

Covid-19 – informação e consumos na comunidade académica do IPP

Adriana Guimarães
Luís Bonixe
Nuno Fernandes
Sónia Lamy

Resumo

A 11 de março de 2020, a Organização Mundial de Saúde (OMS) declarou a existência de uma nova pandemia global. De facto, em 2020 e 2021, os portugueses viveram dois longos momentos de confinamento que produziram uma modificação dos nossos hábitos. Como a comunidade do Instituto Politécnico de Portalegre enfrentou este momento? O consumo de notícias aumentou? Com base nas respostas de um inquérito a toda a comunidade académica do IPP, o presente artigo procura mapear os efeitos da pandemia no consumo de notícias.

Palavras-chave: Covid-19; Inquérito; Informação; Notícias; IPP

Introdução

Página | 7

Desde o início de 2020 que as informações sobre a covid-19 estão frequentemente presentes nos meios de comunicação social, Internet e redes sociais, tendo aumentado a responsabilidade de todos os intervenientes neste processo. Tratando-se de um vírus novo, desconhecido em muitas das suas consequências e formas de transmissão, a necessidade das populações em obter informações sobre este assunto aumentou. Neste contexto, o jornalismo assume um papel fundamental enquanto forma de transmissão de informações credíveis e rigorosas que permitam aos cidadãos ficarem informados e, deste modo, conseguirem tomar decisões acertadas no seu quotidiano.

Enquanto valor-notícia, a pandemia gerou um enorme fluxo informativo nos *media* jornalísticos. Os jornais, os *sites* jornalísticos, as televisões e as rádios abriram frequentemente os seus espaços noticiosos com notícias sobre a covid-19, seja quanto às consequências, à prevenção ou aos cuidados individuais no sentido de evitar a propagação da doença.

No entanto, ao contrário do que sucedia há alguns anos, hoje já não são apenas os jornalistas a fazer a divulgação pública das informações sobre acontecimentos de interesse público, emergindo outros atores neste processo como as entidades oficiais, «*influencers*» e os próprios cidadãos.

Este cenário acarreta novos desafios, para os jornalistas, para os profissionais de saúde e para os cidadãos que se veem perante a necessidade de fazer escolhas acertadas em relação às informações que recebem diariamente, quer via os

protagonistas tradicionais, quer decorrentes da ação de novos atores emergentes no processo de comunicação.

Nesse sentido, importa saber como nos posicionamos sobre este enorme fluxo informativo que diariamente nos chega e, em particular, em relação a um assunto que teve claras implicações nas nossas vidas.

Com esse objetivo, e partindo de um universo específico (a comunidade docente e não docente do Instituto Politécnico de Portalegre) apresentamos no presente artigo os dados resultantes de um questionário submetido a professores, estudantes e funcionários do IPP obtidos em dois momentos distintos, coincidentes com o fim dos dois confinamentos que Portugal esteve sujeito.

A covid-19 nos *media*

A pandemia da covid-19 atingiu a Europa no início de 2020. Com ela também chegou uma pandemia de informação, mais ou menos fiável, tanto nos meios de comunicação tradicionais, como nas redes sociais proliferando no espaço público um leque de informações, muitas sem controlo, nem filtro. Em já quase dois anos, dominados pela presença da pandemia da covid-19, as informações sobre uma novidade sanitária que nos impõe alterações profundas num contexto geral são polarizadas de uma forma tão rápida quanto a velocidade que a tecnologia permite. Na sequência da declaração do estado de emergência, a 18 de março de 2020, os portugueses aumentaram o consumo de informação, em busca de dados sobre o tema aqui em discussão, e recorreram com maior regularidade às televisões, à imprensa, à radio, aos jornais digitais e também a plataformas institucionais. Num estudo elaborado pela Marktest¹, sobre os hábitos de consumo de informação observou-se, também, que os portugueses deram maior credibilidade àqueles meios como fontes fidedignas do que às redes sociais (Cabrera *et al.*, 2020), facto aliás corroborado pelo relatório anual produzido pela agência Reuters (Newman *et al.*, 2021) sobre os hábitos de consumo de informação e notícias em vários países.

Os *media* chegam mesmo a ser reconhecidos pela Organização Mundial de Saúde (OMS) e pela própria Direção Geral de Saúde (DGS) como parceiros fundamentais na gestão de uma situação de crise de saúde pública. E a verdade é que, em algumas situações, na comunicação feita por parte das entidades oficiais, os órgãos de comunicação social ficaram fora das conferências e, por vezes, a comunicação com os jornalistas ficou reduzida apenas a esses momentos para a transmissão de mensagens de saúde pública (Teixeira *et al.*, 2020). Perreault & Perreault (2021) concluíram, num estudo desenvolvido no decorrer de 2020, que os jornalistas se sentiam responsáveis, mas também vulneráveis pela informação veiculada através dos meios de comunicação. Ao partilhar informações sobre as situações de crise e desastre, como aliás acontece nesta situação de emergência sanitária, os jornalistas existem e surgem como parte de uma ecologia na qual o jornalismo influencia e é influenciado pelo meio ambiente (Perreault & Perreault, 2021). Os jornalistas percebem que o risco de contrair a doença é igual à dos leitores e sentiram que era importante comunicar esta vulnerabilidade e são obrigados a lidar com esta situação, enquanto cumprem a sua função profissional.

