, muitos jornalistas sofrem pressão da empresa em que trabalham para que veiculem notícias que agradem os patrocinadores. Assim, os interesses econômicos acabam se sobrepondo a essa lealdade que os jornalistas devem ter com o público em primeiro lugar.

Outas questão que acontece na atualidade é a pressão que os jornalistas para a veiculação de notícias que vendem, que despertem interesse do público para acessar determinados *sites* ou para assistir certos programas de televisão, que trazem um Jornalismo popular, que agrada às grandes massas.

Podemos citar como exemplo programas de televisão popularescos, que são comandados por jornalistas. Além de veicularem matérias sensacionalistas, são recheados de patrocinadores, que anunciam e vendem seus produtos ao vivo em rede nacional. O programa “A Tarde é Sua”, comandado pela jornalista Sônia Abraão é um desses casos, assim como o “Revista da Cidade”, apresentado pelo jornalista Leão Lobo. *Sites* e redes sociais de jornalistas como Leo Dias, Fabíola Reipert e Felipeh Campos também são exemplos disso.

Casos como esses acabam comprometendo parte da credibilidade que os jornalistas têm perante ao público. Quando Leo Dias, por exemplo, expôs nacionalmente o caso da atriz Klara Castanho, mostrando ao público que ela sofreu um estupro, engravidou e dentro dos trâmites legais, decidiu entregar a criança que teve para adoção, acabou colocando em dúvida a credibilidade do Jornalismo de forma geral. Muitas pessoas acabam confundindo “influenciadores digitais” com jornalistas, sendo que, muitas vezes, não possuem formação na área.

Já o terceiro elemento do Jornalismo apontado por Kovach e Rosenstiel (2004) é a

“sua essência de disciplina da verificação”. Ou seja, não se deve veicular nada antes de verificar a informação. A verdade deve chegar aos cidadãos e isso deve ser garantido pelos jornalistas. O Jornalismo deve ser claro e objetivo, trazendo informações precisas, e isso passa pela verificação da notícia. No entanto, outro problema que acaba acometendo os jornalistas é a questão da parcialidade, ideologias e preconceitos que estão neles arraigados. O youtuber Allan dos Santos, por exemplo, veicula constantemente em seu canal no YouTube, bem como em seu *site* e em suas redes sociais notícias falsas, com o intuito de defender o presidente do Brasil, Jair Messias Bolsonaro. Tanto que o referido jornalista foi condenado pelo Supremo Tribunal Federal por formação de milícia digital, como aparece nessa notícia no site da CNN, em 21/10/2021:

O ministro Alexandre de Moraes, do Supremo Tribunal Federal (STF), determinou a prisão preventiva e a extradição do blogueiro bolsonarista Allan dos Santos. A ordem de prisão foi dada por Moraes no dia 5 de outubro, e a ordem de extradição já chegou ao Ministério da Justiça. Allan dos Santos encontra-se atualmente nos Estados Unidos Segundo a âncora da CNN Daniela Lima, o vazamento da ordem de prisão irritou o STF. O pedido teria partido da própria Polícia Federal no âmbito do inquérito que investiga a criação de uma organização criminosa para a disseminação de notícias falsas. Allan dos Santos é investigado em dois inquéritos no Supremo: um deles investiga a propagação de *fake news*, e o outro apura a formação das chamadas “milícias digitais”, grupos que ameaçariam as instituições. (LIMA; HIRABAHASI; CURY, 2021, p. 01)

Não verificar um fato antes de divulgá-lo acaba produzindo um efeito extremamente negativo para o Jornalismo, já que entra em cena a questão da ética. Não é ético um jornalista divulgar algo que ele não procurou saber se é verdade. E quando o jornalista percebe que cometeu um erro, deve imediatamente se desculpar, divulgando a verdade.

Ademais, a veiculação de notícias que não sejam verdadeiras, pode acarretar em mal entendidos, que podem não se recuperar mais. Um exemplo emblemático é o caso da Escola Base, de educação, na cidade de São Paulo, no ano de 1994, quando foi amplamente veiculado pela imprensa que os donos da instituição, bem como o motorista do transporte escolar e um casal de pais de aluno, foram acusados abuso sexual. Devido a essa divulgação, a escola foi depredada pela população, perdeu todos os seus alunos e a reputação dos acusados foi totalmente arrasada. As investigações acabaram por demonstrar que não houve nenhum abuso e que todos os acusados não eram culpados de absolutamente nada. Porém, esse fato não recebeu da mídia a mesma atenção, e os acusados nunca mais se recuperaram financeira e emocionalmente.

“Seus praticantes devem manter independência daqueles a quem cobrem” é o

quarto elemento apontado por Kovach e Rosenstiel. Ou seja, o Jornalismo deve ser sempre crítico e criativo, independente e livre. Deve sempre haver independência jornalística em relação ao que se está cobrindo. É essa independência que faz com que os jornalistas estejam comprometidos, primeiramente, com o verídico, que seja independente de interesses comerciais, sempre informando, nunca desinformando.

Esse desejo de que a informação seja verdadeira é básico nesta discussão. Já que as notícias são o material que as pessoas usam para aprender e pensar sobre o mundo além dos próprios mundinhos, o mais importante é que essa informação seja boa e confiável. (KOVACH e ROSENSTIEL, 2003, p. 61).

Justamente por isso, quando o jornalista possui uma fonte, deve checar antes da propagação da notícia. Não se pode haver uma relação intimista com as fontes, uma vez que isso pode gerar uma opinião parcial, pessoal e dependente.

O quinto elemento denomina que o Jornalismo deve ser um monitor independente do poder. Dessa forma, não há Jornalismo imparcial quando ele veicula apenas informações que defendam ou agradem quem está no poder, seja ele federal, estadual ou municipal. O contrário também é real, não se deve haver Jornalismo que ataque, o tempo todo, os poderes, sem veicular coisas boas que, porventura, sejam realizadas por eles.

Isso corrobora o que diz Moraes (2007), na afirmação de que “essa independência do Jornalismo em relação ao poder é bastante utópica”, uma vez que quase sempre existe um jogo de interesses em relação às informações transmitidas aos cidadãos, que manipulam e guiam de acordo com os interesses pessoais dos seus patrocinadores, em uma espécie de corrupção das informações. O autor também mostra que é perceptível a dependência desses meios de comunicação investigativos de grandes corporações econômicas que financiam suas atividades. Isso acaba não permitindo aos cidadãos que tenham uma base para diferenciar o bom do ruim, já que a imprensa acaba não revelando o lado negativo de quem a financia.

Tal prática imoral de Jornalismo investigativo, que muda o rumo dos fatos e pode causar, de maneira injusta, a perda de uma reputação, aponta a responsabilidade que esse tipo de Jornalismo possui. Deve-se verificar com atenção e critério cada informação e fonte acessada, como uma maneira de evitar distorções no conteúdo e fatos apresentados. O único interesse que a imprensa deve ter é com os consumidores das notícias, tornando cada vez mais necessário a execução do Jornalismo sério, vigilante, transparente, democrático.” (MORAES, 2007, p. 01).

Sobre o sexto elemento, esse foi denominado como “o Jornalismo deve abrir espaço para a crítica e o compromisso público”. Ou seja, a construção de um bom

Jornalismo, sério e comprometido com o público. Cabe ao Jornalismo a responsabilidade de despertar a atenção do público, servindo como fórum permanente de debates. É essa função do Jornalismo que traz a possibilidade de sustentação de uma sociedade realmente democrática, crítica, que consegue pensar de forma independente.

Aqui entra, mais uma vez, o compromisso do Jornalismo com a verdade, com não tomar partido, com a independência que a mídia deve ter. Além disso, cabe ao Jornalismo ser algo universal, ou seja, que chegue de maneira inteligível a todas as classes sociais, não se restringindo a uma pequena parcela privilegiada da população, tanto econômica como intelectualmente.

O sétimo elemento, denominado “o Jornalismo deve empenhar-se para apresentar o que é significativo de forma interessante e relevante”, quer dizer que os jornalistas devem saber escolher as notícias que serão veiculadas pela sua relevância, bem como produzi-las de maneira que sejam interessantes para o público e, em uma linguagem que seja acessível a todos.

Em relação ao oitavo elemento, denominado “o Jornalismo deve apresentar as notícias de forma compreensível e proporcional”, pode-se dizer que a proporcionalidade tem relação com a citada independência dos jornalistas, bem como no fato de não distorcer a realidade. Ou seja, uma matéria deve ser compreendida pelo maior número de pessoas, não deve ser algo que seja acessível a apenas uma pequena parcela da população.

Além disso, não se pode defender apenas a visão de uma parte da sociedade, apresentando-a como se fosse majoritária. É importante, também, ouvir a população para que sejam veiculadas notícias de seu interesse.

“Os jornalistas devem ser livres para trabalhar de acordo com sua consciência” é o nono e último elemento. Isso quer dizer que o local de trabalho dos jornalistas deve ser um espaço de debate, que ouça a todos, sem censura. Uma redação com pessoas de pensamento mais progressista é fundamental para colocar em prática esse princípio. As redações devem ser lugares justos, equilibrados, que pensam primeiramente na notícia e como ela tem um papel social junto aos cidadãos. São os interesses sociais que devem vir em primeiro lugar, já que vivemos na coletividade e não na individualidade. O coletivo deve ser sempre pensado antes do individual, por mais difícil que isso possa parecer. Quem busca por notícias espera encontrar profissionais sérios, éticos e comprometidos com a verdade.

## **1.1 As transformações do Jornalismo**

Desde o seu surgimento, os jornais provocaram transformações radicais na maneira

de ver e vivenciar o mundo. Contudo, o Jornalismo vem perdendo espaço e até mesmo credibilidade em diversas esferas para os sistemas informatizados de transmissão e consulta de informações, além da desinformação transmitida por inúmeros meios. Permanecer em uma atividade que cada vez mais se fragmenta nas teias dos novos meios de comunicação e informação, afastando-se de sua forma original, é uma das essências do livro de Ciro Marcondes Filho em “Comunicação e Jornalismo: A Saga dos cães perdidos”, que aborda sobre a transformação da atividade jornalística desde sua origem, conforme a evolução e modificação da sociedade até os dias atuais, principalmente com a influência das novas tecnologias e das redes sociais. “Cães perdidos” foi o tema utilizado pelo autor para fazer referência a perda do faro investigativo do profissional de Jornalismo.

De acordo com o autor (2002), o Jornalismo pode ser dividido em quatro fases, descritas

a seguir.

O chamado “Primeiro Jornalismo” vai de 1789 a 1930, no qual os jornais tinham objetivos pedagógicos e eram escritos através de uma característica político-literária. Não havia intenção econômica e sim transparência, razão e verdade. O controle do saber sai da esfera privada e vai para a pública, expondo intensamente o controle da informação.

