



Autoria, fontes e desinformação: aspectos discursivos a partir da experiência do NUJOC Checagem

Prof. Dr. Marcio da Silva Granez

Universidade Federal do Piauí

Resumo: O artigo consiste em reflexão sobre o fenômeno da autoria e das fontes no jornalismo a partir da experiência de checagem de mensagens sobre a pandemia da Covid-19 junto ao Núcleo de Pesquisa em Jornalismo e Comunicação, do PPGCOM da Universidade Federal do Piauí. O foco da análise está na problematização das questões enunciativas presentes nas postagens verificadas pela equipe do NUJOC. A metodologia está baseada na Análise de Conteúdo (BARDIN, 2009) e na Análise do Discurso (CHARAUDEAU, 2014; 2015). A autoria das mensagens revela a tensão entre enunciadores que buscam legitimidade mediante técnicas de enunciação como a assinatura e a indicação das fontes, bem como o anonimato. A desinformação estabelece sua própria lógica no processo de enunciação.

Palavras-chave: autoria; checagem; desinformação; enunciação; jornalismo.

1. Considerações Iniciais

A pandemia da Covid-19 trouxe diversas questões para o jornalismo. Talvez a mais relevante seja a relação com as fontes de autoridade – científica e política – sobre os temas concernentes à saúde pública.

Desde o início da pandemia, cresceram de forma exponencial as *fake news* ou desinformação sobre assuntos como medicamentos, respiradores, vacinas. O debate político também foi tema de notícias falsas, permeando a cobertura da imprensa nesse período, com acusações de malversação de recursos públicos, manipulação de índices ligados à doença, distorção de notícias com fins ideológicos, entre outros temas.

A autoria da desinformação é de natureza ambivalente, reunindo interesses ideológicos e visões de mundo que têm merecido a atenção dos estudiosos do jornalismo. Neste artigo, pretende-se investigar como as questões autorais se materializam na enunciação das mensagens sobre a pandemia da Covid-19.

Para tanto, parte-se da revisão do tema da autoria e da enunciação no jornalismo, estabelecendo-se as bases conceituais a partir das contribuições de autores como Cristofolletti (2004) e Machado (2006). Em seguida, são reunidos os dados referentes à experiência do autor na checagem de informações junto ao Núcleo de Pesquisa em Jornalismo e Comunicação – NUJOC, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Piauí – UFPI.

O corpus de análise se constitui de 31 postagens checadas pelo autor no período de abril a julho de 2020, todas elas disponíveis na página do NUJOC Checagem (<http://nujocchecagem.com.br/>). Elas foram classificadas conforme a presença de autor e fonte – se anônimas, se assinadas, se atribuídas a fonte ou não.

Com base nesses dados, são feitas as considerações sobre a enunciação no contexto da pandemia, assim como sobre o papel da checagem e do jornalismo nesse cenário. Destaca-se a relação entre a autoridade dos enunciadores e a informação, no jogo de forças das narrativas que buscam instituir os fatos e legitimar as condutas.

2. Desinformação, Autoria e Jornalismo

O debate sobre a autoria no jornalismo tem sido abordado recentemente sob o viés da expansão do fenômeno da desinformação – também chamado de *fake news* ou notícias falsas. O impacto da desinformação sobre o debate público gerou uma série de iniciativas que buscam combater e sanar o efeito deletério da desinformação nas sociedades democráticas. Neste artigo, adota-se o termo “desinformação”, preferentemente, no lugar de “fake news”, dadas as distinções conceituais recentes acerca da terminologia (POSETTI; BONTCHEVA, 2020).

Um dos pontos cruciais, nesse contexto, é identificar quem produz e propaga desinformação. Para tanto, a identificação e punição dos usuários de redes sociais – principal meio de propagação de desinformação – vem sendo proposta sob a forma de

regulação legal, como o Projeto de Lei Nº 2630, conhecido como “Lei das Fake News”, atualmente em debate no Congresso Nacional. Outras iniciativas de controle e punição incluem a autorregulação das plataformas digitais de gigantes como Facebook e Google, ambos pressionados pela opinião pública mundial de forma crescente.

Em que pese a postura desses atores de se definirem como meios e não como produtores de conteúdo, as iniciativas recentes da sociedade civil e dos governos, no sentido de responsabilizá-los pelo que divulgam, só fazem crescer.

