

Pandemia de Covid-19, WhatsApp e desinformação: percepções de produtores e produtoras de TV de Belém (PA) reveladas por meio de nuvens de palavras¹

George Luiz Miranda da Silva²
Elaide Martins da Cunha³
Universidade Federal do Pará - UFPA

Resumo

Este artigo investiga as percepções de produtores e produtoras de telejornalismo em Belém (PA) sobre as transformações provocadas pela crise sanitária da Covid-19, com foco na desinformação e no uso do WhatsApp como ferramenta de apuração e comunicação jornalística. A pesquisa, que faz parte de um estudo mais amplo, adota a metodologia da Análise de Conteúdo (Bardin, 2011) e utiliza formulários aplicados aos profissionais como principal instrumento de coleta de dados. As respostas foram analisadas por meio da construção de nuvens de palavras, que evidenciam termos recorrentes, concepções e desafios. Os resultados apontam para uma reconfiguração das rotinas produtivas, com o WhatsApp ocupando papel central na apuração remota e na interlocução com fontes institucionais e comunitárias. O presente artigo contribui para o debate sobre os impactos da pandemia no fazer jornalístico em contextos de crise.

Palavra-chave: WhatsApp; Telejornalismo; Belém (PA); Covid-19; Desinformação

Introdução

A pandemia de Covid-19 acelerou transformações na prática jornalística em escala global. Em Belém, capital do Pará e uma das principais cidades da Amazônia brasileira, produtores e produtoras de telejornais locais passaram a utilizar o WhatsApp de forma ainda mais intensa para garantir a continuidade do trabalho diante das restrições sanitárias, que resultaram na redução das equipes nas ruas e no avanço da desinformação. Este artigo deriva da pesquisa de mestrado *Apuração, desinformação e WhatsApp na rotina telejornalística: os atravessamentos da pandemia de Covid-19 nas redações de TV de Belém (PA)*, defendida e aprovada em 2023. A dissertação teve como

¹ Trabalho apresentado no GP Jornalismo Audiovisual, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Jornalista e mestre em Comunicação, Cultura e Amazônia pela Universidade Federal do Pará (UFPA). Especialista em Marketing Digital e em Prevenção e Gerenciamento de Crise, ambos pela Estácio de Sá. Membro do GP Inovação e Convergência na Comunicação-InovaCom (CNPq-UFPA). Jornalista concursado da Empresa Brasileira de Serviços Hospitalares (Ebserh) e repórter freelancer. E-mail: georgeluzjornalismo@gmail.com.

³ Doutora em Ciências: Desenvolvimento Socioambiental (NAEA/UFPA), mestre em Comunicação Social (UMESP) e graduada em Jornalismo (UFPA). Docente do Programa de Pós-Graduação em 'Comunicação, Cultura e Amazônia' (PPGCom) e da Faculdade de Comunicação (Facom) da Universidade Federal do Pará (UFPA). Coordenadora do GP Inovação e Convergência na Comunicação-InovaCom (CNPq-UFPA) e integrante do Nephi-Jor, núcleo do GP Hipermídia e Linguagem (UFSC/CNPq) e da Rede JorTec/SBPJor. E-mail: elaide@ufpa.br.

objetivo analisar os usos, limites e implicações dessa tecnologia na organização das rotinas de produção televisiva durante a crise sanitária, entre 2020 e 2021.

A partir desse cenário, este artigo parte da seguinte questão-problema: **de que maneira produtores e produtoras de telejornalismo em Belém (PA) perceberam e lidaram com o uso intensificado do WhatsApp em suas rotinas de trabalho durante a pandemia de Covid-19, especialmente diante do desafio da desinformação?** Para responder a essa indagação, foi aplicado um formulário a 28 profissionais de emissoras locais. As respostas foram submetidas à Análise de Conteúdo (Bardin, 2011) e visualizadas por meio de nuvens de palavras.

Ao observar esses elementos, este artigo busca contribuir para o debate sobre o jornalismo em situações de crise, destacando o protagonismo de profissionais frequentemente invisibilizados nas coberturas televisivas.

Nuvem de palavras sobre o uso do WhatsApp e desinformação na pandemia

Belém conta, atualmente, com nove emissoras de TV. Antes da pandemia, os produtores atuavam presencialmente nas redações, responsáveis pela busca, redação e estruturação das pautas. Com a Covid-19, parte das equipes passou a trabalhar remotamente, mas esses profissionais permaneceram nas redações e enfrentaram aumento das demandas, passando a realizar as entrevistas com as fontes, além de orientar remotamente a captação de áudio e vídeo pelos entrevistados e buscar imagens de apoio para as reportagens, funções antes distribuídas entre repórteres e cinegrafistas.

