

## DESINFORMAÇÃO E FAKE NEWS: uma análise sobre o cenário da pandemia da covid-19

Camila Cunha Rodrigues de Azevedo<sup>1</sup>

Diogo Silva Miranda de Miranda<sup>2</sup>

### RESUMO

A pandemia do novo coronavírus (SARS-Cov-2) trouxe para o âmbito social diversas discussões. Enquanto o mundo luta contra a maior crise sanitária já vista que, até o momento, dura quase dois anos, uma outra doença tem se espalhado entre a população: a desinformação. É dessa forma que o presente trabalho busca compreender como a cobertura jornalística vem perdendo credibilidade e desenvolvendo novos contornos e desafios a partir do coronavírus. O cenário atual conta com o avanço de *fake news* e desinformação, gerando um fenômeno chamado de incomunicação por Wolton (2010). Para dar seguimento à pesquisa e, a fim de compreender bem os resultados obtidos, fizemos uso da Análise de Conteúdo (AC) com o apoio metodológico de Klaus Krippendorff (1990) e Laurence Bardin (1988). No estudo, foi possível destacar a parte da população que mais tem dúvidas quanto a postagens com caráter desinformativo, além de notar a faixa etária que compõem esse grupo e o que pensam a respeito. Entendemos, então, que o processo de descredibilização do jornalista é complexo e passa por um contexto que visa ludibriar a sociedade.

**PALAVRAS-CHAVE:** desinformação; *Fake News*; Covid-19; incomunicação.

### INTRODUÇÃO

O ano de 2020 não foi o ano que todos esperavam ou desejam. Ao contrário, a pandemia do coronavírus foi responsável por uma luta contra um inimigo invisível, sem precedentes e sem tempo para entender o que fazer. Enquanto milhares morriam, países entravam em verdadeiras disputas internas sobre os rumos que deveriam ser tomados, como conduzir a crise, quais medidas adotar, como evitar que mais percam suas vidas. Houve a saída do campo sanitário para o ideológico, após falas e falas negacionistas serem ditas por líderes.

---

<sup>1</sup> Estudante de Jornalismo, 8º semestre da Faculdade Estácio Pará FAP. E-mail: camila.azevedo07@hotmail.com

<sup>2</sup> Orientador do trabalho, Jornalista e Mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade Federal do Pará. Docente do curso de Comunicação Social da Faculdade Estácio do Pará. E-mail: diogo.miranda@gmail.com



O mundo já sofria com os impactos que a Covid-19 causaria desde novembro de 2019, quando Wuhan, na China, confirmou a doença. O primeiro caso só foi confirmado no Brasil no dia 26 de fevereiro de 2020, pelo então ministro da saúde Luiz Henrique Mandetta. No Pará, a confirmação para o primeiro paciente infectado só foi dada em 18 de março do mesmo ano.

Medidas de prevenção foram adotadas a fim de conter a evolução da pandemia, entre elas: distanciamento social, uso de máscaras e álcool em gel para higiene das mãos, quarentena, etc. Ainda não existe um tratamento específico para a doença, ou um remédio comprovado, as pessoas recebem cuidados para aliviar os sintomas, que se assemelham aos da gripe. Nossos números, ainda que em queda, são preocupantes: mais de 607 mil<sup>3</sup> famílias brasileiras já sentiram a dor da perda para a Covid-19.

Porém, o que já existe e está em vigor no país desde 17 de janeiro de 2021, é a campanha de vacinação, que, até o momento, já imunizou completamente mais de 119 milhões de brasileiros<sup>4</sup>. No Pará, pouco mais de 45%<sup>5</sup> já tem a segunda dose aplicada. Nossa média é menor que a média nacional. Número preocupante para um país referência mundial em aplicação de vacinas.

O cenário atual, então, conta com entraves tanto no sentido de saúde pública, que viu sua capacidade máxima sendo testada ao limite, quanto em desinformação e o que ela acarreta para a vida da sociedade, uma vez que a quantidade de *fake news* espalhadas tendem a desestimular a adesão da população a medidas sanitárias necessárias para a contenção do vírus, assim como descredibilizar a cobertura jornalística na pandemia, que vem sofrendo inúmeros ataques. Essa realidade de controvérsia é vista em falas diversas e campanhas sobre o assunto, tendo mídias digitais como grandes mediadoras desse processo.

Dessa forma e juntando com um interesse pessoal por esse tipo de análise dentro do jornalismo, surgiu a necessidade de entender: como o trabalho do jornalista vem sendo tão atacado e descredibilizado? Um levantamento feito pela Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj) mostrou que o número de ataques à imprensa em 2020 mais que dobrou do que em 2019, aumentando cerca de 106%.<sup>6</sup>

Com isso, nosso objetivo é entender o processo que levou a população a desacreditar no trabalho do jornalista durante a pandemia e como isso tem impactado a nossa vida.

---

<sup>3</sup> Fonte: Ministério da Saúde. Dados atualizados em 30/10/2021.

<sup>4</sup> Fonte: Ministério da Saúde. Dados atualizados em 30/10/2021.

<sup>5</sup> Fonte: Secretaria de Saúde do Pará. Dados atualizados em 30/10/2021.

<sup>6</sup> Disponível em <https://fenaj.org.br/violencia-contra-jornalistas-cresce-10577-em-2020-com-jair-bolsonaro-liderando-ataques/>

Para nos ajudar a compreender o fenômeno, no primeiro capítulo o trabalho faz um levantamento geral sobre o cenário em que estamos vivendo, analisando implicações, as problemáticas do amplo acesso à *Internet* e as consequências dessa atualidade para nós, uma vez que estamos vivendo um caos no sentido de disseminação de informação. Utilizamos o conceito de Castells (2001), que descreve a sociedade em que estamos inseridos, a Sociedade da Informação. Além disso, Wolton (2010) também nos leva a observar o meio incomunicável e com desinformação, abordado por Brisola e Bezerra (2018), que foi criado a partir do excesso de informação, descrito por Klein e Adolfo (2020). Fizemos uso do conceito de *Fake News* (SANTAELLA; 2018) com o objetivo de entender como elas têm dominado o contexto.

Dando prosseguimento, o segundo capítulo aborda o processo em que nos debruçamos a estudar - a Análise de Conteúdo (AC). Mostramos como nos organizamos para montar um esquema em que fosse possível entender o que as pessoas têm pensado em relação a desinformação. A pesquisa partiu dos princípios e de referências metodológicas de Klaus Krippendorff (1990 apud FONSECA, 2006) e Laurence Bardin (1988 apud FONSECA, 2006) para obter os resultados.

Quando passamos para a observação dos resultados obtidos, apresentamos no terceiro capítulo os dados colhidos de um questionário realizado em que 31 pessoas se disponibilizaram a responder. Nele, foi possível entender o grande cenário polarizado que estamos vivendo e o quanto isso tem afetado o trabalho do profissional da área de comunicação.