São fatos que mostram a dimensão atingida pela propagação da desinformação no Brasil e no mundo. Mostram também um dado crucial que interessa aqui destacar: a relação entre a autoridade do autor e das fontes citadas e a disseminação da desinformação. Desde os primórdios do jornalismo, o tema a autoria se colocou como sinônimo de responsabilização de quem assina o material divulgado (CHRISTOFOLETTI, 2004).

Historicamente, a identificação do autor esteve ligada à sua punição, como ensina Foucault (2001). Os processos discursivos implicados na enunciação jornalística (MACHADO, 2006) trazem para o primeiro plano as interrogações sobre quem enuncia, quais os enunciadores que produzem sentido pelo jornalismo.

A busca pela identificação e responsabilização dos que divulgam informações falsas tem suscitado temores por parte dos que defendem a liberdade de expressão e o anonimato (BUCCI; MARANHÃO, 2020).

No contexto da pandemia da Covid-19, a tendência ao crescimento da desinformação, que já se manifestava desde pelo menos a saída do Reino Unido da União Europeia - Brexit, ganhou novo impulso. No Brasil, as consequências dramáticas da desinformação se mostram em episódios recorrentes de violência e ataque às instituições democráticas – a mídia, o Judiciário, a universidade, os centros de pesquisa etc.

Um controle maior da identidade dos indivíduos que participam do debate via redes sociais levanta o temor relativo ao crescimento do controle estatal sobre a vida do cidadão. As entidades de defesa dos direitos individuais têm se manifestado de forma recorrente contra as iniciativas de regulação que extrapolam os limites do controle e adentram a seara da vigilância.

Este é o cenário que compõe o pano de fundo da investigação sobre a autoria no contexto da Covid-19 que se propõe apresentar aqui: um cenário marcado pelo cresci-

mento dos conflitos em torno da informação e da identificação dos propagadores de desinformação. O termo “infopandemia” foi cunhado nesse sentido (POSETTI; BONTCHEVA, 2020), para designar a pandemia da desinformação que acompanha a pandemia da Covid-19.

3. Autoria e Anonimato como Instâncias Discursivas Inerentes ao Jornalismo

A discussão sobre a responsabilização dos propagadores de desinformação levantou questões latentes do jornalismo. Marcado pelo conflito e pelo jogo de forças ideológico, o jornalismo sempre conheceu a dubiedade inerente à identificação das fontes e do autor. Exemplos históricos não faltam: a imprensa nacional conheceu diversas manifestações anônimas ou apócrifas na fase dos pasquins (SODRÉ, 1999), todas elas legítimas no jogo democrático.

Políticos e intelectuais conhecidos se utilizaram do recurso do anonimato ou pseudônimo para externar críticas e inconformidade diante do cenário político e da ordem dos costumes vigente.

O segredo da fonte, como lembram Eugenio Bucci e Juliano Maranhão (2020), também representa prerrogativa do jornalista para o uso do anonimato, sujeito ao disposto nas previsões legais do ordenamento jurídico nacional. Seu uso pressupõe a crítica legítima sendo protegida pelo exercício da imprensa.

O jornalismo conviveu e convive, dessa forma, com essas dimensões inerentes à atividade de quem trabalha com a informação: em que medida dar voz aos que não podem enunciar suas demandas é um exercício legítimo para a construção de uma sociedade livre e plural? Em que medida falsear essa voz é uma atitude legítima diante da opressão do sistema político?

A internet só fez ampliar essa tendência, agora expandida para todos os que se manifestam no ciberespaço, que passou a ocupar cada vez mais aquele lugar outrora reconhecido como o espaço público (CASTELLS, 1999).

O surgimento da rede propiciou formas de acesso a amplos setores da sociedade, antes restritos ao papel de receptores. Com isso, também sobrevieram formas de disseminação de conteúdos deletérios, com potencial para desestabilizar as bases democráti-

cas: negacionismo histórico, antissemitismo, racismo, extremismo nacionalista, anti-intificismo etc.

Nesses fenômenos todos, um aspecto que opera de forma consistente é a relação entre quem enuncia e o conteúdo enunciado. Via de regra, a enunciação, entendida aqui como vinculação do sujeito ao universo simbólico, como aquele que relata o mundo (BAKHTIN, 1992; 1995; MACHADO, 2006; CHARAUDEAU, 2014), se articula de forma a ocultar ou dificultar a identificação do enunciador.