Essa fase surge com o lastro da Revolução Francesa, sob o lema da liberdade e igualdade, além de seu conteúdo literário e político. Naquela época, as empresas jornalísticas ainda não estavam orientadas para o lucro. O primeiro Jornalismo trouxe consigo o esclarecimento político e ideológico, uma vez que o controle do saber e da informação fortalece a dominação, o poder a manutenção da autoridade, soberania, favorecendo a submissão e a servidão, que entram em colapso quando esse poder desmorona.

É a época de ebulição do Jornalismo político-literário, em que as páginas impressas funcionam como caixa acústica de ressonância, programas político-partidários, plataformas de políticos, de todas as ideias. É época também em que o jornal se profissionaliza: surge a redação como um setor específico, o diretor torna-se uma instância diferente da do editor, impõe-se o artigo de fundo a autonomia redacional. (MARCONDES FILHO, 2002, p. 11).

Essa visão do autor nos ajuda a compreender sobre a importância de tal ebulição, pois a partir da luta pelos direitos humanos, da “desconstrução” do poder criado em torno da Igreja e da Universidade, o Jornalismo ganha força, o saber se espalha, desmistificando as bases da unidade religiosa, abrindo crise ao poder papal e novos caminhos para o

protestantismo, com Martinho Lutero.

Ao criticar, ao tornar pública informações a respeito das autoridades criticando e iluminando o povo, que até então estava subordinado ao poder dos monarcas, da Igreja e Universidade, é possível dizer que o Jornalismo refletia a atmosfera presente nos novos tempos.

Em meados do século XIX, de 1830 a 1900, surge o “Segundo Jornalismo”, na qual a era capitalista emergiu com a inovação tecnológica, desintegrando os fins pedagógicos e caracterizando a necessidade de se afirmar no mercado e, com isso, vender sempre mais. Assim, a informação vira mercadoria e a imprensa torna-se comunicação em massa, com caráter sensacionalista, visando vender publicidade e assinatura em suas páginas.

Essa mudança nos moldes do Jornalismo, o foco dos jornais é alterado, com inovações, o que trouxe também a disputa por partidos políticos, na intenção de impor sua ideologia em massa por meio do poder instaurado pela imprensa. É evidente que o capitalismo se torna mais forte, de forma anárquica, surgindo o sensacionalismo e o interesse por vender cada vez mais. As revoluções ocorridas no século XIX impulsionaram, por um lado, as lutas socialistas, mas por outro, os donos das empresas jornalísticas começavam a construir jornais populares e sensacionalistas, pautados como grande empresa capitalista. Ele emerge através da inovação tecnológica e, com ele, as exigências cada vez maiores na capital.

De 1900 a 1970, vem o “Terceiro Jornalismo”, no qual as empresas jornalísticas crescem e se desenvolvem assim como a indústria publicitária integra-se a este cenário de relações públicas como novas formas de comunicação, o que descaracterizou o Jornalismo. Além do mais, grandes guerras do século XX trouxeram a monopolização e o fato dos jornais é alterado. Nesta fase, surgem novas formas de comunicação. Floresce o jornal em massa, o qual passa a receber mais investimentos, na busca por aprimorar seu valor estético e suas vendas, a fim de lucrar mais.

Aqui, o aumento fantástico da produção significou uma total reorientação da indústria jornalística no sentido de render lucros e se tornar economicamente autossustentável. Consequentemente, o Jornalismo deixou de ser tão livre, descomprometido, espaço aberto a toda e qualquer manifestação dos agentes sociais, tornando-se produto “trabalhado”, voltado ao mercado, dependente dos gostos e do interesse de uma ampla massa de consumidores. A audácia e a criatividade jornalística perdem terreno em relação ao conformismo e à repetitividade mercadológica. (MARCONDES FILHO, 2002, p. 32 e 33).

Em concordância com o autor, fica evidente que o Jornalismo perdeu sua força, a notícia tornou-se “mercadoria”: melhoram sua aparência, criam-se manchetes, os destaques, as reportagens, trabalha-se e investe-se muito mais na capa, no logotipo, nas chamadas primeiras páginas.

A atual fase do Jornalismo, considerada como “Quarto Jornalismo”, é marcado pela incorporação da tecnologia, o advento das redes sociais, o que interfere diretamente na produção do jornal, da notícia, do fato em si. O Jornalismo depara-se com um ambiente totalmente informatizado, cibernético, muito diferente das “máquinas de escrever”, antes tão presentes na profissão. O trabalho aumenta, o impacto visual tem maior influência, o conteúdo torna-se mais dinâmico, contudo, menos importante. As mídias (TV e internet) ganham força total, obrigando os impressos a se especializar em novos formatos, interpretativos e opinativos. Os avanços tecnológicos, que estão cada vez mais presentes no Jornalismo, desencadearam. Segundo MARCONDES FILHO (2002), o privilégio à “quantidade”, mais que a qualidade, privando muitos jornalistas do convívio social de uma redação, por exemplo. Os donos de grandes emissoras de televisão, muitas vezes não se preocupam com o patamar a que a notícia poderá chegar, divulgando fatos da maneira como lhes convém, muitas vezes “desinformando”, impedindo o público de “refletir”.

Esse fato também fica notório com o advento das redes sociais, que fez aumentar a dificuldade em se encontrar fontes sólidas, intensificando a desinformação. Isso faz com que o

Jornalismo sofra um verdadeiro “bombardeio” de informações, deixando lacunas que às vezes, são preenchidas por fontes enganosas.

Como consequência da informatização da atividade, a vida dos jornalistas ficou mais difícil. O trabalho aumentou, o contingente foi reduzido, as responsabilidades mais individuais. O telejornal supera a imprensa escrita. As notícias são criadas e “disparadas” em alta velocidade, sem ao menos, em muitos casos, preocupar-se com a qualidade das mesmas, produzindo um “efeito de aceleração”, com narrativas rápidas, criadas em tempo recorde. Esse

fato também traz a superficialidade. (MARCONDES FILHO, 2002).

O autor também deixa evidente sobre a força da desinformação, seu excesso e sua amplitude. Concordando com o autor, é necessário refletir sobre o excesso informativo que narcotiza o público, tornando-o indiferente à própria notícia. Com a força da velocidade de circulação de informações, do grande número de fontes e das facilidades de sua inserção nas redes de comunicação, tudo ganha “valor de verdade”. A amplitude das

redes gera novos problemas para o Jornalismo.

Não podemos permitir que a desinformação continue ganhando força e que o jornalista perca sua credibilidade cada vez mais. E para isso, cada profissional (ou futuro profissional) deve trabalhar com a verdade, fugindo do sensacionalismo e conquistando o público com notícias reais.

Entender sobre a história do Jornalismo e sobre a sua contemporaneidade é de extrema importância para que seja possível sentir e vivenciar o mundo. Apesar de muitos terem perdido o “faro investigativo”, é necessária coragem para desvendar, informando de maneira séria e comprometida. É de extrema necessidade que o Jornalismo seja valorizado como ferramenta potencializadora da veracidade da informação, que o jornalista deixe de ser um “cão perdido” para tornar-se explorador de uma comunicação séria, que leve verdade ao seu público, não permitindo que o cidadão se torne massa de manobra por parte dos mais favorecidos.

## **1.2 A credibilidade do Jornalismo em tempos de desinformações**

O autor Matthew D'Ancona, no livro “Pós-verdade: a Nova Guerra Contra os Fatos em Tempos de *Fake News*”, reflete como a chegada da chamada *Web 2.0*, contribuiu para a disseminação da desinformação.

O Jornalismo sempre procurou ser visto como transmissor de verdades através das notícias que veicula. No entanto, D'Ancona (2018) aponta que há uma crise mundial em relação ao conceito de verdade. A popularização da internet permitiu que redes sociais, como Instagram, Facebook, Tik Tok, Youtube e aplicativos de mensagens instantâneas, como o WhatsApp, se tornassem fonte de informação para algumas camadas populacionais. Além disso, as características do ambiente em rede permitiu que o espaço fosse propício para a disseminação de notícias falsas.

A mídia social e os mecanismos de busca, com seus algoritmos e hashtags, tendem a nos dirigir para o conteúdo de que vamos gostar e para as pessoas que concordam conosco. Muitas vezes, rejeitamos como “trolls” aqueles que se atrevem a discordar. A consequência é que as opiniões tendem a ser reforçadas, e as mentiras, incontestadas. Definimos assim no chamado “filtro bolha”. (D'ANCONA, 2018, p. 53).

Isso quer dizer que, atividades que antes estavam restritas aos jornalistas, acabaram por ganhar espaço entre pessoas comuns, que influenciam mais a população do que verdadeiros profissionais do Jornalismo, ao passo que há um aumento na veiculação de

informações falsas.

Outra questão apontada por D'Ancona (2018) é a de que há uma tendência global que leva ao desmoronamento do valor da verdade, onde especialistas são difamados em vez de se tornarem fonte de informações confiáveis, inclusive com o negacionismo científico. Um exemplo disso foi constatado recentemente no Brasil, por conta da pandemia de Covid-19. Mesmo a ciência apontando que medicações como cloroquina, ivermectina e nitazoxanida não possuem eficácia comprovada para prevenção e tratamento do Coronavírus, muitas pessoas preferiram acreditar em afirmações da eficácia do que ficou conhecido como “kit Covid”, do que nos estudos científicos que mostravam o contrário. O próprio presidente Jair Bolsonaro foi um dos grandes divulgadores do referido “kit”, o que foi amplamente divulgado pela mídia, como mostra essa notícia do site Valor Econômico, de 22/09/2021:

Em depoimento à CPI das Covid, o diretor-executivo da Prevent Senior, Pedro Batista Júnior, admitiu nesta quarta-feira (22) que pacientes da operadora de saúde passaram a exigir a prescrição da cloroquina e de outros medicamentos do “kit covid” após falas do presidente Jair Bolsonaro e de outras pessoas influentes em defesa do tratamento precoce. (RIBEIRO; SCHUCH, 2021, p. 01).

Ainda dentro do que aconteceu durante da pandemia, quando as vacinas de imunização da covid-19 estavam disponíveis para a população, mais desinformação ganhou popularidade, tais como: a vacina modifica o DNA das pessoas; a vacina possui um chip que é implantado nas pessoas; os imunizantes estão relacionados a casos de HIV; a vacina Coronavac não possuía comprovação científica e não imunizava as pessoas; não havia comprovação dos efeitos colaterais das vacinas. Tudo isso acabou gerando desconfianças de algumas pessoas, sendo que muitas preferiram não se vacinar, mesmo a ciência comprovando a eficácia e segurança das vacinas. Todas essas informações podem ser verificadas no *site* do Instituto Butantan, mais precisamente na seção Tira Dúvidas Butantan.

D'Ancona (2018) também aponta como *sites* e postagens de teorias conspiratórias ganham cada vez mais espaço e destaque. O autor cita como exemplo a eleição do ex-presidente Donald Trump nos Estados Unidos, apoiado por notícias falsas e por essas teorias da conspiração, inclusive de que a mídia estava toda unida e voltada contra ele. O autor denomina fatos como esse como pós-verdade, ou seja, trata-se de uma alteração na percepção da população no que tange ao que é verdade, o que muda o princípio estruturante da sociedade e de suas decisões.

## 2. Mídia Independente

Este capítulo aborda as contribuições que as Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) dão para o nascimento do midialivrismo. Uma historiografia, a estrutura e os códigos que há no chamado ciberespaço, apontam manifestações e protestos que acontecem na rede de computadores e nas ruas simultaneamente. Os autores Malini e Antoun (2013), também procuram posicionar a rede como parte desse processo de conexões analógicas e digitais, mostrando os resultados dessa nova relação. A obra aponta, ainda, o *hacker* de narrativa em rede como uma maneira de ativismo, bem como um comportamento de contracultura

Segundo Malini e Antoun (2013), as primeiras manifestações das mídias independentes ocorreram em 1999, na cidade de Seattle (Estados Unidos), durante a segunda reunião ministerial da Organização Mundial do Comércio (OMC), marcada por muitos protestos em prol da causa ambiental. Para os autores, a mídia corporativa, ou seja, aquela que é constituída pelas grandes empresas de comunicação, apresentou coberturas estereotipadas em relação aos manifestantes e, em alguns casos, excluíram os protestos das reportagens.

Com o intuito de trazer uma cobertura mais fidedigna foi criado o *Independent Media Center*, constituído por produtoras de informação independentes. Segundo Malini e Antoun:

O IMC foi criado por organizações e ativistas da mídia independente e alternativa com o propósito de oferecer uma rede para a cobertura jornalística dos protestos de novembro de 1999 contra a OMC em Seattle. [...] Cobrir o acontecimento para o IMC significa participar ativamente de sua elaboração e não apenas noticiar as ações que se desenrolam quando de sua manifestação. (2013, p. 137).

Alguns autores como Moraes (2007), defendem o surgimento da Internet como um fator determinante para o nascimento de veículos de comunicação com um viés contra-hegemônico, uma das principais características das mídias independentes.

A Internet é um ecossistema digital caracterizado por arquitetura descentralizada, multiplicação de fontes de emissão, disponibilização ininterrupta de dados, sons e imagens, utilização simultânea e interações singulares. Em sua impressionante variedade de usos, a rede mundial de computadores tem permitido experiências de produção e difusão informativa com sentido contra-hegemônico — isto é, de questionamento do neoliberalismo e da ideologia mercantilista da globalização, bem como de denúncia de seus efeitos anti-sociais. (MORAES, 2007, p. 1)

A partir do ponto de vista de autores especializados no estudo das mídias independentes, esse capítulo aborda as principais características desses veículos, bem como as suas contribuições para o Jornalismo na atualidade.

De acordo com Malini e Antoun (2013), o desenvolvimento tecnológico digital, em especial os novos veículos de transmissão de informação, implicou em diversas mudanças nas formas de captar, produzir e transmitir conteúdos informativos. As facilidades da comunicação mediada pelo computador, por exemplo, ou mesmo pelo celular, permitiram aos usuários da Internet o acesso rápido a informações de locais geograficamente distantes, a transmissão de notícias livre de um controle mais rígido e, mais recentemente, a própria elaboração e transmissão de informações por parte de qualquer usuário.

Os autores apontam que, embora a internet tenha surgido em 1969, inicialmente com pretensão bélica, como uma máquina de combate e científica, objetivando a cooperação social, é somente em 1984, depois de tensões e conflitos entre as instituições formais e hackers, além da migração dos militares para a Milnet (a internet era um dispositivo de controle e monitoramento usada por militares como máquina de combate), que é fundada a noção de ciberespaço. Ela passa a ser vista como um dispositivo influente na produção de relações, de afeto, de cooperações, além da troca de conhecimentos macropolíticos.

Um desses *softwares* foi a rede Usenet, primeira plataforma popular de conversação *online* na história da rede e fundadora da relação “muitos-muitos” como modelo de diagrama de comunicação através da internet. (MALINI; ANTOUN, 2013, p. 18).

Em 1984 surge o ciberativismo, como sinônimo de ações coletivas coordenadas e mobilizadas através da comunicação distribuída em rede interativa. Ele inclui ações e mobilizações coletivas estabelecidas através da comunicação em redes interativas. Esse fator ajuda a romper o ativismo social presente na comunicação social e estabelece seu vínculo nas redes da internet (MALINI; ANTOUN, 2013).

Como os autores acima enfatizam no texto, com a invenção do ciberespaço, a guerra de informação ocorre de modo subterrâneo, entre aqueles que possuem centrais de comunicação mediada por computador. Em síntese: os hackers de narrativas fazem dos grupos de discussão uma estrutura de mídia que permite toda a informação vazar pelas comunidades virtuais, ao mesmo tempo em que os peritos em programação computacional – os hackers de código – inventam, sem parar, as linhas de comando de uma internet mais livre, num período em que a ideologia proprietária em torno dos direitos autorais se intensifica entre os desenvolvedores de tecnologia.

Malini e Antoun (2013), enfatizam que, juntamente com o ciberespaço, a guerra de informação acontece de maneira subterrânea, entre aqueles que possuem centrais de comunicação mediada pelo computador. Sintetizando, os *hackers* de narrativas fazem dos grupos de discussão uma estrutura de mídia que acaba por permitir vazamentos pelas comunidades virtuais. Ao mesmo tempo, os *hackers* de código, peritos em programação computacional criam, sem cessar, as linhas de comando de uma internet mais livre, num período em que a ideologia proprietária em torno dos direitos autorais se intensifica entre os desenvolvedores de tecnologia. Para Malini e Antoun (2013), de uma ação radicalmente distinta dos movimentos anti-disciplinares dos anos de 1960 e 1970 ou do “midialivrismo de massa” no Brasil. Todavia, para os estudiosos, ambas as ações possuem genealogias distintas, embora sejam motivadas por um só desejo: libertar-se.

Malini e Antoun (2013) afirmam ainda que o midialivrismo de massa, por um lado, reúne experiências de movimentos sociais organizados, que produzem mídias comunitárias e populares, incluso no paradigma da radiodifusão, se afirmando como práticas da sociedade civil alternativas antagonistas em relação ao modo de se fazer comunicação dos conglomerados empresariais e nacionais de mídia, que controlam a opinião pública desde o nível local até o internacional.

No caso do midialivrismo ciberativista, este reúne experiências peculiares de construção de dispositivos digitais, tecnologias e processos compartilhados de

comunicação, a partir de um processo de colaboração social em rede e de tecnologias informáticas, cujo principal resultado é a produção de um mundo sem intermediários da cultura, com base na produção livre e incessante do comum, sem quaisquer níveis de hierarquia que reproduza exclusivamente a dinâmica de comunicação *um-todos*.

Para os autores citados, enquanto as lutas anti-disciplinares dos anos de 1960 e 1970 buscavam se libertar do poder concentrador da propriedade dos meios de comunicação, produzindo mídias livres, o ciberativista ou hacker de narrativa buscam a radicalização dos direitos fundamentais, sobretudo a liberdade de expressão. Em outras palavras, o “midialivrista” da era da comunicação distribuída seria, na concepção dos pesquisadores, um tipo de sujeito que produz, continuamente, narrativas sobre acontecimentos sociais que destoam das visões e ditadas pelos jornais, canais de televisão e emissoras de rádio pertencentes aos grandes conglomerados dos meios de comunicação massivo. Eles caracterizam ainda esse tipo de midialivrismo como não mediador, mas como potencializador das ações diretas.

[...] produzir uma comunicação em rede que faz alimentar novos gostos, novas agendas informativas e novos públicos, alagando assim o espaço público midiático, porque consegue *hackear* a atenção de narrativas que antes se concentravam no circuito de mídia. O midialivrismo é tipicamente a manifestação de uma monstruosidade comunicacional: são desenvolvidos por uma “pessoa qualquer” ou por pequenos “coletivos” que, por produzir intensa diferença nos modos típicos de narração da mídia de massa sobre acontecimentos, logo se alçam como pequenas celebridades de nicho, tendo, deste modo, de arcar com uma dupla dificuldade: produzir diferença e evitar, constantemente, a captura espetacular de sua forma de vida. (MALINI; ANTOUN, 2013, p. 24).

Para Malin e Antoun (2013), a cultura livre age como mais uma característica do ciberespaço, onde citam sobre “*copyleft*” para se referir à cultura livre, à barreira contra qualquer forma de “*copyright*”, de direitos autorais. Mas, de acordo com os autores, o ciberespaço não se faz apenas pela cultura livre, mas como uma estratégia capitalista. Em contrapartida, apontam também, na cibercultura, os códigos do “*www*” (motores de busca das páginas da *web*). Tais elementos são responsáveis pela organização de condições para se criar um espaço virtual baseado na interatividade, cooperação e compartilhamento, de modo a trazer conexões, permitindo o surgimento de novas manifestações biopolíticas evelando a organização em rede como uma nova forma de ação coletiva, formação de culturas e de emancipação social, contrapondo-se, de certo modo, às vitórias das revoluções burguesas no que se refere à determinação da democracia representativa como a principal forma de expressão do cidadão.

A revolução tecnológica encontra e anuncia um amplo favorecimento, diante de

uma profunda transformação no mundo contemporâneo, de modo que os resultados desta mudança extrema abranjam o perfil das sociedades. Junto a isso, há o advento da guerra em rede, o oposto correlato de guerra de controle. A guerra em rede seria a luta de baixa intensidade travada de modo assimétrico por um Estado e grupos organizados em rede através do uso de táticas que envolvem o intenso uso das novas tecnologias comunicacionais, da comunicação distribuída e das redes interativas mundiais

Através das comunidades virtuais do ciberespaço a multidão está armada e as redes, que sempre construiu para lutar contra o poder político burguês, tornaram-se poderosas redes de guerra, paralisando o uso das armas de aniquilação do poder global e rompendo com sua cadeia de medo orquestrada pela mídia oficial, usando da contra-informação. A comunidade virtual é uma rede de guerra lutando contra os estados global e locais, mas seu combate se desenvolve através de sua própria construção como um modo surpreendente de inventar valores e práticas democráticas no seu interior, utilizando as TIC e a CMC.

A guerra em rede (*netwar*) é contraparte de baixa intensidade no nível social de nosso conceito de guerra do controle (*cyberwar*), mais antigo e muito mais militarizado. A guerra em rede tem uma dupla natureza, como o deus romano de duas faces Janus, a qual é composta, por um lado, de conflitos travados por terroristas, criminosos e etnonacionalistas extremistas; e, por outro lado, por ativistas da sociedade civil. O que distingue a rede de guerra como uma forma de conflito é a estrutura organizacional em forma de rede de seus adeptos – com vários grupos estando atualmente estruturados no modo sem líder (*leaderless*) – e na sua ultraflexível habilidade de chegar rapidamente juntos em ataques de infecção por afluência popular (*swarming attacks*). Os conceitos de guerra do controle (*cyberwar*) e de guerra em rede (*netwar*) abrange um novo espectro de conflito que emergiu na esteira da revolução da informação. (RONFELDT e ARQUILLA, 2001a, p. IX in MALINI e ANTOUN, 2013, p. 68 e 69).

Nas poderosas redes de guerra, paralisando o uso das armas de aniquilação do poder global e rompendo com sua cadeia de medo orquestrada pela mídia de massa corporativa, vem as comunidades virtuais do ciberespaço. As redes, que sempre construiu para lutar contra o poder político burguês sofreram uma metamorfose, onde a multidão se armou. Em outras palavras: a comunidade virtual é uma rede de guerra pronta para usar a contrainformação para lutar contra os Estados local e global, mas seu combate se dá através de sua própria edificação como uma maneira de arquitetar valores e práticas democráticas no seu interior, protagonizando a Internet como gestora da comunicação distribuída em rede interativa. (MALINI; ANTOUN, 2013).

Naquela época, não se imaginava que as coisas seriam como hoje em dia, com a massificação do acesso à internet e o advento das redes sociais deram voz a todo tipo de pessoas. É possível compartilhar opiniões sobre política, religião, economia, esporte e

qualquer outra coisa, inclusive disseminação de discursos de ódio e intolerância. Aí entra a figura do que os autores chamam de hacker de narrativa, ou *ciberativista*, aquele que consegue acesso à informação de qualquer pessoa ou instituição, utilizando esse acesso para militar a favor de causas como os direitos fundamentais dos seres humanos.

Os autores, Malini e Antoun, também abordam que muitos movimentos acabam surgindo na rede de maneira espontânea, sem que haja um líder específico, onde pessoas acabam se juntando por interesses comuns. Mas o contraponto também é verdadeiro, ou seja, o surgimento de grupos organizados, que aparecem sob determinadas lideranças, buscando a militância coletiva em torno de determinadas causas, entre elas a emancipação social vinda da democracia representativa.

Para Malini e Antoun (2013), com o advento da web 1.0, como propósito momentâneo de centralizar a informação na internet, a estratégia incluiu a construção de grandes portais, tais quais mantidos por corporações globais, que trataram de acumular e distribuir conteúdos de todos os tipos, geralmente organizados a partir de um eixo fixo, que se convencionou nomear como *homepage*. Uma observação interessante trata sobre esses grupos, ancorados na visão linear da realidade, onde utilizaram a metáfora do espaço virtual como representação de espaços físicos conhecidos, sempre com uma porta de entrada para "visitantes", na tentativa de ordenar a experiência digital. O caminho dessa visita seria, portanto, controlado pelo anfitrião (a corporação proprietária da página), que se esforçava por arrumar os cômodos da casa, de modo a agradar os sentidos e não gerar desconforto ou surpresa.

Os autores também contemplam que a mídia tradicional geralmente apresenta apenas uma narrativa para determinados fatos, sem levar aos cidadãos visões diferentes, distintas, que mostram outro lado dos mesmos fatos. Nesse sentido, a mídia que está nas redes, que não faz parte de nenhum grupo hegemônico de comunicação, oferece visões diferentes, trazendo às pessoas até fatos que são omitidos nos grandes meios.

Para Silva (2016, p. 231), o Jornalismo entra no debate de Milani e Antoun não como aquele Jornalismo industrial, típico dos grandes conglomerados de comunicação, “mas como um Jornalismo pós-industrial, participativo, colaborativo, reconfigurado a partir dos princípios da cibercultura e da dinâmica em rede.” Sendo assim, o papel do jornalista acaba por ganhar novo significado, nova dinâmica, já que ele deve estar atento a todas essas mudanças.

Milani e Antoun colocam em pauta a horizontalidade e potencialização da comunicação, bem como a gestão do comum em rede. Neste âmbito, o Jornalismo passa a integrar o debate como participativo, pós-industrial, colaborativo, reconfigurado, indo além

o Jornalismo industrial, a partir dos princípios da cibercultura e da dinâmica em rede.

Os autores supracitados ainda mostram que é falsa a ideia de que o ciberespaço é espaço de ninguém, onde se pode propagar qualquer tipo de coisa. Para eles, a liberdade da internet é vigiada, para que não haja lugar para que se cometam crimes cibernéticos, o que é possível vislumbrar inclusive com a criação de delegacias especializadas nesse tipo de crime.

É inegável quão grande se faz o papel da rede na promoção da liberdade de expressão, quando ligado à biopolítica, em âmbito com o desenvolvimento social. Para Milani e Antoun (2013), trata-se do que eles chamam de livre-arbítrio condicionado, monitorado, vigiado, de modo “negativo”, direcionando para atender, em parte, aos interesses e estratégias do mercado. Na internet, percebe-se que as medidas de cercamento da liberdade em sistemas controlados de informação, em um movimento de redução.

A emergência do cidadão-repórter (ou Jornalismo-cidadão ou participativo). As normas porque se regem as fontes e não só os jornalistas, mudaram graças à possibilidade de toda a gente produzir notícias. O Jornalismo democratizará cada vez mais e se tornará uma conversação, à medida que sua própria práxis jornalística se abriria fortemente à participação dos leitores nas mais distintas fases da produção da notícia. (GILMOR, 2005, p. 55).

Com o advento da Web 2.0, a lógica do acúmulo de conteúdos centralizados nos portais e em suas *homepages* é substituída pela nova organização das redes sociais, especialmente *Facebook* e *Twitter*, basedas em perfis e *timelines*. Não há mais distinção, segundo os autores, entre consumo e produção da informação. A palavra de ordem é colaboração e há a confecção de murais de notícias em sistema colaborativo com os amigos, configurando comunidades em que todos são autores.

A produção de conteúdo interfere na credibilidade e valorização das empresas midiáticas. Assim, é de importante que sejam conteúdos que foquem na perspectiva onde seja oferecido o suporte para a produção coletiva. Surge, assim, a oportunidade para a organização em larga escala das demandas de grupos de ativistas. Suas ações tem início nas redes e se ampliam para as ruas (ou vice-versa), atingindo os mais variados públicos. Malini e Antoun (2013), focam na simultaneidade desse encontro, onde torna-se possível estar nas ruas e nas redes ao mesmo tempo, ocupando espaços complementares e simultâneos, que se desconectam a exclusão. Esse eixo contribui de modo abrangente para o debate em torno do ciberativismo.

Ainda de acordo com os autores (2013, p. 146), a mídia livre é um meio para viver, um meio onde o tempo do trabalho não se contrapõe mais ao tempo de vida. A nova mídia não é um meio de vida, como eram os velhos locais e as antigas profissões. É um

meio onde o trabalho vivo determina o trabalho “morto” das informações e tecnologias e onde o movimento vivo de cada participante constitui o espaço vital da atividade comunitária.

A mídia, ou seja, os meios de comunicação mais contemporâneos trouxeram consigo novas possibilidades. Se antes a ideia era trocar a ideia era de uma comunicação que serviria apenas para emitir uma mensagem, atualmente existe a integração entre sujeitos que interagem entre si. A convergência entre a sociedade e a mídia é tanta que, para Vera França (2012, p. 11) a “mídia faz parte da sociedade”. Ou seja, já não é mais possível desvincular os meios de comunicação que fazem circular as informações, imagens e mensagens de seus interlocutores. Se antes do surgimento da internet e da sociedade midiática os assuntos já eram replicados, com o aumento do fluxo informacional e com a possibilidade de manifestação a qualquer momento e lugar no globo, a reação e replicação frente aos acontecimentos se intensificou.

De acordo com Malini e Antoun (2013), as lutas atuais revelam transformações curiosas para o comportamento dos indivíduos e das populações em termos das expectativas geradas pelas ciências sociais e políticas. Tais lutas abrangem a informação como catalisadora do efeito das populações, colocando os movimentos sociais sob a forte influência das expressões corporais.

Tal esforço de unificação popular parece caracterizar o universo literário e noticioso da comunicação, abrangendo um Jornalismo que se expande de poucos para muitos. A rede, atualmente, conta com blogs e diversos *softwares* sociais, mecanismos e inter-relação através do conceito de “seguidores”. Diante da exposição pública de muitas pessoas e diante de alguns sites, surgem os conhecidos *haters*, que insatisfeitos com algumas publicações, acabam por criticar, questionar e, em muitos casos, tumultuar notícias e fatos importantes. Daí, também, a importância de um comprometimento relacionado ao público a que se destina, já que a credibilidade das notícias divulgadas nos diversos meios de comunicação depende da veracidade dos fatos, onde a desinformação não é bem-vinda.

Para Malini e Antoun (2013), a narrativa das redes sociais da Internet é sempre permeada de histórias paralelas, de idas e vindas, de agregações de sentido, de confronto de personagens (perfis), que só se faz alastrar as ambientâncias em que o fato é vivido, transformando e tornando público.

A diferença da narrativa jornalística, marcada pela autenticação dos fatos, hierarquização de fontes, predomínio do passado, busca de uma enunciação à distância do fato narrado e repetição de versões únicas, a narrativa colaborativa P2P é o relato feito por uma multiplicidade de perfis

na Internet que portam o tempo da linha do tempo como um agora, assume uma franqueza no falar como valor e regra para alcançar a verdade, identificando-se como sujeitos unidos ao acontecimento, atores de uma atualização e têm a republicação como estratégia de alargamento de si e de sua própria potência em uma audiência intensa. Nestas condições de discurso e jogo o enunciador pode emergir como marca do sujeito na pragmática da linguagem, tendo o rumor como grande antagonista e a dissidência como elemento principal da formação do enredo geral da história. (MALINI; ANTOUN, 2013, p. 198).

No atual cenário, que contempla a soberania pós-moderna, com a “revolução tecnológica” que transformou a informação em sua amplitude, o controle dos instrumentos que permitem a todos o compartilhamento de ideias, informações e dados não ganha sentido apenas de bloqueio, assim como a face 2.0 da censura é a do controle de tal compartilhamento. Malini e Antoun (2013) evidenciam sobre a importância de pleitear as plataformas tecnológicas por onde vazam narrativas em redes sociais.

Hoje, pode-se reunir grande número de pessoas remotamente, inclusive com conversas através de chamadas de vídeo. O Jornalismo torna-se cada vez mais expressivo com a modernização mais abrangente da Internet e redes sociais. Sua força é pautada na qualidade da informação que passa ao público. Esse cenário de transformação permite, ao mesmo tempo, criar um viés entre o público e a informação e lançar fatos aleatórios, desinformando e tirando a credibilidade de alguns veículos de comunicação. A presença da desinformação não cresce proporcionalmente ao crescimento da produção de conteúdo e das vias de distribuições (novas plataformas e redes sociais).

A pandemia da Covid-19 e a quarentena que ela provocou no mundo todo, abriu um leque de possibilidades no que diz respeito ao ciberespaço, aproximando ainda mais os cidadãos virtualmente. Isso acabou por evidenciar com mais clareza como as possibilidades de encontros e reuniões estão cada vez mais facilitadas.

Diante da pandemia da Covid-19, o Jornalismo se viu diante da necessidade de concentrar-se nos fenômenos subsequentes. Se o advento da internet e da consequente comunicação no campo digital gerou uma série de benefícios para as relações humanas, também acirrou problemáticas que, ao serem expostas em âmbito digital, podem ser compartilhadas e discutidas pelo mundo todo.

Observando a relação da mídia com um acontecimento da grandiosidade de uma pandemia como a da Covid-19 pode-se perceber a mesma dinâmica do fluxo exagerado de informações sendo divulgadas a todo minuto sobre a temática. Informações essas que nem sempre eram verídicas ou constituídas por fatos cientificamente comprovados, o que apresenta a este trabalho os fenômenos de fake news e desinformação. Além disso,

evidencia-se a importância da garantia de noticiários comprometidos com a veracidade dos fatos divulgados, assim como com a checagem de fatos e alinhamento com os dados divulgados por órgãos científicos e seguros. Dessa forma, após a compreensão dos conceitos de mídia, acontecimento e do funcionamento da comunicação no âmbito digital, a problemática de inserir, é que, automaticamente, passa a integrar e representar um dos lados criados pela polarização de opiniões na internet.

A imparcialidade deve ter presença fixa na produção de notícias, que deve partir da sociedade, que o interesse público seja uma força motora do Jornalismo. Isso porque o Jornalismo é uma atividade essencialmente relacionada à produção de relatos factuais e um lugar de narrativas reais sobre a atualidade local, mundial e, particularmente, no atual cenário político em que estamos vivendo.

### **3. Estudo de caso**

Este trabalho apresenta três fases da pesquisa, tendo por referência o modelo metodológico sugerido por Lopes (2003): primeiramente, vem a introdução do trabalho, com a construção do objeto de estudo; em seguida, vem a construção do referencial teórico, por meio da etapa epistêmica, nos capítulos 1 e 2; por fim, a última etapa consiste na análise interpretativa e descritiva do objeto de pesquisa.

Neste aspecto, o Estudo de Caso entra como parte integrante e necessária desta pesquisa. O cientista social Yin (2001) define o estudo de caso como uma estratégia de pesquisa que responde às perguntas: como e por que? Além disso, em contextos da vida real de casos atuais.

O estudo de caso é a estratégia escolhida ao se examinar acontecimentos contemporâneos, mas quando não se pode manipular comportamentos relevantes. O estudo de caso conta com muitas das técnicas utilizadas pelas pesquisas históricas, mas acrescenta duas fontes de evidência que usualmente não são incluídas no repertório de um historiador: observação direta e série sistemática de entrevistas. (YIN, 2001, p. 25).

Nesta monografia, o portal da Agência Pública de Jornalismo entra como principal suporte, uma vez que os temas debatidos são de interesse público e buscam democratizar a informação de maneira séria e comprometida. Foi realizada uma análise descritiva, com base nas informações trazidas desde a manchete, o lide e a reportagem por completo, em matérias de abril de 2020 a agosto de 2022. Também foi desenvolvida uma análise interpretativa sobre a Agência Pública e sua relevância no combate à desinformação e ao fato de dar voz aos menos favorecidos, àqueles mais vulneráveis dentro do cenário pandêmico, abrangendo o movimento antivacinas e a desinformação ao longo da pandemia causada pelo Coronavírus, incluindo as falas do presidente Jair Messias Bolsonaro.

A Agência Pública abordou, de maneira consistente, toda a linha do tempo acerca da pandemia, tratando, dentro de suas reportagens, a propagação de falas e ações que geraram desinformação por parte de boa parcela da população brasileira. Por isso, foi analisada a temática, que elencou a diversificação de assuntos; a abordagem, ressaltando a relevância das matérias, que buscavam sempre a veracidade dos fatos noticiados; e as fontes, responsáveis por abordar a pluralidade das notícias e credibilidade das informações por elas transmitidas.

#### **3.1 Reportagens da Agência Pública: Análise Descritiva**

A Covid-19 é uma doença que teve origem na China, no segundo semestre de 2019

e foi se expandindo pelo mundo. Chegou ao Brasil no mês de fevereiro de 2020, quando um senhor de sessenta e um anos, recém chegado da Itália, foi diagnosticado com a doença.

Conforme reportagem da Agência Brasil (2021)<sup>1</sup>, o Brasil identificou a primeira contaminação pelo novo coronavírus no final de fevereiro de 2020, enquanto a Europa já registrava centenas de casos de Covid-19. A declaração de transmissão comunitária no país veio em março, mês em que também foi registrada a primeira morte pela doença.

Poucos dias após esse caso, houve crescimento considerável no número de pessoas com suspeita de contaminação, além dos casos confirmados, o que levaria o governo a assumir uma postura de “receio” e de políticas de profilaxia em nível nacional, o que não aconteceu.

Em meio a esse cenário pandêmico e se opondo às instituições sanitárias, surgiu no Brasil uma narrativa contrária ao contexto proposto pela Organização Mundial de Saúde e por outras nações, que já enfrentavam estado de calamidade. De acordo com a Agência Pública, em uma publicação de 17 de abril de 2020, a rede de *Fake News* disparadas por Jair Bolsonaro no programa do Datena, colocavam em xeque os números de mortes no estado de São Paulo. Imediatamente, seus seguidores começaram a subir *hashtags* nas redes sociais acerca do tema e apoiando as falas do Chefe de Estado. Por outro lado, ainda de acordo com a Pública, a base pró-Bolsonaro perdia apoio no Twitter e em outras redes, o que desagradou o governo. No dia 24 de março, o presidente aparecia em cadeia nacional, colocando-se frontalmente contra a determinação do Ministério da Saúde, afirmando que o vírus não passava de uma “gripezinha” e que o Brasil não poderia parar.

**Figura 1:** Publicação da conta oficial da Secretaria de Comunicação do Governo Federal



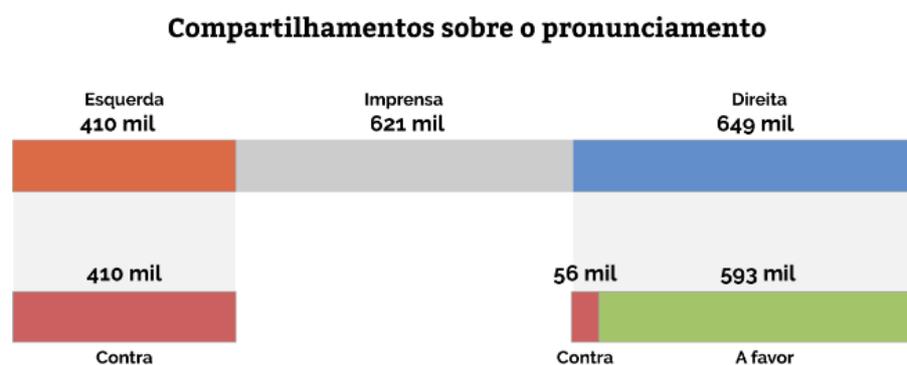
Publicação da conta oficial da Secom no Instagram divulgando campanha “O Brasil Não Pode Parar”, barrada pela justiça

FONTE: Agência Pública

<sup>1</sup> A reportagem da Agência Brasil foi utilizada, neste caso, porque a Agência Pública ainda não estava fazendo a cobertura da pandemia relacionada a Covid-19.

Em um primeiro momento, o pronunciamento do presidente foi mal-recebido, sendo rechaçado por 45% dos compartilhamentos, segundo levantamento do Monitor do Debate Público no Ambiente *Online* da USP. Nos dias subsequentes, contudo, as reações começaram a mudar. Desde o dia 24 de março até o dia 14 de abril, as postagens de páginas identificadas ideologicamente com a direita no Facebook, a respeito do assunto, tiveram maior repercussão do que as identificadas ideologicamente com a esquerda. Enquanto aquelas receberam cerca de 650 mil compartilhamentos, essas receberam 410 mil. Além disso, as publicações pró-pronunciamento tiveram cerca de 590 mil compartilhamentos, e as contrárias tiveram 466 mil anti-pronunciamento. (AGÊNCIA PÚBLICA, 2020).

**Figura 2:** Compartilhamento sobre as falas do Presidente da República



Fonte: Monitor do Debate Público no ambiente online/ USP

Pública

FONTE: Agência Pública

Tais desinformações disseminadas acabaram por derrubar o então Ministro da Saúde, Luiz Henrique Mandetta.

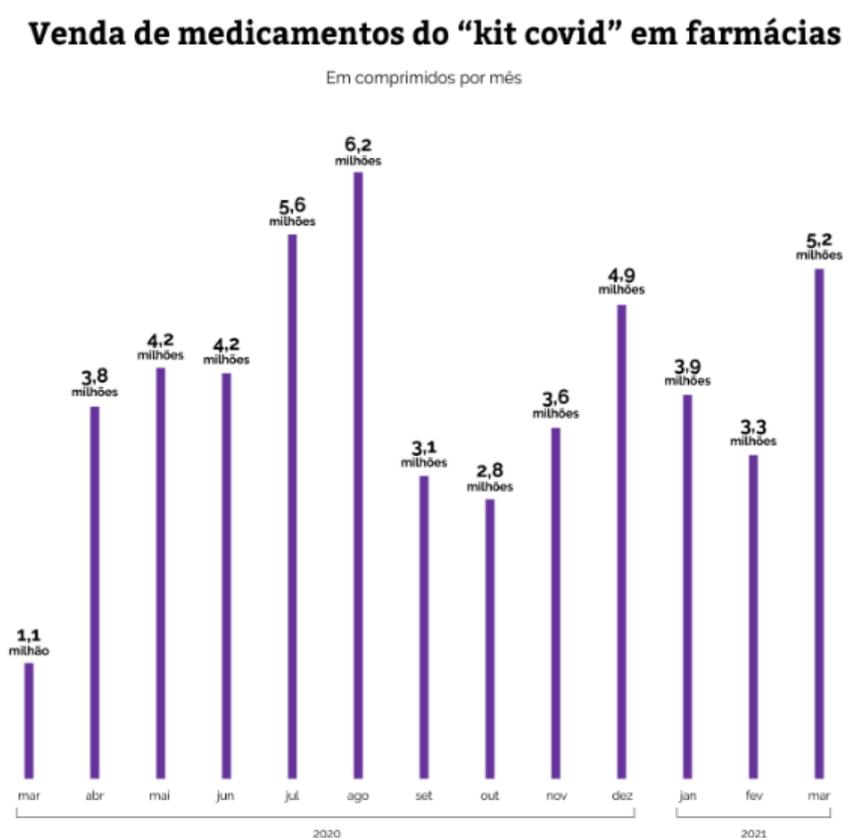
Segundo fontes que acompanham a CMPI das Fake News ouvidas pela Agência Pública, o “Gabinete do Ódio”, que andava quieto por causa dos avanços da investigação parlamentar agora voltou com tudo. Seu principal objetivo: acabar com o ministro Mandetta e relaxar as medidas de isolamento social e o seu impacto econômico. A estratégia incluía acabar com a até então unanimidade na opinião pública sobre isolamento social, disseminar dúvidas sobre dados oficiais – como o de São Paulo – difamar oponentes e inflar teorias da conspiração. A estratégia atingiu seu objetivo no dia 16 de abril, com a demissão de Mandetta. (AGÊNCIA PÚBLICA, 2020).

O presidente, Chefe de Estado, Jair Messias Bolsonaro, continuou propagando,

através de seus discursos, impactos à vida dos brasileiros, à economia e, principalmente, ao Sistema Público de Saúde, incluindo em suas narrativas uma ideologia para impedir medidas necessárias para frear o contágio do vírus, como o descaso em relação ao uso de máscaras e a insistência no uso de medicações sem comprovação científica, como a Hidroxicloroquina, Azitromicina e Ivermectina.

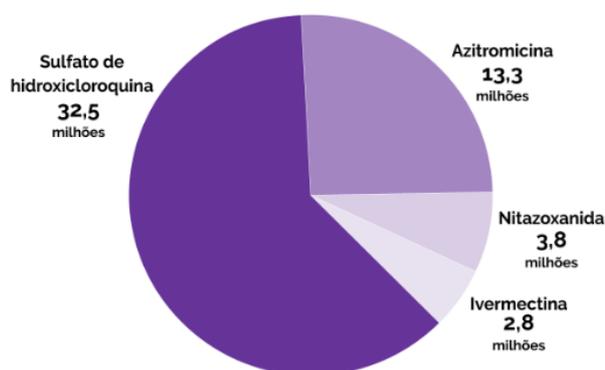
Apesar das recomendações médicas e estudos científicos acerca da ineficácia de medicamentos propagados pelo presidente, até abril de 2021, segundo dados apontados pela Agência Pública, farmácias venderam mais de 52 milhões de comprimidos do chamado “kit Covid” ao longo da pandemia, onde muitas pessoas também se negavam a tomar a vacina, que já estava em andamento neste período no Brasil.

**Figura 3:** Venda de comprimidos por mês do “kit covid” em farmácias



FONTE: Agência Pública

**Figura 4:** Quantidade de medicamentos vendidos para o “tratamento precoce”



Fonte: Anvisa / Venda de Medicamentos Controlados e Antimicrobianos Industrializados



FONTE: Agência Pública

Tanto a Hidroxicloroquina, quanto a Azitromicina tiveram o seu pico de vendas em março de 2021, mês com mais mortes por covid-19 desde o início da pandemia. Março foi também o mês com mais óbitos registrados na história do país, segundo cartórios de registro civil. (AGÊNCIA PÚBLICA, 2021).

Conforme documentos inéditos e de grande importância, obtidos pela Agência Pública via Lei de Acesso à Informação (2021), o Governo Federal e as Forças Armadas distribuíram 2,8 milhões de comprimidos de Cloroquina produzidos pelos laboratórios do Exército e Marinha à população de todos os estados brasileiros. E foi justamente o Ministério da Saúde que distribuiu a maioria destes medicamentos às secretarias de estado e municípios, somando aproximadamente 2,4 milhões de comprimidos. Cerca de 441 mil restantes foram enviados pelas Forças Armadas a hospitais militares, além de postos de saúde e depósitos ligados tanto ao Exército brasileiro quanto a marinha e aeronáutica. Ainda com o Ministério da Saúde sob responsabilidade de Mandetta, o Exército começou a fechar contratos de produção de cloroquina com dispensa de licitação já em março de 2020, mas foi após a saída de Nelson Teich que, ainda contrariando a ciência, o governo publicou um novo protocolo orientando uso da cloroquina para tratamento de pessoas com sintomas leves de Covid-19.

Três contratos sem licitação foram fechados no dia 20 de março para aquisição de Cloroquina, e cinco no dia 23, para compra de insumos para produção do remédio. No dia 31 de março, os contratos já davam resultado: 25 mil unidades de cloroquina produzida pelo Exército foram enviadas a dois estados brasileiros: 20 mil para São Paulo e 5 mil para o Distrito Federal. Ao todo, o Exército fechou mais de R\$ 1,5 milhão em contratos sem licitação para produzir cloroquina ou comprar insumos entre março e maio de 2020. (AGÊNCIA PÚBLICA, 2021).

**Figura 5:** Cloroquina produzida pelo Exército e Marinha, enviada para todos os estados brasileiros, para as secretarias de saúde e hospitais, depósitos e postos militares.



FONTE: Agência Pública

Enquanto muitos países intensificavam a busca por vacinas, objetivando controlar o vírus, a desinformação, a politização e o negacionismo também alcançaram a vacinação contra a Covid-19. Conforme reportagem da Agência Pública (2021), com informações obtidas através da Lei de Acesso à Informação, o Ministério das Comunicações havia gastado mais em campanha de volta às atividades que de vacinação: enquanto os gastos foram de R\$ 5 milhões com campanha de vacinação os vídeos para retomar atividades custaram R\$ 30 milhões e o “atendimento precoce”, R\$ 19,9 milhões. A campanha de vacinação teve o segundo menor investimento, ao contrário da campanha que incentivou a “retomada das atividades com segurança”.

**Figura 6:** Campanha do Governo Federal para a retomada de atividades no país durante a pandemia

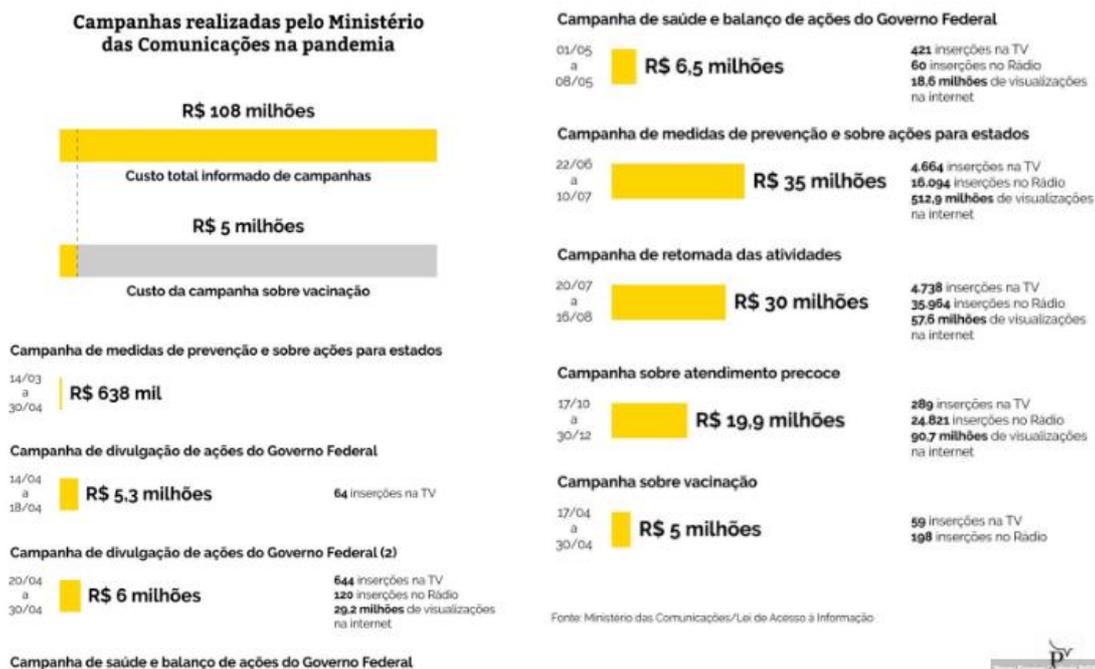


Video o "Brasil Não Pode Parar" tinha logo do Governo Federal ao final



FONTE: Agência Pública

**Figura 7:** Gastos do Ministério das Comunicações com campanhas na pandemia



FONTE: Agência Pública

As falas negacionistas do presidente Jair Messias Bolsonaro, as oposições aos protocolos de segurança, aglomerações por ele incentivadas e o negacionismo à vacinação, grandes colapsos ocorreram, assim como a situação de em Manaus causada pela falta de oxigênio já era prevista pelo governo e o então Ministro da Saúde, Eduardo Pazuello. O ataque às vacinas, sobretudo a Coronavac, foi capaz de criar uma resistência em uma parte (minoritária) da população, culminando na difusão de *fake news* e na recusa de essas pessoas imunizarem-se. Em entrevista à Agência Pública, em janeiro de 2021, a epidemiologista Ethel Maciel aponta que a vacina é a melhor estratégia para diminuir a transmissão, além da necessidade de seguir rigorosamente os protocolos, como o uso de máscaras de proteção facial e álcool 70%.

**Figura 8:** Entrevista com a epidemiologista Ethel Maciel



Ethel Maciel é enfermeira e doutora em epidemiologia

FONTE: Agência Pública

A vacinação iniciou em passos lentos, com descaso do governo, conforme apontado pela Agência Pública (2021). Tornou-se, ainda, excludente para os menos favorecidos. Conforme a reportagem de fevereiro de 2021, mais de 12 mil indígenas do Rio

Grande do Norte e Piauí ficaram fora do grupo prioritário.

Aproximadamente 12 mil indígenas no Rio Grande do Norte e no Piauí estão sem perspectiva de vacinação. Somente no Rio Grande do Norte há 16 aldeias onde vivem 6.385 indígenas “à beira de um massacre”, como alertou o ofício enviado pela Articulação dos Povos Indígenas do estado à Funai, no primeiro dia deste ano. O documento destaca que essas populações estão sendo “duplamente punidas pelo Estado, por não terem suas terras demarcadas e por ficarem de fora da prioridade na vacinação contra a Covid-19”. (AGÊNCIA PÚBLICA, 2021, p. 01).

De acordo com o relato de alguns indígenas, na reportagem da Agência Pública (2021), o sentimento foi de abandono, de não existência do seu povo, já que havia muitos idosos e pessoas integrantes do grupo de risco. Criticaram duramente o governo, a falta de reconhecimento por parte do presidente, uma vez que estava sendo negado o direito à vacina. Assim, foi feito um pedido formal ao Ministério da Saúde, pedindo a inclusão dos povos indígenas na fase prioritária, mas até a data da reportagem, não haviam obtido resposta.

**Figura 9:** Território indígena não demarcado em Piauí



Piauí tem aproximadamente seis mil indígenas, mas nenhum território demarcado

FONTE: Agência Pública

Segundo dados da Fiocruz (2022), em um ano de vacinação o Brasil registrava 78,8% da população vacinada com a primeira dose e 68% totalmente imunizadas, onde a efetividade da vacina contra a Covid-19 pode ser constatada, através dos dados que comprovavam a diminuição dos índices de contágio, bem como internações e mortalidade.

O efeito é amplamente positivo quando se observa estudos de efetividade, principalmente na comparação do número de casos e óbitos entre vacinados e não vacinados, como mostra o estudo. A vacinação é o meio mais efetivo de controle da Covid-19. Se formos pensar em grupos mais vulneráveis, incluindo os idosos, a imunização foi muito importante para evitar uma série de óbitos, ou seja, salvar vidas e reduzir internações. (DANIEL VILLELA, *apud* Fiocruz, 2022, p. 01).

Apontam ainda sobre a importância de aderir a todas as doses, conforme a idade e tempo em que forem liberadas, respeitando medidas não farmacológicas de prevenção do vírus, além da exigência do passaporte vacinal e de diminuição da heterogeneidade na

cobertura.

No Twitter, em uma publicação de agosto de 2022, a Agência Pública relembra algumas reportagens realizadas ao longo da pandemia, em uma espécie de “linha do tempo”.

**Figura 10:** Post sobre algumas investigações da Pública durante a pandemia

Relembramos aqui algumas investigações que fizemos sobre a condução da pandemia mencionada pelo presidente em entrevista ao Jornal Nacional.

#BolsonaroNoJN 



4:50 PM · 23 de ago de 2022 · Twitter Web App

FONTE: Agência Pública, via Twitter

É evidente a displicência do governo Bolsonaro no tratamento da pandemia, seu negacionismo constante, as falas distorcidas, o disparar de desinformações e o mais grave, que foi o negacionismo à vacinação. E a Agência Pública teve um papel essencial ao longo deste período, por meio de investigações relevantes, com credibilidade em relação à sua ética.

### 3.2 Agência Pública: Análise Interpretativa

A Agência Pública – Agência de Jornalismo Investigativo – foi fundada em 15 de março de 2011 por Natalia Viana, Marina Amaral e Tatiana Merlino.

A inspiração surgiu em minha viagem a Londres, em 2006, quando conheci alguns centros de jornalismo investigativo. Eu e Marina já pensávamos em ter um projeto juntas desde a nossa saída da *Caros Amigos*. E aí veio a ideia de montarmos uma organização semelhante a esses centros internacionais, que conseguem trazer o jornalismo para a sua essência: o interesse público. Neles, o jornalismo é feito com o mínimo de partidarismo possível e com uma consciência da sua importância para o funcionamento da democracia. O papel é investigar os poderes, sejam empresas ou governos, estando a serviço do público. (VIANA, 2011 *apud* MAZOTTE, 2011, p. 01).

De acordo com informações disponíveis no próprio site, a Agência Pública se mantém com recursos provenientes de financiamento dos leitores e apoiadores, doações de fundações privadas nacionais e internacionais, editais, bem como o patrocínio a projetos e eventos. E assim vem seguindo, há mais de uma década, com o jornalismo independente.

Além do mais, oferta um jornalismo que, além de independente, é de interesse público, exercendo um papel mediador, preocupado com a pluralidade de sujeitos frente a construção social, permeando uma opinião pública mais participativa.

Com o surgimento do novo coronavírus e sua abrangência mundo a fora, a imprensa como um todo partiu em busca de bagagem informacional. O webjornalismo precisavam agir velozmente, em busca de informações precisas, que necessitavam de detalhamento para o público, ainda leigo, que se conectava em busca de notícias.

No cenário midiático, a Agência Pública se mostrou atuante no biênio marcante relacionado à Covid-19, de modo colaborativo. Como mídia independente, conseguiu chegar ao público principalmente por meio das redes sociais, onde divulgou reportagens especiais em seus próprios *hotsites*, vinculados ao *site* principal.

A cobertura da Agência Pública sobre a pandemia foi essencial, abrangendo não apenas a doença em si, mas seus impactos econômicos e políticos. A Agência Pública, em suas reportagens, buscou enquadrar pautas que priorizavam, principalmente, o interesse dos menos favorecidos. Além do mais, aplicou a crítica acerca da desinformação, que era disseminada de maneira proposital, principalmente com o objetivo de manipular contextos políticos; as “trocas” de Ministros da Saúde em pleno cenário pandêmico e os impactos causados pelas falas negacionistas do Presidente da República, Jair Messias Bolsonaro, além da demora no início da vacinação também são pautas de extrema importância.

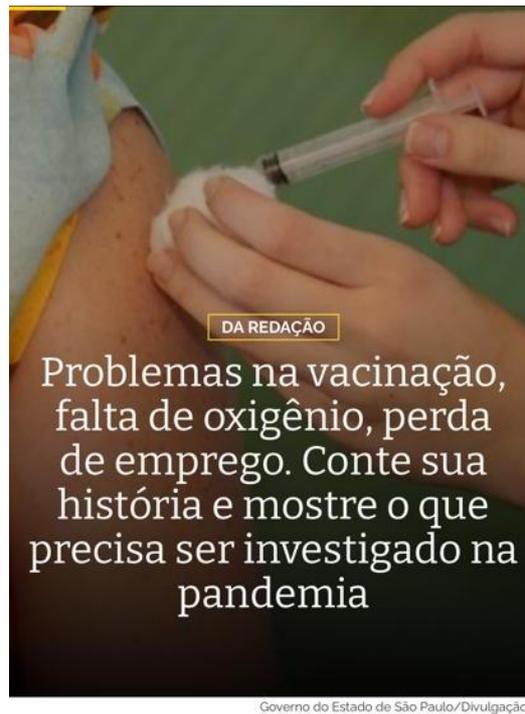
Combatendo as falas e desinformações lançadas pelo Chefe de Estado, a Pública teve um importante papel, ao apontar os gastos do governo em medicamentos para prevenção à doença, como a Hidroxicloroquina, por exemplo e às campanhas de retorno para as atividades cotidianas. Enquanto Bolsonaro disparava *fake news* e falas controversas ao que era proposto pela Organização Mundial de Saúde, os casos de Covid-19 aumentavam em grande proporção, pessoas morriam e ministros eram derrubados.

Outro fator de grande importância, foi a abertura da Agência Pública à investigação participativa, onde o público tornava-se parte integrante das reportagens, ao enviar seus relatos e denúncias, expondo suas histórias e problemas relacionados à falta de oxigênio, vacinação, perda de emprego e mortes.

Estamos no pior momento da pandemia no Brasil. Com a sua ajuda, a Agência Pública vai seguir investigando as injustiças que marcam essa crise. Compartilhe sua experiência e nos ajude a identificar violações de direitos que ainda não saíram na imprensa e precisam ser investigadas. (AGÊNCIA PÚBLICA, 2021, p. 01).

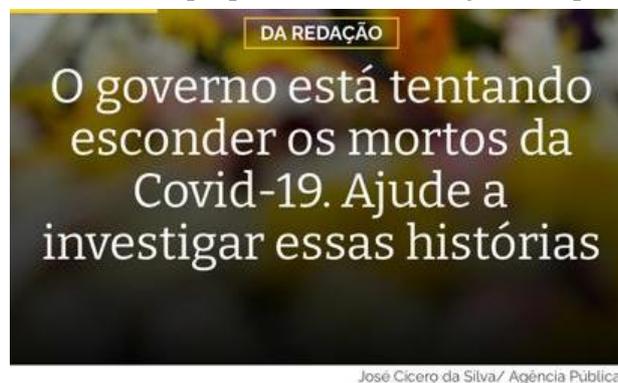
As imagens a seguir evidenciam as afirmações acima citadas:

**Figura 11:** Histórias que precisam ser investigadas na pandemia



FONTE: Agência Pública

**Figura 12:** Histórias que precisam ser investigadas na pandemia II



*O coronavírus já levou muitos brasileiros – e sentimos muito por isso. Queremos entender que fatores contribuem para essas mortes. Conhece alguém que faleceu por causa da doença? Conte para nós*

FONTE: Agência Pública

Enquanto a pandemia se agrava, o governo Bolsonaro tenta esconder os dados sobre o novo coronavírus no Brasil. Infelizmente, já somos o segundo país com mais casos e mortes por Covid-19 no mundo, sem contar as pessoas que morreram e sequer foram testadas. Nós queremos entender que fatores – como raça, gênero, e profissão – podem ter contribuído para essas mortes e investigar que problemas essas pessoas enfrentaram ao buscar atendimento médico. (AGÊNCIA PÚBLICA, 2020, p. 01).

Frente a outros veículos de comunicação, a Agência Pública tem o diferencial de

“fugir” do que a maioria das outras mídias vinham propondo no enfrentamento da pandemia, como os problemas nos hospitais, mortes, falta de vacinas... A Pública deu voz às minorias, a quem de fato foi atingido, não apenas pela doença, mas por tudo o que ela trouxe consigo, como o desemprego e a violação de direitos, propondo uma investigação vinda de relatos dos menos favorecidos. Enquanto o governante disparava desinformações, promovia aglomerações e contrariava os protocolos de segurança, ignorando a alta contaminação, a quantidade exorbitante de mortes e a resistência à vacinação, a Agência Pública reportou verdades, principalmente sobre os impactos causados pelo cenário pandêmico e a maneira como a população foi, de fato, atingida.

## **Considerações Finais**

É muito importante termos o jornalismo sempre atuando com liberdade de

expressão, trazendo temas de interesse público, controlando qualquer forma de corrupção e combatendo todo tipo de repressão dessas informações.

Sendo assim, a independência é o ponto central do Jornalismo, fortalecendo sociedades democráticas. Ao mesmo tempo, é difícil falar sobre independência sem abordar a questão do dinheiro. É preciso cuidado para que patrocinadores não pautem o trabalho do jornalista.

Mesmo que, atualmente, isso pareça ser algo distante, uma vez que financiadores acaba interferindo diretamente em linhas editoriais, há algumas experiências que mostram ser possível a prática de Jornalismo independente a partir do financiamento coletivo. Um exemplo disso é a Agência Pública, que traz reportagens investigativas. Tal agência sobrevive com financiamento coletivo, sem deixar que isso interfira no conteúdo publicado. A maioria dos veículos independentes passa por dificuldades financeiras e problemas subestimados ou deliberadamente ignorados pela grande imprensa, ainda são predominantes em relação à amplitude de alcance das audiências, tais como os efeitos nocivos provocados pelas crises sanitária, política, econômica e social, que são abordados pela mídia independente de forma a atender aos interesses públicos.

Tal exemplo mostra que é possível fazer jornalismo fora da indústria tradicional, visto que a Agência Pública conta hoje com inúmeros financiadores e, mesmo assim, mantém sua independência. Ou seja, trata-se de um veículo de imprensa que compreende que é mais importante ser independente do que comunicar pautas que agradem quem os patrocina.

Dentro dessa independência e produzindo um Jornalismo investigativo, a Agência Pública, durante as coberturas da pandemia provocada pelo Coronavírus, foi sempre assertiva ao mostrar como o governo brasileiro tratou questões relacionadas à doença provocada por tal vírus, a Covid-19.

Percebeu-se, portanto, ao longo deste trabalho, como o presidente do Brasil, Jair Messias Bolsonaro, contribuiu para a propagação do Coronavírus através de desinformações, como tratamento precoce, com a utilização de medicamentos como a Hidroxicloroquina, a Ivermectina e a Azitromicina, mesmo contrariando estudos científicos que comprovavam a ineficácia de tais drogas no combate a esse vírus. Além disso, o referido presidente também se posicionava contrariamente ao isolamento social e ao uso de máscaras, duas medidas que a ciência apontava como algo necessário para diminuir a circulação do vírus e o contágio das pessoas.

Mais tarde, Jair Messias Bolsonaro também colocou em xeque a eficácia de vacinas no combate à Covid-19, sendo que a Agência Pública se mostrou importante no

combate à tais desinformações sobre essa e as demais questões aqui citadas no que tange à pandemia provocada pelo Coronavírus no Brasil. Além disso, preocupou-se em dar significância a veracidade dos fatos, dando voz aos menos favorecidos e àqueles que mais foram prejudicados pelo cenário pandêmico e, ao mesmo tempo, combatendo as *fake news* disparadas pelo governo.

Mostrar a verdade acerca das desinformações acometidas pelo atual presidente do Brasil, assim como o negacionismo científico disseminado durante a pandemia da Covid-19, onde foram veiculadas notícias desqualificadas no que se refere à eficácia das vacinas, aponta a importância da necessidade de um Jornalismo comprometido com a verdade, de maneira séria e responsável, assim como faz a Agência Pública.

## REFERÊNCIAS

AGÊNCIA BRASIL. **Primeiro caso de covid-19 no Brasil completa um ano.** Brasília, 2021. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2021-02/primeiro-caso-de-covid-19-no-brasil-completa-um-ano> Acesso em: 12 nov. 2022.

D'ANCONA, M. **Pós-verdade: a nova guerra contra os fatos em tempos de fake News.** Tradução: Carlos Szlak. 1ªed. Barueri: Faro Editorial, 2018.

FIOCRUZ. **Brasil celebra um ano da vacina contra a Covid-19.** 2022. *Apud* VILLELA, D. Disponível em: <https://portal.fiocruz.br/noticia/brasil-celebra-um-ano-da-vacina-contr-covid-19> Acesso em: 22 nov 2022.

FRANÇA, V. **Paradigmas da comunicação: conhecer o quê?** Ciber Legenda, n. 05, Jan. 2001. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/ciberlegenda/article/view/36784/21359> Acesso em: 04 nov. 2022.

GILLMOR, D. **Nós, os media.** Lisboa: Editorial Presença, 2005.

KOVACH, B.; ROSENTIEL, T. **Os elementos do Jornalismo – O que os jornalistas devem saber e o público deve exigir.** Tradução de Wladimir Dupont. 2ª ed. São Paulo: Geração Editorial, 2004.

LIMA, D.; HIRABAHASI, G.; CURY, T. **Alexandre de Moraes determina prisão de Allan dos Santos.** Publ.21 out.2021. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/alexandre-de-moraes-determina-prisao-de-allan-dos-santos/> Acesso em: 24 nov.2022.

LOPES, M. I. V. de. **Pesquisa em Comunicação.** 7ª ed. São Paulo: Loyola, 2003.

MARCONDES FILHO, C. **Comunicação e Jornalismo: a saga dos cães perdidos.** São Paulo: Hacker, 2002.

MALINI, F; ANTOUN, H. **A internet e a rua.** Porto Alegre: Sulina, 2013.

MAZOTTE, N. **Brasil ganha agência de jornalismo investigativo.** 2011. Disponível em: <https://www.observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/brasil-ganha-agencia-de-jornalismo-investigativo/> Acesso em: 22 nov. 2022.

MENDES, J. **Os Elementos do Jornalismo.** In: Comunicação Comunitária. Publicado em mar.2009. Disponível em: <<https://www.radiotube.org.br/texto-m00de0eX>>. Acesso em: 26 ago.2022.

MORAES, I. **Os Elementos do Jornalismo.** In: Blog PlenárioJornalismo. Publicado em 18 dez.2007. Disponível em: <<http://plenariójornalístico.blogspot.com/2007/12/resenha-os-elementos-do-Jornalismo.html>>. Acesso em: 29 ago.2022.

RIBEIRO, M; SCHUCH, M. Pacientes passaram a exigir remédios do 'kit covid' após falas de Bolsonaro, diz Batista à CPI. Publicado em 22 set.2021. Disponível em: <<https://valor.globo.com/politica/noticia/2021/09/22/pacientes-passaram-a-exigir-remedios-do-kit-covid-apos-falas-de-bolsonaro-diz-batista-a-cpi.ghtml>>. Acesso em: 24 nov.2022.

RONFELDT, D. **Cyberocracy is coming.** *Information Society*. Indiana: Taylor & Francis, v. 8, n. 4, p. 243-296. In: MALINI, F; ANTOUN, H. **A internet e a rua**. Porto Alegre: Sulina, 2013, p. 68-69.

SILVA, I. D. F. **A internet e a rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais.** In: Revista Temática. Ano XII, n.06, jun.2016. NAMID/UFPB. Disponível em: <https://docplayer.com.br/88316566-Resenha-a-internet-e-a-rua-ciberativismo-e-mobilizacao-nas-redes-sociais-antoun-henrique-malini-fabio-porto-alegre-sulina-2013-278-p.html> Acesso em: 08 nov.2022

TAMBOSI, O. **Elementos (e confusões) do Jornalismo.** In: Crítica. Filosofia Política. Publicado em dez.2005. Disponível em: <[https://criticanarede.com/lds\\_elemjournal.html](https://criticanarede.com/lds_elemjournal.html)>. Acesso em: 26 ago.2022.

TAVARES, E. **Sobre o Jornalismo e a fabricação do consenso.** In: Site IELA. Publicado em 02 fev.2018. Disponível em: <<https://iela.ufsc.br/noticia/sobre-o-Jornalismo-e-fabricacao-do-consenso>>. Acesso em: 13 set. 2022.

YIN, R. K. **Estudo de Caso: planejamento e métodos.** Tradução: Daniel Grassi. 2ª Ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

## **Reportagens da Agência Pública:**

**17 de abril de 2020**

**“A rede de Fake News que derrubou Mandetta”**

Disponível em: <https://apublica.org/2020/04/a-rede-de-fake-news-que-derrubou-mandetta/>

**04 de junho de 2020**

**“O governo está tentando esconder os mortos da Covid-19. Ajude a investigar essas histórias”**

Disponível em: <https://apublica.org/2020/06/o-governo-esta-tentando-esconder-os-mortos-da-covid-19-nos-ajude-a-investigar-essas-historias/>

**15 de janeiro de 2021**

**“Ethel Maciel: “Vai estourar em outros estados” e vacina da Covid-19 é a “melhor estratégia” para diminuir transmissão”**

Disponível em: <https://apublica.org/2021/01/ethel-maciel-vai-estourar-em-outros-estados-e-vacina-da-covid-19-e-a-melhor-estrategia-para-diminuir-transmissao/#Link2>

**12 de fevereiro de 2021**

### **“Plano de vacinação contra Covid-19 exclui indígenas do Rio Grande do Norte e do Piauí”**

Disponível em: <https://apublica.org/2021/02/plano-de-vacinacao-contracovid-19-exclui-indigenas-do-rio-grande-do-norte-e-do-piaui/>

**1º de março de 2021**

### **“O Mapa da cloroquina: como governo Bolsonaro enviou 2,8 milhões de comprimidos para todo o Brasil”**

Disponível em: <https://apublica.org/2021/03/o-mapa-da-cloroquina-como-governo-bolsonaro-enviou-28-milhoes-de-comprimidos-para-todo-o-brasil/>

**26 de março de 2021**

### **“Problemas na vacinação, falta de oxigênio, perda de emprego. Conte sua história e mostre o que precisa ser investigado na pandemia”**

Disponível em: <https://apublica.org/2021/03/problemas-na-vacinacao-falta-de-oxigenio-perda-de-emprego-conte-sua-historia-e-mostre-o-que-precisa-ser-investigado-na-pandemia/>

**20 de abril de 2021**

### **“Farmácias venderam mais de 52 milhões de comprimidos do “kit covid” na pandemia”**

Disponível em: <https://apublica.org/2021/04/farmacias-venderam-mais-de-52-milhoes-de-comprimidos-do-kit-covid-na-pandemia/>

**31 de maio de 2021**

### **“Ministério das Comunicações gasta mais em campanha de volta às atividades que de vacinação”**

Disponível em: <https://apublica.org/2021/05/ministerio-das-comunicacoes-gasta-mais-em-campanha-de-volta-a-atividades-que-de-vacinacao/>

**23 de agosto de 2022**

### **“Como Bolsonaro realmente agiu na gestão da pandemia”**

Disponível em: <https://twitter.com/agenciapublica/status/1562165510648872962>