

## ENTREVISTA COM JOÃO JOSÉ FIGUEIRA DA SILVA

[jotajotafigueira@gmail.com](mailto:jotajotafigueira@gmail.com) | <https://orcid.org/0000-0002-2344-9789>

### Desinformação *versus* democracia: as relações do jornalismo, da ciência e da saúde na promoção de uma vida democrática

Disinformation *versus* democracy: the relationships between journalism, science and health in the promotion of a democratic life

Desinformación *versus* democracia: las relaciones entre periodismo, ciencia y salud en la promoción de una vida democrática



Em entrevista à Reciis, João Figueira comenta sobre a sua atuação, por mais de 20 anos, como jornalista em alguns dos principais jornais portugueses e sobre a sua trajetória de pesquisa, considerando-a como um prolongamento e uma paixão pelo jornalismo. O pesquisador discorre sobre uma questão que, categoricamente, afirma não ser nova: a desinformação. No entanto, especifica-a, na contemporaneidade, considerando a maneira como a desinformação circula, dada a emergência e a afirmação das redes sociais *on-line*. Os conteúdos se disseminam mais velozes e fragmentários por uma economia das emoções. Valores e crenças se sobrepõem à evidência. João Figueira analisa que a prática jornalística tem seguido a mesma dinâmica das redes sociais *on-line*, perdendo a sua importância e fazendo-o questionar: “Por que as pessoas querem as notícias? Qual a importância das notícias nas vidas das pessoas?”. O jornalismo, a saúde e a pesquisa científica estão fortemente atrelados a governos democráticos. Esse é o grande desafio que o mundo contemporâneo nos coloca: uma vida democrática. João Figueira é professor de Jornalismo na Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.

**Palavras-chave:** Comunicação; Informação; Mídia; Redes sociais; Portugal.

## ABSTRACT

In an interview to Reciis, João Figueira comments on his work, for more than 20 years, as a journalist in some of the main Portuguese newspapers and on his path as a researcher, considering it an extension and a passion for journalism. The researcher talks about an issue that he categorically says is not new: the misinformation. However, he specifies it on contemporaneity, considering the way misinformation circulates, given the emergence of online social networks. Contents spread in a faster and more fragmented way by an economy of emotions. Values and beliefs override evidences. João Figueira claims that journalistic practice has followed the same dynamics of online social networks, losing its importance and making him question: “Why do people want the news? How important are the news in people’s lives?”. Journalism, health and scientific research are strongly coupled up to democratic governments. The contemporary world poses us a great challenge: a democratic life. João Figueira is professor of Journalism at the Faculty of Arts of the University of Coimbra.

**Keywords:** Communication; Information; Media; Social networks; Portugal.

## RESUMEN

En entrevista con Reciis, João Figueira comenta su trabajo, durante más de 20 años, como periodista en algunos de los principales periódicos portugueses y su trayectoria de investigación, considerándola como una extensión y una pasión por el periodismo. El investigador habla de un tema que, categóricamente, afirma que no es nuevo: la desinformación. Sin embargo, la especifica en la contemporaneidad, considerando la forma en que circula la desinformación, ante el surgimiento y la afirmación de las redes sociales en línea. Los contenidos se difunden más rápido y más fragmentados por una economía de emociones. Los valores y las creencias anulan las evidencias. João Figueira afirma que la práctica periodística ha seguido la misma dinámica que las redes sociales en línea, perdiendo su importancia y haciéndolo cuestionar: “¿Por qué la gente quiere noticias? ¿Qué importancia tienen las noticias en la vida de las personas?”. El periodismo, la salud y la investigación científica están fuertemente ligados a los gobiernos democráticos. Este es el gran desafío que nos plantea el mundo contemporáneo: una vida democrática. João Figueira es profesor de Periodismo en la Facultad de Letras de la Universidad de Coimbra.

**Palabras clave:** Comunicación; Información; Medios de comunicación; Redes sociales; Portugal.

---

## INFORMAÇÕES

**Entrevistador:** Roberto Abib.

**Fotografia:** João Figueira/ Acervo pessoal.

**Licença CC BY-NC atribuição não comercial.** Com essa licença é permitido acessar, baixar (*download*), copiar, imprimir, compartilhar, reutilizar e distribuir os artigos, desde que para uso não comercial e com a citação da fonte, conferindo os devidos créditos de autoria e menção à Reciis. Nesses casos, nenhuma permissão é necessária por parte dos autores ou dos editores.

**Reciis: O senhor poderia comentar sobre a sua trajetória no jornalismo e como ele se tornou um interesse de estudo em suas pesquisas?**

**João Figueira:** Fui jornalista por mais de 20 anos, a maioria dos quais estive a serviço do Diário de Notícias, um dos jornais mais emblemáticos e históricos de Portugal. Ele foi, até aos primeiros anos deste século, um dos maiores e mais influentes periódicos portugueses. Em 2006, assumi minha exclusividade acadêmica, que já exercia, embora de forma parcial, desde 1999. Essa opção foi, de certa forma, um prolongamento do meu percurso como jornalista. É evidente que são atividades diferentes, com responsabilidades e envolvimento igualmente diversos. Todavia, quando digo que essa trajetória pela pesquisa é o prolongamento da minha atividade e paixão pelo jornalismo, quero com isso dizer que sem ela eu não teria desejado (nem conseguido) aprofundar mais todo um campo teórico que me ajudou a melhorar como profissional da informação. Devo esclarecer, portanto, até porque muitos dos nossos potenciais leitores são brasileiros, que a minha aproximação à academia e, posteriormente, ao ensino de jornalismo, no contexto universitário, se dá a partir da década de 1990, devido ao meu desejo de procurar instrumentos teóricos que me fizessem entender melhor a prática jornalística. Isto porque, quando me iniciei no jornalismo, em 1983, não havia ainda qualquer curso de jornalismo em Portugal. Toda a minha aprendizagem foi pela ‘tarimba’, sem quaisquer referências de ordem teórica. Ou seja, fui aprendendo com os mais experientes, com os mais velhos. Digamos que não houve uma aprendizagem formal, como ocorre hoje.

