

Nomear a mentira: a estratégia do jornalismo para resgatar seu *locus* de verdade em meio ao cenário de desinformação e plataformização

**Naming the lie: journalism's strategy to rescue its locus of truth
in the midst of a scenery of disinformation and platformisation**

**Nombrar la mentira: la estrategia del periodismo para rescatar su *locus*
de verdad en medio de un escenario de desinformación y *platformisation***

Adriana Barsotti

Universidade Federal Fluminense | adrianabarsotti@id.uff.br

Leonel Aguiar

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro | leonelaguiar@puc-rio.br

Resumo: Em meio a um cenário de desinformação, a hipótese deste artigo é que o jornalismo está tentando resgatar seu *locus* de emanar verdades, consolidado na modernidade. Uma das questões centrais do *ethos* profissional encontra-se agora ameaçado frente à plataformização, com a distribuição algorítmica de notícias, e a mentira intencional disseminada por autoridades no Brasil. Para verificar tal hipótese, utilizamos a análise de conteúdo como metodologia para comparar a cobertura da imprensa em dois momentos emblemáticos do governo Bolsonaro durante a pandemia: o discurso do presidente na Assembleia Geral da ONU, em 2020, e seu pronunciamento em março de 2021, em cadeia nacional de rádio e TV. Foram analisadas reportagens e manchetes dos três jornais de referência e das duas maiores agências de checagem do país. Os resultados indicam que a imprensa passou a incorporar em seu vocabulário a palavra “mentira” a partir de 2021 para reforçar seu papel de instituição credível.

Palavras-chave: mentira; *locus* de verdade; *ethos* profissional; credibilidade; desinformação.

Abstract: Immersed in a scenario of disinformation, the hypothesis of this article is that journalism is trying to rescue its *locus* of emanating truths, consolidated in modernity. A central issue of the professional *ethos* is now threatened by the platformisation, with the algorithmic distribution of news, and the intentional dissemination of lies by authorities in Brazil. To verify this hypothesis, we used content analysis as a methodology to compare press coverage in two emblematic moments of the Bolsonaro’s government during the pandemic of Covid-19: the president’s speech at the UN General Assembly in 2020 and his speech in March 2021, on national radio and TV chain. Articles and headlines from the three leading newspapers and the two largest fact-checking agencies in the country were analyzed. The results indicate that the press started to incorporate the word “lie” in its vocabulary in 2021 to reinforce its role as a credible institution.

Keywords: lie; *locus* of truth; journalistic *ethos*; credibility; disinformation.

Resumen: En medio de un escenario de desinformación, la hipótesis de este artículo es que el periodismo lo intenta rescatar su *locus* de emanar verdades, consolidado en la modernidad. Uno de los temas centrales del *ethos* profesional ahora está amenazado por la *platformisation*, con la distribución algorítmica de noticias, y la mentira intencional difundida por autoridades en Brasil. Para verificar esta hipótesis, utilizamos el análisis de contenido como metodología para comparar la cobertura de prensa en dos momentos emblemáticos del gobierno de Bolsonaro durante la pandemia: el discurso del presidente en la Asamblea General de la ONU en 2020 y su discurso en marzo de 2021, en cadena nacional de radio y TV. Fueron analizados noticias y titulares de los tres principales periódicos y de las dos mayores agencias de *fact-checking* del país. Los resultados indican que la prensa comenzó a incorporar la palabra “mentira” en su vocabulario a partir de 2021 para reforzar su papel como institución creíble.

Palabras clave: mentira; *locus* de verdades; *ethos* periodístico; credibilidad; desinformación.

Introdução

No dia 15 de janeiro de 2021, a Agência Lupa, que se dedica ao trabalho de *fact-checking*, publicou, pela primeira vez, uma checagem usando o verbo “mentir”. O texto informava que o então ministro da Saúde, Eduardo Pazuello, e o presidente da República, Jair Bolsonaro, fizeram uma transmissão ao vivo na qual repetiram informações falsas sobre a Covid-19. Entre elas, a de que existiria um “tratamento precoce” contra a doença. Em editorial publicado no mesmo dia, a Lupa explicou as razões pelas quais passaria a utilizar a palavra “mentira” a partir daquela data. No texto, intitulado *Apontaremos mentiras quando as virmos*, a agência sinalizou que, até então, por mais que erros ditos por personalidades e políticos pudessem se assemelhar a mentiras, optava-se pelo uso da etiqueta “falsa”. “O ano e a realidade pandêmica nos obrigam a reavaliar esta posição”. Naquele mês, o país atingiria a marca de 200 mil mortos pela Covid-19. “Em território nacional, há – sim – quem minta deliberadamente sobre a pandemia e seus efeitos e é hora de falar claramente sobre isso” (APONTAREMOS..., 2021, online).

A Agência Lupa faz parte de um novo ecossistema jornalístico que surgiu a partir de 2015 e que vem ganhando força desde então, devido ao aumento da disseminação de desinformação nas redes sociais, fato com o qual 84% dos brasileiros se dizem preocupados (NEWMAN et al, 2020). Além de agências como Lupa¹ e Aos Fatos², fundadas no mesmo ano, do consórcio Comprova³, que reúne 33 veículos de imprensa, e de outras inúmeras iniciativas, o Brasil hoje conta com a Rede Nacional de Combate à Desinformação⁴, reunindo veículos de mídia, universidades e entidades da sociedade civil.

A atitude da Agência Lupa de nomear a mentira foi acompanhada por outros veículos de imprensa. No dia 18 de janeiro, o *G1* publicou a notícia *Pazuello mente ao afirmar que ministério nunca recomendou ‘tratamento precoce’ para Covid* (PAZUELLO..., 2021). No mesmo dia, o portal *UOL* utilizou título parecido: *Pazuello mente ao dizer que Saúde nunca indicou remédios contra a Covid-19* (MOTTA, 2021). A Agência Aos Fatos foi na mesma direção: *Pazuello mente sobre tratamento precoce para Covid-19* (PACHECO, 2021). Tais títulos contrastam com alguns bem mais suaves, publicados meses antes, como *Decotelli oficializa saída do MEC após inconsistências no currículo*, estampado no *UOL*, sobre mentiras inseridas no Currículo Lattes do então ministro da Educação, Carlos Alberto Decotelli, que ficou apenas cinco dias no cargo (ARAÚJO; ANDRADE, 2020).