¹ Cf <https://covid19.marktest.pt/>

O contexto de acesso à informação tem mudado nas últimas décadas. Jornalistas, leitores e cidadãos comuns têm acesso a informações provenientes de vários canais, nomeadamente, através das redes sociais (Houston et al., 2015). Zaracostas (2020) identifica mesmo o que sugere tratar-se de uma “infodemia”², uma epidemia de informação que se espalha pelo mundo, nomeadamente através das plataformas de redes sociais, por isso nem sempre devidamente mediada e motivada, sobretudo, pela circulação de informação sobre a pandemia. O termo foi, aliás, usado pelo diretor da Organização Mundial de Saúde, Tedros Adhomom Ghebreyesus, ao referir-se à luta que estava a ser travada sobre a dispersão de informações pelo mundo. Esta conclusão, a respeito do excesso de informação, motiva mesmo uma tomada de posição oficial sobre o fenómeno da informação acerca da pandemia. John Zaracostas (2020) identifica a clareza com que surge o papel relevante que as entidades de comunicação de saúde pública passam a ter de desempenhar, ajudando os *media* a entender melhor a informação que procuram (Zarocostas, 2020). A busca por informação coloca os jornalistas perante uma situação nova e desconhecida (Bolsen et al., 2020). O facto de se estar a lidar com uma pandemia a um nível global, significa que os jornalistas estão também a aprender a lidar com os desafios diários da crise. A pandemia ainda sem fim anunciado, apesar do impacto da administração das vacinas, parece estar longe de uma conclusão sobre os efeitos da pandemia na indústria dos meios de comunicação social, jornalismo, jornalistas e sobretudo fluxos intensos de informação num contexto mais amplo das redes sociais. Hartl et al. (2020) defendem mesmo a importância de uma indústria mais flexível. Para os autores, os jornalistas devem manter a capacidade de adaptação desenvolvida neste contexto no sentido de se adaptarem às mudanças de expectativas do público, bem como à necessidade de informar mitigando as principais preocupações dos leitores.

Uma análise das notícias sobre a covid-19 pode contribuir para a perceção sobre o modo como foram veiculadas as informações. Hart et al. (2020) referem-se precisamente à relevância deste procedimento, para observação das estratégias e dinâmicas desenvolvidas pelos *media* no contexto dos primeiros meses de pandemia.

Examinar os primeiros meses da cobertura de notícias da covid-19 pode até contribuir para o processo de entendimento sobre as perceções do público, mas de informações veiculadas através dos meios tradicionais e mediados. No geral, a análise revela que a cobertura de jornais e telejornais norte-americanos é altamente politizada, e a cobertura das notícias no contexto digital é mais polarizada. Os autores (Hart et al., 2020) que analisaram os dois primeiros meses de cobertura noticiosa, identificaram que o nível de politização nos conteúdos aumentou muito rapidamente entre março e maio nos EUA (Hart et al., 2020), nomeadamente nos *media* tradicionais, televisão e jornais, já que no mesmo período, no contexto digital, identificam uma polarização superior, com uma presença mais equilibrada de políticos e cientistas nas notícias digitais.

No decorrer deste espaço temporal, as notícias sobre a pandemia covid-19 nos meios de comunicação tradicionais e redes sociais são pesadamente voltadas para histórias negativas sobre a pandemia que provocam emoções negativas. A título de exemplo, um estudo que examinou 41.208 manchetes de fontes de notícias em inglês, entre janeiro e junho de 2020, descobriu que a maioria das manchetes evocava sentimentos negativos. Medo, ansiedade, tristeza e raiva foram as principais emoções

² Tradução livre do termo “infodemic” utilizado pelo autor para referir excesso de informação durante e sobre a pandemia.

evocadas pelas manchetes, o que pode eventualmente ter um efeito negativo da forma de gestão das emoções sobre as informações sobre a pandemia. Aliás, Buneviciene *et al.* (2021) sugerem mesmo que exposição sustentada a notícias negativas sobre covid-19 nos *media* pode aumentar o nível de stress e causar dessensibilização sobre o tema, o que pode subsequentemente resultar em adesão abaixo do ideal às diretrizes sociais e de saúde pública da pandemia de covid-19 (Buneviciene *et al.*, 2021).

Como o impacto referido sobre os fluxos de informação surge com esta importância, parece fundamental observar a perceção de risco, o conhecimento sobre comportamentos, e mesmo sobre questões relacionadas com a confiança. Só assim será possível reagir do ponto de vista da articulação de uma comunicação eficaz e estratégica da situação de risco sanitário aqui em discussão. Teixeira *et al.* (2020) referem este facto como essencial na gestão eficaz de pandemias e surtos anteriormente identificados, em surtos como o do Zika ou do Ébola.

É, contudo, curioso identificar algumas particularidades apontadas pelos estudos mais recentes sobre a comunicação da pandemia, já que surgem mudanças sobre o tipo de audiência e fontes. Aliás, como refere Casero-Ripollés (2020) cidadãos habitualmente com menos interesse no consumo de informações mediáticas, mudam o padrão de consumo de informação e, sobretudo, de notícias (Casero-Ripollés, 2020).

Um estudo do *Reuters Institute* foca-se no consumo e criação de *podcasts* durante a pandemia e os dados revelados em relação a países como Estados Unidos, França, Austrália, Dinamarca, Reino Unido e Suécia são elucidativos: “Dezenas de *podcasts* diários de informação foram lançados em março e abril focando-se apenas na pandemia e nas suas consequências” (Newman & Gallo, 2020, p.21).

Ao nível nacional foi desenvolvido um estudo de caso, sobre a gestão da comunicação universitária no contexto pandémico, focado nas peças de comunicação publicadas em seis meios de comunicação tradicionais - *Público*, *Jornal de Notícias*, *Diário do Minho*, *Correio do Minho*, *ComUM* e *RUM*, por se considerar relevante este estudo focado na comunicação e gestão de comunicação em contexto universitário (Ruão *et al.*, 2020).

Metodologia

Os dados aqui apresentados têm origem no questionário “Informação e desinformação – o consumo de notícias sobre a pandemia covid-19” que foi aplicado em dois momentos distintos após os dois confinamentos: o primeiro foi divulgado em abril de 2020 e o segundo em abril de 2021. Ambos os inquéritos apresentaram o mesmo número de questões: dezoito perguntas fechadas e uma pergunta aberta, divulgadas através do *e-mail* institucional para todos os alunos, professores, funcionários e investigadores da comunidade académica do Instituto Politécnico de Portalegre que abrange cerca de 3600 pessoas³.