Como observa Renault (2020), “a crise sanitária afetou de tal forma as relações jornalismo/sociedade, que veio modificar sistemas consolidados, tal como o telejornalismo brasileiro” (p. 03). Nesse cenário, o WhatsApp se firmou como ferramenta essencial para a comunicação interna e externa, bem como para o compartilhamento de conteúdo audiovisual entre redações e fontes.

Com o objetivo de mapear essas transformações, foi aplicado, entre os meses de janeiro e fevereiro de 2022, o formulário *Usos e apropriações do WhatsApp pela produção das emissoras de TV de Belém*. Os depoimentos coletados foram analisados com base em Análise de Conteúdo (Bardin, 2011), com o apoio da técnica de nuvem de palavras, na qual o tamanho dos termos representa sua frequência nos relatos.

Mais recentemente, e transcendendo ao seu mero apelo ilustrativo, as NP têm sido consideradas uma opção à análise de textos e na disseminação de resultados de pesquisas de abordagem qualitativa. Acrescentam clareza e transparência na comunicação de ideias, revelando padrões interessantes a análises posteriores (Surveygizmo, 2017, apud Vasconcelos-Silva, Araújo-Jorge, 2019, p. 43).

As nuvens de palavras apresentadas foram geradas com o software gratuito *Word Clouds*, a partir das respostas dos produtores ao formulário online. Para tornar os resultados mais relevantes, termos de classes gramaticais comuns da Língua Portuguesa, como artigos e pronomes, foram excluídos.

A primeira nuvem destaca os termos mais recorrentes relacionados à pergunta sobre a relevância do WhatsApp na rotina de produção durante a pandemia. Na **figura 01**, as dez palavras que mais se repetiram foram: WhatsApp (aparece 10 vezes), Pandemia (09), Comunicação (09), Ferramentas (09), Entrevistas (07), Vídeos (07), Personagens (06), Produção (05), Fontes (04) e Entrevistados (03).

Figura 01 — Nuvem de palavras formada com os termos que mais apareceram nas respostas sobre o possível aumento da relevância do WhatsApp durante a pandemia.



Fonte: Dados da pesquisa, a partir de formulário, 2023.

Para exemplificar, compartilhamos duas respostas que recebemos a esta questão no formulário:

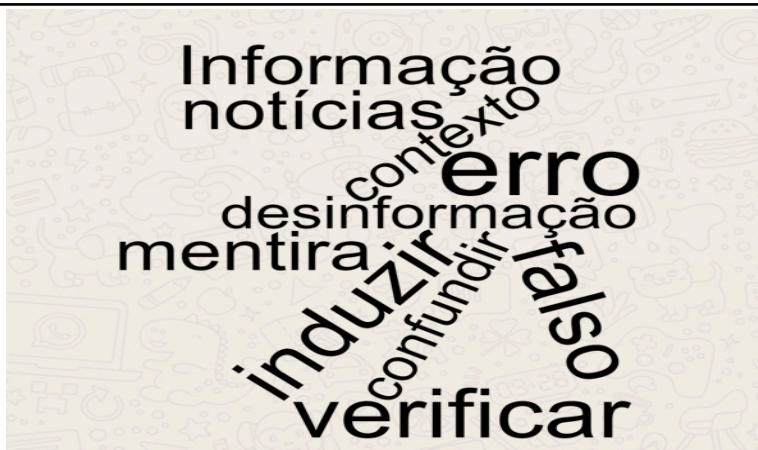
Canal de comunicação essencial em tempos de isolamento e quarentena, facilitou o contato com as pessoas de uma maneira ágil e direta, principalmente com a categoria de saúde que estavam dentro dos hospitais, fontes preciosas nessa fase (Jornalista T.P).

Com a crise sanitária, as pessoas (personagens, fontes, especialistas) podiam enviar os vídeos gravados de casa mesmo pelo whats. A produção enviava as perguntas, orientava a forma de gravar o vídeo. E o entrevistado enviava para a produção (Jornalista T.B).