**Reciis: Em sua dissertação Os jornais como actores políticos: o Diário de Notícias, Expresso e Jornal Novo no verão quente de 1975 (FIGUEIRA, 2007), o senhor aborda a atuação do jornalismo num período de transformações políticas em Portugal. Como foi esse período da história do país e especificamente a atuação no jornalismo nessa época? Comparações podem ser feitas em relação à prática jornalística desse momento político e dos tempos atuais, considerando os contextos português, brasileiro e mundial?**

**João Figueira:** Começo por dizer que esse foi um período irrepetível. É evidente que, como todos os períodos revolucionários, os anos de 1974 e, sobretudo, 1975 foram tempos de grande efervescência política. Como todos os períodos revolucionários – e Portugal, é bom sublinhar, acabara de viver 48 anos de ditadura e de ausência de liberdade de expressão, de opinião e de informação, entre muitas outras liberdades, como política, sindical etc. –, esse foi vivido de maneira muito intensa, independente dos posicionamentos ideológicos de cada um. Por vezes, esquecemos esse quadro histórico e temporal, em que pela primeira vez, em quase 50 anos, as pessoas podiam livremente dizer e escrever o que pensavam. Pela primeira vez, milhares de pessoas podiam organizar-se política e sindicalmente. Para muitos, isso era a primeira vez que acontecia nas suas vidas.

Porém, todas essas liberdades vinham acompanhadas de problemas e fragilidades. Mais de 20% da população era analfabeta, e uma porcentagem muito significativa era analfabeta funcional. Portanto, o país era pobre, atrasado e, de repente, parecia querer tudo. Há uma música lançada em 1974, “Liberdade”, da autoria de Sérgio Godinho, um dos músicos e compositores mais importantes do último meio século em Portugal, que diz: “Só se pode querer tudo quando não se teve nada/ Só quer a vida cheia quem teve a vida parada” (GODINHO, 1974). Essa frase, a meu ver, resume de uma maneira notável essa sede insaciável de liberdade e o desejo de participação cívica e política.

O país estava num alvoroço permanente. Repare: o escritor Gabriel García Márquez, que veio a Portugal nesse período de 1975 como jornalista, publicou três reportagens na revista colombiana Alternativa, e

começava o texto a dizer que a sua chegada a Lisboa lhe lembrara os primeiros dias em Havana, poucos dias após o triunfo da Revolução Cubana. Ele ficou absolutamente extasiado com o que observou. Em França, à época, havia uma agência de turismo chamada Nouvelles Frontières, que organizava viagens à Revolução Portuguesa, com direito a assistir a comícios e a visitar as cooperativas que emergiam, sobretudo, na região sul do país, no Alentejo. A revolução era um produto turístico. Hoje é algo impensável, mas há 50 anos era assim que as coisas funcionavam.

Dentro desse quadro que estou a tentar resumir, como é que o jornalismo poderia ficar indiferente a toda essa efervescência social e política? Era impossível. Os jornalistas foram, como foram em períodos revolucionários que a história nos mostra, sobretudo a partir da Revolução Francesa, atores políticos. Em mudanças de regimes, em períodos revolucionários ou períodos de transição, a imprensa é sempre um ator político importante. Nessa medida, o jornalismo era parte integrante do processo histórico em curso, independentemente dos jornalistas e dos jornais que estavam a favor ou contra esse curso da história. Havia alguns que eram mais alinhados politicamente, mais revolucionários, digamos assim. Já outros não eram tanto. Certo é que nenhum deles se mantinha indiferente.

Aliás, o professor Mário Mesquita diz num texto que escreveu sobre a época que: “[...] este era um tempo de uma impossível neutralidade” (MESQUITA, 1993, p. 363). Ou seja, era impossível ficar indiferente ou ter qualquer distanciamento político ou ideológico em relação àquilo que se passava. Mesmo uma leitura na diagonal referente às páginas de qualquer jornal da época comprova precisamente isso que estou dizendo. Até o conhecido escritor Miguel Torga<sup>1</sup> escreveu em um de seus diários que, embora entendesse que, à época, a imprensa era muito parcial e muito contraditória, ele acrescentava dizendo: “[...] é verdade que era parcial e muito contraditória, mas na verdade nunca li tantos jornais na vida durante esse período” (TORGA, 1999, p. 1300).

Os jornais eram precisamente isso. Eram e foram instrumentos de luta social e política. O próprio José Saramago<sup>2</sup>, muito conhecido no Brasil, no dia em que assumiu as funções de diretor-adjunto do Diário de Notícias, afirmou publicamente que o seu jornal, e passo a citar: “[...] é um instrumento, nas mãos do povo português, para a construção do socialismo...” (SARAMAGO, 1975 *apud* FIGUEIRA, 2007, p. 96). Era possível, à época, os jornais terem essa dimensão programática e ideológica. Mas também do outro lado da barricada, digamos assim, Pinto Balsemão – que chegou a ser primeiro-ministro entre janeiro de 1981 e junho de 1983, e que foi fundador do Partido Popular Democrático (hoje PSD) – era diretor do Expresso, em 1974-1975, o mais influente órgão do centro-direita; pois bem, ele chegou a dizer que os principais inimigos do seu jornal eram os novos-ricos ideológicos. Por exemplo, o Partido Comunista Português (PCP) e o general Vasco Gonçalves, que foi o primeiro-ministro durante o período mais conturbado de 1975 e era uma figura muito ligada às forças políticas de vanguarda da esquerda; ora, todas essas pessoas eram os inimigos ideológicos do Expresso, segundo o seu diretor, que era, então, também deputado. Portanto, o jornal também assumia de forma clara as suas linhas ideológicas, que eram opostas aos ventos revolucionários daquela altura. Hoje é quase uma bizarraria. Hoje quase achamos que isso é impossível suceder.

Quanto ao que eu entendo acerca dos tempos atuais do Brasil, para responder à segunda parte da sua pergunta, diria que o jornalismo continua a ser um ator social e ideológico relevante. Embora hoje a situação seja um pouco mais sofisticada. Quero dizer: à sombra de uma mirífica ideia de objetividade e de imparcialidade, as mídias rebuscaram a sua linguagem, sem o efeito panfletário dos anos 1970. Parecem

1 Adolfo Correia da Rocha, mais conhecido pelo pseudônimo de Miguel Torga (São Martinho de Anta, 12 de agosto de 1907 – Coimbra, 17 de janeiro de 1995), foi um dos mais influentes escritores portugueses do século XX.