Observamos, então, que a polarização e desinformação não se restringem apenas ao fator político, mas se estendem e afetam a sociedade como um todo, abarcando saúde pública e impedindo que todos tenham o acesso devido a informação de qualidade e que gere valor. Ainda que as possibilidades criadas com o avanço da tecnologia no nosso dia a dia sejam positivas para o desenvolvimento infocomunicacional, elas permitem, também, que a desinformação se torne mais acessível.

## 1. O CENÁRIO ATUAL DE UMA SOCIEDADE DIVIDIDA

A história da humanidade passou por diversas fases e períodos distintos até chegar ao que chamamos hoje de Sociedade da Informação e todas as suas ramificações, processos, diálogos e entendimentos. Tal conceito é utilizado para descrever uma sociedade que faz o melhor uso possível das Tecnologias da Informação e Comunicação no sentido de lidar com o



que lhe é oferecido, tornando isso um elemento central de toda a atividade (CASTELLS, 2001), e, também, a proliferação da chamada cibercultura promoveu mudanças no caminho do nosso desenvolvimento (KLEIN; ADOLFO, 2020) ao longo do tempo. Junto a esse conjunto de técnicas, práticas, atitudes, modos de pensar e valores se desenvolve, simultaneamente, o fortalecimento do ciberespaço, novo meio de comunicação originário da interconexão mundial dos computadores (LÉVY, 2011). Tudo convergindo para nos manter interconectados.

De forma paralela a essa realidade, vivemos também o contexto do excesso de informações e o que isso acarreta para o nosso dia a dia. Esse amplo acesso e a facilidade da comunicação a baixo custo são os símbolos da atualidade (KLEIN; ADOLFO, 2020). A partir da aproximação do espaço temporal que a *internet* possibilita, movimentos sociais e agentes políticos fazem uso, cada vez mais frequente, da rede mundial de computadores, para agir, informar, recrutar, organizar, dominar e contradominar (CASTELLS, 2003). Com o advento da era da *internet* e todas as possibilidades que foram criadas com ela, desde o paradoxo cultural da diminuição das distâncias, consequência das mídias sociais, até a velocidade que uma informação vai de um ponto a outro, passamos a experimentar muitos desdobramentos e consequências. Wolton fala em “incomunicação” ao descrever a necessidade de impedir que a informação, quando aliada a comunicação, se tornem fatores de incompreensão acelerada, devido ao aumento nas velocidades, sempre mais rapidamente e de forma igualitária (2009). Nessa perspectiva, observa-se que as funções e os processos prevaletentes na Era da Informação encontram-se mais organizados por meio de redes (KLEIN; ADOLFO, 2020), o que, de uma forma geral, tem causado confusão na hora de estabelecer uma relação de comunicação de credibilidade, com laços estabelecidos. Assim, nos remetemos a ideia de que a infodemia em que estamos inseridos é caracterizada por uma quantidade e variedade excessiva de informações de diferente qualidade e credibilidade, algumas falsas, outras imprecisas, outras baseadas em evidências (KALIL E SANTINI, 2020, p. 5).

Adicionamos a isso, ainda, alguns conceitos que ajudam a entender nossa contemporaneidade. Estamos vivendo a era da web 4.0, fazendo uso constante da inteligência artificial e da *big data* (ALMEIDA, 2017). Porém, o que se destaca aqui é a web 3.0 e seus aspectos, como o poder de vincular, integrar e analisar dados, a fim de obter novos fluxos de informações (KLEIN; ADOLFO, 2020).

Embora vivendo a Era da Informação e permeando o enorme fluxo de conteúdo que

todo dia nos é oferecido, seja por meio das mídias ou portais e veículos de comunicação, o que muito é observado é a capacidade de nos comunicarmos, que vem diminuindo no decorrer do tempo. A desinformação, consequência do processo de incomunicação descrita por Wolton (2010), não se trata de um simples ato, como as postagens em mídias sociais, mas é um complexo de ações que constroem um cenário intencionalmente determinado (BRISOLA; BEZERRA, 2018) por aqueles tem um interesse específico. De forma direta: se é estabelecida a propagação incontrollável e massiva de notícias sem a devida apuração, ética e compromisso com a verdade, tendendo a uma ideologia ou pensamento pessoal a respeito do mundo, o resultado disso é a incomunicação, tendo em vista que os receptores resistem as informações que os incomodam e querem mostrar o seu modo de ver o mundo (WOLTON, 2010).

Associamos a isso, também, um fenômeno descrito por Santaella (2018): a pós-verdade. Este momento é marcado por um vício na repetição de crenças inamovíveis, ou seja, aquelas que são mais influentes do que fatos objetivos para modelar a opinião pública. Esse cenário tende, então, a colaborar com a incomunicação.

Aliada a desinformação, as *fake news* estão compondo esse ambiente caótico. O cenário político criado nas eleições presidenciais norte-americanas de 2016, em que protagonizou a ascensão de Donald Trump ao cargo, trouxe, principalmente ao contexto mundial, o termo *fake news* (BRISOLA; BEZERRA, 2018), notícia falsa na livre tradução para o português. Milhares de dados pessoais de usuários do Facebook foram expostos com o objetivo de favorecer a campanha de Trump, gerenciada pela Cambridge Analytica, que distribuiu uma grande quantidade de anúncios diferentes para a população de forma personalizada, levando em consideração o monitoramento previamente realizado desses eleitores. (FLEURY, 2018)

O governo do atual ex-presidente dos Estados Unidos foi marcado por escândalos no que diz respeito à divulgação de notícias falsas. Um estudo de pesquisadores da Universidade de Cornell analisou cerca de 38 milhões de textos escritos em línguas inglesa, sendo destes, 37% citando Trump como autor de *fake news*, o apontando como o maior propagador nos tempos de pandemia (EVANEGA, et al. 2020). Ademais, o país vivenciou recentemente as eleições presidenciais novamente, que também tiveram um grande número de conteúdo noticioso sobre a procedência dos votos. Os resultados foram catastróficos: invasão ao Congresso, pondo a democracia em risco, negacionismo na maior crise sanitária do planeta, xenofobia, etc.

Porém, a problemática não se restringe apenas a esse quadro, tendo se disseminado na sociedade nas diversas redes e cenários sociais (JÚNIOR et al., 2020), além de influenciar a campanha eleitoral brasileira de 2018, elencada por Jair Bolsonaro, trazendo consequências devastadoras para o âmbito brasileiro, principalmente no que passou, em 2020, a tanger a nossa saúde pública e como a propagação indiscriminada de notícias falsas tem atrapalhado o contexto de combate a doença com o uso de vacinas.