À primeira vista, pode parecer sutil a mudança dos sites jornalísticos em suas abordagens sobre “falsidade”, “veracidade” e “mentira”. Entretanto, isso traz questionamentos profundos em relação a mudanças nas práticas profissionais. Em um contexto de negacionismo da ciência e da afronta aos direitos humanos, a hipótese deste artigo é que o jornalismo está tentando recuperar uma das questões centrais de seu *ethos* profissional consolidado na modernidade: seu lugar de emanar verdades socialmente aceitas e compartilhadas

¹ Disponível em: <<https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2015/10/15/como-selecionamos-as-frases-que-serao-cheçadas/>>. Acesso em: 6 dez. 2021.

² Disponível em: <<https://www.aosfatos.org/quem-somos/>>. Acesso em: 6 dez. 2021.

³ Disponível em: <<https://projetocomprova.com.br/>>. Acesso em: 6 dez. 2021.

⁴ Disponível em: <<https://rncd.org/sobre/>>. Acesso em: 6 dez. 2021.

a partir da construção da credibilidade e da objetividade jornalística. Na contemporaneidade, a demarcação desse *locus* implicaria em apontar quem compartilha mentiras para reforçar o papel do jornalismo como detentor da verdade.

Para verificar tal hipótese, comparamos a cobertura de dois momentos emblemáticos do governo Bolsonaro durante a pandemia de Covid-19: o discurso do presidente na Assembleia Geral da Organização das Nações Unidas (ONU), em setembro de 2020, e seu pronunciamento em cadeia nacional de rádio e TV, em março de 2021. Portanto, um evento anterior e um posterior à decisão da Agência Lupa, seguida por outros veículos, de passar a usar o termo “mentira”. Foram coletadas todas as manchetes, as chamadas e as notícias impressas e online sobre os dois acontecimentos publicadas por cinco veículos – *Folha de S.Paulo*, *O Globo*, *O Estado de S.Paulo*, Agência Lupa e Agência Aos Fatos –, conforme metodologia de análise de conteúdo a ser explicada adiante. Optou-se pelos dois eventos por terem sido amplamente contestados pela imprensa devido ao número de fatos sem comprovação citados pelo presidente.

A construção da credibilidade jornalística

A fundamentação teórica deste artigo parte da definição de jornalismo como uma forma social de conhecimento, conforme a perspectiva de Genro Filho (1987, p. 163): “O critério jornalístico de uma informação está indissolavelmente ligado à reprodução de um evento pelo ângulo da singularidade”, ainda que o conteúdo da informação esteja contraditoriamente associado ao particular e ao universal. O singular é a estrutura interna do fazer jornalístico, que estratifica a significação trazida pelo particular e pelo universal, superando-os e mantendo-os como conteúdo. Os fatos jornalísticos “singulares”, portanto, não são “puramente objetivos”, pois pertencem à dimensão histórico-social.

Mas o processo cognitivo e socioprofissional dos jornalistas, marcado por uma atuação funcionalista-pragmática, leva à incompreensão de que os fatos estão relacionados à essa dimensão histórico-social, nota Genro Filho. Ao destacar a existência da dimensão ontológica do fato social e de um componente subjetivo intrínseco à sua constituição, o autor aponta que a interpretação, a opinião, o julgamento ético e a ideologia são pressupostos intrínsecos ao discurso que explicita o fenômeno. Portanto, não há um fato e várias opiniões, mas “um mesmo fenômeno – manifestação indeterminada quanto ao seu significado – e uma pluralidade de fatos, conforme a opinião e o julgamento” (GENRO FILHO, 1987, p. 49). Se o fenômeno é objetivo, sua essência é apreendida no relacionamento com a totalidade histórica. Portanto, se a notícia não deve explicitar juízo de valor, de acordo com sua configuração moderna, cabe ressaltar que a valoração já está presente nas formas de reconhecimento, hierarquização e seleção dos fatos.

O saber de reconhecimento – saber discernir o “dizer verdadeiro” da mentira – dota os jornalistas de uma competência, definida por Miguel (1999) como um “sistema perito”. O conceito de sistemas peritos, conforme apresentado em Giddens (1991), remete a sistemas de competência técnica ou profissional que organizam ambientes sociais e materiais, gerando confiança cognitiva e crença na credibilidade do conhecimento. No caso do jornalismo como sistema perito, o público confia na informação divulgada em decorrência da

crença na perícia técnica do jornalista e aposta na credibilidade por acreditar que a precisão da técnica jornalística foi aplicada no processo de produção da notícia.

Em outro texto mais recente, Miguel (2019) problematiza e complexifica a definição de jornalismo como sistema perito monopolístico, historicizando as funções que marcam suas características de mediação discursiva organizada a partir dos valores de imparcialidade, objetividade e neutralidade. Com as tecnologias digitais de informação e comunicação, o discurso de autorreferencialidade, reforçado para sedimentar a legitimidade social do jornalismo, não consegue mais operar como um marcador diferencial e como argumento disponível para sedimentar sua autoridade.

O jornalismo, como revide, reforça em seu discurso o apego aos valores profissionais de objetividade, respeito à verdade factual e isolamento entre notícia e opinião. Há décadas, os estudos vêm mostrando como o fundamento epistemológico do autodiscurso do jornalismo é frágil e dependente de estratégias de universalização de um ponto de vista que é socialmente situado e, portanto, particular (MIGUEL, 2019, p. 50).

Mesmo que mudanças estruturais contemporâneas afetem profundamente as práticas jornalísticas, o paradigma moderno – fornecer informações relevantes e credíveis – ainda cria as condições de possibilidade para a permanência de valores que continuam sendo identificados com o jornalismo profissional: “a notícia, a procura da verdade, a independência, a objetividade e uma noção de serviço público”, enumera Traquina (2004, p. 34), ao se referir às ideias que sustentam o polo intelectual do campo jornalístico. Tais valores permanecem fortemente vinculados ao jornalismo informativo – modelo inventado e consolidado entre a segunda metade do século 19 e a primeira metade do século 20 –, que utiliza narrativas centradas na realidade referencial e estruturadas discursivamente nos gêneros notícia e reportagem.

A norma deontológica que fundamenta esse compromisso é a objetividade jornalística (KOVACH; ROSENSTIEL, 2003), entendida “como adequação de uma representação à realidade” e vinculada a uma determinada noção de verdade, isto é, a uma concepção epistemológica que entende “verdade como correspondência” (SPONHOLZ, 2009, p. 19). Estudos críticos sobre a definição de verdade como correspondência no jornalismo (TUCHMAN, 1999; SCHUDSON, 2010; RODRIGUES; AGUIAR, 2020) já demonstraram que a outorga concedida pela sociedade aos jornalistas profissionais, para a produção de relatos de “verdade como correspondência” sobre a realidade social e para o cumprimento da função de mediação, esteve assentada na expertise baseada em estratégias adotadas na produção da notícia.

