

PROPAGAÇÃO DA DESINFORMAÇÃO NA PANDEMIA DA COVID-19

Thiago Borges da Silva ¹
Cicilia M. Krohling Peruzzo ²

RESUMO

Estudo sobre a disseminação de informações falsas nas plataformas digitais a respeito do Sars-CoV-2, vírus da família dos coronavírus que, ao infectar humanos, causa uma doença chamada Covid-19. O objetivo é identificar e refletir sobre os principais impactos e prejuízos causados pela desinformação à saúde pública, além de entender seu uso como estratégia política e a atuação do jornalismo de referência. Trata-se de um estudo que se apoia na pesquisa bibliográfica como base para o levantamento de dados secundários. Os resultados mostram que o avanço tecnológico e a democratização da criação de conteúdos causaram um alarde: a disseminação de notícias mentirosas. Conclui-se que os robôs da internet aceleraram essa propagação de informações falsas e verdadeiras na mesma intensidade. O que difere neste caso, é que as ‘não-notícias’ se espalham mais rápido, sendo necessário para conter, aumentar o nível de informações adequadas, promover estudos e conscientização para a sociedade brasileira.

Palavras-chave: Pandemia; Covid-19; Jornalismo; Desinformação; Fake News.

INTRODUÇÃO

A presente pesquisa³ discute a disseminação de desinformação e a importância do jornalismo durante a pandemia da Covid-19, ressaltando o compromisso social dos profissionais de comunicação na transparência das informações e em fazer chegar à população os conhecimentos acerca do Coronavírus em meio ao cenário político negacionista no enfrentamento da enfermidade. O objetivo é identificar e refletir sobre os principais impactos e prejuízos causados pela desinformação à saúde pública, além de entender seu uso como estratégia política e a atuação do jornalismo de referência. Trata-se de um estudo que se apoia na pesquisa bibliográfica como base para o levantamento de dados secundários.

Em 11 de março de 2020, a doença causada pelo vírus Sars-Cov-2, a Covid-19, foi declarada pela Organização Mundial de Saúde (OMS) como uma pandemia. Diante dos meses que se seguiram, o jornalismo atuou incessantemente para o combate à pandemia com o esclarecimento dos casos, bem como a conscientização da gravidade. De acordo com Pulga (2019), o jornalismo exerce papel importante na vida das pessoas para que, com o poder da informação, possam exercer seus direitos e deveres.

¹ Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Territorialidades da Universidade Federal do Espírito Santo - Ufes, thborges.tb@gmail.com.

² Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo, docente visitante do Póscom da Universidade Federal do Espírito Santo – e-mail-kperuzzo@uol.com.br.

³ Realizada com apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Espírito Santo (Fapes) por meio da bolsa do Programa de Capacitação de Recursos Humanos na Pós-Graduação (Procap)

O jornalismo contribui para a cidadania e democracia. Assim, pensamos no jornalismo de referência sério como um instrumento de conscientização do cidadão que, ao se manter informado, saberá dos problemas da sociedade em que está inserido e, desta forma, poderá participar ativamente desta mesma sociedade. (Pulga, 2019, p. 15)

Em contrapartida, em 06 de junho de 2020, ocorreu a censura do Governo Bolsonaro com relação às informações da pandemia, retirando do ar do Ministério da Saúde as atualizações dos dados acumulados sobre números de infectados e mortes pela Covid 19. No entanto, a diminuição da transparência do portal do Ministério da Saúde, presumivelmente visando não dar transparência aos números alarmantes de mortes, fez com que os veículos de comunicação: G1, O Globo, Extra, Estadão, Folha de S. Paulo e UOL se unissem e criassem o Consórcio de Veículos de Imprensa para coletar informações diretamente junto às secretarias de Saúde, divulgá-las e prestar esclarecimentos à sociedade acerca da enfermidade.

Neste cenário, a queda de credibilidade da imprensa tradicional (Norris, 2011; Ladd, 2012; Nielsen, 2014) e o surgimento de novas plataformas de produção e distribuição (Castells, 2011; Siapera, 2013) contribuíram para um maior estado de relativização da verdade, com impacto direto em regimes democráticos.

Segundo Ferreira (2018), “a internet multiplicou e facilitou o acesso à informação. No entanto, colocou todos na mesma arena” (Ferreira, 2008 p. 140). Diante da importância do jornalismo, durante a pandemia da Covid-19 no combate à desinformação, propagação de informações de fontes confiáveis e dando espaço a especialistas para os devidos esclarecimentos, houve contribuição para conscientização social.