Os problemas de comunicação envolvendo o Governo Federal e a pandemia do coronavírus tiveram início logo no começo dos primeiros casos registrados no Brasil. As demissões dos ministros da saúde, tendo Luiz Henrique Mandetta, em 16 de abril de 2020 (SHALDERS, 2020) como pioneiro nessa lista, seguido por Nelson Teich, em 15 de maio de 2020, passados apenas 29 dias no cargo (JUNQUEIRA, MASIHDA, 2020), exemplificam o risco que o presidente desenvolveu para a saúde do país ao desacreditar da gravidade do momento que estamos passando, fato que pode ser exemplificado pelas diversas falas dos ex-ministros em desacordo com o pensamento de Bolsonaro. No discurso de anúncio de demissão de Teich, ele afirmou que “não vai manchar a história por causa da cloroquina” (JUNQUEIRA, MASIHDA, 2020), medicamento amplamente defendido pelo presidente como eficaz no combate ao vírus e que já foi comprovado por cientistas como uma droga sem efeitos nos sintomas causados.

Para além disso, a quantidade de informações que a população passou a obter sobre a pandemia foi mais prejudicada a partir do momento em que o Ministério da Saúde limitou o acesso aos números totais do coronavírus nas plataformas oficiais, em junho de 2020, retirando do ar os dados acumulados, como quantidade total de infectados, óbitos e gráficos com avanço da doença em todas as regiões do país (ISTO É, 2020). Ao entrar no portal, o usuário encontrava a mensagem “*Portal em manutenção*” (RODRIGUES, 2020). Atualmente, o site já está dando o panorama geral da situação, mostrando, inclusive, a taxa de letalidade no país e a incidência de novos casos.

Um levantamento feito pela Folha de S. Paulo (MAGALHÃES, DELFIN, 2019) mostra que o presidente dá uma declaração falsa ou imprecisa a cada quatro dias. A ferramenta de monitoramento, chamada de “Bolsonômetro”, reúne afirmações de Bolsonaro que são rigorosamente checadas. Entre as falas mais famosas, temos a que Jair afirma a jornalistas que a vacina chinesa CoronaVac não tem eficácia comprovada, mesmo após testes realizados pela Anvisa.

Ter um mandatário divulgando abertamente notícias incomprovadas abre precedentes para que seus apoiadores sigam pelo mesmo caminho. Ainda que os investimentos do governo em campanhas anticovid ultrapassem os R\$400 milhões, segundo o que disse o Diretor de Mídias da Secretaria de Comunicação Social (Secom) do Ministério das Comunicações, Ricardo de Freitas Martins da Veiga, (AGÊNCIA SENADO 2021), nota-se que uma parcela da população segue gerando desinformação acerca da doença e dos imunizantes utilizados.

Portanto, diante do caos social que temos enfrentado, é possível entender que o conceito de desinformação parte do princípio de ser um produto diretamente ligado à criação de *fake news*, classificadas como notícias, histórias, boatos, fofocas ou rumores que são deliberadamente criados para ludibriar ou fornecer informações enganosas, com o objetivo de influenciar a crença pessoal, gerar manipulação política ou causar confusões (SANTAELLA, 2018), bem como a sociedade tem se organizado e desenvolvido suas atividades. Anna Brisola e Arthur Bezerra (2018) caracterizam desinformação como sendo envolvida por informação descontextualizada, fragmentada, manipulada, retirada de sua historicidade, tendenciosa, que apaga a realidade, distorce, subtrai, rotula ou confunde. A desinformação não é necessariamente falsa; muitas vezes, trata-se de distorções ou partes da verdade (BRISOLA; BEZERRA, 2018). A relação entre isso tudo? *fake news* e desinformação caminham lado a lado, uma dando sustento para a outra quando o assunto é impedir um processo de comunicação efetivo. Pensando adiante, as ‘bolhas’ também fazem parte deste aspecto no sentido de manter reunido um tipo de pensamento específico. Tudo está sendo monitorado pelas redes, a grande máquina social que personaliza os ambientes online, usa todos os dados coletados da vida digital para oferecer tudo que considera relevante para o usuário (MANSERA, 2015), mantendo-o, assim, com uma visão cada vez mais reta sobre o contexto vivido. O perigo da massificação de desinformação, que tem sido mais e mais notada, mora na replicação do conteúdo, uma vez que as informações que estão na *internet*, verdadeiras ou não, são armazenadas e buscadas, por qualquer pessoa (RECUERO, 2009). Sonhava-se com a aldeia global, estamos na torre de babel (WOLTON, 2010).

Uma pesquisa realizada no ano de 2020, pela Avaaz<sup>7</sup>, que significa "voz" em várias línguas europeias, do oriente médio e asiáticas, mostra que cerca de 110 milhões de brasileiros acreditam em pelo menos uma notícia falsa relacionada à pandemia da Covid-19. Isso significa que a cada 10 pessoas, 7 já acreditaram em *fake news*. Os índices mostram ainda

---

<sup>7</sup> O link para acesso a reportagem estará nas referências.



que, 6 em cada 10 pessoas tiveram e têm aplicativos de mensagem como forma de obter informações em relação à pandemia.

Já a Fundação Oswaldo Cruz (Fricruz)<sup>8</sup> realizou um estudo, entre março e abril de 2020, que revela que 65% das *fake news* envolviam curas caseiras milagrosas (e não comprovadas pela ciência) para a Covid-19. 5,7% estão relacionadas a golpes bancários, 5% tratam de projetos falsos para arrecadar recursos destinados a instituições de pesquisa e 4,3% qualificam a doença como uma manobra política.

Esse cenário tem sido mais amplamente observado por meio de publicações e perfis em mídias sociais que se destacam como grandes propagadores e consumidores dessa forma de temática. No geral, apoiadores bolsonaristas e pessoas que se identificam ideologicamente com a direita são os que predominantemente permeiam o consumo e divulgação de *fake news*. Análises em plataformas, como Twitter, Instagram e Facebook, nos permitem observar que o discurso de ódio em relação à vacina, sua procedência e eficácia é tido como pauta corriqueiramente abordada por essa parcela da população, que tende a replicar o que o Presidente da República diz.

Em um dos *posts* colhidos para análise no Instagram, vemos a comemoração ao fato de a Anvisa aprovar o uso da vacina AstraZeneca, seguindo, assim como com os outros imunizantes, rigorosos padrões de segurança e testes. Com isso, o perfil alega que o imunizante CoronaVac tem menos eficácia por ser chinês e possui caráter ideológico, fazendo alusão ao comunismo (figura 1). O próprio Instituto Butantan<sup>9</sup> desmentiu essas alegações e afirmou que as vacinas possuem apenas componentes necessários para gerar resposta imune e manter a qualidade do produto.

---

<sup>8</sup> O link para acesso a reportagem estará nas referências.

<sup>9</sup> O link para acesso a reportagem estará nas referências.