2 José de Sousa Saramago foi um escritor português, ganhador do Nobel de Literatura de 1998. Também ganhou, em 1995, o Prémio Camões – o mais importante prémio literário em língua portuguesa. Saramago é considerado o escritor responsável pelo reconhecimento internacional da prosa em língua portuguesa.

mais distanciadas, mais descomprometidas com a realidade de que tratam. Eu não acho nada disso. Acho que rebuscaram e sofisticaram a linguagem.

A organização empresarial das mídias mudou muito deste então. A concentração dos meios é hoje um fato iniludível muito maior do que era há 50 anos. Hoje assistimos a uma financeirização da economia e do meio empresarial muito maior do que há 50 anos. Criaram-se novas regras de comportamentos também nesse quadro macroeconômico, se olharmos por esse prisma. Por outro lado, vivemos num tempo marcado pela diversidade, mas ainda muito escassa, quando tratada pelas mídias. Se quisermos ser um pouco mais cirúrgicos, no interior das respectivas redações, há muita pouca diversidade de gênero, cultural e racial. No fundo, as mídias, supostamente, se preocupam com a diversidade sociocultural e socioeconômica, mas elas próprias, depois, internamente, não refletem essa diversidade de que supostamente tratam.

Por outro lado, e isso também é um aspecto importante, as condições laborais pioraram. Aumentou muito a precariedade do trabalho. As redações enfrentam problemas graves no nível de recursos humanos. No fundo, são pormenores que nos dizem que a informação jornalística e o exercício profissional do jornalismo enfrentam problemas muito graves e muito sérios. Se a tudo isso juntarmos a importância do protagonismo das redes sociais, então vamos concluir que as mídias tradicionais do jornalismo, como as conhecemos no passado, estão fortemente ameaçadas. Isso quer dizer que essas tais mídias enfrentam de fato uma luta desigual, com um impacto, em última instância, na qualidade da democracia; logo, em algo que atinge a todos, na nossa qualidade de cidadãos e de cidadãs. Portanto, se o cenário é esse, naturalmente que as mídias têm alguma responsabilidade naquilo que fazem. Poderia dar muitos exemplos, nas mídias sobre economia não há uma única notícia favorável aos sindicatos – estes são sempre o problema –, como se o mundo sindical, econômico e empresarial não tivesse investidores, gestores e trabalhadores. Quer dizer, as associações patronais são sempre tratadas com ‘luva branca’, sempre elogiadas, com uma visão muito positiva. Já os sindicatos aparecem como os ‘maus da fita’, os bandidos. Isso é uma forma de fazer um jornalismo comprometido com uma visão da sociedade, com uma visão ideológica.

**Reciis:** Em sua tese (FIGUEIRA, 2014), o senhor faz a articulação do jornalismo com a comunicação organizacional trazendo expressões como “produção de sentido”, “mídiatização” e “discurso”. Como o senhor trabalha com essas noções (produção de sentido, mídiatização e discurso) em suas pesquisas? Que contribuições o senhor destacaria para o campo da comunicação e para o jornalismo, a partir desse estudo?

**João Figueira:** Nessa articulação a que se refere eu procuro estabelecer e perceber as relações existentes entre a vida organizacional e as mídias. Dizendo de outra maneira, como as mídias contribuem ou podem contribuir para o aumento do capital reputacional e da notoriedade de uma organização. Daí, naturalmente, vai surgir o conceito de “produção de sentido”, que eu uso a partir da conceitualização de Karl Weick (1995) e que depois procuro articular com a noção de que as notícias são entendidas como construção, a partir de autores como Schlesinger (1978), Tuchman (1978), Molotch e Lester (1993), entre outros autores. O que implica, evidentemente, que tenhamos de ter em conta os conceitos de valor-notícia e os respectivos critérios de noticiabilidade. Tudo isso nos diz, por outro lado, que nada existe fora da linguagem. Ou seja, que tanto a produção de sentido como a mídiatização desse sentido socialmente construído são resultados de escolhas que são expressas por meio de narrativas as quais, por sua vez, se tornam visíveis e perceptíveis por meio da linguagem.

Já voltarei a falar da linguagem, do poder que a linguagem tem nos processos da comunicação. Mas se há pouco destaquei o papel de Weick no domínio da produção de sentido, é justo que também me refira às contribuições que fui buscar a Fairhurst e Putnam (2010), Mumby e Mease (2011) e Marchiori *et al.* (2010),

justamente para discorrer sobre as relações entre a organização e a comunicação. Depois desse rápido enquadramento, permita-me então que evidencie o poder da linguagem na produção desses tais sentidos, o que nos remete em parte para o que referi na resposta anterior, quando afirmava a ausência de neutralidade das mídias no tempo presente, como ator social.

Há, nesse diálogo, digamos assim, nessa relação quase dialética entre as organizações e as mídias, um objetivo claro: as organizações precisam de uma quase legitimação pública para potencializar o seu capital reputacional, para aumentar a sua notoriedade. Mas, ao mesmo tempo, essa midiaticização acaba por poder ter alguma consequência e, muitas vezes, ela está também muito comprometida com outras organizações acerca das quais ela se expressa. Em certas situações, aliás, chega a existir até uma espécie de..., podemos chamar, manipulação, um poder das fontes organizadas na construção de uma certa agenda midiática. Isso é muito notório hoje e, portanto, remete para uma outra coisa, que é precisamente o poder entre as mídias e as suas fontes, sobretudo as fontes organizadas, as profissionais etc.

Finalmente, a questão central em todos esses processos relacionais está no poder da linguagem. A linguagem não é neutra, Roland Barthes já nos lembrava isso. A forma como organizamos a notícia, a forma como organizamos a narrativa da organização; como nós queremos que essa narrativa seja depois midiaticamente reconstruída e passada. A linguagem utilizada vai criar na sua narrativa determinados tipos de valores, de ideias, de subtextos etc. Portanto, há aqui também esse poder fortíssimo que a linguagem tem na criação de símbolos e de valores. Seja o valor do prazer ou da felicidade, há toda uma criação de mundos quase paralelos ou quase perfeitos que depois tentamos reproduzir através do consumo, mobilizado por essa linguagem, por vezes mais visual e outras vezes predominantemente escrita.