Em obra na qual analisa a ideologia presente na linguagem jornalística, Lage (1979, p. 48) aponta que o processo de produção da notícia vincula-se ao campo das ações sociais e do dizer sobre esse fazer na sociedade:

Notícias são fragmentos de aparências. Excluem, portanto, os verbos que se referem ao invisível e ao não-verificável, como pensar, acreditar, confiar.

O que alguém pensa, ou aquilo em que o povo confia, não é notícia, salvo quando manifestado (tornado aparente) num discurso.

Ao afirmar que o texto jornalístico do gênero informativo deve ter, como referente, a realidade imediata, pois o valor da verdade no jornalismo depende da exatidão e da precisão da linguagem, o autor enfatiza que a notícia – na qualidade de construção retórica referencial – exclui verbos que expressam subjetividade. “Não é notícia o que alguém pensou, imaginou, concebeu, sonhou, mas o que alguém disse, propôs, relatou ou confessou” (LAGE, 1985, p.18). O sistema de verbos centrais na produção da notícia aponta sua característica principal: o aspecto perfectivo, ou seja, da ação acabada. Nessa perspectiva linguística de análise da ideologia da notícia, a escolha dos verbos e das formas gramaticais perfectivas na construção do texto noticioso está vinculada à forma de conhecimento que o jornalismo informativo proporciona.

Kovach e Rosenstiel (2003, p. 121-122) ponderam que a objetividade, como método de trabalho, contribui para que os jornalistas possam construir caminhos para a verificação de seus relatos e ressaltam que a isenção e o equilíbrio funcionam como técnicas e recursos mais do que como valores. Interessante observar, entretanto, que os próprios autores advertem para as armadilhas de tais técnicas. “O equilíbrio pode levar à distorção”, alertam. Muitas vezes, buscar o equilíbrio de “todos os lados não resulta numa reflexão verdadeira da realidade”. Como exemplo, eles citam que seria um “desserviço para os cidadãos e para a verdade” se o jornalismo desse espaço a vozes dissonantes, passando a impressão de que o debate científico está dividido, mesmo quando grande parte dos cientistas acredita que o aquecimento global é um fato científico ou que determinado tratamento médico é o mais seguro. “Infelizmente, com frequência, o equilíbrio jornalístico é mal construído e leva a esse tipo de significado quase matemático”.

De acordo com a análise de Genro Filho (1987, p. 188), a objetividade jornalística implica em compreender o mundo como um agregado de “fatos prontos e acabados” e, conforme já vimos, tendo como pressuposição uma existência anterior a qualquer forma de percepção, além de uma autonomia em relação a qualquer ideologia ou concepção de mundo. Ao jornalista, caberia a simples tarefa de recolher os fatos “como se fossem pedrinhas coloridas”. Para Genro Filho, essa seria uma “visão ingênua” de “fundo positivista e funcionalista”. Entretanto, ao mesmo tempo em que conecta o jornalismo ao desenvolvimento do capitalismo, o autor enxerga o jornalismo como “uma nova modalidade social do conhecimento” dotada de potencialidades que ultrapassam o sistema.

Mentiras intencionais e desinformação

O conceito de Arendt (2014, p. 308) sobre “verdade factual” pode ser útil para aprofundarmos a discussão sobre o jornalismo como forma de conhecimento e sobre seus limites na contemporaneidade. A filósofa advertiu que a marca distintiva da “verdade factual” consiste em que seu contrário não é o erro, nem a ilusão, nem a opinião, nenhum dos quais se reflete sobre a veracidade pessoal, e sim a falsidade deliberada, a mentira”. Apesar de ressaltar que dizer a verdade dos fatos vai muito além da tarefa cotidiana de produção da informação pelos jornalistas, ela destaca a função política do jornalismo como forma de

conhecimento sobre a realidade social imediata. O jornalismo centrado na verdade factual pode significar, conforme escreve, um primeiro passo para a transformação que leve ao fim da primazia da mentira na sociedade contemporânea. A autora nos chama a atenção para o deslocamento histórico que acontece na passagem da mentira usada habitualmente como instrumento de luta política na modernidade para a reescritura pós-moderna da História que se dá contemporaneamente. “Onde todos mentem acerca de tudo que é importante, aquele que conta a verdade começou a agir” (ARENDRT, 2014, p. 311).

A expectativa de Arendt ainda não se confirma. O jornalismo não está, por ora, conduzindo ao fim da preponderância da mentira na contemporaneidade. O problema é que a mentira encontra terreno fértil hoje nas plataformas digitais, onde o jornalismo concorre com narrativas falsas. Adotamos aqui a perspectiva de plataformação de Poell, Nieborg e Van Dijck (2020, p. 5), que seguem a tradição dos estudos culturais:

Seguindo pesquisas em estudos de software, na área de negócios e na economia política, compreendemos plataformação como a penetração de infraestruturas, processos econômicos e estruturas governamentais de plataformas em diferentes setores econômicos e esferas da vida. E, a partir da tradição dos estudos culturais, concebemos esse processo como a reorganização de práticas e imaginações culturais em torno de plataformas.

No caso do jornalismo, os dados confirmam a reorganização de suas práticas em função das grandes plataformas, como Google, Facebook e Twitter. Nada menos que 51% da população mundial se informa pelas redes sociais e pelo Google. Somente 28% dos leitores vão diretamente aos sites das organizações jornalísticas para consumirem notícias (NEWMAN et al, 2020). O problema é que o regime de visibilidade das notícias em plataformas é determinado pela ação dos algoritmos, reduzindo o alcance das notícias tradicionalmente selecionadas pelos jornalistas com o objetivo de ditar a agenda noticiosa (BARSOTTI, 2018) e erodindo o *locus* do jornalismo de emanar verdades construído na modernidade.

O ambiente das plataformas, no qual todos podem produzir e fazer veicular conteúdos, contribui para a disseminação da desinformação, uma das categorias propostas por Wardle e Derakhshan (2017) para substituir o termo *fake news*. Quem primeiro definiu *fake news* foram Allcott e Gentzkow (2017), para quem elas estariam associadas à fabricação intencional de fatos por canais forjados de notícias, com o objetivo de enganar os usuários. Aqui, preferimos adotar o termo “desinformação”. Acreditamos que a tradução literal de *fake news* para o português, como sendo “notícias falsas”, não procede. A expressão *fake* remete mais à fraude e à impostura, ou seja, artefatos deliberadamente fabricados com a intenção de enganar. Concordamos também com Chaves (2019, p. 19), quando observa, pertinentemente, que a tradução de *fake news* para “notícias falsas” cria uma contradição. Ora, notícias, por definição, não seriam relatos sobre a realidade objetiva? Em vez disso, ela adota a expressão “histórias falsas”.