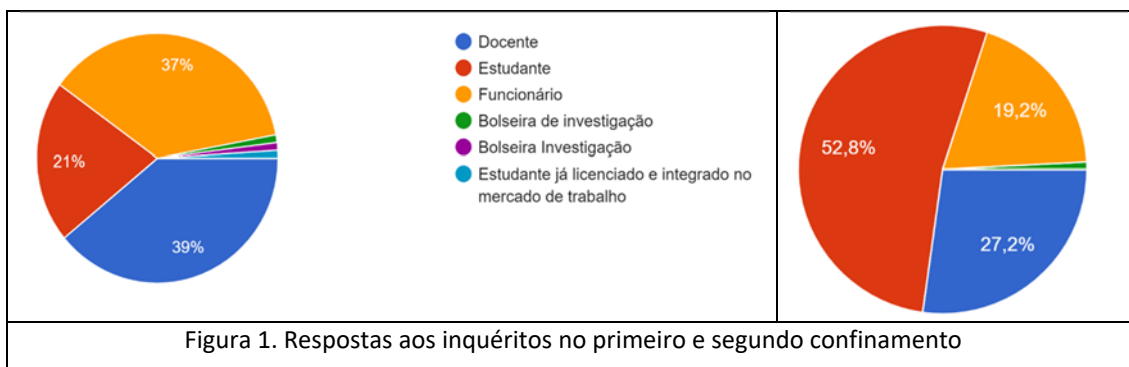
O questionário foi submetido através do Gabinete de Divulgação do Instituto Politécnico de Portalegre de modo a garantir que toda a comunidade do IPP o receberia.

³ Cálculos aproximados que tiveram como referência o número de professores registados no PAE (Sistema de planeamento arquitetura de informação empresarial), na plataforma de registo dos funcionários e com base no número de novos alunos no ano 2021-2022.

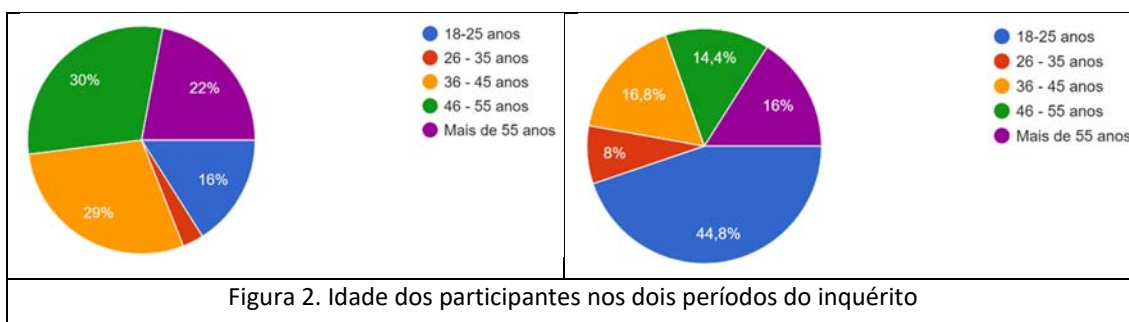
Na primeira fase, o questionário esteve disponível para resposta a partir de 25 de junho e 31 de julho de 2020, após o final do primeiro confinamento. Na segunda fase do estudo, foi possível responder entre o dia 21 de abril (o anúncio do Governo português sobre o início do desconfinamento progressivo aconteceu no dia 19 de abril de 2021) e 31 de maio de 2021.

Os inquéritos pretenderam avaliar as perceções sobre o consumo das notícias e o trabalho jornalístico relativamente à covid-19. Tratou-se de uma recolha de dados confidencial e anónima.

Em relação à primeira fase, responderam ao inquérito 100 membros da comunidade académica do IPP, sendo que 68% (68 respostas) são do sexo feminino, 38% são professores (38 respostas) (figura 1, à esquerda), 44,8% pertencem à Escola Superior de Educação e Ciências Sociais, seguindo-se a Escola Superior Agrária de Elvas (18,8%), a Escola Superior de Tecnologia e Gestão (12,5%) e a Escola Superior de Saúde (8,3%). 27,6% possuem o ensino secundário e a licenciatura, 23,5% o doutoramento e 14,3% o mestrado. 30% dos respondentes situam-se na faixa etária dos 46-55 anos.



Relativamente à segunda fase do estudo, recebemos 125 respostas (figura 1, à direita) 73,6% são do sexo feminino (92 respostas), 52,8% são estudantes, 32,8% pertencem à Escola Superior de Educação e Ciências Sociais, seguindo-se a Escola Superior de Tecnologia e Gestão (31,2%), a Escola Superior de Saúde (19,2%). 48,8% possuem o ensino secundário, 20,7% a licenciatura, 14,9% o mestrado e 11,6%, o doutoramento. 44,8% dos respondentes situam-se na faixa etária dos 18,25 anos (ver Figura 2).



Análise e Discussão de dados

Partindo dos dados obtidos, verificamos que os dois períodos de confinamento foram alavancas para o consumo de notícias. Em ambos os momentos, a maior parte dos inquiridos revelou que essa prática aumentou. No primeiro confinamento, a percentagem de respondentes que admitiu ter consumido mais notícias foi de 47% (47 respostas), enquanto que no segundo confinamento, os valores situaram-se nos 55,3% (68 respostas). Estes dados mostram que, apesar do avanço da pandemia, a comunidade estudada não revelou um cansaço pelo consumo de informações relacionadas com a covid-19.

Do mesmo modo, o inquérito deu a conhecer hábitos de consumo diário de informação durante ambos os confinamentos: no primeiro 55% (55 respostas) dos respondentes revelaram ter consumido notícias todos os dias, tendo o valor subido para os 58,9% (73 respostas) no segundo confinamento.

O principal meio de comunicação para aceder às notícias sobre a pandemia continua a ser a televisão, tendo registado valores muito superiores quando comparados com os outros *media* (Figura 3). No primeiro confinamento, o consumo de notícias sobre a covid-19 na televisão foi de 90% (90 respostas) e no segundo, 94,4% (118 respostas). Sublinha-se também a importância que os inquiridos deram aos *sites* jornalísticos, surgindo como a segunda fonte de informação de notícias sobre a pandemia em ambos os confinamentos. Os restantes meios de comunicação tradicionais (imprensa e rádio) registam valores modestos. Os jornais foram a preferência de 39% (39 respostas) e 34,4% (43 respostas) dos inquiridos, respetivamente no primeiro e segundo confinamentos. Já a rádio, mereceu a preferência de 22% (22 respostas) e 25,6% (32 respostas) respetivamente. Ainda no que toca ao consumo de notícias, as redes sociais, em particular o *Facebook*, foi a preferência apontada por 44% (44 respostas) dos respondentes no primeiro confinamento, tendo descido para 34,4% no segundo (43 respostas). *Instagram* e *Twitter* têm valores residuais em ambos os inquéritos. De notar a procura de informação em *sites* oficiais ligados à saúde cujo recurso para obter notícias é de 37% (37 respostas) e 34,4% (43 respostas) respetivamente no primeiro e segundo confinamentos.