**Reciis:** Em livro organizado com Sílvio Santos, *As fake news e a nova ordem (des) informativa na era da pós-verdade* (FIGUEIRA; SANTOS, 2019a), os senhores reforçam que o problema mais amplo das *fake news* está associado à desinformação. Qual é sua compreensão de 'desinformação'?

**João Figueira:** O entendimento que eu tenho sobre a desinformação e que começo desde logo a assumir é que está longe de ser um problema novo. Basta irmos à história da comunicação, à história das mídias, e vamos ver a desinformação ao longo dos anos. Não é um problema novo – nova é a tecnologia usada que faz com que a desinformação esteja ao alcance de qualquer um que pode ainda partilhá-la e ampliá-la. Portanto, antigamente a desinformação não estava ao alcance de qualquer um. Hoje está e é isso que faz dela um problema novo. Eu diria telegraficamente que a desinformação, portanto, estando longe de ser um problema novo, corresponde a uma epidemia do nosso tempo. Entendo-a na proposta teórica de Wardle e Derakhshan (2017) como uma produção deliberada de informação falsa. Ainda que haja algumas subdivisões, quando se fala em desinformação, imediatamente o que me ocorre é uma produção deliberada de informação falsa, com o objetivo de provocar algum dano.

**Reciis:** No livro, os senhores destacam que a expressão *fake news* foi a palavra do ano de 2017 pelo Collins Dictionary (FIGUEIRA; SANTOS, 2019a). Qual a especificidade das *fake news* defendida pelo senhor, sobretudo na relação com as redes sociais?

**João Figueira:** Vou começar por referir um texto escrito há quase um século por Fernando Pessoa. Nesse texto, provavelmente um pouco esquecido, o autor diz a certa altura o seguinte: “As sociedades são conduzidas por agitadores de sentimentos, não por agitadores de ideias” (p. 74), para sustentar que “o público não quer a verdade, mas a mentira que mais lhe agrada” (p. 74). Essa frase, que está contida

numa obra intitulada *Páginas íntimas e de autointerpretação* (PESSOA, 1966), faz parte de um pequeno texto no qual Fernando Pessoa discorre sobre o sentido dos ideais e da produção intelectual, situando essa dimensão criadora – que poderia ser da ordem da poesia, como da filosofia – na esfera de ação de alguém que teria de se haver e enfrentar a crise de civilização e de cultura do seu tempo. E, nesse seu tempo, considerava Pessoa, “o público não compreende ideias complexas” (p.74) e por isso é “preciso dar-lhe só ideias simples, generalidades vagas, isto é, mentiras, ainda que partindo de verdades” (p. 74). Ora, o tempo presente, embora mantendo algumas das características da sociedade de há 100 anos, tem a novidade das redes sociais e de todo um ecossistema midiático que transformou os processos de comunicação. Pois bem, os “agitadores de sentimentos” (p. 74) do passado são hoje os manipuladores das emoções que marcam, no essencial, o tom inflamado que vigora nas redes sociais, e perante as quais é mais fácil aderir a uma mentira que nos agrada, que confirme as nossas convicções, que dar atenção a uma verdade que contraria os nossos preconceitos e põe em causa as nossas certezas. E aos ‘guerrilheiros do sofá’, como eu chamo aos militantes das redes sociais, pouco ou nada lhes interessa a verdade. Movem-nos a circulação de ideias e a adesão às suas crenças e aos seus preconceitos, aspectos que os fatoriais e a matemática dos algoritmos vieram reforçar. Portanto, vivemos numa espécie de sociedade dividida em tribos. Cada qual com suas mentiras ou com suas crenças. Ora bem, quando Umberto Eco disse um dia que as redes sociais colocavam em pé de igualdade o especialista e o maior imbecil da aldeia – longe de estar implícita nessa afirmação uma ideia de democracia – ele estava a alertar para o nivelamento por baixo do conhecimento ou, melhor dizendo, dos conteúdos que se comunicam, e do tipo de discussão que tudo isso provoca. Se o tal idiota da aldeia tiver mais *likes* e mais compartilhamentos, a sua opinião pode até valer mais na matemática e no mundo virtual das redes sociais. Porque é mais popular e estará mais próxima dos sentimentos e das emoções da maioria.

Cada pessoa, individualmente, tem o poder de comunicar o que quiser em larga escala. Isso quer dizer que a possibilidade de circulação desregulada da mentira é total. Sabemos que o que determina essa circulação é da ordem do emocional, qualquer troca racional de argumentos está completamente aniquilada. E porque, justamente, as *fake news* se inserem na economia das emoções, como alguns autores se referem (BAKIR; MCSTAY, 2017), lidamos com alguma coisa que dificilmente vai desaparecer do nosso cotidiano. Será que lutamos mesmo pela verdade ou ficamos contentes com uma mentira que nos agrada? Afinal de contas, não estamos propriamente a lidar com um problema novo. Temos, sim, um problema que ganhou uma dimensão nunca antes conhecida. E por isso é muito mais difícil resolvê-lo.

### **Reciis: Como o senhor observa as dinâmicas de desinformações em relação com os valores democráticos e nas relações com a ciência e com a saúde?**

**João Figueira:** Convém-nos lembrar de que a Organização Mundial da Saúde publicou em 2020 um relatório que tem por cenário a desinformação durante as fases mais agudas da covid-19 (UNESCO, 2020). Entre os muitos números, há um que me chamou muito a atenção: de que 19 milhões dos 50 milhões de *tweets* relacionados com a covid-19, ou seja, 38% do total dos *tweets* comunicados a propósito da covid-19, foram considerados falsos ou manipulados. Isso é um problema de dimensões estratosféricas e que confirma a ideia de que estamos realmente vivendo um fenómeno de proporções gigantescas, desregulado e sem fronteiras. Por ser assim, seus conteúdos e objetivos não conhecem limites. O que quer dizer que a ciência e a saúde não estão imunes a todo tipo de ataques e de manipulações.