Figura 1 - Postagem em rede social



Fonte: Instagram.

Terminadas as ponderações acerca das mídias digitais e suas funcionalidades, optamos por trabalhar e desenvolver um diálogo mais aprofundado com o Instagram. Por ser uma plataforma corriqueira no dia a dia e já antes tendo feito um recorte, concluiu-se uma maior familiaridade com a mídia, além de notar uma boa quantidade de perfis regionais com discussões sobre o assunto tratado.

## 2. PROCESSO METODOLÓGICO

Para que melhor se entenda os fenômenos sociais que surgem a partir do processo de excesso de informações durante a pandemia, suas causas e consequências para a sociedade, principalmente o surgimento e dimensão da desinformação e o quanto a parcela da população sem uma ideologia definida é atingida, destaca-se aqui o uso da Análise de Conteúdo (AC), que tem como objetivo identificar tendências e padrões para apontar um reflexo da atualidade e entender o campo comunicacional estabelecido (FONSECA JÚNIOR, 2014), fazendo inferências que se aplicam ao contexto traçado.

A Análise de Conteúdo (AC), em concepção ampla, se refere a um método das ciências humanas e sociais destinado à investigação de fenômenos simbólicos por meio de várias técnicas de pesquisa. Esse conjunto de instrumentos metodológicos, em constante aperfeiçoamento, vem sendo utilizado, pelo menos, desde o século XVIII, (...). (FONSECA JÚNIOR,

2014).

É importante compreender alguns caminhos que fazem parte do método e que são essenciais para uma melhor compreensão. Fonseca Júnior (2014) reúne os conceitos e vias apresentados por Klaus Krippendorff (1990) e Laurence Bardin (1988). O primeiro divide em três as características da análise de conteúdo para auxiliar no percurso metodológico: (a) orientação fundamentalmente empírica, exploratória vinculada a fenômenos reais e de finalidade renunciada; (b) transcendência das noções normais de conteúdo, envolvendo as ideias de mensagem, canal, comunicação e sistema e (c) a AC possui metodologia própria, que permite ao investigador programar, comunicar e avaliar criticamente um projeto de pesquisa com independência do resultado.

Além disso, é necessário especial atenção a alguns marcos de referência descritos por Krippendorff (1990) no que diz respeito aos dados coletados pela AC que nos ajudam a traçar esse percurso, sendo eles: (1) a apresentação fiel dos dados, tendo em vista que são a base da análise de conteúdo e constituem a superfície observada, assim, é fundamental manter clareza quanto a sua origem e de onde foram extraídos; (2) o contexto, sabendo que determinado discurso ocorre em função do momento presenciado e que pode interferir na construção da mensagem; (3) o conhecimento, uma vez que ele e os interesses também determinam a construção do contexto em que as inferências serão realizadas; (4) o objetivo, sendo ele imprescindível de ser enunciado e estando diretamente ligado a seleção do material que será analisado; (5) a inferência como tarefa básica para relacionar os dados obtidos com os aspectos do contexto, (6) a validade como critério de sucesso, importante para a validação dos resultados e para que outras pessoas possam comprovar se as deduções são exatas.

Entender também o que Bardin (1988) pensa sobre a estrutura que deve ser abordada para melhorar a eficácia da AC complementa o método. São cinco etapas descritas: organização da análise, para planejamento do trabalho; codificação, que é o processo que transforma os dados brutos colhidos a fim de esclarecer as características do material; categorização, sendo a classificação e o reagrupamento das unidades de registro, que tornam compreensível a massa de dados; inferência, centrada nos aspectos implícitos da mensagem analisada; e o tratamento informático, tendo os computadores como auxiliares no processamento dos dados.

A mudança na ordem que foi apresentada originalmente pelos autores foi considerada

necessária. Após a compreensão da metodologia que irá ser abordada e julgando ser necessário para um melhor entendimento do trabalho, começamos a análise do material apresentando, primeiro, o contexto e o conhecimento, tendo em vista que os juntamos como uma coisa só, dando um embasamento do que pretendemos abordar a seguir. Avaliamos que assim seria bom para o andamento e para a finalidade pretendida. Seguimos, então, para o tratamento dos dados e, ao longo dos destaques dados ao material colhidos, colocamos gráficos para exemplificar cada um e garantir a validade.

### 3. ANÁLISE DE CONTEÚDO NA PRÁTICA

Como tratado no primeiro capítulo, resgatamos aqui o contexto apresentado, que diz respeito a quatro pontos notados fundamentais que fazem parte da motivação para a construção desta pesquisa: a Sociedade da Informação que estamos inseridos, o excesso de conteúdo vindo do amplo acesso a *internet*, a desinformação - cenário criado intencionalmente - e a incomunicação, consequência de todo esse caminho. Todos esses fatores, quando unidos às *fake news*, formam o momento adequado para o entendimento dos fenômenos sociais que surgem a partir de então, buscando entender como as pessoas têm lidado com essa gama de possibilidades que é oferecida diariamente.

Quando falamos de Brasil, vemos que essa realidade tem nos afetado diretamente durante a pandemia da Covid-19, espaço de tempo em que houve um aumento avantajado de disseminação de *fake news* por políticos ou falas negacionistas, autoritárias, tendenciosas e, muitas vezes, falsas em relação aos rumos que deveriam ser tomados para um combate ideal ao vírus fazem parte da rotina atual; muitos problemas de comunicação foram expostos e os números de casos e óbitos no país ultrapassaram o imaginado, além da lentidão do processo de vacinação. O massivo uso das mídias digitais, a facilidade na reprodução de conteúdo e a enorme polarização política vista também são fortes aliados no desenvolvimento exponencial de notícias falsas, que ganha novos contornos todos os dias.

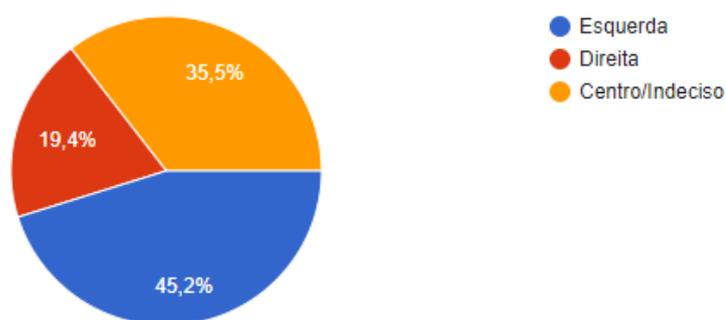
Com isso, o objetivo a partir dessas questões, compreendendo o processo metodológico base para essa análise, é usar a AC para nos ajudar a dimensionar e perceber o quanto a parcela ideologicamente não decida por um lado político, os centro/indecisos, propagam desinformação e, conseqüentemente, atrapalham a credibilidade de uma informação correta sobre a pandemia, analisando os impactos dos fatos para a população ao longo desse período.