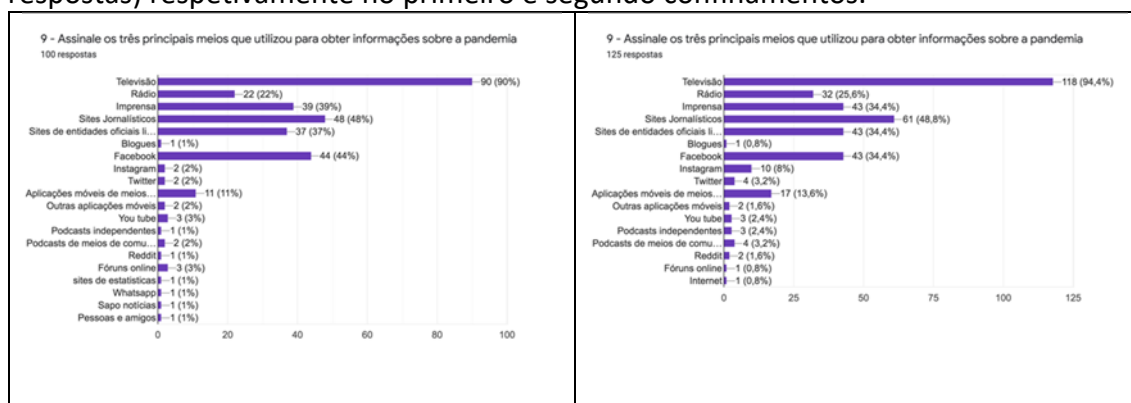
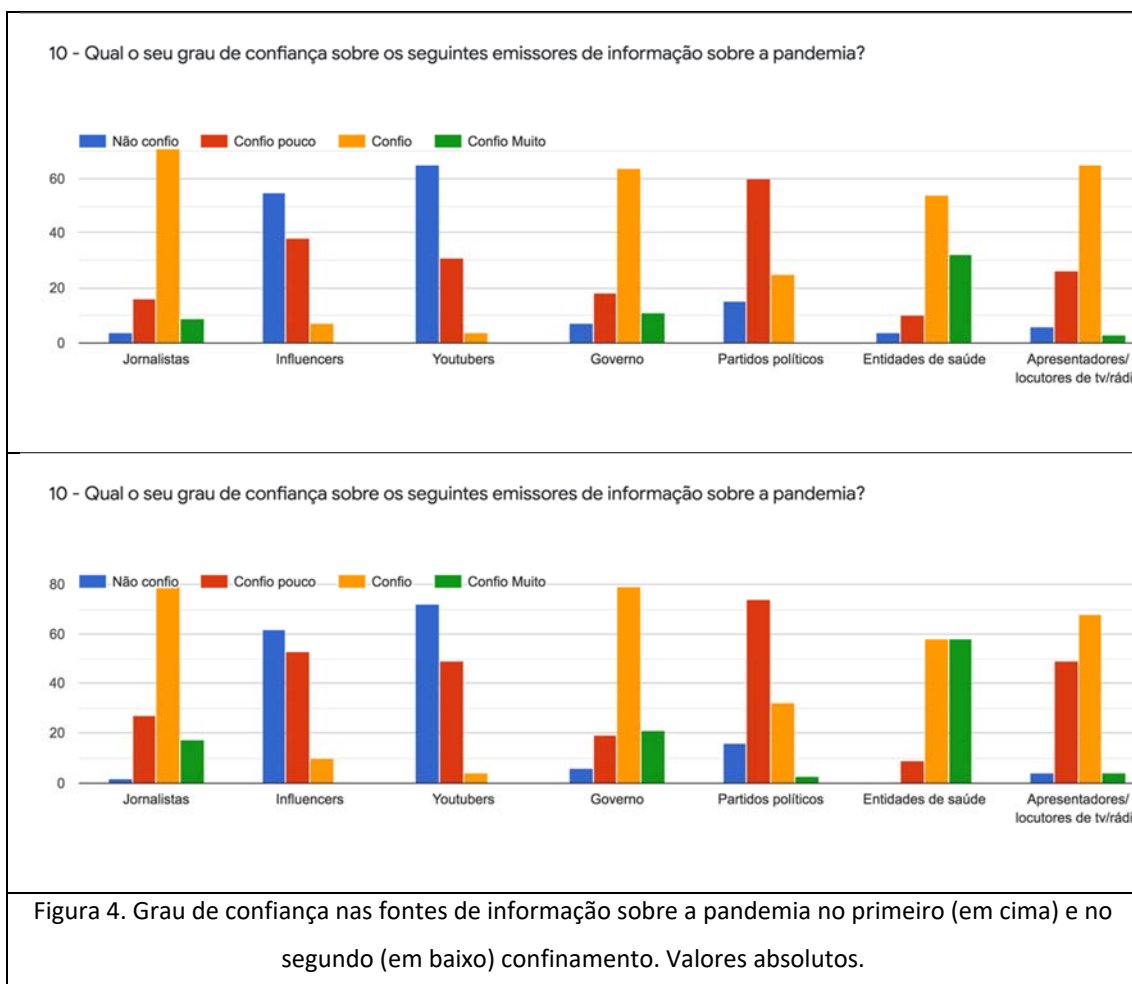


Figura 3. Consumo de notícias sobre a pandemia por meio de comunicação em ambos os confinamentos. Primeiro confinamento (à esquerda) com 100 respostas e o segundo com 125 respostas (à direita).