Aqui observamos mais uma contradição do nosso tempo: nunca como hoje as sociedades souberam tanto e tiveram tanto acesso ao conhecimento; porém, nunca como agora o conhecimento e a ciência foram tão atacados à escala global. Isso é um contrassenso, um paradoxo, uma contradição. Mas essa contradição, eu diria, é um pouco mais preocupante ainda por outro motivo que me permito trazer aqui, que é o da

democracia. Repare: estamos a observar um pouco por esta Europa toda a mobilização de solidariedade feita para com a população ucraniana, acompanhada de proclamações diárias, através das mídias, dos valores e princípios democráticos. Contudo, os índices de abstenção nas eleições têm vindo a aumentar de forma preocupante. O discurso midiático sobre as instituições nos Estados democráticos raramente é positivo. Olho para isso e há algo de esquizofrênico nessa relação entre a democracia, as mídias e os cidadãos. A ideia de que vivemos um tempo marcado pela velocidade; pela instantaneidade da comunicação; pelo predomínio da frase rápida em detrimento da reflexão lenta e mais profunda; pela busca do efeito midiático, para o predomínio do emocional no processo de comunicação. Tudo isso, entre outros aspectos, contribui para um difícil trabalho do pensamento. Precisamente, vivemos cada vez mais imersos no mundo das redes sociais. É como se não existisse mundo fora do virtual. E bem sabemos, ou deveríamos saber, que as sociedades são suficientemente complexas. Nessa medida, é impossível querer perceber esse mesmo mundo complexo, contraditório, segundo a lógica simplista que tantas vezes é maniqueísta das redes sociais – e por vezes também nas narrativas midiáticas.

Nesse quadro de complexidade e de contradições em que estamos situados, é evidente que precisamos discutir profundamente e com tempo – que é algo que nos falta. É outro argumento falacioso: nós não temos tempo, mas o dia continua a ter 24 horas. Isso não foi alterado. O que pode ter mudado são as nossas prioridades. O que pode ter mudado é todo um conjunto de outras circunstâncias. Há outro tipo de circunstância, de modismo, que faz com que nós estejamos dispostos muito mais para determinados fenômenos, abertos e disponíveis para determinados tipos de reações, e menos para outros. A verdade é que, com as redes sociais, a disputa pela economia da atenção aumentou em flecha. Nossa atenção é muito mais disputada hoje do que era há 20 ou 30 anos. Isso implica da nossa parte uma exigência muito maior e um nível de seleção mais criterioso e exigente. É precisamente aqui que eu me pergunto: temos tempo suficiente, disponibilidade, vontade, para nos deter naquilo que é verdadeiramente importante, para provermos as mudanças que importa fazer, ou vamos na maré daquilo que hoje é composto, sobretudo, pelas linguagens e pelos grupos das redes sociais?

**Reciis:** Associa-se as redes sociais a uma ideia democrática, de um acesso universal, e a uma ideia de que todos podem ser produtores e receptores de conteúdo. Há uma nova percepção de produção e consumo de conteúdos? Como o senhor entende a dinâmica das redes, nesse aspecto?

**João Figueira:** Em tese, acho as redes sociais uma coisa ótima. Isto é, elas correspondem a um avanço na comunicação. Elas proporcionam interação instantânea, podem dar voz às pessoas que antes não tinham voz. Isso é muito importante. Conseguem, em certas circunstâncias, influenciar a agenda midiática com questões e temas que de outra forma não teriam essa visibilidade. Do ponto de vista do ideal democrático, no início do século, em 2001 ou 2002, em Nós, os media, Dan Gillmor já olhava para isso como uma ideia ótima, excelente (GILLMOR, 2005). Só que o problema de qualquer tecnologia nova é o que nós fazemos com ela. Costumo dizer, com alguma ironia, que antes da invenção do automóvel não havia acidentes rodoviários. Na verdade, o mesmo automóvel que provoca acidentes mortais é o mesmo automóvel que pode salvar vidas, que pode chegar mais rápido ao hospital, pode socorrer uma vítima etc. Tudo aquilo que remete para a ordem do tecnológico e da técnica pode ser utilizado de diferentes maneiras. Nas redes sociais, por exemplo, ao lado do discurso de ódio, existem grupos vocacionados para a solidariedade e para as denúncias de desigualdades sociais. Nós simplesmente damos muito mais atenção àquilo que nos fere e àquilo que nos atinge. E isso tem a ver com o discurso de ódio de hoje que tem uma presença muito forte nas redes sociais.



A pergunta que temos que fazer, não diria que é uma pergunta incômoda, mas uma pergunta que gera respostas desencontradas e, às vezes, bastante apaixonadas: as redes sociais não deveriam ser reguladas? Deveria haver uma regulação da mesma maneira que há uma regulação para as mídias? Tendo a achar que sim e não vejo nisso nenhum ataque à liberdade de expressão, à liberdade de opinião. Não vejo nisso qualquer problema. Agora, estamos a lidar com uma tecnologia que não conhece fronteiras, uma tecnologia em escala global, e que é de difícil regulação. Basta ver as primeiras declarações que o Elon Musk fez a partir do momento que anunciou sua intenção de comprar o Twitter. Não há mais impeditivos para ninguém: o Trump pode dizer as maiores barbaridades. O Bolsonaro pode dizer as maiores barbaridades. Todos podem dizer as maiores barbaridades, não há problema nenhum, pois é liberdade de expressão. Eu considero que há diferença entre liberdade e libertinagem, entre liberdade de opinião no sentido mais generoso e herdeira do Iluminismo, e a opinião que se beneficia dessa livre circulação possibilitada pela sociedade democrática com objetivos obscurantistas e discriminatórios. Reconheço, no entanto, que esse é um debate muito sensível e complexo, mas igualmente necessário.

**Reciis: Vemos a apropriação da ideia de liberdade na dinâmica da política e, principalmente, na saúde. Isso ficou bastante evidente no posicionamento de que 'eu tenho a liberdade de não tomar vacina'. O senhor poderia comentar um pouco como observa a apropriação da ideia de liberdade?**

**João Figueira:** Há aqui uma dimensão abusiva acerca da liberdade, porque isso nos leva para uma espécie de relativismo perigoso. É como se não houvesse certeza de nada, é como se a ciência fosse uma coisa tão relativa quanto o resto. Como se a ciência estivesse no nível da crença: 'Bom, acredito que é assim e que não é assim', baseado em crenças. A ciência está baseada naquilo que se chama evidência. Essa questão de que, em nome de uma liberdade de expressão, posso dizer tudo aquilo que eu quero é complicada. Quero levantar aqui um problema: como regulamos isso? Tenho ou não tenho direito a exibir minha ignorância? Eu tenho esse direito, acho que sim. O problema está em como fazemos valer aquilo que não remete para a ignorância. Vários artigos e vários estudos foram feitos a propósito dos *tweets* do Trump (ROSS; RIVERS, 2018; ALEXANDRE; YOO; MURTHY, 2021), e eles mostram como ele dominou e controlou a opinião pública, a partir de muitos de seus *tweets*. Isso significa que ele dominava a agenda midiática. A questão que se coloca é: a mídia tem que conferir credibilidade a algo que não é crível? Se nós achamos que uma rede social não tem as obrigações éticas e ontológicas de um trabalho feito por jornalistas profissionais significa que estamos a falar de coisas diferentes. Estamos a falar de mundos comunicacionais diferentes, de responsabilidades diferentes também.