Toda a discussão apresentada e os objetivos a serem compreendidos foram fundamentais para a percepção de como deveríamos dar início a análise. Portanto, foi feita a construção de um questionário, dividido em perguntas socioeconômicas e observações sobre os conteúdos postados em mídias digitais, usando a plataforma *Google Forms*<sup>10</sup>. A primeira parte é importante para fazermos um recorte na sociedade e podermos interpretar melhor os resultados, separando por faixa etária, renda, município, bairro e orientação política as pessoas que se dispuseram a participar do estudo. Já para a segunda parte do formulário, escolhemos quatro *posts* previamente caracterizados como desinformação, apontando o uso da ivermectina e da hidroxicloroquina como benéficos para o tratamento da Covid-19 e questionando a eficácia da CoronaVac devido sua origem, e buscamos a opinião dos analisados, além de saber o nível de confiança, satisfação, se recomendaria ou não e se a informação acrescenta algo para a sociedade.

Dando continuidade ao estudo, começamos apresentando os dados colhidos por meio de questionário realizado no *Google Forms*, realizado do dia 8 de outubro até 8 de novembro. Das 31 pessoas que se disponibilizaram a responder às perguntas propostas, se tratando primeiro do perfil socioeconômico de cada, 45,2% se identificam como sendo orientadas pela esquerda, 19,4% se definem como direita e 35,5% afirmam não ter um lado político definido, configurando os centro/indecisos.

Figura 2 - Gráfico que representa as escolhas políticas



Fonte: Autor.

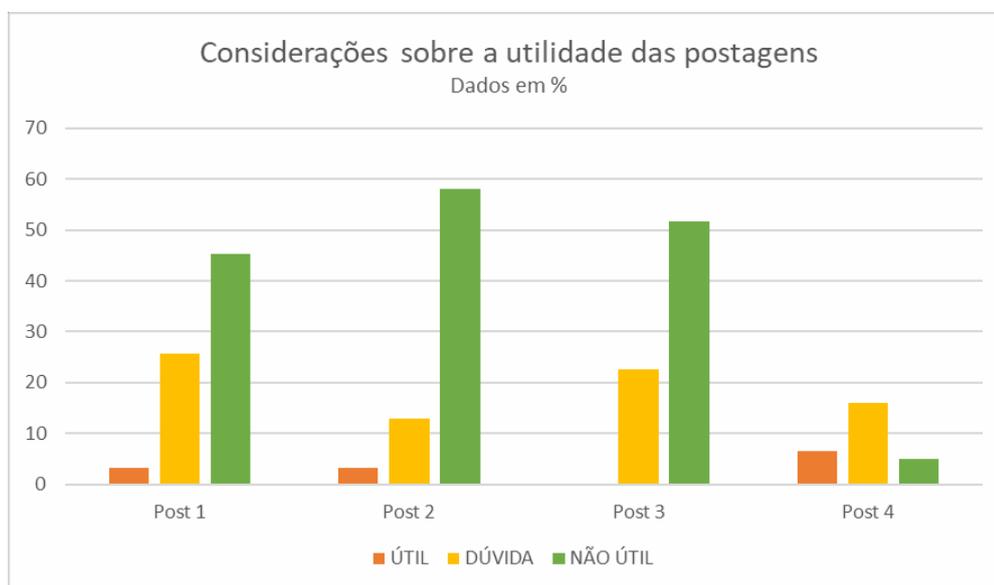
Desses, a boa maioria, cerca de 80,6%, residem em Belém e 38,7% dos pesquisados

<sup>10</sup> Ver seção de apêndices.

possuem renda acima de quatro salários-mínimos atuais. Os residentes do bairro da Marambaia se destacam como os que mais participaram da pesquisa, contabilizando 11 moradores. Foi notado, também, que ainda que o formulário tenha sido amplamente divulgados e espalhados para todas as pessoas de qualquer idade, mais da metade, 24 delas, correspondem aos nascidos entre 1933 e 1999, ou seja, a faixa etária predominante dos pesquisados vai dos 88 aos 21 anos. Ainda sobre a idade, observou-se que os que se definem como centro/indeciso são os nascidos, majoritariamente, a partir de 2001.

Quando seguimos para a parte do questionário que trata sobre as questões pessoais dos entrevistados e como pensam a respeito dos *posts* que estão disponíveis para análise individual, as respostas ficaram bem difusas, caracterizando bastante o momento polarizado que estamos vivendo. A grande maioria, 50%, em média, não se sente satisfeita com a utilidade das informações recebidas. Porém, os que ainda ficam divididos em relação a isso, ou em dúvida, somam 19,35% (pessoas que deram o indicativo “5” na escala de “0” a “10”). A respeito dos que acreditam que as informações expostas são úteis para a sociedade, a soma chega aos 3,22%. É o que exemplifica o gráfico abaixo:

Figura 3 - Escala do quanto as pessoas consideram os posts úteis



Fonte: Autor.

Com uma análise prévia dos resultados obtidos, é possível inferir com mais exatidão o cenário polarizado em que estamos inseridos. Ainda que boa parte das respostas estejam tendendo a negar a utilidade dos *posts* e demonstrem a falta de confiança da população no que foi apresentado, os que parecem ter dúvidas sobre a procedência das informações chamam

atenção pela quantidade, sempre muito elevada.

Analisando individualmente as respostas dos que se caracterizam como centro/indeciso, foi possível notar o quanto eles fazem parte de um grupo bastante diverso de opiniões, mesmo inseridos do mesmo nicho. Isso porque as respostas variam entre pouca satisfação e confiança nas publicações a confiança excessiva no que foi mostrado. Essa mesma realidade não é vista nos que são de direita ou esquerda. As opiniões deles são bem definidas.

É provável, ainda, que esses resultados nos façam entender como os politicamente indecisos têm pensado sobre a questão da desinformação, como eles agem, de que forma eles têm recebido esses conteúdos e como isso tudo tem contribuído para descredibilizar o trabalho do jornalista.

Ao perguntarmos o quanto a publicação acrescenta informação de qualidade para a sociedade, a boa maioria dos pesquisados, mais de 80%, acredita que não. Os 20% restantes passeiam entre pessoas centro/indecisas e de direita. Podemos entender, então, que ainda com o ambiente polarizado e cercado por dúvidas, o repasse de informações sem as devidas apurações e comprovações não tem sido tão frequente entre as pessoas.

#### 4 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

Todos os processos que a sociedade atual tem vivido fazem parte do cenário caótico que presenciamos, apesar de trazerem inúmeros benefícios para o nosso avanço infocomunicacional. As mudanças em tempo recorde que a *internet* proporciona, assim como o amplo acesso, contribuem para que as *fake news* sejam distribuídas e validadas, uma vez que tendem a moldar opiniões.