O embate entre as narrativas tem na autoridade do enunciador um elemento-chave. Quanto mais autoridade, maiores as chances de a narrativa se legitimar e ganhar adeptos. Esses mecanismos de legitimação e embate no nível simbólico são explicados de forma mais detalhada pelas abordagens discursivas (MACHADO, 2009; CHARAUDEAU, 2015).

Interessa reter a noção de que o discurso enunciado carrega consigo as formas de legitimação inerentes à situação em que a enunciação foi gerada. No contexto da comunicação online, essa enunciação é marcada por fatores como a emotividade, a oralidade e o pensamento de grupo, traços que contribuem para a formação dos consensos e para a autorreferencialidade dos discursos (CAVANILHAS, 2014).

Legitimar um determinado discurso nesse ambiente implica compreender os mecanismos de produção e replicação que sustentam o fluxo contínuo das informações no ciberespaço.

A identidade do autor se apresenta nesses casos como um emaranhado de referências, que se tornaram voláteis por conta da arquitetura da própria rede: os nós que geram conteúdos confiáveis disputam legitimidade com os propagadores de desinformação. Nesse sentido é que ganha relevância a discussão sobre a autoria e as fontes de informação no jornalismo: trata-se de investigar a forma como se articulam os discursos que ganham legitimidade.

O jornalismo sofre a incidência dos mecanismos de legitimação e replicação do ambiente online (CANAVILHAS, 2014). No contexto de crises como a da pandemia da Covid-19, é possível observar o mecanismo de legitimação da autoridade e criação das narrativas em pleno funcionamento. Um olhar sobre a autoria e o uso das fontes nas

mensagens submetidas à checagem do NUJOC traz dados que podem fornecer pistas para as formas de articulação da desinformação em nível discursivo.

4. Enunciação, Autoria e Fontes na Crise Sanitária da Covid-19

A desinformação é um dado recorrente nos momentos de crise sanitária. Há registros de fenômeno semelhante quando da eclosão da Gripe Espanhola em 1918 (BALAGO, 2020) e do surto de meningite na década de 1970 no Brasil.

Disseminar boatos e informações falsas, com ou sem a intenção de desinformar, parece ser uma resposta instintiva em momentos de pânico e incerteza. Isso potencializa a ocorrência de desinformação, o que aumenta a sensação de incerteza, num círculo vicioso.

Dados do projeto de checagem Eu Fiscalizo, da Fundação Oswaldo Cruz, mostram que a incidência de notícias falsas sobre a pandemia da Covid-19 se concentra em mensagens sobre medicamentos caseiros, disputas ideológicas, cloroquina, teorias conspiratórias, entre outros assuntos. Os dados também mostram que WhatsApp e Facebook são os principais meios de disseminação de desinformação no Brasil, no período de levantamento efetuado – março a maio de 2020 (FIOCRUZ, 2020).

As mensagens que circulam pelas redes sociais têm alto potencial de desinformação, conforme se percebe pela análise do corpus que foi reunido no levantamento efetuado para o presente artigo. Na sua dimensão discursiva, é possível detectar formas de enunciação que marcam a autoridade de autor e fonte a partir de estratégias discursivas próprias. Interessa, aqui, analisar essas mensagens em sua dimensão discursiva, observando-se o tratamento dado ao autor e às fontes da mensagem.

Para tanto, considera-se um *corpus* de 31 mensagens que chegaram à equipe do NUJOC por dois caminhos, as denúncias do aplicativo Eu Fiscalizo, da Fiocruz, ou via redes sociais. O processo de checagem foi conduzido pela equipe do NUJOC, ligado ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Piauí. O período de coleta estendeu-se de abril a agosto de 2020.

Nesse período, foram lidas e checadas as mensagens, para fins de verificação de sua veracidade. A partir da checagem, as mensagens foram classificadas com as etique-



tas de “verdadeiro”, “falso”, “está sendo investigado”, “procede, mas se liga”, “perdeu a linha” e “em busca de certezas”.