Rêgo e Barbosa (2020, p. 61) notam que, na contemporaneidade, o lugar de verdade conquistado pelo jornalismo encontra-se em “permanente tensionamento” com narrativas que tentam descredibilizá-lo nas redes sociais pelo “*mainstream* político” de vários países:

O fato é que o *ethos* jornalístico constituído em um ambiente moderno, sobretudo como prática social mercadológica e vendável por sua proximidade com a factualidade, por meio de métodos criados para manter essa proximidade minimamente visível aos olhos do público, tem sido contestado e apropriado pelo *mainstream* político de vários países, mas também pela sociedade e pelo mercado da desinformação, que empoderados, produzem conteúdos sem ter como preocupação e factualidade ou a proximidade possível com a verdade (RÊGO; BARBOSA, 2020, p. 81).

Para as autoras, há duas vias em jogo no momento: “a mentira, se estabelecendo em lugar da verdade, inclusive no ambiente científico; e o reforço desesperado dos métodos de construção da verdade nas instituições e instâncias em que Aleteia acreditava reinar no Ocidente moderno” (RÊGO; BARBOSA, 2020, p. 57). Rodrigues e Aguiar (2020) recorreram a Nichols (2017), Kakutani (2018) e Abramson (2019), visando compreender as razões que levaram ao declínio da expertise do jornalismo. Concluem, em síntese, que o processo global de disseminação de desinformação nas plataformas digitais contribui para a erosão da credibilidade jornalística e que as perspectivas teóricas do pós-modernismo e do relativismo corroboram a ideia de descompromisso com a realidade, acentuando a queda da confiança na autoridade do jornalismo. Souza (2019, p. 10) também percebe o crescimento das “mentiras fascistas” em formato de *fake news* nas redes sociais, como uma intensificação do irracionalismo que teve origem no pensamento pós-moderno e que produziu uma decadência ideológica. Para o autor, “o irracionalismo desvaireado dos produtores de ‘fake news’ apaga a realidade objetiva, que “se perde no bojo da verdade ideológica suprema de suas crenças” (SOUZA, 2019, p.13).

Souza (2019, p. 14) ainda aponta que esse panorama ideológico produz uma crise de confiança que se reflete na difusão massiva de mentiras, mas enxerga saídas para a revitalização do jornalismo como forma de conhecimento:

A atividade de superação dos estranhamentos elaborados pelo metabolismo do capital e sua expressão irracionalista no campo das ideias torna-se não só necessário, mas imprescindível para a revitalização do jornalismo como forma de conhecimento capaz de expor os conflitos que eclodem na sociedade, avançando no combate a “pós-verdade” enquanto tônica subjetiva da vida cotidiana.

A estratégia dos jornais de nomear a mentira pode emergir como nova possibilidade de avançar na direção de um jornalismo crítico e de produzir alterações nos percursos cognitivo e socioprofissional de produção da informação jornalística.

Metodologia

Para verificar a mudança de vocabulário utilizado pela imprensa na cobertura do governo Bolsonaro, a metodologia adotada foi a análise de conteúdo (FONSECA JR., 2015). Para que fosse possível checar se houve uma mudança de postura, com a incorporação da palavra “mentira”, dois eventos emblemáticos e de grande repercussão foram

escolhidos: o discurso do presidente Jair Bolsonaro na Assembleia Geral da ONU, em 22 de setembro de 2020, e seu pronunciamento em cadeia de rádio e TV, no dia 23 de março de 2021. Ambas as falas foram checadas pelos veículos de imprensa à exaustão, dado o número de fatos sem comprovação citados pelo presidente. Os veículos escolhidos para o *corpus* da pesquisa foram os três jornais de referência⁵ no Brasil – *Folha de S.Paulo*, *O Globo* e *O Estado de S.Paulo* – e as duas principais agências de checagem – Agência Lupa e a Agência Aos Fatos. Ao todo, foram analisados 28 conteúdos, referentes às duas coberturas, encontrados nos cinco veículos.

Em relação ao discurso de Bolsonaro na ONU, foram analisados os 16 conteúdos sobre o tema publicados nos cinco veículos. No caso dos jornais, foram observados os conteúdos de suas edições impressas e online. Os 16 conteúdos consistem em duas manchetes (*Folha de S.Paulo* e *O Estado de S.Paulo*), uma chamada na primeira página (*O Globo*), duas notícias impressas na *Folha de S.Paulo*, duas notícias impressas em *O Globo*, duas notícias impressas em *O Estado de S.Paulo*, duas notícias online na *Folha de S.Paulo*, uma notícia online em *O Globo*, duas notícias online em *O Estado de S.Paulo*, uma notícia online na Agência Lupa e uma na Agência Aos Fatos. Para a análise da cobertura do pronunciamento do presidente em cadeia de rádio e TV, foram analisados os 12 conteúdos publicados nos mesmos cinco veículos sobre o tema, a saber: uma manchete na *Folha de S.Paulo*, duas chamadas de primeira página (*O Globo* e *O Estado de S.Paulo*), três notícias impressas nos três jornais, uma notícia online na *Folha de S.Paulo*, uma notícia online em *O Globo*, duas notícias online em *O Estado de S.Paulo* e duas notícias online de cada uma das duas agências de checagem.

Foram criadas 12 categorias, em torno de palavras-chaves que são substantivos relacionados aos universos da mentira e da verdade. Para Fonseca Jr. (2015, p. 298), a “categorização consiste no trabalho de classificação e reagrupamento das unidades de registro em número reduzido de categorias, com o objetivo de tornar inteligível a massa de dados e sua diversidade”. De acordo com Bardin (apud FONSECA JR., 2015, p. 298), uma boa categorização deve apresentar: 1) exclusão mútua (um mesmo elemento não pode ser incluído em duas categorias); 2) homogeneidade (só devem ser incluídos na mesma categoria unidades da mesma natureza); 3) pertinência (as categorias devem refletir os propósitos da investigação); 4) objetividade e fidelidade (os procedimentos devem ser objetivos para que possam ser replicáveis em outras pesquisas); e 5) produtividade (o conjunto de categorias devem fornecer resultados que permitam inferências).