Este último aspeto tem uma correspondência com o grau de confiança demonstrado pelos respondentes quanto às fontes de informação. A figura 4 mostra como as “Entidades de Saúde” recebem quase em exclusivo a percentagem de respostas relativamente à opção “Confio Muito”, destacando-se os resultados apurados no segundo confinamento, quando o número de respondentes que disseram confiar muito nas “Entidades de Saúde” registou o valor mais alto (58 em 125 respondentes). O “Governo” merece da parte dos inquiridos o segundo maior valor relativamente à opção “Confio Muito” e os jornalistas aparecem na terceira posição, tendo registado um ligeiro aumento do primeiro para o segundo confinamento.



A figura 4 mostra também como os novos atores do espaço mediático não colhem a confiança dos consumidores de notícias sobre a covid-19. De acordo com os respondentes aos nossos inquéritos, *Influencers* e *YouTubers* recolhem os valores mais altos em relação à opção “Não confio”. Estes valores mantiveram-se constantes em ambos os períodos analisados.

Olhando em particular para os conteúdos noticiados no sentido de perceber o grau de satisfação dos respondentes quanto à informação recebida, verificamos que os inquiridos se revelaram “muito bem informados” com a informação que receberam sobre os cuidados a ter para prevenir a doença. Esse grau de satisfação manteve-se alto em ambos os confinamentos: 33 (em 100 respostas) e 52 (em 125 respostas) no segundo. Se a estes valores somarmos os respondentes que revelaram estar “Bem informados” (45 e 51 respostas, respetivamente) constatamos que o grau de satisfação em relação às informações sobre os cuidados a ter é muito elevado. Registe-se, aliás, que o tema “Cuidados a ter na prevenção da pandemia” foi o único item que não recebeu qualquer resposta na opção “Mal informado”.

Bem diferente é o caso das informações sobre as vacinas. Se no primeiro confinamento a opção “Mal informado” recolheu 33 das respostas (em 100 inquiridos), já no segundo confinamento, o cenário foi radicalmente alterado, tendo-se registado apenas 10 respostas (em 125 respondentes). Esta situação está, claramente, relacionada com o aparecimento das primeiras vacinas no segundo confinamento e de toda a informação que foi surgido a propósito dessa nova realidade.

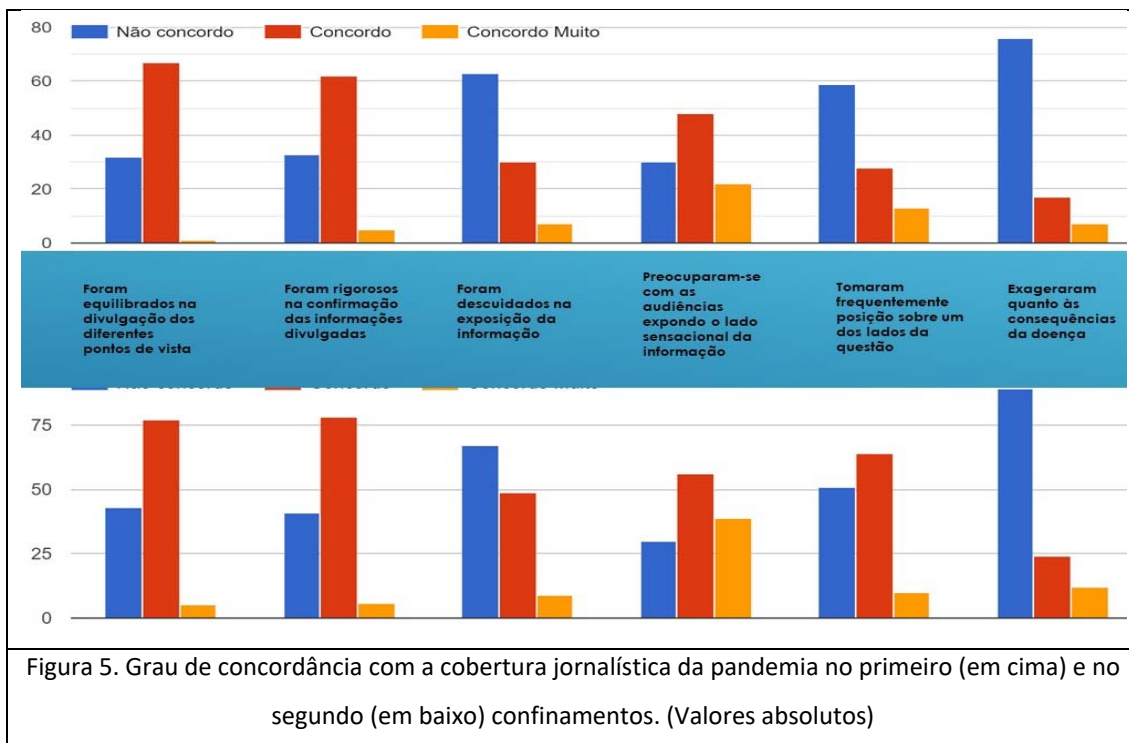
Um olhar mais detalhado para a realidade em Portalegre, permitiu verificar que os inquiridos estão satisfeitos com a informação sobre a pandemia na localidade. Em ambos os períodos de confinamento, apenas 18 (em 100 respondentes) e 17 (em 125 inquiridos), referiram estar mal informados sobre a situação da doença em Portalegre.

Relativamente ao trabalho jornalístico, a figura 4 revela que os inquiridos o consideraram globalmente positivo.