A partir da análise da nuvem de palavras, observa-se que o WhatsApp ganhou grande relevância na rotina de produção jornalística durante a pandemia de Covid-19. O destaque do termo "WhatsApp", juntamente com palavras como "comunicação", "pandemia", "entrevistas", "vídeos" e "fontes", indica uma mudança significativa na forma de produzir notícias. A plataforma tornou-se essencial para o contato entre produtores, fontes e personagens, sendo amplamente utilizada para agendar, realizar e receber entrevistas, além de obter informações em um contexto de restrições sociais. Embora já fosse utilizado antes, seu uso se intensificou e se consolidou como ferramenta fundamental para a apuração e produção de conteúdo, principalmente por meio da troca de vídeos e informações com entrevistados. Assim, o aplicativo foi apontado pelos produtores de TV de Belém como um recurso indispensável para a continuidade do trabalho jornalístico em tempos de distanciamento social.

Nós também fizemos a seguinte pergunta subjetiva aos respondentes do questionário: “Para você, o que é desinformação?”. Na **figura 02**, apresentamos a nuvem de palavras com os dez termos que mais apareceram nas respostas a este questionamento. As palavras com mais frequências foram: Erro (aparece 15 vezes), Induzir (14), Verificar (14), Falso (14), Informação (13), Notícias (12), Mentira (12), Desinformação (11), Confundir (10) e Contexto (10).

Figura 02 — Nuvem de palavras formada com os termos que mais apareceram nas respostas dos produtores e produtoras de TV de Belém sobre o que é desinformação.



Fonte: Dados da pesquisa, a partir de formulário, 2023.

Para exemplificar, compartilhamos duas respostas que recebemos a esta questão no formulário:

É a prática de atrapalhar/impedir o fluxo de informações apuradas corretamente, disseminando informações não apuradas e inverídicas à população, gerando discussão sobre o que é correto (Jornalista T.B).

Desinformação é quando o jornalista não faz seu papel e, em vez de contribuir positivamente para sociedade com o seu trabalho, acaba colaborando para atrapalhar as coisas (Jornalista J.P).

Com esse questionamento, o objetivo foi entender, de forma geral, como a desinformação é percebida pelos profissionais que têm, diariamente, a missão de levantar sugestões de assuntos, apurar informações e fechar pautas que serão, posteriormente, transformadas nas reportagens que irão ao ar nos telejornais da capital paraense. Assim, podemos inferir que a desinformação é frequentemente associada a erro, seja intencional ou não, como também à indução a esse erro e, conseqüentemente, à necessidade de verificação do conteúdo. Nas respostas, os profissionais também associaram o fenômeno da desinformação à disseminação de informações falsas e mentirosas, que podem confundir o público.

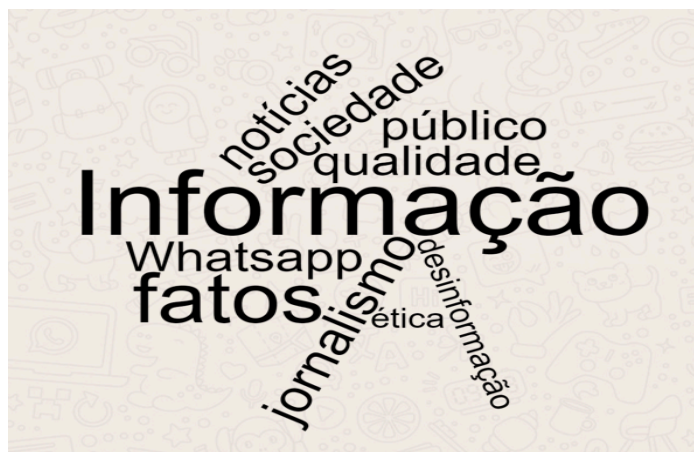
A verificação é considerada uma estratégia importante para combater o problema. A importância do contexto também é enfatizada, pois ajuda a compreender o significado das informações e evita distorções. Faz-se necessário ressaltar que o WhatsApp não apareceu entre os dez termos mais recorrentes nestas respostas dos entrevistados, indicando que, quando a pergunta sobre desinformação é mais geral, a

contribuição da ferramenta para a disseminação de notícias falsas pode passar despercebida. A desinformação também é frequentemente associada à manipulação intencional das informações para enganar o público. A palavra "induzir", por exemplo, sugere que, na visão dos produtores e produtoras, os propagadores de desinformação têm a intenção de influenciar as pessoas a acreditar em algo que não é verdade.

Pelas respostas, também fica evidente que, para os entrevistados, a desinformação é uma espécie de erro na apuração jornalística. Também associam a algo falso e mentiroso, que tem o objetivo de retirar informações de contexto e confundir a sociedade. O fenômeno é visto, ainda, como um processo orquestrado que, por vezes, coloca em dúvida o conhecimento científico e a própria imprensa.