Atendendo às observações de Bardin, segundo pontuado por Fonseca Jr., as 12 categorias giram em torno dos campos semânticos da verdade e da mentira. São elas: 1) mentira; 2) verdade; 3) distorção; 4) erro; 5) omissão; 6) exagero; 7) imprecisão; 8) contradição; 9) realidade; 10) insustentabilidade; 11) falsidade; 12) sem provas. Para viabilizar a análise, os verbos e os adjetivos referentes a esses substantivos foram agrupados sob o

⁵ Para Wolf (2009), jornais de referência são os que servem de modelo para os demais. Nos Estados Unidos, tal função caberia ao *The New York Times* e ao *The Washington Post*. Aguiar (2008) observou que a competição entre os jornais contribui para o estabelecimento de títulos de referência. No Brasil, os modelos seriam *Folha de S.Paulo*, *O Globo* e *O Estado de S.Paulo*.

mesmo grupo de palavras-chaves. Exemplo: Quando um veículo disse que o presidente “mentiu”, o registro foi incluído sob o grupo da palavra-chave “mentira”.

Outras decisões precisaram ser tomadas na tentativa de homogeneizar a análise. A conjugação verbal “maquiou”, utilizada duas vezes pela *Folha de S.Paulo* na cobertura do discurso da ONU, foi incluída na categoria “distorção”. Já a conjugação “inflou”, utilizada em uma notícia de *O Estado de S.Paulo*, foi direcionada para a categoria “exagero”. No caso de *O Globo*, três selos utilizados pelo serviço de checagem das Organizações Globo também foram agrupados em categorias semelhantes. A palavra “fake” foi contabilizada na categoria “mentira”; “fato” foi para “verdade”; e a expressão “não é bem assim” foi para “exagero”. No caso da Agência Lupa, o selo “verdadeiro, mas” foi incluído na categoria “verdade”, apesar das ressalvas que o “mas” indica.

Da falsidade para a mentira

No dia 22 de setembro de 2020, o presidente Jair Bolsonaro discursou na 75ª edição da Assembleia Geral da ONU⁶, realizada, pela primeira vez, de forma virtual, em razão da pandemia de Covid-19. Desde 1949, cabe ao representante brasileiro fazer o discurso inaugural no evento. O discurso teve ampla repercussão na imprensa pelo fato de o presidente ter emitido várias declarações falsas, inclusive sobre as ações tomadas por seu governo durante a pandemia e sobre as queimadas na Amazônia e no Pantanal.

Uma das declarações mais contestadas foi a de que, “por decisão judicial”, segundo Bolsonaro, todas as medidas de isolamento e de restrições de liberdade foram delegadas a cada um dos 27 governadores. Como foi amplamente divulgado pela imprensa, o Supremo Tribunal Federal (STF) julgou três ações e entendeu que governadores e prefeitos tinham autonomia para traçar planos de combate ao novo coronavírus. Entretanto, isso não eximia a responsabilidade da União de traçar um plano nacional de combate à Covid-19, o que não foi feito. Outros dados sem fundamentos sobre a pandemia foram divulgados no discurso, entre eles o de que recomendara o tratamento precoce “ouvindo profissionais de saúde”. Na ocasião, a Organização Mundial de Saúde (OMS) já havia emitido alertas sobre o uso da cloroquina e da hidroxicloroquina. Além de apontar para a ineficácia dos medicamentos, ainda advertira para seus possíveis efeitos colaterais (BIANCHINI, 2020).

No mesmo discurso, o presidente também afirmou que o Brasil era líder em conservação de florestas tropicais. Entretanto, um terço da perda de florestas tropicais primárias foi registrado no Brasil, segundo dados de junho de 2020 da Global Forest Watch, organização não-governamental que faz o monitoramento de florestas em todo o mundo. O país está em primeiro lugar na lista dos dez principais países tropicais que perderam mais floresta primária em 2019, segundo checagem da Agência Lupa (MACÁRIO et al, 2020).

Apesar da grande quantidade de fatos sem comprovação, mentirosos ou distorcidos apresentados no discurso, nota-se, pela Tabela 1, que os veículos analisados não utilizaram a palavra “mentira” no vocabulário de suas coberturas. No total de registros, englobando

⁶ Disponível em: <<https://www.gov.br/planalto/pt-br/acompanhe-o-planalto/discursos/2020/discurso-do-presidente-da-republica-jair-bolsonaro-na-abertura-da-75a-assembleia-geral-da-organizacao-das-nacoes-unidas-onu>>. Acesso em: 13 set. 2021.

as categorias do campo semântico verdade/mentira, houve liderança do substantivo “falsidade” (a categoria também inclui o adjetivo falso, como já explicitado).

Tabela 1. Análise da cobertura do pronunciamento de Jair Bolsonaro na ONU (22 set. 2020)

Palavra-chave	Folha de S.Paulo	O Globo	O Estado de S.Paulo	Agência Lupa	Agência Aos Fatos	Total de registros
Falsidade	1	3	3	5	11	23
Sem provas	6	4	8	0	0	18
Verdade	1	2	0	2	12	17
Exagero	5	2	3	5	1	16
Imprecisão	3	2	1	0	7	13
Distorção	2	0	8	0	0	10
Insustentabilidade	0	0	0	1	6	7
Contradição	0	0	0	0	4	4
Erro	2	1	0	0	0	3

Fonte: Elaboração dos autores.

Foi constatada a presença da categoria “falsidade” 23 vezes nas coberturas de *O Globo*, *O Estado de S.Paulo*, *Folha de S.Paulo*, Agência Lupa e Agência Aos Fatos. Nota-se que a Agência Aos Fatos foi a que mais a utilizou: 11 vezes. A que menos a utilizou foi o jornal *Folha de S.Paulo*: houve apenas uma ocorrência da palavra “falsidade”.

A categoria “sem provas” surge em segundo lugar no número de ocorrências. Dessa vez, quem mais a utilizou foi *O Estado de S. Paulo* (oito vezes), seguido da *Folha de S.Paulo* (seis vezes) e de *O Globo* (quatro vezes). A categoria “verdade” aparece em terceiro lugar no número total de registros. Nota-se, entretanto, certo desequilíbrio no seu emprego pelos veículos. Das 17 ocorrências, 12 foram registradas pela Agência Aos Fatos, curiosamente a que mais utilizou a expressão “falsidade” e suas correlatas.

Entre as afirmações “verdadeiras”, estava o número de pessoas beneficiadas pelo auxílio emergencial – cerca de 67 milhões – durante a pandemia. Curioso, entretanto, é que os veículos foram unânimes em apontar o exagero no valor do auxílio citado pelo presidente, que seria de US\$ 1 mil, segundo ele. A ajuda somou, de fato, o equivalente a US\$ 772, apontou a Lupa (MACÁRIO et al, 2020), assim como os demais veículos.