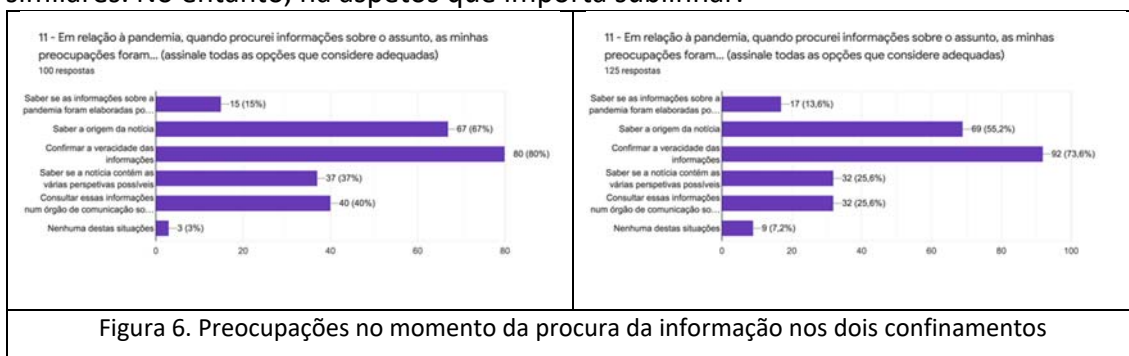
Página | 14

Assim, uma das críticas mais escutadas relativamente ao trabalho jornalístico de cobertura da pandemia – de que haveria sensacionalismo e empolamento do tema - não se verifica a partir dos dados recolhidos na presente amostra. Efetivamente, quer no primeiro, quer no segundo confinamento, os respondentes revelaram que não concordam com a afirmação de que os jornalistas exageraram em relação às consequências da doença. Do mesmo modo, os inquiridos consideraram que os jornalistas não tomaram posição sobre um dos lados da questão, o que revela uma perceção de independência do trabalho jornalístico. Como fator positivo em relação ao trabalho dos jornalistas, assinala-se que os respondentes afirmaram não concordar com a afirmação que “Os jornalistas foram descuidados na exposição da informação” sobre a pandemia. A maior parte dos respondentes considerou ainda que os jornalistas foram rigorosos na confirmação das informações” e que foram “equilibrados” quanto à sua divulgação.

No entanto, é preciso referir que a perceção dos inquiridos aponta para que os jornalistas tenham tido uma “preocupação com as audiências expondo o lado sensacionalista da informação”. Esta perceção dos respondentes verificou-se em ambos os períodos de confinamento, como se observa na figura 5 através da opção “Concordo Muito”.



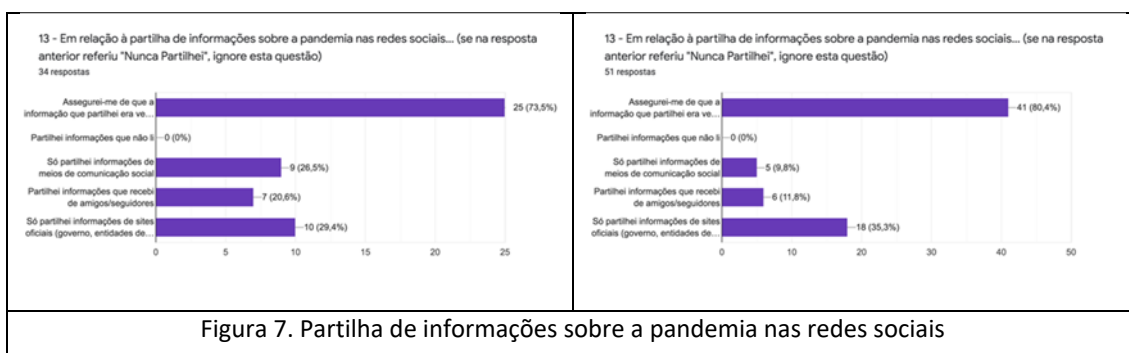
Nos dois períodos de investigação também se aferiu quanto às preocupações existentes no momento da procura da informação. No essencial, os dados obtidos são similares. No entanto, há aspetos que importa sublinhar.



Os inquiridos estavam preocupados em confirmar a veracidade da informação que estava a ser transmitida. Foi o que aconteceu, no primeiro inquérito, com 80% (80 respostas) dos inquiridos a assinalar essa resposta. O mesmo sucedeu um ano depois, embora com uma diminuição percentual, conquanto no número total de respostas isso não tenha sucedido, com 73,6% (92 respostas).

Apesar de os inquiridos procurarem consultar as informações em órgãos de comunicação social, com 40% (40 respostas) e 25,6% (31 respostas), respetivamente no primeiro e no segundo confinamento, emerge outro dado que merece reflexão. Nos dois períodos de confinamento, os inquiridos não demonstraram preocupação em aferir se as notícias ou informações tinham sido elaboradas por um jornalista. A taxa de resposta a esta questão é muito similar, 15% (15 respostas) no primeiro período e 13,6% (17 respostas) no outro.

Posteriormente, como se observa na figura 7, investigou-se se ocorreu algum tipo de partilha de informação nas redes sociais. Nos dois períodos de confinamento, os inquiridos indicaram não ter feito qualquer partilha, com 61,6% (61 respostas) a mencionarem essa resposta no primeiro período e o mesmo sucedendo com 58,1% (72 respostas) durante o segundo confinamento. Ou seja, os inquiridos que partilharam informações nas suas redes sociais foram respetivamente 38,4% (38 respostas) e 41,9% (52 respostas) nos dois períodos. Denota-se, assim, um aumento do primeiro para o segundo período. Mas quais foram os cuidados tidos quanto à partilha das informações nas suas redes sociais?



No momento de partilhar informações sobre a pandemia nas respetivas redes sociais, os inquiridos tiveram a preocupação de se assegurarem que as informações que estavam a partilhar eram verídicas. Como se observa na figura 7, no primeiro confinamento, essa é a preocupação de 73,5% (25 respostas) dos inquiridos, o mesmo sucedendo com 80,4% (41 respostas) no segundo confinamento. Entre os conteúdos partilhados, um outro dado emerge. Quando partilharam alguma informação, a primazia passou pela partilha de dados provenientes de fontes Governamentais, fossem elas emanadas pelo Ministério da Saúde ou pela Direção Geral de Saúde, com 29,4% (10 respostas) e 35,3% (18 respostas). Só depois surgiram notícias produzidas pelos *media* com 26,5% (9 respostas) e 9,8% (5 respostas).

Após a observação do trabalho dos *media* e o seu impacto na disseminação da informação, de seguida, procurou-se compreender quais os sentimentos que tinham sido gerados pelas notícias na comunidade IPP. No primeiro inquérito, este aspeto foi mesmo salientado nas respostas abertas, as quais lançavam alertas sobre o que se denominou por “infodemia” (Zaracostas, 2020). Para estes respondentes era necessário elaborar uma nova abordagem comunicacional, as quais abordassem as questões da depressão e da ansiedade, e consequentes impactos mentais, físicos e sociais.