Boa parte dos cidadãos não distingue as diversas dimensões de um comentário, de uma notícia, de uma afirmação e de quem a proferiu: se é um especialista na respetiva área etc. Eles não distinguem isso. O que nos leva a algo que já estava implícito no que disse anteriormente e que remete para a responsabilidade social da mídia. Estamos num ecossistema midiático completamente novo, o paradigma da comunicação de massa já foi. Estamos no paradigma da comunicação em rede. Portanto, como tudo que é novo, estamos a gatinhar para compreender. Nesse novo ecossistema midiático, a mídia, pela primeira vez, ao fim de mais de um século, perdeu o monopólio da distribuição da informação em larga escala. Portanto, quer dizer que, hoje, um cidadão que tem um *blog* pode concorrer com o The New York Times, com a Folha de S.Paulo e/ou com o Estadão. É nessa possibilidade de condição tecnológica que a mídia tem que fazer a diferença, e que terá que ser pela credibilidade. Não pode ser de outra forma, é nessa batalha da credibilidade que a mídia tem que estar. Muitas vezes, não estão ali, pois entram na lógica da rede social, da velocidade, do instantâneo, da pressa. Sua primeira reação é comentar o *tweet* matinal do Trump ou do Bolsonaro. Isso

não é informação. O jornal transforma-se numa rede social. Essa discussão é que a mídia tem que ter, dentro de suas estruturas o jornalismo tem que discutir isso. Isto é, para que existe o jornalismo? Ele existe para conferir credibilidade e qualidade à informação. No dia em que jornalismo deixar de se diferenciar, do ponto de vista da qualidade, do ponto de vista da informação que presta, será igual aos outros ou pior. Não faz falta. Portanto, ele tem que se tornar relevante. A minha ideia é essa: o jornalismo só poderá vingar se se tornar relevante. Caso contrário, convivemos bem com as redes sociais. Cerca de 50% dos cidadãos europeus, cerca de 50% dos cidadãos norte-americanos e mais ao menos a mesma proporção de cidadãos brasileiros já recebem informação pelas redes sociais.

**Reciis:** Em seus textos, o senhor comenta que o jornalismo tem se mantido em um lugar de conferir se é verdade ou não. E o senhor entende que, na verdade, o jornalismo é algo ainda mais amplo que isso?

**João Figueira:** Em 2022, diante desse quadro tecnológico que temos, dentro desse sistema comunicacional em que estamos, a pergunta inicial é: para que serve o jornalismo hoje? É para divertir? Se for para divertir há formas e modelos mais felizes e mais interessantes. É para informar bem? Ele tem que estar fiel à sua matriz inicial, que é a informação precisa, rigorosa, cuidada, verdadeira e completa. Para nos dar os ‘comos’ e ‘porquês’, pois já não nos interessa muito ‘o quê’ e ‘quem’ – isto é uma coisa do instantâneo. O importante é cada vez mais a resposta ao como e ao porquê. Dar-nos respostas àquilo que as redes sociais, que o instantâneo não nos dá. Aconteceu por quê? Quais as consequências? Quais as origens? O que está verdadeiramente em causa? E ir além do mais evidente, além do óbvio. Ir além daquilo que é o primeiro nível da visibilidade. Temos que cavar mais fundo. O jornalismo é para isso. É nesse sentido e com esse objetivo que o vejo e ele me faz falta.

Mas há dilemas internos, dúvidas e problemas que não devemos escamotear. Desde logo, como se paga esse jornalismo relevante de qualidade a que eu me refiro? Isso se paga? Mesmo que seja financiado por fundos públicos, isso custa dinheiro. Devemos ter bons profissionais? Isso custa dinheiro. Quem tem que pagar isso? Essa discussão também é preciso ter. Na minha perspectiva (embora seja minoritária, mas não me assusta muito, sempre fui ligado às minorias), temos que olhar para a informação jornalística e para o jornalismo como um bem de primeira necessidade. Isto é bem de primeira necessidade como é a água, como é a eletricidade. Não fazemos *download* da água para não pagarmos a conta da água. *Download* de eletricidade já vi, nos casos em que as pessoas fazem ligações esquisitas. Mas nós aceitamos de bom grado que se faça *download*, que se faça pirataria informacional por meio da internet. Isto é, em que se vão copiar informações e publicam-se. Portanto, queremos ter acesso a um bom jornal, a um bom órgão multimídia, mas sem o pagar. Isso é um problema sério, para além de dizer que é um problema ao nível da cidadania. Aqui entroncam algumas perguntas que importa fazer: para que serve o jornalismo hoje? Qual a falta que o jornalismo faz às pessoas? Para que as pessoas querem o jornalismo? Às vezes, não colocamos essa pergunta: as pessoas têm ou não têm o direito de não quererem ser informadas? Não gostamos muito, partimos sempre do princípio de que querem. As pessoas podem não querer ser informadas.

Tenho amigos que falam: “Se houver algo muito grave, alguém há-de me dizer, portanto, não preciso estar muito preocupado com isso”. Essa questão também é muito séria e não a vejo suficientemente estudada nem pesquisada: o que as notícias têm a ver com vida das pessoas, por que as pessoas querem as notícias? Qual a importância das notícias nas vidas das pessoas? Se a maioria das pessoas acede à informação por meio das redes sociais e não por meio da mídia tradicional, significa que há aqui um problema gravíssimo sobre o qual o jornalismo deveria pensar seriamente. Provavelmente, arrisco a hipótese, o jornalismo não tem a importância na vida das pessoas que julga que tem. Se assim for, é dramático.