Outra informação apontada como “verdadeira” pela Agência Aos Fatos foi a afirmação do presidente de que destinara um valor próximo a US\$ 400 milhões à Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz) para desenvolvimento, pesquisa e produção da vacina contra a Covid-19, em parceria com a Universidade de Oxford e a farmacêutica AstraZeneca (RIBEIRO et al, 2020). A mesma informação na Lupa foi considerada como “exagerada”. Para a agência concorrente da Aos Fatos, o valor correspondia a cerca de US\$ 351 milhões (MACÁRIO et al, 2020).

Entre os três veículos impressos, apenas dois destacaram o tema em suas manchetes: *O Estado de S.Paulo* e *Folha de S.Paulo*. Em *O Globo*, o tema foi abordado em uma chamada na primeira página. A manchete de *O Estado de S.Paulo* adotou um tom mais duro: *Na ONU, Bolsonaro distorce dados sobre queimadas e Covid* (NA ONU..., 2020). A de *O Globo* foi: *Bolsonaro adota tom defensivo em discurso na ONU* (BOLSONARO..., 2020a). E a

da *Folha* seguiu na mesma linha: *Bolsonaro se defende na ONU sobre pandemia e queimadas* (BOLSONARO..., 2020b). Como se verá na Tabela 2, o jornal paulistano mudou totalmente de tom na cobertura do pronunciamento do presidente no ano seguinte.

No dia 23 de março de 2021, Jair Bolsonaro fez pronunciamento em cadeia nacional de rádio e TV⁷, com a duração de cinco minutos. Na ocasião, disse que seu governo pretendia fazer de 2021 o “ano da vacinação de todos os brasileiros”. A fala ocorreu poucas horas após o Brasil registrar a pior marca de mortes por Covid-19 desde o início da pandemia, com 3.128 óbitos contabilizados oficialmente nas 24 horas anteriores. O presidente, na ocasião, se solidarizou com “todos aqueles que tiveram perdas” e sustentou que, em nenhum momento, o governo deixara de tomar medidas importantes “tanto para combater o coronavírus, tanto para combater o caos na economia”. O pronunciamento foi seguido de peneiras em protesto.

Como se pode verificar na Tabela 2, houve uma mudança no tom da cobertura dos cinco veículos jornalísticos analisados, com a incorporação da palavra “mentira”, que não aparecera nos registros sobre o discurso de Bolsonaro na ONU.

Tabela 2. Análise da cobertura do pronunciamento de Jair Bolsonaro em cadeia nacional (23 mar. 2021)

Palavra-chave	Folha de S.Paulo	O Globo	O Estado de S.Paulo	Agência Lupa	Agência Aos Fatos	Total de registros
Distorção	2	4	4	1	0	11
Mentira	6	0	0	1	2	9
Verdade	0	0	2	3	3	8
Falsidade	0	0	1	1	4	6
Omissão	1	3	1	0	0	5
Exagero	0	0	1	1	1	3
Insustentabilidade	0	0	0	0	3	3
Imprecisão	0	0	0	0	2	2
Erro	1	0	0	1	0	2
Realidade	1	0	0	0	0	1

Fonte: Elaboração dos autores.

Em primeiro lugar, a categoria mais recorrente foi “distorção”, utilizada 11 vezes. Quem mais a empregou foram *O Globo* e *O Estado de S.Paulo* (quatro vezes cada um). Em sua primeira página, no dia seguinte, *O Globo* publicou: *Sob peneira, Bolsonaro fala em vacinas na TV* (SOB PENEIRA..., 2021). Já na página 12, optou por usar a categoria “distorção”: *Bolsonaro distorce dados e promete vacina para todos* (LINDNER et al, 2021). Em *O Estado de S.Paulo*, não houve chamada dedicada ao assunto na primeira página (apenas uma menção ao final da chamada que teve como tema o número de mortos pela pandemia). Em página interna, o texto sob título *Bolsonaro cita vacina e é alvo de peneiras* afirmava que “a fala, repleta de distorções, foi acompanhada de peneiras em diversas cidades do país”.

⁷ Disponível em: <<https://www.gov.br/planalto/pt-br/acompanhe-o-planalto/pronunciamentos/pronunciamentos-do-presidente-da-republica/pronunciamento-do-senhor-presidente-da-republica-jair-bolsonaro-em-cadeia-nacional-de-radio-e-televisao-23-03-2021>>. Acesso em: 13 set. 2021.

E acrescentou que, “durante meses, Bolsonaro duvidou da eficácia das vacinas e chegou a barrar a decisão de comprar a Coronavac” (MORAES, 2021, p. 10).

A categoria “mentira” surge em segundo lugar, com nove menções. A *Folha de S.Paulo* foi quem mais a empregou (seis vezes). No dia seguinte ao pronunciamento, o jornal publicou a seguinte chamada na primeira página da edição impressa: *Bolsonaro, na TV, mente sobre ações na pandemia* (BOLSONARO..., 2021). Em página interna, o título no alto da página foi: *Na TV, Bolsonaro mente sobre ações na pandemia e declara 2021 ano da vacina*. O texto, também publicado na versão online, afirma que “Bolsonaro, durante os últimos 12 meses, minimizou a pandemia, provocou aglomerações, falou contra o uso de máscaras, brecou negociações de imunizantes e, por diversas vezes, manifestou-se contra as vacinas” (CARVALHO; URIBE, 2021, p. A10).

Em terceiro lugar, assim como ocorrera na cobertura do discurso na ONU, ficou a categoria “verdade”. Nem *O Globo* nem a *Folha de S.Paulo* a utilizaram. Apenas as duas agências de checagem e *O Estado de S.Paulo* a empregaram. Foram consideradas verdadeiras pela Agência Aos Fatos as informações sobre: o acordo entre a Fiocruz e a AstraZeneca para a transferência de tecnologia e produção de 100 milhões de doses da vacina contra a Covid-19; a aderência do governo ao consórcio Covax Facility; a aliança internacional de vacinas contra a Covid-19 criada pela OMS; e a liberação de um crédito extra de R\$ 20 bilhões para o enfrentamento da pandemia no país. É preciso ressaltar, entretanto, que o título da checagem optou pela ênfase à categoria “mentira”: *Bolsonaro repete mentiras sobre ações contra Covid-19 em pronunciamento* (RIBEIRO et al, 2021).