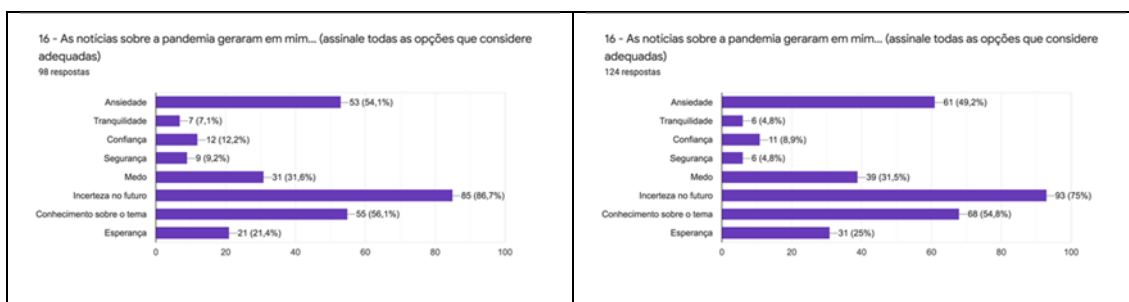


Figura 8. Sentimentos gerados pelas notícias sobre a pandemia

Como se destaca na figura 8, nos dois períodos, os inquiridos salientaram a incerteza no futuro, com 86,6% (85 respostas) e 75% (93 respostas) respetivamente, e, de seguida indicaram, a ansiedade, com 54,1% (53 respostas) e 49,2% (61 respostas), como o segundo aspeto que as notícias geraram em si.

No entanto, importa destacar que, embora a esperança tenha mantido níveis similares nos dois períodos, com 21,4% (21 respostas) e 25% (31 respostas). As respostas dadas pela comunidade do IPP também mostram que se no primeiro período 56,1% (55 respostas) dos inquiridos consideravam ter mais conhecimentos sobre o tema, no segundo momento da investigação o conhecimento sobre a pandemia da covid-19 e os seus efeitos era ainda mais profunda com 54,8 (68 respostas).

Por último, numa época em que a disseminação de *fake-news* é uma das preocupações sociais, aferiu-se sobre se foi um período em que se procurou distinguir entre uma notícia verdadeira e outra com informações erróneas. Igualmente se aferiu se se distinguiram factos de opiniões, bem como se existiu sentido crítico no momento do consumo informativo.

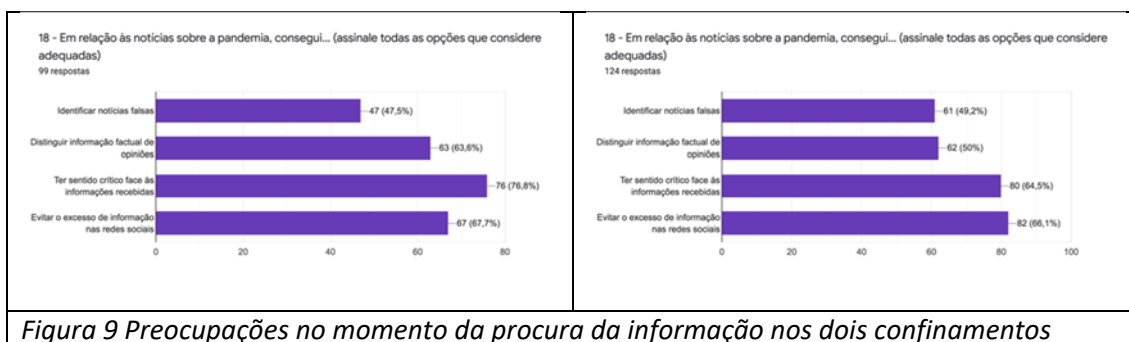


Figura 9 Preocupações no momento da procura da informação nos dois confinamentos

A necessidade de ter sentido crítico face às informações recebidas é a principal preocupação no primeiro confinamento para 76,8% (76 respostas) dos inquiridos, como indica a figura 9. No segundo confinamento, a principal preocupação de 66,1% (82 respostas) dos inquiridos passou por evitar o excesso de informação nas redes sociais. De realçar que, nos dois períodos de investigação, estas são as duas respostas mais assinaladas. A capacidade de identificação de notícias falsas, do primeiro para o segundo período de investigação, também apresenta dados que importa refletir. Se no primeiro período, 47,5% (47 respostas) dos inquiridos consideravam conseguir realizar essa tarefa, o mesmo sucedeu com 49,2% (61 inquiridos) no segundo período.

Em suma, importa ainda sublinhar algumas das respostas obtidas através da questão aberta presente no questionário. No primeiro período destacou-se o trabalho desenvolvido pelos *media* internacionais, este pareceu aos respondentes da comunidade do IPP mais amplo e completo do que aquele que foi feito pelos *media* em Portugal. Sublinhou-se, igualmente, a ausência de notícias de proximidade, com os *media* nacionais a darem primazia a notícias sobre a temática nas áreas metropolitanas de Lisboa e do Porto. Também se destacou a aparente falta de interesse sobre questões de saúde mental. Esta questão voltou a ser apontada no segundo período da investigação. Neste período também se sublinhou um acompanhamento informativo cada vez sensacionalista, visando as audiências em detrimento da informação. Esta

questão tornou-se visível, nomeadamente, nos aspetos relacionados com o desenvolvimento das vacinas e processo de vacinação.

Conclusão

A pandemia gerou um maior consumo de notícias no *corpus* estudado. Segundo os dados apurados, não se verificou o desgaste em relação à divulgação de notícias sobre a pandemia. Pelo contrário, no segundo confinamento a percentagem de respondentes que admitiu ter consumido mais notícias aumentou.

Apesar da diferença do perfil de respondentes do primeiro inquérito (maior número de respostas provenientes dos docentes) para o segundo (mais respostas dos estudantes), as práticas de consumo de notícias não se alteraram, mantendo-se o recurso aos *media* tradicionais (televisão, imprensa e *sites* jornalísticos) e subvalorizando os novos atores de comunicação (*Influencers* e *YouTubers*).

A confiança nas fontes oficiais ligadas à saúde é sublinhada por várias contribuições teóricas (Lopes, Ruão & Marinho, 2010; Lopes & Fernandes, 2012) sobre o comportamento dos consumidores quando se trata de notícias sobre saúde, já que a tendência é para procurar informações credíveis e especializadas.

Em termos globais, a cobertura jornalística é percebida pelos respondentes do Instituto Politécnico de Portalegre como positiva em relação à duração e presença de informações, utilidade dessas informações, rigor no apuramento das notícias e equilíbrio na exposição de diferentes pontos de vista. Facto este que se alinha com algumas das principais conclusões do mais recentes do relatório sobre o consumo de notícias em 2020, ano marcado pela crise pandémica (Newman *et al.*, 2021) e no qual Portugal surge como um dos países que se destaca no panorama internacional em aspetos como a confiança em notícias.

No segundo confinamento, há nota de uma maior dificuldade em gerir o excesso de informação, através de alguns indicadores. Ao contrário dos hábitos de consumo, a partilha de informações, sofre algumas mudanças, do primeiro para o segundo confinamento. Embora o nosso estudo não nos permita concluir, os dados apurados sugerem uma menor referência ao escrutínio sobre informações partilhadas, circunstância que relacionamos com a diferença de perfil de respondentes do primeiro confinamento (mais docentes) para o segundo (mais estudantes e com hábitos de partilha nas redes sociais mais enraizada). Do primeiro para o segundo momento do inquérito há uma maior referência à existência de “sensacionalismo” nas notícias. E está presente a ideia de que o excesso de informação, referido por Zaracostas (2020) como “infodemia” cria um ruído maior do que o esclarecimento público.

Bibliografia:

Bolsen, T., Palm, R., & Kingsland, J. T. (2020). Framing the Origins of COVID-19. *Science Communication*, 42(5), 562–585. <https://doi.org/10.1177/1075547020953603>

Buneviciene, I., Bunevicius, R., Bagdonas, S., & Bunevicius, A. (2021). COVID-19 media fatigue: Predictors of decreasing interest and avoidance of COVID-19–related news. *Public Health*, 196, 124–128. <https://doi.org/10.1016/j.puhe.2021.05.024>

Cabrera, A., Martins, C., & Cunha, I. F. (2020). A cobertura televisiva da pandemia de Covid-19 em Portugal: um estudo exploratório. *Media & Jornalismo*, 20(37), 185-204. https://doi.org/10.14195/2183-5462_37_10

Casero-Ripolles, A. (2020). Impact of COVID-19 on the Media System. *Communicative and Democratic Consequences of News Consumption during the Outbreak* (SSRN Scholarly Paper ID 3594133). Social Science Research Network. <https://papers.ssrn.com/abstract=3594133>

Hart, P. S., Chinn, S., & Soroka, S. (2020). Politicization and Polarization in COVID-19 News Coverage. *Science Communication*, 42(5), 679–697. <https://doi.org/10.1177/1075547020950735>

Houston, J. B., Hawthorne, J., Perreault, M. F., Park, E. H., Goldstein Hode, M., Halliwell, M. R., Turner McGowen, S. E., Davis, R., Vaid, S., McElderry, J. A., & Griffith, S. A. (2015). Social media and disasters: A functional framework for social media use in disaster planning, response, and research. *Disasters*, 39(1).

Lopes, F., Ruão, T. & Marinho, S. (2010) 'Gripe A na Imprensa Portuguesa: uma doença em notícia através de uma organizada estratégia de comunicação', *Observatório (OBS*) Journal*, 4(4): 139-156.1–22. <https://doi.org/10.1111/disa.12092>

Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S., Robertson, C. T., & Nielsen, R. K. (2021). Reuters Institute Digital News Report 2021 (N. 10th). <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021>

Newman, N., Gallo, N. (2020). Daily News Podcasts: Building New Habits in the Shadow of Coronavirus. Digital News Project. Reuters Institute. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/daily-news-podcasts-building-new-habits-shadow-coronavirus>.

Perreault, M. F., & Perreault, G. P. (2021). Journalists on COVID-19 Journalism: Communication Ecology of Pandemic Reporting. *American Behavioral Scientist*, 000276422199281. <https://doi.org/10.1177/0002764221992813>

Ruão, T., Gomes, S., Universidade do Minho, Silva, S., & Universidade do Minho. (2020). Comunicação em Saúde: A cobertura mediática e a gestão da crise COVID-19 numa universidade. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 7(14), 54–77. <https://doi.org/10.24137/raeic.7.14.3>

Teixeira, P. M., Vital Brito, D., Araújo, R., & Gomes, B. (2020). A Comunicação do Risco e Envolvimento da Comunidade na Pandemia de COVID-19 em Portugal. *Acta Médica Portuguesa*, 33(13). <https://doi.org/10.20344/amp.15145>

Zarocostas, J. (2020). How to fight an infodemic. *The Lancet*, 395(10225), 676. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(20\)30461-X](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(20)30461-X)

Notas sobre os autores:

Adriana Mello Guimarães

adrianamello@ipportalegre.pt

ORCID: 0000-0002-3547-2257 -

Ciência ID: 1C1F-5CDB-F5B9

ResearcherID: C-1077-2019

Professora Convidada do Instituto Politécnico de Portalegre.
Investigadora do Clepul.

Luís Bonixe

luisbonixe@ipportalegre.pt

ORCID: 0000-0003-1288-7529-

Ciência ID: DA1A-18F1-EA7E

SCOPUS ID: 57214687319

Professor Adjunto do Instituto Politécnico de Portalegre.
Investigador do ICNova. Membro da C3I.

Nuno Fernandes

nrfernandes@ipportalegre.pt

ORCID: 0000-0002-9920-

Ciência ID: 741F-8156-7220

Professor Assistente Convidado do Instituto Politécnico de
Portalegre,
Membro da C3I.

Sónia Lamy

sonia.lamy@ulusofona.pt

ORCID: 000-002-5366-9555-

Ciência ID: 5912-5CFF-515A

Professora auxiliar da Universidade Lusófona de Humanidades e
Tecnologias. Investigadora do CICANT.