**Reciis:** Em estudo recente de sua autoria e de Sílvia Santos, os senhores analisam a percepção das notícias falsas em estudantes universitários de Portugal (FIGUEIRA; SANTOS, 2019b). O que se pode destacar desse estudo para a compreensão da desinformação e das *fake news*, a partir da sua apropriação e do entendimento por parte desses universitários? A partir dessa percepção no estudo, o que propõe como estratégia possível para reduzir os efeitos negativos promovidos pela desinformação?

**João Figueira:** No fundo o que está em jogo é a ideia da aprendizagem. Ou seja, não basta eu possuir uma tecnologia, é fundamental eu saber me relacionar com ela, percebê-la em suas múltiplas dimensões. Sublinhando algo que já disse há pouco, a complexidade das sociedades contemporâneas exige que todos tenhamos uma maior percepção e as competências cada vez mais apuradas e mais capazes de nos levar a tomar decisões acertadas da maneira mais ágil e mais rápida. Portanto, quero com isso dizer que, ao contrário da noção de simplicidade, de facilitismo, que vemos por aí inserida nos mais diversos discursos, na minha perspectiva, o que se exige é mais e melhor preparação, é mais e melhor conhecimento, ou seja, uma aprendizagem mais responsável. Tem que haver responsabilidade no processo. Não podemos ser um agente passivo. Se o formos, como poderemos estar devidamente preparados para a tal sociedade que é completamente competitiva e exigente?

Vivemos numa sociedade cada vez mais competitiva, mais concorrencial, em que temos que ser todos muito bons; a ser assim, então temos que ter uma aprendizagem e um ensino bastante mais exigentes. É verdade que hoje, felizmente, há mais crianças e há mais jovens a estudar. Isso é bom. Importa é passar do quantitativo para o qualitativo. Importa dar um salto qualitativo. Ao mesmo tempo e a um outro nível também será desejável que se dignifique o trabalho. Eu queria salientar esse aspecto: outro dia estava a falar nisso, e alguém me dizia que um dos fatores do desencorajamento das aprendizagens dos jovens é porque têm o desemprego à espera deles ou empregos com baixos salários. Nós temos que defender a dignificação do trabalho. Para que seja possível que se consubstancie o argumento de que o estudo e a aprendizagem nos diversos níveis de ensino fazem sentido. E serão reconhecidas.

Nos anos de 1990, um jovem jornalista que entrasse para a profissão iria auferir um ordenado, à época, infinitamente superior ao ordenado que auferia hoje um jovem jornalista que entra na profissão. Portanto, dignificação do trabalho por meio de salários socialmente justos é fundamental. Se continuarmos em recessão, ou seja, a diminuir a qualidade e a dignidade do trabalho, não há motivos para investir seriamente na educação. Não há motivos para investir seriamente na escola, porque não seremos capazes de mostrar aos jovens que o conhecimento e as aprendizagens coletivas são a melhor via para uma boa qualidade de vida. Tem que haver uma consonância entre todos esses aspectos. Temos que olhar para a sociedade de uma forma muito mais holística, mais ampla. Se eles percebem que no final da linha os espera um trabalho pouco dignificado, pouco qualificado, em que o destino é o mesmo, independentemente do seu empenho...

Portanto – e regressando ao tema central dessa nossa conversa –, reitero que o combate à desinformação e a luta pela qualidade educacional das nossas sociedades são processos inteiramente ligados. Não desligo uma coisa da outra. Com mais informação é preciso mais literacia, chamamos de educação para as mídias, chamamos de literacia midiática. Isso é muito importante. Hoje não basta apenas, como antigamente, aprender a ler, escrever e contar – é necessário aprender a interpretar uma imagem, com mais conhecimento e mais curiosidade, mas isso tem que ter uma finalidade. E a finalidade que vejo é lutarmos por uma sociedade socialmente mais justa e que nos proporcione uma qualidade de vida melhor.

## Reciis: Nesse estudo vocês apontam a necessidade da literacia?

**João Figueira:** A literacia é fundamental. Há pouco falei da linguagem. Hoje a comunicação, sobretudo entre a população mais jovem, se dá por meio de uma linguagem muito codificada, são mensagens um pouco cifradas. Isso conduz, se não houver outras práticas de comunicação, a um empobrecimento da linguagem. Quer dizer, nosso universo mental acaba por ficar muito mais empobrecido, porque utilizamos menos palavras. A linguagem está em tudo, porque é com ela que expressamos o nosso pensamento. Se eu quiser descrever um sonho, expressar uma ideia, preciso da linguagem. A palavra de fato é uma das melhores invenções do ser humano. E da mesma maneira que um atleta precisa treinar todos os dias, também cada um de nós necessita de exercitar os músculos do cérebro para pensar e exprimir melhor o seu pensamento. Se eu não fizer isso, estarei a impor limitações a mim próprio, ao mesmo tempo que o meu universo de referências, de linguagem, fica igualmente mais empobrecido. Ora, se o meu microcosmos se circunscrever às lógicas comunicativas das redes sociais, se as minhas relações interpessoais não passarem disso, significa que estarei a limitar o meu mundo e a colocar barreiras ao meu próprio desenvolvimento.

Quando falamos na luta contra a desinformação, contra os fenômenos da pós-verdade, contra as *fake news*, nós temos em princípio a ideia de que queremos um cidadão, uma cidadã mais esclarecida, que seja mais dificilmente manipulada, e que esse nível superior de consciência é bom porque, em democracia, um cidadão, quanto mais esclarecido for, melhor toma decisões, melhor pode decidir. Portanto, digamos que a vida em comunidade por via de um conjunto dos atos individuais acaba por ser muito mais interessante e muito melhor. A questão é que tudo passa pela democracia. É fundamental não perder de vista a grande literatura, o grande cinema, o grande teatro, as grandes referências. Uma sociedade que não tenha em conta, no seu processo de aprendizagem, no seu processo de ensino, no seu processo profissional, as suas grandes referências culturais, seja de que ordem for, está naturalmente minorizada.