A presente análise teve como objetivo entender o cenário de desinformação e fake news que a pandemia da Covid-19 releva e o quanto essa realidade tem atingindo o nosso dia a dia quanto profissional da imprensa. É bem verdade que as falas e posicionamentos de líderes de países, assim como a massiva reprodução deste conteúdo pela facilidade de distribuição que a *internet* proporciona, contribuem para que as *fake news* se tornem ainda mais populares, o que também dificulta a confiança que o jornalista deve passar para a população. Isso porque vivemos tempos em que crenças pessoais falam mais alto do que verdades comprovadas por meio de estudos.

O cenário polarizado e com desinformação que temos visto vai muito além do



resultado que as urnas e pesquisas mostram, ou na vitória do candidato A ou B: ele se estende para o meio comunicacional, alcança a rotina e impede que informação de qualidade, verdadeira e que realmente contribua em algo, chegue para a sociedade. Tal afirmativa pode ser comprovada quando observamos que, ainda que muitos não vejam utilidade em *posts* com caráter de desinformação, aqueles que têm dúvida quanto a sua real funcionalidade para o meio ainda é algo que vale ser destacado. Em tese, deveria ser feito um processo minucioso antes de acreditar no que vemos e no que nos falam, pois isso gera influência em decisões que são fundamentais para a nossa vida, como a adesão à vacina.

Acreditamos que pelo tempo curto de pesquisa, muitos resultados ainda não foram alcançados. Foi difícil conseguir a participação do público para responder o questionário e mais difícil ainda garantir para eles que a pesquisa é necessária para o tempo de incertezas que temos passado.

Porém, um fato que pode ser comprovado com a análise, é: no âmbito da saúde pública, desinformação pode levar ao agravamento da pandemia, fazendo as pessoas criarem dúvidas quanto a procedência de métodos eficazes para a contenção do cenário.

Os centro/indecisos fazem parte de um grupo bastante curioso de ser estudados, dado suas respostas extremamente difusas. Sabemos bem o que ‘esquerda’ e ‘direita’ pensam em relação às medidas de proteção para conter o coronavírus. O grande desafio do trabalho foi entender o que os que não tem um lado político certo pensam e, pelas poucas respostas que obtivemos, podemos fazer uma breve análise: ainda dentro dessa divisão, há polarização.

Então, como garantir que o jornalista possa desenvolver com fidelidade seu trabalho? Como chamar atenção do público para um problema na nossa sociedade que pode tirar a vida de milhões: a desinformação? De que forma podemos conter esse avanço de notícias falsas? Um jornalismo sério, apurado e comprometido não tem sido capaz de agradar a todos justamente pelo contexto apresentado de grandes dúvidas.

Assim, entende-se que o processo de descredibilização do jornalismo perpassa por um longo caminho que vai desde a desilusão de um povo com seus líderes no governo, passando por promessas de um governante diferente, com a campanha de fazer nova política, chegando a falas contrárias a ciências, negacionistas e xenofóbicas, até alcançar a parte da população que se identifica com os ideais desse líder e ganham, cada vez mais, voz, uma vez que em governos passados se sentiam acuados. No meio disso e para completar o esquema, faz-se o uso das *fake news* como aliada para criar desinformação, caos e ludibriar a sociedade.

Além disso, o estudo também permitiu entendermos que pouco tem se analisando sobre os processos de desinformação e *fake news* dentro das redações e o quanto essa realidade afeta o dia a dia da produção de notícias. De fato, é interessante que a pesquisa vá além e ouça jornalistas, a fim de compreender como a situação pode ser combatida.

Outro ponto que podemos dar destaque é o uso de outras metodologias que são importantes para compor o artigo e aumentar nosso entendimento acerca do que tem sido tratado, como, por exemplo, a etnografia da internet.

Esta pesquisa proporcionou, de uma forma muito pessoal, um crescimento enorme quanto profissional por perceber o quanto temos que ter compromisso com a verdade e o quanto isso atinge as pessoas, afetando, até, o bem estar de todos. E mais: aumentou, ainda, o interesse pelo campo comunicacional relacionado a política, buscando analisar o quanto as duas áreas se completam e se relacionam.

## REFERÊNCIAS

Biblioteca Virtual da Saúde. **Novo Coronavírus (Covid-19):** informações básicas. Biblioteca Virtual da Saúde, 2020. Disponível em: <https://bvsmis.saude.gov.br/novo-coronavirus-covid-19-informacoes-basicas/>. Acesso em: 13 Set. 2021.

BRISOLA, A.; BEZERRA, A. C. **Desinformação e circulação de “fake news”: distinções, diagnóstico e reação.** Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação, n. XIX ENANCIB, [????]. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/102819>. Acesso em: 13 abr. 2021.

EVANEGA, S; LYNAS, M; ADAMS, J; SMOLENYAK, K. **Coronavirus misinformation: quantifying sources and themes in the COVID-19 ‘infodemic’.** Universidade de Cornell, 2020. Disponível em: <https://int.nyt.com/data/documenttools/evanega-et-al-coronavirus-misinformation-submitted-07-23-20-1/080839ac0c22bca8/full.pdf>. Acesso em: 21 Set. 2021.

FONSECA JÚNIOR. Wilson Corrêa da. Análise de Conteúdo. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** 2. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2006.

JÚNIOR, JH; RAASCH, M ; SOARES, J; RIBEIRO, L. **Da Desinformação ao Caos: uma**

análise das Fake News frente à pandemia do Coronavírus (COVID-19) no Brasil, Cadernos de Prospecção, 2020. 13(2), 331.

KALIL, I. & SANTINI, R. M. “Coronavírus, Pandemia, Infodemia e Política”. Relatório de pesquisa. Divulgado em 01 de abril de 2020. 21p. São Paulo / Rio de Janeiro: FESPSP / UFRJ.

KLEIN, J; ADOLFO, L. **A Web 4.0 e os riscos à democracia**. Revista Em Tempo, [S.l.], v. 20, n. 1, nov. 2020.

MANSERA, Anderson. Os que são as filter bubbles e como elas afetam a sua vida online. Disponível em: <https://mobizoo.com.br/curiosidades/o-que-sao-as-filter-bubbles-e-como-elas-afetam-asua-vida-online/>, 2015. Acesso em 04 de jun. 2021

MARS, A. **Como a desinformação influenciou as eleições presidenciais**. El País, 2018. Disponível em: [https://brasil.elpais.com/brasil/2018/02/24/internacional/1519484655\\_450950.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2018/02/24/internacional/1519484655_450950.html). Acesso em: 18 Set. 2021.

Ministério da Saúde. **O que é a Covid-19**. Ministério da Saúde, 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/coronavirus/o-que-e-o-coronavirus>. Acesso em: 11 Set. 2021.

RECUERO, Raquel. Redes Sociais na internet. Porto Alegre: Editora Sulina, 2009.