No presente trabalho, esse corpus foi analisado com a técnica da Análise de Conteúdo (BARDIN, 2009), que permitiu a classificação conforme o tipo de autoria das mensagens. Em seguida, esses dados são interpretados mediante os conceitos da Análise do Discurso (CHARAUDEAU, 2015), interrogando-se as questões enunciativas que estão presentes no discurso das mensagens.

Buscou-se identificar primeiramente se havia autor nomeado na matéria; em seguida, se havia menção às fontes utilizadas. Com base nessas informações são apresentados os dados da Tabela 1.

Tabela 1 – Ocorrência de autor e fonte nas mensagens

Total	Autoria indicada	Anônima	Fonte indicada	Sem fontes
31	22	09	21	10

Fonte: Elaborada pelo autor

Da totalidade de mensagens checadas, 22 indicavam a autoria, o que representa 68% do total, ou seja, mais de dois terços das mensagens. As mensagens anônimas somaram um total de 9, ou 32% do total. Em termos de indicação de fontes, 21 mensagens faziam a indicação, o que representa 67% do todo. Mensagens sem indicação de fontes somavam 10, ou 33% do total. Em todos os números, foram feitos arredondamentos para mais e para menos nas porcentagens, para fins de simplificação.

Os dados do corpus demonstram a prevalência de mensagens com autoria explícita e com indicação de fonte. Consideradas de forma independente, elas representam mais de dois terços das ocorrências. Mensagens anônimas somam cerca de um terço do total, o mesmo valendo para as mensagens sem fontes mencionadas.

A Tabela 2 traz os números referentes à combinação entre autor e fonte nas mensagens que compõem o corpus.

Tabela 2 – Ocorrência de autor e fonte considerando a combinação entre ambos

Total	Autoria e fonte indicados	Com autor e sem	Sem autor e com	Sem autor e sem
-------	---------------------------	-----------------	-----------------	-----------------

		fonte	fonte	fonte
31	17	05	04	05

Fonte: Elaborada pelo autor.

Existem mensagens assinadas e com menção à fonte, sem autor e sem menção à fonte, assim como mensagens em que há autor mas não há fonte, e também aquelas em que há fonte mas não há autor indicado. Mensagens com indicação de autor e fonte somam 17, o que equivale a 53% do total. Já as mensagens que indicam o autor mas não a fonte somam 5, o que representa 17,5% do todo. Mensagens sem autor e com fonte indicada somam 4, ou 12% do total. E, finalmente, mensagens que não indicam o autor nem a fonte somam 5, o que perfaz novamente 17,5% das mensagens analisadas.

A Figura 1 mostra um exemplo ilustrativo de mensagem com autoria explícita.

Figura 1 – Mensagem com autoria explícita e referência a fontes



Fonte: Captura de tela/Youtube.

Trata-se do documentário *Plandemic*, que disseminou desinformação sobre a pandemia, denunciando supostos interesses ocultos da indústria farmacêutica americana.

No caso das matérias com autoria explícita e referência a fontes, como ilustrado pela Figura 1, o principal traço distintivo é o caráter de testemunho duplamente reforçado dessas mensagens: a pessoa ou instituição que assina garante o conteúdo a partir de sua experiência pessoal e da autoridade da fonte indicada. A autoria explícita contribui

para reforçar o sentido de verdade do depoimento ou do fato relatado. A menção à fonte por sua vez reforça ainda mais esse efeito de verdade do enunciado.

A Figura 2 mostra um exemplo de mensagem com autoria e sem indicação de fonte.

Figura 2 – Mensagem com autoria e sem fonte



Fonte: Captura de tela/YouTube.

Aqui se trata de um vídeo em que dois médicos dão conselhos sobre saúde no período da pandemia, baseados em informações controversas e inverídicas, como a indicação da cloroquina para tratamento da Covid-19.

No caso das mensagens com autoria e sem fontes referidas, o que se observa via de regra é um sentido de autoridade que emana unicamente do autor da mensagem. A autoria aqui incorpora a autoridade que legitimaria a informação repassada. O anonimato da fonte contribui para que a autoridade se concentre unicamente na figura do autor. O mecanismo de legitimação nesses casos é a experiência pessoal, por isso os relatos têm a feição de testemunhos.

Na Figura 3 apresenta-se a ilustração de uma mensagem que não indica o autor mas indica a fonte da informação.

Figura 3 – Mensagem anônima e com fontes



Fonte: Captura de tela/Youtube.