Por outro lado, subsiste um aspecto que é o seguinte: até que ponto essas novas tecnologias, essa forma de comunicação mais direta do protagonista, do dirigente político, para com seus públicos não constituem um fator de favorecimento da afirmação dos populismos de direita? Do outro lado da moeda temos os problemas e as contradições da própria democracia, que permite que em seu seio apareçam e se desenvolvam forças que a combatem. Definitivamente, vivemos numa sociedade bastante complexa, com muito choques de interesses, muitos interesses contraditórios.

## Reciis: Na contemporaneidade e em tempos de pandemia, quais desafios se colocam nestes campos: comunicação, informação e saúde?

**João Figueira:** Penso que o grande desafio é a democracia. Insisto muito nesse tema, para mim é incontornável: que numa sociedade os seus múltiplos elementos estão interligados; que o bom jornalismo tem alguma relação com uma boa vida democrática; que um bom sistema de saúde e de investigação científica estão em certo sentido relacionados com governos democráticos, e que um bom ambiente informativo contribui para elevar os restantes campos da vida em sociedade.

Quero com isto dizer, em síntese, que o grande desafio somos nós – está em nós. A Informação, a Democracia, a Saúde não existem despojadas das pessoas, dos cidadãos e das cidadãs. Portanto, é altura de cada um de nós se autorresponsabilizar pelo ecossistema midiático, político e social em que se insere. Tudo isso implica uma cidadania ativa e esclarecida. Logo, mais bem formada e, se assim for, potencialmente mais bem protegida contra o ambiente emocional da desinformação e da mentira. E da manipulação, evidentemente.

Quem sabe seja essa a utopia do tempo presente: a construção de uma cidadania ativa e esclarecida e, por isso mesmo, inquieta.

## REFERÊNCIAS

- ALEXANDRE, Ilo; YOO, Joseph Jai-sung; MURTHY, Dhiraj. Make tweets great again: who are opinion leaders, and what did they tweet about Donald Trump? **Social Science Computer Review**, Londres, p. 1-22, 2021. DOI: <https://doi.org/10.1177/08944393211008859>. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/08944393211008859>. Acesso em: 06 jun. 2022.
- BAKIR, Vian; MCSTAY, Andrew. Fake news and the economy of emotions: problems, causes, solutions. **Digital Journalism**, Londres, v. 6, n. 2, p. 154-175, 2017.
- FAIRHURST, Gail T.; PUTNAM, Linda. As organizações como construções discursivas. In: MARCHIORI, Marlene. (org.). **Comunicação e organização: reflexões, processos e práticas**. São Caetano do Sul: Difusão, 2010. p. 102-148.
- FIGUEIRA, João. **O acontecimento que quer ser notícia: a construção de sentido das Organizações através dos media – O caso A Vida é Bela**. 2014. 461 f. Tese (Doutoramento em Letras) – Universidade de Coimbra, Coimbra, 2014.
- FIGUEIRA, João. **Os jornais como actores políticos: o Diário de Notícias, Expresso e Jornal Novo no verão quente de 1975**. Coimbra: Minerva Coimbra, 2007.
- FIGUEIRA, João; SANTOS, Sílvio (org.). **As fake news e a nova ordem (des)informativa na era da pós-verdade**. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra, 2019a.
- FIGUEIRA, João; SANTOS, Sílvio. Percepción de las noticias falsas en universitarios de Portugal: análisis de su consumo y actitudes. **El Profesional de la Información**, Léon, v. 28, n. 3, p. e280315. 2019b. DOI: <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.15>. Disponível em: <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2019.may.15>. Acesso em: 06 jun. 2022.
- GILLMOR, Dan. **Nós, os media**. Lisboa: Editorial Presença, 2005.
- LIBERDADE. Compositor: Sérgio Godinho. Intérprete: Sérgio Godinho. In: **À queima roupa**. Intérprete: Sérgio Godinho. Lisboa: Guilda da Música, 1974. 1 disco vinil, lado A, faixa 1 (3:16 min).
- MARCHIORI, Marlene *et al.* Comunicação e discurso nas organizações: construtos que se relacionam e se distinguem. **Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo, v. 32, n. 54, p. 211-238, 2010. DOI: <https://doi.org/10.15603/2175-7755/cs.v32n54p211-238>. Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/view/1960>. Acesso em: 06 jun. 2022.
- MESQUITA, Mário. Os meios de comunicação social. O universo dos media entre 1974 e 1986. In: REIS, António (coord.). **Portugal: 20 anos de democracia**. Lisboa: Círculo de Leitores, 1993. p. 360-405.
- MOLOTCH, Harvey; LESTER, Marilyn. As notícias como procedimento intencional: acerca do uso estratégico de acontecimentos de rotina, acidentes e escândalos. In: TRAQUINA, Nelson. (org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Veja, 1993. p. 34-53.
- MUMBY, Dennis K.; MEASE, Jennifer. Organizational discourse. In: DIJK, Teun A.V. (ed.). **Discourse studies: a multidisciplinary introduction**. Londres: Sage, 2011. p. 283-302. DOI: <https://dx.doi.org/10.4135/9781446289068.n14>.
- ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA (UNESCO). **Periodismo, libertad de prensa y covid-19**. Paris: Unesco, 2020. Disponível em: [https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco\\_covid\\_brief\\_es.pdf](https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_covid_brief_es.pdf). Acesso em: 06 jun. 2022.
- PESSOA, Fernando. **Páginas íntimas e de autointerpretação**. Lisboa: Edições Ática, 1966.
- ROSS, Andrew S.; RIVERS, Damian J. Discursive deflection: accusation of “fake news” and the spread of mis- and disinformation in the tweets of President Trump. **Social Media + Society**, Londres, v. 4, n. 2, p. 1-12, 2018. DOI: <https://doi.org/10.1177/2056305118776010>. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/2056305118776010>. Acesso em: 06 jun. 2022.
- SCHLESINGER, Philip. **Putting “reality” together**: BBC News. Londres: Methuen, 1978.
- TORGA, Miguel. **Diário**. Lisboa: Publicações Dom Quixote, 1999. v. IX-XVI.

TUCHMAN, Gaye. **Making News**: a study in the construction of reality. Nova York: Free Press, 1978.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. **Information disorder**: toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Estrasburgo: Council of Europe, 2017. Disponível em: <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>. Acesso em: 06 jun. 2022.

WEICK, Karl E. **Sensemaking in organizations**. Thousand Oaks: Sage, 1995.