SANTAELLA, Lucia. **A Pós-verdade é verdadeira ou falsa?**. Barueri, 2018

WOLTON, Dominique. **Informar não é comunicar**. Porto Alegre: Sulina, 2010

Links consultados

Agência Senado. **Desinformação e fake news são entrave no combate a pandemia, aponta debate**. Agência Senado, 2021. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2021/07/05/desinformacao-e-fake-news-sao-entrave-no-combate-a-pandemia-aponta-debate>. Acesso em: 13 Set. 2021.

FLEURY, F. **Documento vazado revela estratégia da campanha de Trump nas redes**. Portal R7, 2018. Disponível em: <https://noticias.r7.com/internacional/documento-vazado-revela-estrategia-da-campanha-de-trump-nas-redes-24032018>. Acesso em 18 Set. 2021.



Folha de São Paulo. **Bolsonômetro:** afirmações falsas ou imprecisas de Bolsonaro. Folha de São Paulo, 2019. Disponível em: <https://arte.folha.uol.com.br/poder/2019/afirmacoes-falsas-ou-imprecisas-de-bolsonaro/#/saude>. Acesso em: 19 Set. 2021.

Folha de São Paulo. **Brasil é o 4º país que mais vacina contra Covid no mundo.** Folha de São Paulo, 2021a. Disponível em: <https://arte.folha.uol.com.br/poder/2019/afirmacoes-falsas-ou-imprecisas-de-bolsonaro/#/saude/brasil-e-o-4o-pais-que-mais-vacina-contracovid-no-mundo>. Acesso em: 19 Set. 2021.

Folha de São Paulo. **Coronovac não tem eficácia comprovada.** Folha de São Paulo, 2021b. Disponível em: <https://arte.folha.uol.com.br/poder/2019/afirmacoes-falsas-ou-imprecisas-de-bolsonaro/#/saude/coronovac-nao-tem-eficacia-comprovada>. Acesso em: 19 Set. 2021.

Fundação Oswaldo Cruz. **Pesquisa revela dados sobre 'fake news' relacionadas à Covid-19.** Fundação Oswaldo Cruz, 2020. Disponível em: <https://portal.fiocruz.br/noticia/pesquisa-revela-dados-sobre-fake-news-relacionadas-covid-19>. Acesso em: 13 Abr. 2021.

Governo do Brasil. **Vacinas - Covid-19.** Governo do Brasil, 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/paf/coronavirus/vacinas>. Acesso em: 13 Set. 2021.

Governo do Brasil. **Vacinação contra a Covid-19.** Governo do Brasil, 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/vacinacao/>. Acesso em: 13 Set. de 2021.

Instituto Avaaz. **O Brasil está sofrendo uma infodemia de Covid-19.** Avaaz, 2020. Disponível em: [https://secure.avaaz.org/campaign/po/brasil\\_infodemia\\_coronavirus/](https://secure.avaaz.org/campaign/po/brasil_infodemia_coronavirus/). Acesso em: 15 Abr. 2021.

Instituto Butantan. **Vacinas contra a Covid-19 não possuem imãs nem causam magnetismo.** Instituto Butantan, 2021. Disponível em: <https://butantan.gov.br/covid/butantan-tira-duvida/tira-duvida-noticias/vacinas-contraa-covid-19-nao-possuem-imas-nem-causam-magnetismo>. Acesso em: 04 Out. 2021.

Isto É. **Ministério da Saúde tira portal com dados sobre Covid do ar.** Isto É, 2020. Disponível em: <https://istoe.com.br/ministerio-da-saude-tira-portal-com-dados-sobre-covid-do-ar/>. Acesso em: 18 Set. 2021.

JUNQUEIRA, C; MACHIDA, K. **Após 29 dias no cargo, Nelson Teich pede demissão do Ministério da Saúde.** CNN, 2020. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/nelson-teich- pede-demissao-do-ministerio-da-saude/>. Acesso em: 18 Set. 2021.

MAGALHÃES, G, DELFIM, R. **Bolsonaro dá 1 declaração falsa ou imprecisa a cada 4 dias**; veja Bolsonômetro. Folha de São Paulo, 2019. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/11/bolsonaro-da-1-declaracao-falsa-ou-imprecisa-a-cada-4-dias-veja-o-bolsonometro.shtml?origin=folha#>. Acesso em: 19 Set. 2021.

RODRIGUES, M. **Após reduzir boletim diário, governo Bolsonaro retira dados acumulados da Covid-19 do site**. G1, 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/06/06/apos-reduzir-boletim-governo-bolsonaro-retira-dados-acumulados-da-covid-19-de-site-oficial.ghtml>. Acesso em: 18 Set. 2021.

SHALDERS, A. **Mandetta é demitido do Ministério da Saúde após um mês de conflito com Bolsonaro**: relembre os principais choques. BBC, 2020. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-52316728>. Acesso em: 18 Set. 2021.

Veja. **Trump é maior disseminador de desinformação sobre a covid, mostra estudo**. Veja, 2021. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/mundo/trump-e-maior-disseminador-de-desinformacao-sobre-covid-mostra-estudo/>. Acesso em: 21 Set. 2021.

## APÊNDICE A

### Primeira parte do questionário - perguntas socioeconômicas:

#### Estudo sobre desinformação

Olá, tudo bem?

Esse questionário tem como objetivo analisar o desenvolvimento de um fenômeno que tem ocorrido nas redes sociais atualmente. Com o avanço da internet e seus processos, temos vivenciado uma realidade de excesso de informações.

A pesquisa é para auxiliar no Trabalho de Conclusão de Curso de graduação em Jornalismo. Não se preocupe, a identidade de cada participante será preservada e as respostas individuais não serão divulgadas.

 ccrademaria@gmail.com (não compartilhado) [Alternar conta](#)

\*Obrigatório

Qual sua orientação política? \*

- Esquerda
- Direita

Data de nascimento: \*

Data

dd/mm/aaa:

Qual a sua renda mensal, aproximadamente? (Marque apenas uma resposta) \*

- Nenhuma renda.
- Até 1 salário mínimo (R\$1.100,00)
- De 1 a 2 salários mínimos (de R\$ 1.100,01 até R\$ 2.200,00)
- De 2 a 3 salários mínimos (de R\$ 2.200,00 a R\$ 3.300,00)
- De 3 a 4 salários mínimos (de R\$ 3.300,00 a R\$ 4.400,00)
- De 4 salários mínimos ou mais

Em qual município você mora? \*

- Belém
- Ananindeua
- Benevides
- Marituba
- Santa Bárbara
- Santa Izabel
- Castanhal
- Outro

Em qual bairro você mora? \*

Sua resposta

Segunda parte - observações sobre os conteúdos: para cada uma das publicações selecionadas, fizemos as mesmas perguntas.