Na **figura 03**, é possível acompanhar a nuvem de palavras com os termos que mais apareceram nas respostas ao questionamento subjetivo: “Você se sente responsável pelo combate à desinformação e fortalecimento do telejornalismo em sua rotina de trabalho?”. As dez palavras mais frequentes foram: Informação (aparece 13 vezes), Fatos (12), WhatsApp (10), Jornalismo (10), Notícias (09), Sociedade (09), Público (09), Qualidade (09), Ética (07) e Desinformação (07).

Figura 03 — Nuvem de palavras formada com os termos que mais apareceram na pergunta se os produtores e produtoras de TV de Belém se sentem responsáveis pelo combate à desinformação.



Fonte: Dados da pesquisa, a partir de formulário, 2023.

Para exemplificar, compartilhamos duas respostas que recebemos a esta questão no formulário:

Na TV somos muito cobrados pela excelência da informação, pela checagem dos fatos, pela boa apuração! Então, o fato de checar se os vídeos e informações que chegam via WhatsApp procedem junto a especialistas e fontes oficiais é muito importante! Importante também não deixar passar informações somente por WhatsApp e sim checar via e-mail para se respaldar! (Jornalista L.D).

Somos bombardeados diariamente a todo tipo de informação. Ir atrás da informação correta é tarefa árdua. Exige tempo e certas habilidades. No exato momento em que decido ir atrás da informação correta, deixo minha participação no combate à desinformação (Jornalista A.M).

É importante destacar que os termos "Informação", "Fatos", "Jornalismo" e "Notícias" aparecem entre as dez palavras mais frequentes no levantamento, indicando a importância dada pelos entrevistados à produção e veiculação de informações confiáveis e precisas para os telespectadores. Já o termo "WhatsApp" aparece com frequência, indicando, mais uma vez, o protagonismo da plataforma na rotina de trabalho dos produtores e produtoras de TV. A presença dos termos "Ética", "Qualidade" e "Desinformação" também é significativa, pois as referidas palavras sugerem a preocupação dos entrevistados com a produção de pautas e reportagens de interesse público, o que pode contribuir com o fortalecimento do telejornalismo e da democracia brasileira. Por fim, a incidência dos termos "Sociedade" e "Público" indica que os participantes reconhecem a importância do jornalismo para a sociedade e que a produção de conteúdo de qualidade pode impactar positivamente a vida das pessoas.

Na **figura 04**, acompanhamos a nuvem de palavras formada pelas respostas ao seguinte questionamento subjetivo: “Quais são os principais desafios para combater a desinformação no telejornalismo da capital paraense?”. As dez palavras mais frequentes foram: Interesses (aparece 17), Notícia (16), Apurar (14), Fontes (14), Informação (13), Apuração (12), Confirmação (10), Desinformação (08), Factuais (06) e Sensacionalismo (06).

Figura 04 — Nuvem de palavras formada com os termos que mais apareceram na pergunta sobre os principais desafios para o combate à desinformação no telejornalismo em Belém.



Fonte: Dados da pesquisa, a partir de formulário, 2023.

Para exemplificar, compartilhamos duas respostas que recebemos a esta questão no formulário:

Acredito que o principal fator que impede o jornalista, principalmente o paraense de exercer o seu trabalho com qualidade, é que a maioria das empresas de comunicação, se não todas, estão em mãos de empresários com interesses políticos e comerciais. Isso faz com que sejamos, muitas vezes, obrigados a pautar informações de interesses de aliados ou da própria empresa (Jornalista S.V)

Assim como em muitos lugares, da mesma forma que o Whatsapp nos ajuda no trabalho das redações, ele também é responsável por uma grande rede de fake news, o que possivelmente contribui para deixar as pessoas desinformadas (Jornalista A.A)

Conforme é possível observar, a nuvem de palavras revela que a questão da desinformação é um desafio para o telejornalismo na capital paraense. A palavra "interesses" é a que aparece com mais frequência, indicando que existe a percepção de que interesses externos podem influenciar o conteúdo jornalístico e dificultar a divulgação de informações precisas e objetivas. Os termos mais recorrentes também destacam a importância de apurar informações de fontes confiáveis e confirmar a veracidade dos fatos antes de divulgar notícias. Isso sugere que um dos principais desafios é lidar com a pressão de produzir notícias em tempo real, sem abrir mão da integridade jornalística para isso.