A Agência Lupa, embora tenha apontado três “verdades” no pronunciamento do presidente, utilizou duas vezes a expressão “verdadeiro, mas”. As duas ressalvas foram para o fato de o governo ter, de fato, aderido ao consórcio Covax Facility, mas informar que poderia tê-lo feito em bases mais amplas. O outro “porém” correspondeu ao fato de o governo ter distribuído 29,9 milhões de doses de vacinas até aquele momento, e não 32 milhões. Entretanto, a agência explica que a margem de erro estava dentro do parâmetro para considerar a informação “verdadeira”. O título para a checagem, no entanto, optou também pelo emprego da categoria “mentira”: *Em pronunciamento, Bolsonaro muda tom, mas repete mentiras sobre vacinação* (MACÁRIO; RÔMANY; AFONSO, 2021).

A partir da análise de conteúdo, percebe-se que nomear a mentira foi uma estratégia tardia dos cinco veículos jornalísticos analisados em relação à cobertura de dois eventos emblemáticos durante a pandemia envolvendo o presidente Bolsonaro. Entretanto, a incorporação da palavra “mentira” ao vocabulário do jornalismo em notícias factuais pode trazer mudanças para as práticas profissionais e para a cultura profissional dos jornalistas. Concordamos com Genro Filho (1987) e com Souza (2019), quando reconhecem potências no jornalismo capazes de ultrapassar os obstáculos do sistema e de o reafirmar como forma social de conhecimento. A reação do jornalismo às “mentiras fascistas” (SOUZA, 2019) pode sinalizar um caminho na reafirmação da autoridade jornalística.

Ao nomearem a mentira, os jornalistas estão interpretando e fazendo um julgamento ético que, muitas vezes, a objetividade jornalística tenta recalcar. Consideramos que a mudança de vocabulário embute uma transformação na produção de sentido das notícias e confronta os jornalistas com as noções de isenção e de equilíbrio que podem

tornar-se armadilhas nas rotinas profissionais, como demonstram Kovach e Rosenstiel (2003). Se a valoração já está presente na forma de reconhecer, hierarquizar e selecionar os fatos, agora ela também se materializa no campo semântico, de forma explícita, a partir de um percurso interpretativo que o jornalista realiza na escolha dos verbos e das formas gramaticais durante a construção do texto noticioso (LAGE, 1985).

Como observou Arendt (2014), o contrário da verdade factual é a mentira, e o jornalismo, como forma de conhecimento sobre a realidade social imediata, deve cumprir com sua função política. No cenário contemporâneo de desinformação e de distribuição algorítmica de notícias, em que o discurso jornalístico é posto à prova como sistema perito, vislumbra-se uma possibilidade de o jornalismo centrado em apontar mentiras conseguir resgatar seu *locus* de emanar verdades e avançar na desconstrução das narrativas da “pós-verdade”.

Considerações finais

Como comprovado pela análise de conteúdo, percebe-se que a mudança do vocabulário empregado pela imprensa para apontar mentiras nos discursos públicos reflete uma guinada que reforça a hipótese deste artigo. Em meio a um cenário de desinformação e distribuição algorítmica de notícias por meio da plataforma, o jornalismo se esforça para resgatar seu *locus* de emanar verdades consolidado na modernidade, juntamente com outros campos do conhecimento, como o da ciência.

Não há mentira sem intenção de enganar. Portanto, tal intenção distinguiria a veracidade ou a mentira na ordem do discurso jornalístico. O que se coloca como questão na contemporaneidade é que a mentira, como ato deliberado, leva à destruição do espaço público, produzindo, como consequência, uma ruptura no acordo simbólico de que há campos do conhecimento, como o do jornalismo, que pertencem a esse espaço, ainda que sejam múltiplas e diversas as perspectivas de sua compreensão.

O processo de reescritura pós-moderna da História que se dá contemporaneamente (ARENDR, 2014) resulta em narrativas produzidas sob a influência dos apelos às emoções e às crenças pessoais, sem base científica, que refletem a questão filosófica que tipifica a denominada crise da modernidade: não há fatos, apenas versões. Se mentir na política é uma prática corriqueira e aceitável, a cobertura jornalística sobre política exige um esforço político e de resistência dos jornalistas profissionais, como enfatizam Lage (1979) e Genro Filho (1987).

Se acreditarmos que não há mais verdade no espaço público contemporâneo, as narrativas sobre a pandemia da Covid-19 poderiam se equivaler, mas o jornalismo informativo invoca métodos de verificação para a construção do noticiário a partir de um discurso que emerge do campo das ciências. É nessa perspectiva que se pode apostar na credibilidade jornalística: se a força civilizacional do Ocidente resultou no dever moral de dizer a verdade, em tempos pandêmicos, mais do que uma falha moral ou ética, mentir tornou-se mortal, e nomear a mentira em manchetes – tarefa premente do jornalismo informativo para cumprir seu princípio ontológico – mostra-se fundamental para garantir a convivência no espaço público.

Referências

ABRAMSON, Jill. *Merchants of truth: the business of news and the fight for facts*. New York: Simon & Schuster, 2019.

AGUIAR, Leonel. Entretenimento: valor-notícia fundamental no jornalismo. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, Florianópolis, v. 5, n. 1, p. 13-23, jan./jun. 2008.

ALLCOTT, Hunt; GENTZKOW, Matthew. Social media and fake news in the 2016. *Election. Journal of Economic Perspectives*, v. 31. n. 2, p. 211-236, 2017.

APONTAREMOS mentiras quando as virmos. *Agência Lupa*, 15 jan. 2021. Disponível em: <<https://acortar.link/VdHNDD>>. Acesso em: 20 jan. 2021.

ARAÚJO, Carla; ANDRADE, Hanrrikson de. Decotelli oficializa saída do MEC após inconsistências no currículo. *UOL*, 30 jun. 2020. Disponível em: <<https://acortar.link/GR9xdV>>. Acesso em: 3 set. 2020.

ARENDT, Hannah. Verdade e política. In: _____. *Entre o passado e o futuro*. São Paulo: Perspectiva, 2014. p. 282-325.

BARSOTTI, Adriana. Da manchete ao post: a formação de múltiplas agendas nas redes sociais. *Contracampo*, Niterói, v. 37, n. 1, p. 168-191, 2018.

BIANCHINI, Guilherme. OMS alerta para efeitos colaterais da cloroquina no tratamento da Covid-19. *O Estado de S.Paulo*, 20 maio 2020. Disponível em: <<https://acortar.link/j5WbRU>>. Acesso em: 13 set. 2021.

BOLSONARO adota tom defensivo em discurso na ONU. *O Globo*, 23 set. 2020a. Primeiro Caderno, p. 1.