**O uso da Ivermectina em Belém aumentou. Coincidência ou não, o número de internações e óbitos por Covid-19 caíram, se tudo continuar bem, é possível que em poucas horas Hélder Barbalho decrete o fim da venda da Ivermectina!**



## **Vacinas aprovadas**



**Coronavac: Dória, Hélder, Witzel, Wilson, Maia, Alcolumbre, STF.**

**Oxford: BOLSONARO, população patriota, pessoas honestas e honradas.**

Em uma escala de 0 a 10, o quanto essa informação foi útil? \*

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Pouco             Muito

Qual seu grau de satisfação com esse post? \*

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Insatisfeito            Muito insatisfeito

Você recomendaria essa publicação para alguém? \*

- Sim
- Não
- Talvez

Se sim, para quem?

- Família
- Amigos
- Colegas de trabalho
- Compartilharia nas próprias redes sociais

Qual seu nível de confiança no post? \*

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Não confio            Confio

Na sua opinião, a publicação acrescenta informação de qualidade para a sociedade? \*

- Sim
- Não

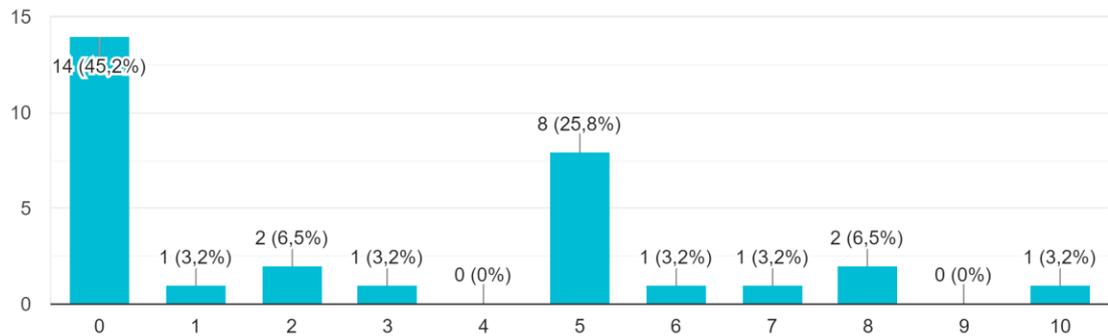
O que foi levado em consideração para que você avaliasse a publicação desta forma? \*

Sua resposta

## APÊNDICE B - RESULTADOS DESTAQUE

Em uma escala de 0 a 10, o quanto essa informação foi útil?

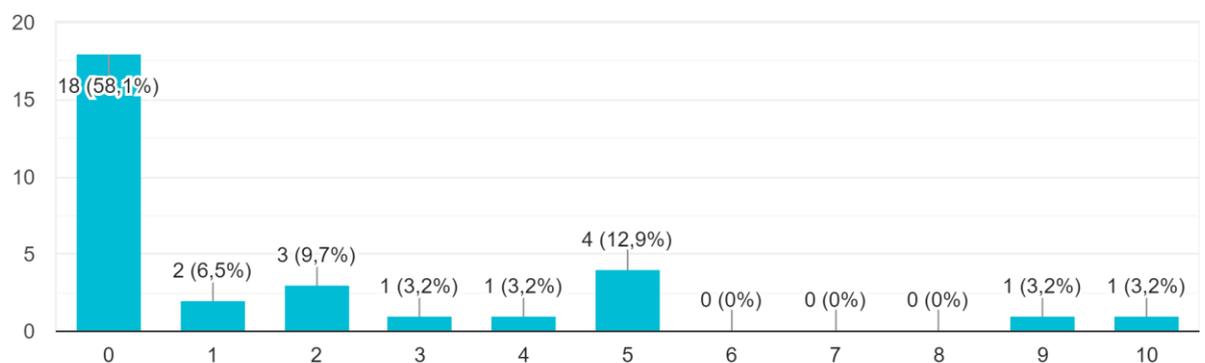
31 respostas



*Post 1.*

Em uma escala de 0 a 10, o quanto essa informação foi útil?

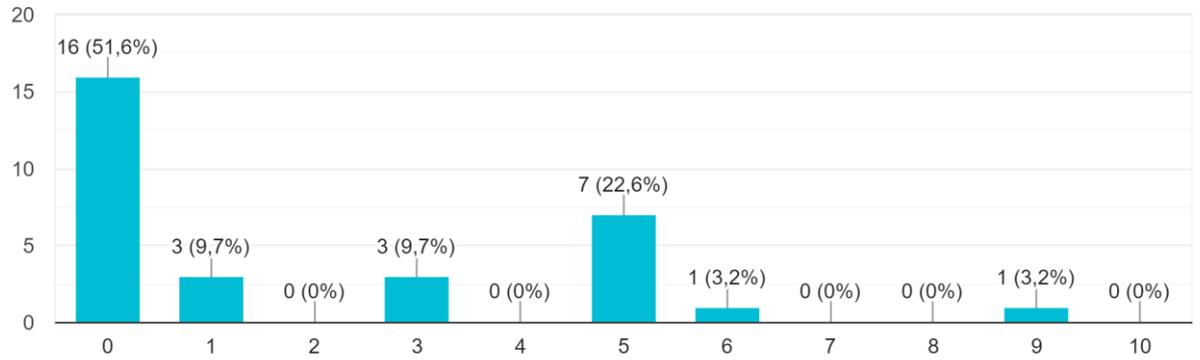
31 respostas



*Post 2.*

Em uma escala de 0 a 10, o quanto essa informação foi útil?

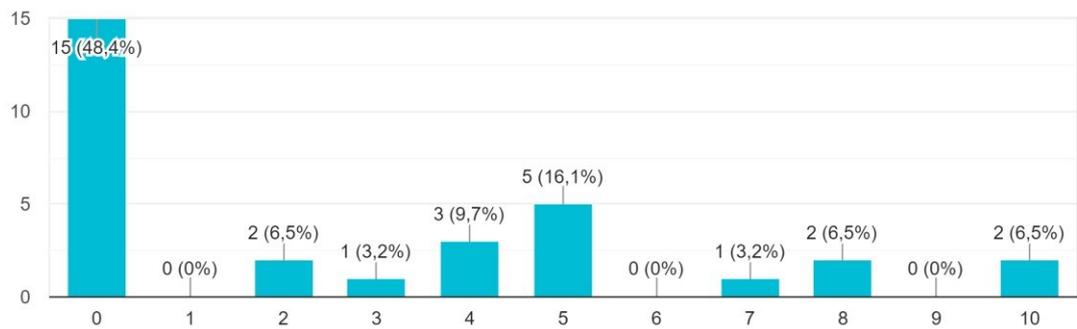
31 respostas



*Post 3.*

Em uma escala de 0 a 10, o quanto essa informação foi útil?

31 respostas



*Post 4.*