A mensagem em questão era a suposta criação em laboratório, atribuída aos chineses, da vespa mandarina, espécie natural do sudeste da Ásia. O contexto aqui é o da demonização da cultura e do povo chinês, pela instigação à xenofobia.

A característica principal das mensagens anônimas e com fontes, submetidas à checagem, é a atribuição genérica de autoridade à informação repassada. Elas remetem, via de regra, a uma fonte que inspiraria autoridade – um médico, uma pessoa de confiança conhecida do grande público, uma instituição científica etc. O anonimato dessas mensagens é compensado pela autoridade da fonte a quem se atribui a enunciação. Com isso, a autoridade da informação veiculada não está no enunciador que a repassa, mas naquele que supostamente deu origem à informação.

A Figura 4 é um exemplo de mensagem sem autoria e sem fontes.

Figura 4 – Mensagem sem autoria e sem fontes



Fonte: Reprodução WhatsApp.

Esta mensagem atribui o nascimento de uma criança dentro do saco amniótico – ocorrência rara mas absolutamente natural – à decisão de mãe que estaria com coronavírus e que teria feito o parto assim para evitar a transmissão para o feto.

Nesse tipo de mensagem, ilustrado pela Figura 4, o que se tem é uma informação que busca sua legitimidade no caráter impreciso de sua origem. É o tipo de mensagem que mais se aproxima do boato, do disse-me-disse, da mensagem que circula de boca em boca até ganhar *status* de informação verossímil. Em sua estrutura ela se assemelha à fofoca, que é um fenômeno da comunicação humana anterior à internet, mas que ganhou novo poder de disseminação a partir da comunicação online.

As ocorrências encontradas no corpus podem ser sintetizadas da seguinte forma: as mensagens apresentam autoria e fontes como índices para a validação das informações. A ausência parcial ou total de autor e fontes se insere na lógica da validação discursiva. Não é porque falta um deles que a mensagem deixa de ter eficácia na eventual propagação de desinformação.

Observa-se igualmente que a autoridade ligada ao nome do autor ou da fonte, quando referidos, é um chamariz para a mensagem, muito mais do que um elemento factual. Não há correspondência entre o nível do discurso e o dos fatos, mas há intencionalidade no uso desses índices que indicam credibilidade – autor e fontes. Aqui tem-se a mimese ou imitação dos recursos da linguagem jornalística e da forma de enunciação da imprensa.

Nas mensagens em que não há indicação do autor e das fontes, a lógica parece ser outra: o enunciado se apoia na indistinção do enunciador para validar a mensagem: “um tio meu”, “numa cidade lá no Mato Grosso”, “uma amiga” etc., são expressões encontradas nesse tipo de mensagem.

No levantamento efetuado, considera-se o sentido desses elementos apenas para a criação do efeito de verdade: qual o efeito de sentido decorrente de incluir ou não o autor e as fontes. A indagação sobre a correspondência entre fato e discurso é parte de outra etapa desse processo – a etapa da checagem propriamente, que ocorreu na fase posterior, e cujos resultados estão disponíveis online, na página do NUJOC Checagem.

5. Considerações Finais

A crise sanitária desencadeada pelo novo coronavírus no final de 2019 trouxe para o centro do debate público a questão da veracidade das informações que circulam pelas redes sociais, no contexto da “infodemia”, ou pandemia da desinformação, que se verificou em paralelo à pandemia da Covid-19.

Um dos aspectos que merecem destaque nesse cenário é a questão da autoria das mensagens que disseminam desinformação. Como se constroem os efeitos de sentido das mensagens sobre a pandemia? De que forma elas se aproximam dos efeitos utilizados pelas notícias?

São questões que foram abordadas a partir do levantamento em corpus de análise constituído por 31 mensagens submetidas à checagem da equipe do Núcleo de Pesquisa em Jornalismo e Comunicação - NUJOC, vinculado do PPGCOM da UFPI.

Os dados permitem observar uma dinâmica peculiar do funcionamento discursivo da autoria e das fontes nas mensagens analisadas. A identificação de autor e fonte se

insere na lógica da construção do sentido de verdade, o mesmo valendo para a ausência desses elementos.