A palavra "desinformação" também é frequente, o que indica que o telejornalismo enfrenta o desafio de combater a divulgação de informações falsas ou

imprecisas. A presença do termo "sensacionalismo" na nuvem de palavras sugere que há uma preocupação com a maneira como as notícias são apresentadas, destacando a importância de equilibrar o interesse do público com a responsabilidade jornalística. O termo "Factuais" também ficou entre os dez mais frequentes na nuvem de palavras, indicando que o surgimento de muitos acontecimentos inesperados é um impasse para a correta apuração jornalística, sobretudo em função das redações "enxutas" e com pouca infraestrutura para o trabalho jornalístico.

Entrelaçamento das nuvens de palavras

A análise integrada das nuvens revela que, embora termos centrais como Informação (39 menções), Notícias (37), Desinformação (26), WhatsApp (20) e Fontes (18) sejam recorrentes, seu significado varia conforme o contexto das perguntas. No uso do WhatsApp durante a pandemia, termos associados à Comunicação (9), Vídeos (7), Entrevistas (7) e Personagens (6) indicam sua função como ferramenta essencial para a produção remota, facilitando o contato e o envio de conteúdo audiovisual. Já na percepção do que é desinformação (**Fig.2**), o WhatsApp desaparece das principais menções, evidenciando que o papel do aplicativo nesse fenômeno ainda não era plenamente reconhecido.

Quando o foco é a responsabilidade no combate à desinformação (**Fig.3**), o WhatsApp volta a ganhar destaque com 10 menções, junto a termos como Informação (13), Fatos (12), Jornalismo (10), Qualidade (9) e Ética (7), indicando que os profissionais percebem a ferramenta como um canal que exige checagem rigorosa e compromisso ético. Por fim, na nuvem dos desafios, termos como Interesses (17), Notícia (16), Apurar (14), Fontes (14) e Sensacionalismo (6) apontam para as pressões e dificuldades que atravessam a rotina jornalística, entre interesses externos e a necessidade de rigor na apuração.

O entrelaçamento evidencia uma relação complexa e contraditória naquele contexto de crise: o WhatsApp é imprescindível para a produção jornalística, mas sua ligação com a desinformação é minimizada ou pouco problematizada pelos produtores, que navegam entre demandas éticas, operacionais e estruturais para manter a qualidade da informação.

Conclusão

Este estudo revelou que a pandemia de Covid-19 impulsionou mudanças profundas nas rotinas de produção do telejornalismo em Belém (PA), destacando o WhatsApp como ferramenta estratégica para a apuração remota, interlocução com fontes e continuidade do trabalho jornalístico em meio às restrições sanitárias. As nuvens de palavras indicam que os profissionais reconhecem o aplicativo como um recurso indispensável para a comunicação e para a produção de conteúdos audiovisuais.

Além disso, as respostas refletem as dificuldades estruturais enfrentadas pelo telejornalismo local, incluindo a precarização do trabalho, a sobrecarga das equipes, a pressão por produtividade e os interesses políticos e comerciais que influenciam a pauta jornalística. Esses elementos tornam o combate à desinformação uma tarefa ainda mais complexa e desafiadora.

Por fim, este artigo contribui para o entendimento do jornalismo em contextos de crise, ressaltando o protagonismo dos produtores e produtoras de telejornalismo que, apesar das adversidades, buscam garantir a qualidade da informação e o fortalecimento da democracia. A pesquisa também abre espaço para futuras investigações sobre o impacto das tecnologias digitais na produção jornalística e no enfrentamento da desinformação, sobretudo em regiões com características geográficas, sociais e econômicas específicas, como a Amazônia brasileira.

Referências

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. 4. ed. Lisboa: Edições 70, 2011.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

RENAULT, Letícia. **O telejornalismo brasileiro vai à guerra: a cobertura da pandemia de coronavírus sob ataques**. In: 43º CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - INTERCOM, 2020 - Virtual. Disponível em: <https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2020/resumos/R15-2252-1.pdf>. Acesso em: 10 dez. de 2022.

VASCONCELLOS-SILVA, Paulo; ARAÚJO-JORGE, Tânia. **Análise de conteúdo por meio de nuvem de palavras de postagens em comunidades virtuais: novas perspectivas e resultados preliminares**. Lisboa (Portugal): Congresso Ibero-Americano de Investigação Qualitativa (CIAIQ), v. 2, 2019. Disponível em: proceedings.ciaiq.org/index.php/CIAIQ2019/article/view/2002. Acesso em: 09 abr. 2023.