BOLSONARO se defende na ONU sobre pandemia e queimadas. *Folha de S.Paulo*, p.1, 23 set. 2020b. Primeiro Caderno, p. 1.

BOLSONARO, na TV, mente sobre ações na pandemia. *Folha de S.Paulo*, 24 mar. 2021. Primeiro Caderno, p. 1.

CARVALHO, Daniel; URIBE, Gustavo. Na TV, Bolsonaro mente sobre ações na pandemia e declara 2021 ano da vacina. *Folha de S. Paulo*, 24 mar. 2021. Primeiro Caderno, p. A10.

CHAVES, Monica. *A pauta da desinformação: “fake news” e categorizações de pertencimento nas eleições presidenciais brasileiras de 2018*. 2019. 185 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2019.

FONSECA JR., Wilson Corrêa da. Análise de conteúdo. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs.). *Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação*. São Paulo: Atlas, 2015. p. 280-304.

GENRO FILHO, Adelmo. *O segredo da pirâmide*. Para uma teoria marxista do jornalismo. Porto Alegre: Tchê, 1987.

GIDDENS, Anthony. *As consequências da modernidade*. São Paulo: Unesp, 1991.

KAKUTANI, Michiko. *A morte da verdade*. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2018.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. *Os elementos do jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o público exigir*. São Paulo: Geração Editorial, 2003.

LAGE, Nilson. *Estrutura da notícia*. São Paulo: Ática, 1985.

_____. *Ideologia e técnica da notícia*. Petrópolis: Vozes, 1979.

LINDNER, Julia et al. Bolsonaro distorce dados e promete vacina para todos. *O Globo*, 24 mar. 2021. Primeiro Caderno, p. 12.

MACÁRIO, Carol et al. Na ONU, Bolsonaro cita dados falsos sobre pandemia e meio ambiente. *Agência Lupa*, 22 set. 2020. Disponível em: <<https://acortar.link/ko6vZJ>>. Acesso em: 13 set. 2021.

_____.; RÔMANY, Ítalo; AFONSO, Nathália. Em pronunciamento, Bolsonaro muda tom, mas repete mentiras sobre vacinação. *Lupa*, 23 mar. 2021. Disponível em: <<https://acortar.link/IU0Pb6>>. Acesso em: 10 set. 2021.

MORAES, Marcelo de. Bolsonaro cita vacina e é alvo de panelaço. *O Estado de S. Paulo*, 24 mar. 2021. Primeiro Caderno, p. 10.

MOTTA, Anaís. Pazuello mente ao dizer que Saúde nunca indicou remédios contra a Covid-19. *UOL*, 18 jan. 2021. Disponível em: <<https://acortar.link/Vsj9EW>>. Acesso em: 20 jan. 2021.

MIGUEL, Luis Felipe. Jornalismo, polarização política e a querela das fake news. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, Florianópolis, v. 16, n. 2, p. 46-58, jul./dez. 2019.

_____. O jornalismo como sistema perito. *Tempo Social*, São Paulo, v. 11, n. 1, p. 197-208, maio 1999.

NA ONU, Bolsonaro distorce dados sobre queimadas e Covid. *O Estado de S.Paulo*, 23 set. 2020. Primeiro Caderno, p. 1.

NEWMAN, Nic et al. *Digital news report 2020*. Oxford: Reuters Institute, University of Oxford, 2020.

NICHOLS, Tom. *The death of expertise*. The campaign against established knowledge and why it matters. New York: Oxford University Press, 2017.

PACHECO, Priscila. Pazuello mente sobre tratamento precoce para Covid-19; termo tem ao menos 140 menções no site da Saúde. *Aos Fatos*, 18 jan. 2021. Disponível em: <<https://acortar.link/zexYKR>>. Acesso em: 24 jan. 2021.

PAZUELLO mente ao afirmar que ministério nunca recomendou ‘tratamento precoce’ para Covid. *G1*, 18 jan. 2021. Disponível em <<https://acortar.link/hLGavC>>. Acesso em: 18 jan. 2021.

POELL, Thomas; NIEBORG, David; VAN DIJCK, José. Plataformização. *Fronteiras – Estudos Midiáticos*, São Leopoldo, v. 22, n. 1, p. 2-10, jan./abr. 2020.

RÊGO, Ana Regina; BARBOSA, Marialva. *A construção intencional da ignorância: o mercado das informações falsas*. Rio de Janeiro: MauadX, 2020.

RIBEIRO, Amanda et al. O que é e o que não é fato no discurso de Bolsonaro na abertura da Assembleia Geral da ONU. *Aos Fatos*, 22 set. 2020. Disponível em: <<https://acortar.link/5rfG4M>>. Acesso em: 13 set. 2021.

_____. et al. Bolsonaro repete mentiras sobre ações contra Covid-19 em pronunciamento. *Aos Fatos*, 23 mar. 2021. Disponível em: <<https://acortar.link/gAGkN1>>. Acesso em: 10 set. 2021.

RODRIGUES, Cláudia; AGUIAR, Leonel. A desconstrução da expertise no jornalismo: considerações sobre a autoridade profissional no contexto da desinformação impulsionada pelos algoritmos. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 18., 2020, Campo Grande. *Anais...* Brasília: SBPJor, 2020.

SCHUDSON, Michael. *Descobrimo a notícia: uma história social dos jornais nos Estados Unidos*. Petrópolis: Vozes, 2010.

SOB PANELAÇO, Bolsonaro fala em vacinas na TV. *O Globo*, 24 mar. 2021. Primeiro Caderno, p. 1.

SOUZA, Rafael Bellan Rodrigues de. “Fake news”, pós-verdade e sociedade do capital: o irracionalismo como motor da desinformação jornalística. *Famecos – Mídia, Cultura e Tecnologia*, Porto Alegre, v. 26, n.3, p. 1-17, set./dez. 2019.

SPONHOLZ, Liriam. *Jornalismo, conhecimento e objetividade: além do espelho e das construções*. Florianópolis: Insular, 2009.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são*. Florianópolis: Insular, 2004.

TUCHMAN, Gaye. A objectividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objectividade dos jornalistas. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*. Lisboa: Vega, 1999. p. 74-90.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. *Information disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policymaking*. Strasbourg: Council of Europe, 2017.

WOLF, Mario. *Teorias da comunicação*. Lisboa: Presença, 2009.

Adriana Barsotti

Professora do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano (PPGMC) da Universidade Federal Fluminense (UFF). Doutora em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio).

Leonel Aguiar

Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio). Doutor em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ).