

## SAÚDE E DISCURSIVIDADE: O CENÁRIO PÓS-PANDEMIA E A PÓS-VERDADE NO DISCURSO MIDIÁTICO

Ana Paula Borges de Souza (UENF)

[anapaulaborgesuenf@gmail.com](mailto:anapaulaborgesuenf@gmail.com)

Gilson Borges de Souza (UENF)

[gilsonborgesdesouzauenf@gmail.com](mailto:gilsonborgesdesouzauenf@gmail.com)

Giliana Assad Lubanco (UENF)

[gilianalubanco@hotmail.com](mailto:gilianalubanco@hotmail.com)

Fernanda Castro Manhães (UENF)

[castromanhaes@gmail.com](mailto:castromanhaes@gmail.com)

### RESUMO

Tratamos a partir dos aportes mediados pela Análise do Discurso Crítica do cenário pós-pandemia, com a análise de matérias jornalísticas que enfocam os dados sobre o número de casos e óbitos indicando os efeitos da pós-verdade na construção das estratégias discursivas utilizadas na comunicação midiática. A mídia tem uma função primordial, sobretudo no cenário pandêmico com discursos que enfocaram informação e desinformação na medida em que a população não sabia ao certo como se proteger do vírus. Ao criticar figuras de poder como a do presidente, a mídia passa a contribuir com um movimento de estímulo à vacinação que se estende para o cenário político. Em meio a esse cenário questionamos: como a pós-verdade é evidenciada nos discursos midiáticos no período pós-pandemia? O que podemos compreender a partir da análise dos movimentos discursivos em duas diferentes redes televisivas? Construímos uma pesquisa de natureza qualitativa, com revisão bibliográfica e levantamento de cinco discursos veiculados em mídias sociais e televisivas que marcaram a população no cenário pós-pandêmico. Nossos resultados apontam que a pós-verdade atua na reconfiguração social a partir da construção de diferentes pontos de vista em relação à pandemia. Os discursos analisados mostram os efeitos que a mobilização das crenças e das emoções neste cenário pós-pandemia, contrapondo-se à exposição de fatos diretos e objetivos. Esse recurso é evidenciado como recorrente nas mídias televisivas e também digitais. A combinação de textos verbais e não verbais repercutem nessa mobilização, impactando modos e maneiras de manifestação da cultura e da identidade no atual cenário.

### Palavras-chave:

Pós-Verdade. Estratégias Discursivas. Pandemia de Covid-19.

### ABSTRACT

We deal with the post-pandemic scenario from the contributions mediated by Critical Discourse Analysis, with the analysis of news articles that focus on the data about the number of cases and deaths indicating the effects of post-truth in the construction of discursive strategies used in media communication. The media has a primary function, especially in the pandemic scenario with discourses that focused on information and misinformation as the population did not know for sure how to protect themselves from the virus. By criticizing power figures such as the president, the media began to

contribute to a movement to encourage vaccination that extended to the political scene. In this scenario, we ask: how is the post-truth evidenced in the media discourses in the post-pandemic period? What can we understand from the analysis of the discursive movements in two different television networks? We built a research of qualitative nature, with literature review and survey of five speeches broadcast in social media and television that have marked the population in the post-pandemic scenario. Our results indicate that the post-truth acts in the social reconfiguration from the construction of different points of view in relation to the pandemic. The analyzed speeches show the effects that the mobilization of beliefs and emotions have in this post-pandemic scenario, as opposed to the exposure of direct and objective facts. This resource is evidenced as recurrent in the television and also digital media. The combination of verbal and non-verbal texts have repercussions on this mobilization, impacting modes and ways of manifesting culture and identity in the current scenario.

**Keywords:**

**Post-Truth. Discursive Strategies. Pandemic Covid-19.**

## **1. Introdução**

A presente pesquisa parte da Análise do Discurso Crítica para entender os impactos dos discursos midiáticos no período pós-pandemia. Trazemos para este trabalho a categoria analítica da *Pós-Verdade*, buscando indicar que o discurso midiático é construído a partir de determinadas estratégias discursivas, tendo em vista o papel da mídia no cenário pandêmico. Este período é marcado pelas *fakenews* e também pelas críticas às medidas tomadas pelo então presidente Jair Bolsonaro que desestimulou a vacinação em todo o país. Assim, buscamos responder a algumas questões: como a pós-verdade é evidenciada nos discursos midiáticos no período pós-pandemia? O que podemos compreender a partir da análise dos movimentos discursivos veiculados nas mídias digitais?

É correto afirmar que a imprensa tem um papel fundamental na formação de opinião das pessoas no cenário atual. As notícias jornalistas estão cada vez mais se vinculando à esfera política, tendo em vista que a notícia pode ser entendida, no cenário capitalista, como um recurso mercadológico (Cf. SPINELLI; PORTAS, 2022). Por sua vez, a pós-verdade se caracteriza a partir do enviesamento das informações disponíveis. Como é possível verificar, as *fakenews* são um produto da pós-verdade, uma vez que um fenômeno latente foi o surgimento de um sem número de sites com conteúdos falsos no período pandêmico, por exemplo (Cf. SPINELLI; PORTAS, 2022).

Para Adorno e Silveira (2017, p. 3): “(...) é possível dizer que é a prática de compartilhar notícias falsas e não a produção de notícias falsas

que está em foco quando à discussão da pós-verdade se relaciona a questão das fake News”. Assim, chegamos à importância da análise do discurso no contexto da pandemia de Covid-19. O discurso está diretamente relacionado ao poder e às ideologias que determinados grupos sociais buscam manter ou rechaçar. Por isso, estratégias discursivas são desenvolvidas para a condução de determinadas opiniões oferecidas aos agentes sociais.

Essa afirmação encontra coro na citação a seguir:

[...] percebemos que há uma relação intrínseca entre discurso, sociedade e poder, quando sujeitos propagam informações e ideias com suas ideologias imbricadas, que disseminaram de forma a construir uma naturalização, mecanismos e estratégias eficazes para estabelecer e sustentar relações assimétricas de poder que, se observadas pelo viés crítico, pode ajudar a reestabelecer o espaço de contestação. (ANDRADE; BONFIM; LIMA, 2022)

Nossa metodologia de pesquisa está pautada em uma investigação de natureza qualitativa, que apresenta uma revisão bibliográfica e a análise do discurso de cinco reportagens veiculadas nas mídias jornalísticas digitais publicadas no período pós-pandemia. Buscamos por sites que apresentavam notícias em diferentes aspectos articulando saúde e o período pós-pandemia. As notícias analisadas trazem dilemas estabelecidos neste período relativos à saúde mental, aumento do sedentarismo, retorno econômico e e-commerce. Destacamos as matérias que envolvem a saúde mental, demonstrando que essa é uma da principal herança do período pandêmico.

A presente pesquisa se organiza da seguinte maneira: inicialmente estabelecemos algumas considerações sobre o período pandêmico e as fakenews que circulam em um contexto social no qual impera a pós-verdade. Posteriormente, apresentamos nossa metodologia de pesquisa. Em seguida, debatemos alguns aportes analíticos, tendo em vista a definição de cinco matérias jornalísticas analisadas que ressaltam as relações entre a mídia, a pós-verdade e o pós-pandemia. Finalmente, estabelecemos algumas considerações sobre essa investigação.

## ***2. Pandemia, Pós-Verdade e Fakenews: o que há em comum entre essas três categorias?***

Conforme estamos debatendo ao longo da construção de nossa argumentação, os momentos históricos são marcados pelos acontecimentos ou fatos e os discursos produzidos sobre eles nas diferentes mídias com as quais temos contato diariamente. Conforme apontam Adorno e Silveira

(2017), é possível estabelecer relações entre a pós-verdade e a produção de *fakenews*, principalmente tendo em vista os seus reflexos no cenário político, já que as ideologias que permeiam esse nível de relação estão presentes na forma como os agentes sociais negociam suas ações em todo instante.

Esses autores, conforme a citação a seguir, mostram que as redes sociais têm um papel importante na disseminação das informações consumidas e, atualmente, as mídias sociais como os jornais online também adentram nessa esteira, tendo em vista sua conotação histórica de veracidade e neutralidade de fatos.

Nessa direção, o que se tem discursivizado sobre “pós-verdade” e “fakenews” desenham um cenário propício de investigação para compreender esse funcionamento complexo entre o simbólico, o político, o técnico e o ideológico. Os discursos sobre “pós-verdade” e “fakenews” fazem trabalhar os sentidos de verdade e mentira, real e ficção, atual e virtual. Entendemos que as discussões nas redes sociais sobre “pós-verdade” e “fakenews”, confrontadas com a leitura discursiva em torno das noções apontadas, permitem pensar o político no social tendo em vista o modo como o dizer das mídias sociais digitais parece produzir um embate (uma polêmica, uma disputa) com as mídias tradicionais, como a imprensa e a instituição televisiva. (ADORNO; SILVEIRA, 2017, p. 1)

Andrade, Bonfim e Lima (2022) parecem concordar com a assertiva acima, uma vez que entendem que a construção discursiva que harmoniza textos e imagens produzem apelos mentais diretos ao interlocutor, ou consumidores das notícias, visando a defesa de determinado ponto de vista ou construção de algum imaginário específico na esfera social. Essa é a base do discurso midiático produzido em nosso país.

Conforme vamos abordar em nossa seção analítica, Andrade, Bonfim e Lima (2022) expressam que o discurso midiático parece se constituir a partir do entendimento de um sujeito sem rosto para o qual se destina, mas sobre quem se fala de forma relativizada e coletiva, negando sua identidade. Esses autores lembram que a pandemia de Covid-19 descortinou uma série de duras realidades sociais que se mantinham na obscuridade, deixando clara a desigualdade social latente em nosso país.

Esses autores ainda levantam um outro ponto de discussão ligado à naturalização da pobreza e da desigualdade pelo discurso midiático, tendo em vista a naturalização ideológica construída a partir da ideia de que é preciso que a população siga, entenda novas formas de se reinventar e viver no contexto pós-pandêmico. As relações de poder são relativizadas, tendo em vista a promoção de relações assimétricas que apenas podem ser

refeitas a partir da discursividade crítica.

O discurso é construído a partir de uma série de enunciados. A análise enunciativa leva em consideração as relações de poder que envolvem a construção desses enunciados, tendo em vista “o lugar a partir do qual o sujeito fala é constitutivo do que ele diz. Assim, se o sujeito fala a partir do lugar de professor, suas palavras significam de modo diferente do que se falasse do lugar de aluno” (ORLANDI, 1999, p. 39-40). Ou seja, quem são as organizações e pessoas que se encontram operando os discursos vinculados no período analisado? Essa questão é importante para que passemos a pensar sobre as subjetividades envolvidas.

É possível considerar no discurso midiático, sobretudo em um cenário de pós-verdade e relativização das realidades vividas, a tendência a discursos prescritivos, orientando como os indivíduos devem ser e estar no mundo a partir de determinado ponto de vista. Produzimos e reproduzimos os discursos mantidos pela mídia na esfera social, considerando que estes rapidamente se tornam elementos distintivos de nossas formas de viver e experimentar o mundo.

Assim, todas as ‘dicas’ médicas, psicológicas ou até de ordem religiosa ou moral, comunicadas através de inúmeros especialistas de todos esses campos do conhecimento, a respeito daquilo que devemos fazer com nosso corpo e nossa sexualidade, ao se tornarem presentes no grande espaço da mídia, não só ampliam seu poder de alcance público como conferem à própria mídia, ao próprio meio, um poder de verdade, de ciência, de seriedade. (FISCHER, 2006, p. 50)

A seguir apresentamos a metodologia que embasa a realização de nossa pesquisa, tendo em vista a definição e levantamento desses aportes em cinco matérias jornalísticas veiculadas de forma *on-line*. Quando estabelecemos uma relação entre o pós-pandemia, a pós-verdade e a saúde, buscamos demonstrar como o discurso midiático entende os próximos rumos tomados pela nossa sociedade, tendo em vista que a mídia é um elemento muito importante para a reorganização social a partir da superação do período pandêmico.

### **3. Metodologia de Pesquisa**

A partir da construção já delineada na introdução deste artigo, caracterizamos essa investigação como qualitativa, desenvolvendo-se a partir da Análise do Discurso Crítica sobre o discurso midiático que envolve os fenômenos suscitados pela mídia no Pós-pandemia. Compreendemos a

linguagem a partir da identificação sobre as formas como o discurso age sobre os indivíduos, passando a caracterizá-los a ponto de direcionar suas ações, gostos individuais e estratégias coletivas (Cf. FAIRCLOUGH, 2001; 2003; RESENDE; RAMALHO, 2006).

Indicamos que a Análise do Discurso Crítica é essencial para a busca da compreensão do fenômeno por nós focado aqui, uma vez que cabe cada vez mais a construção de pesquisas que enfoquem o fenômeno social das relações humanas. A análise crítica pode contribuir para a problematização das relações de poder, tendo em vista sua assimetria e manutenção de um dado status quo que não beneficia a coletividade. Além disso, é preciso que o aspecto ideológico presente nos discursos seja demonstrado para que as intenções na construção deste possam ser percebidas.

As ideologias são significações/construções da realidade (o mundo físico, as relações sociais, as identidades sociais) que são construídas em várias dimensões das formas/sentidos das práticas discursivas e que contribuem para a produção, a reprodução ou a transformação das relações de dominação. (FAIRCLOUGH, 2001, p. 117)

A partir da utilização dos pressupostos de Fairclough (2003), utilizamos na presente pesquisa as categorias *significados de palavras e atores*, para identificar as intenções presentes nos discursos analisados. Escolhemos cinco matérias jornalísticas publicadas nas mídias sociais *online*, enfocando a pandemia e a saúde sobre diferentes aspectos, sobretudo no cenário Pós-pandemia. Os enfoques predominantes nas matérias são: saúde mental, aumento do sedentarismo, retorno econômico e e-commerce.

Rapidamente, Fairclough (2001, p. 230) explica que o significado das palavras diz respeito “a relação das palavras com os significados é de muitos-para-um e não de um-para-um, em ambas as direções: as palavras têm tipicamente vários significados”. Por sua vez, ao verificar como os atores sociais são representados nas manchetes selecionadas, passamos a entender qual é a construção imagética possível sobre aqueles aos quais se destinam as notícias, tendo em vista o enaltecimento ou o apagamento desses atores. Passamos a seguir a debater nossos principais resultados.

#### ***4. O discurso no Pós-Pandemia: o que a mídia diz em relação à saúde?***

Passamos a apresentar recortes das notícias analisadas estabelecendo relações entre a composição textual e imagética. Na primeira imagem temos uma matéria do portal UOL publicada em 28/10/2022 que salienta como herança a síndrome de Burnout com os dizeres: *Pandemia*

agravou ainda mais as situações de estresse e esgotamento, que levam a problemas com a saúde mental dos profissionais de saúde. Na imagem é possível ver um homem paramentado como um profissional da saúde com o aspecto cansado.

Figura 1: Pandemia e saúde mental.



Fonte: Miranda (2022).

Oliveira (2021) chama a atenção para o apagamento dos sujeitos no discurso midiático acerca da pandemia e do pós-pandemia. O autor também estabelece alguns pressupostos que levam em consideração o entendimento de que a ansiedade será uma das maiores heranças deixadas pelo período. Ao mesmo tempo, esse autor reforça que as matérias jornalísticas que tratam do tema buscam traçar pressupostos prescritivos, considerando o que a população deve fazer ou conduzir sua realidade a partir dos conhecimentos veiculados. A figura 1 revela que um dos públicos mais afetados pelo período foram os profissionais da saúde que se engajaram diretamente no combate ao vírus assumindo riscos para a sua própria segurança.

A próxima matéria também ressalta a saúde mental, agora abordando o fato de que o Brasil estaria vivenciando uma segunda pandemia, uma pandemia que não está relacionada a um vírus, mas ao aumento de casos de saúde mental. Essa matéria foi publicada no site do Cofen (Conselho Federal de Enfermagem) no dia 13/10/2022 e ressalta: “O impacto emocional das perdas familiares, o sentimento de medo, a falta de socialização e a instabilidade no trabalho aumentaram o nível de estresse e sofrimento psíquico dos brasileiros.”. Conforme a análise, os casos de depressão e ansiedade tendem a aumentar no pós-pandemia. A imagem apresenta alguém visivelmente triste com um tom escurecido na imagem.

Figura 2: Saúde mental – CONFEN.



Fonte: Ascom – Cofen (2022)

Assim como a matéria anterior, a matéria retratada pela figura 2 apresenta um sujeito relativizado, sem rosto e sua construção semântica envolve a equiparação da pandemia de Covid-19 a uma segunda pandemia (reforçamos o peso que a palavra pandemia demonstra para a atualidade, enfocando que no caso em tela ambos esses elementos são equiparados). Com a leitura de Oliveira (2021) é possível entender que a ansiedade foi escolhida como um mal a ser combatido no período em tela, indicado como fruto da crise. É como se houvesse uma crise gerada a partir de outra crise.

Nossa terceira matéria escolhida enfoca um outro aspecto do pós-pandemia relacionado à saúde que é o aumento nos quadros de sedentarismo. É sabido que com o distanciamento social as pessoas passaram a sair de casa com menor frequência, o que impacta as atividades físicas realizadas pelos indivíduos. Essa matéria foi publicada pelo portal daqui em 1º de novembro de 2022. A manchete diz: *pesquisas apontam aumento de sedentarismo no Brasil após o isolamento social*. Na imagem é possível ver um homem com uma caixa de pizza, uma garrafa de cerveja e um dispositivo eletrônico nas mãos em repouso em cima de uma cama.

Figura 2: Pós-pandemia e sedentarismo.



Fonte: Lins (2022).

Assim como as matérias anteriores, a matéria representada pela figura 3 enfoca o aspecto da saúde na vida dos indivíduos. O sedentarismo representa o contrário da agitação. O sedentarismo parte do imobilismo, muito bem representado pela ilustração que se relaciona à reportagem. O termo “pesquisas apontam” já apresenta uma validade prévia ao discurso que aparecerá em seguida, já que a reportagem busca distinção pelo embasamento teórico-metodológico das pesquisas que promete analisar.

Nossa quarta matéria envolve o aspecto político da pandemia. Na imagem estão o então presidente Bolsonaro e o ministro Marcos Pontes. Indicamos essa matéria como importante porque ela remete aos cortes de verbas do governo, principalmente na ciência durante o período pandêmico que se materializam no período pós-pandemia. Essa matéria também é do portal UOL e foi publicada em 04/11/2022. Sabemos que a descrença em relação à ciência foi um fator fundamental na disseminação de *fakenews* e descrédito das medidas de segurança como a vacinação.

Figura 3: Saúde e cortes de verbas



Fonte: Santiago (2022).

Outra relação que se estabelece entre o pós-pandemia e a pós-verdade é a questão política. Algumas matérias demonstram a forma como a gestão ou a falta dela impactam o futuro e a figura 4 demonstra uma dessas possibilidades. Ao pensar o futuro no período que se desenrola após a pandemia de Covid-19 no Brasil, é possível salientar a forma como o governo Bolsonaro entendeu questões relativas à saúde, mas também o impacto da área da ciência e da tecnologia. Para Cardoso e Xavier (2021) algumas notícias têm um viés que possibilitam a construção de uma memória de afeto e respeito ao futuro e esse fator é algo que pode ser evidenciado na matéria destacada.

Por fim, um aspecto que não se relaciona tanto com a saúde em si, mas que gostaríamos de salientar nas matérias encontradas é a mudança no comportamento dos consumidores que buscam realizar suas compras de maneira *online* com mais frequência. Essa matéria foi publicada pelo portal notícias concursos em 21/10/2022 e na imagem da reportagem mostra um casal em frente a um notebook. O homem segura um cartão de crédito em uma das mãos. Ambos estão sorrindo.

Figura 5: Pandemia e e-commerce.



Fonte: Schmidt (2022).

Em certa medida, a reportagem da figura 5 também apela para a busca de construção de aportes para se pensar o futuro quando o tema é o período após a pandemia ao que diz respeito aos novos modos de se relacionar a partir do uso tecnológico. Na reportagem acima o consumidor é enfocado como alguém que aprendeu a comprar pela internet, sendo esse fato uma herança aprendida com o isolamento social. Nossa última reportagem analisada reforça a ideia de que um novo comportamento social pode ser visualizado com a retomada das atividades presenciais, demonstrando como os fatos históricos condicionam e interligam os comportamentos em uma expectativa de futuro.

Finalizamos ressaltando que os resultados encontrados indicam que há diferentes pontos de vista sobre a pandemia e seu impacto no período pós-pandemia. A pós-verdade busca uma reconfiguração social a partir da mobilização de crenças e emoções, como é possível visualizar na composição entre textos e imagens. Essa composição pode influenciar na forma como pensamos e manifestamos nossas ações em sociedade.

## **6. Considerações finais**

Ao longo de nossa exposição reforçamos a importância do discurso midiático na construção de valores compartilhados socialmente, seja na superação de um período de crise, seja para se pensar em novas sociabilidades após superados os dilemas mais difíceis que compõem os fatos analisados. A construção dos discursos a partir das reportagens midiáticas leva em consideração a forma como se pensa e se preserva determinados domínios sociais, tendo em vista o compartilhamento de ideologias e crenças, seja no período em tela, seja na construção de novas formas de se interpretar o mundo no futuro.

As reportagens são construídas a partir de uma combinação semiótica que busca a prescrição de noções e modelos de comportamento passíveis de serem seguidos em um futuro provável, o pós-pandemia. Com a combinação de textos e imagens e, principalmente, com o discurso científico chamado para validar as informações que são repercutidas, as noções para se pensar os períodos posteriores são ditadas. Esperamos que o estudo em tela possa nos ajudar a pensar como a mídia condiciona nossas relações, tornando-nos críticos quanto a forma como cada um passa a consumir e repercutir as informações compartilhadas.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

ADORNO, G.; SILVEIRA, J. da. Pós-verdade e fake news: equívocos do político na materialidade digital. *VIII SEAD – O político na análise do discurso*. 2017. Disponível em: <https://philpapers.org/archive/ADOPEF>. pdf. Acesso em: 04 nov. 2022.

ANDRADE, A. P. H. De; BONFIM, M. A. L. do; LIMA, A. M. P. Discurso e representação na mídia: uma análise de discurso crítica acerca dos sujeitos “invisíveis” no contexto da pandemia de Covid-19 no Brasil. *Revista Linguagem*, v. 41, Covid-19: uma pandemia sob o olhar das

ciências da linguagem, São Carlos, 2022, p. 14-29. Disponível em: <https://www.linguasagem.ufscar.br/index.php/linguasagem/article/view/1459/919>. Acesso em: 04 nov. 2022.

CARDOSO, E. C.; XAVIER, G. K. R. da S. Pandemia em textos midiáticos: narrar, descrever e argumentar “para construir memória, afeto, respeito e futuro”. *Bakhtin e o contexto pandêmico*, v. 9, n. 1. 2021.

FAIRCLOUGH, N. *Discurso e mudança social*. Tradução, revisão técnica e prefácio de Izabel Magalhães. Brasília: Universidade de Brasília, 2001.

\_\_\_\_\_. *Analysing discourse: textual analysis for social research*. London/New York: Routledge, 2003.

FISCHER, R. M. B. *Televisão & Educação: fruir e pensar a TV*. 3. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

LINS, M. Sedentarismo Pós-Pandemia: quais as consequências e como reverter? *Jornal Daqui*, 2022. Disponível em: <https://www.daquibh.com.br/sedentarismo-pos-pandemia-quais-as-consequencias-e-como-reverter/>. Acesso em: 24 nov. 2022.

MIRANDA, A. M. Síndrome de Burnout é preocupação entre os profissionais da saúde para o pós-pandemia. *Saúde e Bem-Estar*. UOL. 2022. Disponível em: <https://jc.ne10.uol.com.br/colunas/saude-e-bem-estar/2022/10/15110019-sindrome-de-burnout-e-preocupacao-entre-os-profissionais-da-saude-para-o-pos-pandemia.html>. Acesso em: 24 nov. 2022.

OLIVEIRA, G. F. de. O discurso midiático sobre a ansiedade em tempos de Covid-19: prescrições, formas e normas. *Revista Heterotópica*, [S.l.], v. 3, n. 1, p. 171-90, 2021. Disponível em: <https://seer.ufu.br/index.php/RevistaHeterotopica/article/view/59110>. Acesso em: 25 nov. 2022.

ORLANDI, E. P. *Análise de discurso: princípios e procedimentos*. Campinas-SP: Pontes, 1999.

RESENDE, V.; RAMALHO, V. M. *Análise do discurso crítica*. São Paulo: Contexto, 2006.

SANTIAGO, A. Cortes de verbas, atritos e 5G: o legado do governo Bolsonaro na ciência. Tilt, *UOL Notícias*, Ciência. 2022. Disponível em: <https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2022/11/04/legado-bolsonaro-ciencia-e-tecnologia.htm>. Acesso em: 24 nov. 2022.

SCHMIDT, R. Comportamento do consumidor online: veja o que mudou no pós-pandemia. *Notícias Concursos*. 2022. Disponível em: <https://noti>

ciasconcursos.com.br/comportamento-do-consumidor-online-veja-o-que-mudou-no-pos-pandemia/. Acesso em: 24 nov. 2022.

SPINELLI, E. M.; AFONSO PORTAS, I. A imprensa como instituição política no Brasil: os reflexos dos ideais modernos em um cenário de cultura digital, desinformação e pós-verdade. *Revista Mídia e Cotidiano*, v. 16, n. 2, p. 42-62. 2022.

TEIXEIRA, M. M. *Na pandemia, nem tudo que reluz é ouro*: discutindo fakenews e o fenômeno da pós-verdade em tempos de necropolítica no Brasil. Dissertação (Mestrado em Educação, Cultura e Comunicação) – Faculdade de Educação da Baixada Fluminense, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Duque de Caxias, 2022. 136f.

Outra fonte:

CONSELHO FEDERAL DE ENFERMAGEM. *Brasil vive uma segunda pandemia, agora na Saúde Mental*. 2022. Disponível em: [http://www.cofen.gov.br/brasil-enfrenta-uma-segunda-pandemia-agora-na-saude-mental\\_103538.html#:~:text=O%20Brasil%20enfrenta%20uma%20segunda,e%20sofrimento%20ps%C3%ADquico%20dos%20brasileiros](http://www.cofen.gov.br/brasil-enfrenta-uma-segunda-pandemia-agora-na-saude-mental_103538.html#:~:text=O%20Brasil%20enfrenta%20uma%20segunda,e%20sofrimento%20ps%C3%ADquico%20dos%20brasileiros). Acesso em: 24 nov. 2022.