O reforço do sentido de verdade pode vir da autoridade de quem redigiu a mensagem, assim como da fonte a que se atribui a informação. Pode também vir do silenciamento do autor, em mimetismo do formato “objetivo” da notícia. Pode vir do silenciamento da fonte, em atribuição de autoridade à opinião do autor. Pode vir ainda do apagamento total de autor e fonte nas mensagens que tiram sua força do anonimato e da indistinção típicos dos boatos.

Essas formas de construção de sentido mediante a relação com a autoridade de quem enuncia as mensagens nada dizem sobre a veracidade das mensagens. Mas elas indicam como as técnicas do jornalismo são instrumentalizadas ou eventualmente desprezadas para servir à disseminação de desinformação.

Aproximar a mensagem do formato da notícia é uma das formas de dar legitimidade à desinformação: linguagem direta, *lead*, menção às fontes etc. Afastar a mensagem desse formato é outra possibilidade: afirmações jogadas no espaço online por vozes indistintas, com poder de replicação amiúde viral. No meio termo, estão as mensagens que tomam emprestadas certas características do discurso e da linguagem jornalística, a par de elementos diversos, fora do campo da enunciação da imprensa, como é o caso das crenças em receitas caseiras para o tratamento da Covid-19 e das teorias conspiratórias para explicar os fatos ligados à pandemia.

Nesse sentido, a investigação reitera dados sobre os mecanismos de desinformação, ao mesmo tempo em que busca lançar mais luz sobre o papel da autoria e das fontes jornalísticas no contexto da crise sanitária. A articulação do discurso jornalístico, no tocante à autoria e às fontes das mensagens submetidas à checagem, mostra um jogo intrincado entre autoridade de autor e fontes, que contribui para dar legitimidade à desinformação. Desvelar os nós da teia discursiva que se espraia no espaço online é uma das contribuições da checagem para o debate sobre o papel do jornalismo no contexto da pandemia.

Referências

BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

____. **Marxismo e filosofia da linguagem**. 9. ed. São Paulo: Hucitec, 1995. 196 p.

BALAGO, Rafael. Livro sobre gripe espanhola traz semelhanças com a crise da Covid-19. **Folha de S.Paulo**, 18 de maio de 2020. Disponível em:
<https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2020/05/livro-sobre-gripe-espanhola-traz-semelhancas-com-a-criese-da-covid-19.shtml>. Acesso em 10 de junho de 2020.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Portugal: Edições 70, 2009.

BUCCI, Eugênio; MARANHÃO, Juliano. Não podemos jogar fora direito ao anonimato para combater fake news. **Folha de S.Paulo**, 16 de jun. 2020. Disponível em:
<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2020/06/nao-podemos-jogar-fora-direito-ao-anonimato-para-combater-fake-news.shtml>

CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: LabCom, 2014.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede: a era da informação: economia, sociedade e cultura**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. Tradução de A. Corrêa. São Paulo: Contexto, 2015. 285 p.

____. **Linguagem e discurso – modos de organização**. São Paulo: Contexto, 2014. 256 p.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. **A medida do olhar: objetividade e autoria na reportagem**. Orientadora: Cremilda Celeste Araújo Medina. 2004. 275f. Tese (Doutorado). Universidade de São Paulo, São Paulo.

FIOCRUZ. Estudo identifica principais *fake news* relacionadas à Covid-19. **Fiocruz**, 18 de maio de 2020. Disponível em: <https://portal.fiocruz.br/noticia/estudo-identifica-principais-fake-news-relacionadas-covid-19>. Acesso em 25 de maio de 2020.

FOUCAULT, Michel. O que é um autor? IN: Foucault, M. **Estética: literatura e pintura, música e cinema**. Ditos e escritos III. Organização: Manoel Barros da Mota. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2001. p. 264-298.

MACHADO, Marcia Benetti. Jornalismo e perspectivas de enunciação: uma abordagem metodológica. **Intexto**, Porto Alegre, v. 1, n. 14, 1-11, jan./jun. 2006.

POSETTI, Julia; BONTCHEVA, Kalina. **Desinfodemic: deciphering COVID-19 disinformation**. Paris: Unesco, 2020. Disponível em:
https://en.unesco.org/sites/default/files/desinfodemic_deciphering_covid19_disinformation.pdf. Acesso em 20 de junho de 2020.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da imprensa no Brasil**. 4.ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.