DESENVOLVIMENTO

A expressão fake news tornou-se popularizada mundialmente durante a cobertura jornalística política da eleição presidencial de 2016 nos Estados Unidos. O termo foi usado na mídia pelo então candidato a presidente do país, Donald Trump, e posteriormente no seu governo, contra seus adversários, visando desqualificá-los e a informações jornalísticas que envolvem seu governo, apesar de serem reais.

No Brasil, a disseminação das informações falsas também foi intensa no período de da campanha eleitoral para presidente da República em 2018, quando a extrema direita supostamente conseguiu ganhar forças no cenário político nacional, graças ao poder viral das redes sociais digitais ao alastrar as informações enganosas de modo rápido e por meio do impulsionamento por robôs.

Mas afinal, o que é fake news? Galhardi et al. (2020, p. 4203) denominam o termo como a produção e propagação massiva de notícias falsas, com objetivo de distorcer os fatos de modo intencional, com intuito de chamar atenção e atrair a audiência, enganar, desinformar, promover a desinformação, induzir a erros, manipular a opinião pública, desprestigiar ou exaltar uma instituição ou pessoa, diante de assuntos específicos, para obter vantagens econômicas e políticas. Contudo, a tradução literal acaba não dando conta da realidade, pois, a desinformação engloba também outros tipos de informações e conteúdos, como não-notícias, memes etc.

Por intermédio da política partidária, as fake news saíram do âmbito do jornalismo e passaram a ser usadas como tática de marketing eleitoral. A propagação de notícias falsas ganhou celeridade quase que instantânea com o fenômeno da internet com as redes sociais, as plataformas digitais, as novas tecnologias e os aparelhos telefônicos que mudaram a forma de comunicação do ser humano e democratizaram a criação de conteúdo.

Com um único clique, uma publicação falsa pode alcançar, imediatamente, milhões de pessoas. Segundo pesquisa, somente nos últimos anos, em tempos de pandemia, o principal canal de propagação da desinformação foi o WhatsApp, seguido pelo Instagram e pelo Facebook (Galhardi et al, 2020, p. 4204).

O estudo Galhardi et al (2020), analisa as notícias recebidas entre os dias 17 de março e 10 de abril de 2020 e os resultados foram: 65% delas ensinavam métodos caseiros para prevenir o contágio da Covid-19; seguidos de 20% que ensinavam métodos caseiros para curar a doença; 5,7% referentes a golpes bancários; 5% também sobre golpes bancários, porém relacionados a falsas arrecadações para instituições; e 4,3% acerca do uso do novo vírus como manobra política.

Dos meios analisados, o WhatsApp, aplicativo popular de multiplataforma que permite o envio instantâneo de mensagens de texto, áudio, ligações, vídeo chamadas, bem como o compartilhamento de arquivos em diversos formatos, abrigava mais da metade das notícias falsas circulando em sua plataforma, com 73,7%; às demais redes ficaram com 10,5% (Instagram) e 15,8% (Facebook). (Galhardi et al, 2020, p. 4204)

Em contrapartida, as três mídias de redes digitais e aplicativos que, inclusive, pertencem à mesma empresa (Meta), passaram a adotar algumas medidas para o combate a fake news e tentar interromper esta propagação. O WhatsApp, por exemplo, que foi líder na pesquisa, limitou o número de encaminhamentos instantâneos a cinco contatos, além de identificar as mensagens como "encaminhadas". A ação, de acordo com a própria empresa,

reduziu o número de compartilhamentos em 25% (WHATSAPP limita encaminhamento de mensagens para frear fake news sobre Covid-19, CNN Brasil, 2020).

Além disso, durante a pandemia da Covid-19, a plataforma digital intensificou a medida de limitar o compartilhamento instantâneo de mensagens, no intuito de alertar a quem recebe mensagem quando ela é compartilhada mais de cinco vezes, podendo ser encaminhada novamente para apenas um contato por vez, a fim de evitar a disseminação massiva de notícias falsas.

O Instagram e o Facebook também modificaram as plataformas e adotaram novas ações para combater a fake news e promover notícias verídicas. Antes mesmo da pandemia, a empresa passou a aderir o uso de inteligência artificial para a identificação de notícias duvidosas, bem como alertar ao dono do perfil e a quem visualizou. Com a chegada da pandemia, a empresa novamente modificou a ferramenta para a identificação de assuntos relacionados à Covid-19, criando um link direcionando para a Central de Informações sobre a doença da página.

Nos últimos anos, ficou mais do que comprovado o impacto dessa política negacionista na sociedade. Em tempos de pandemia, a fake news contribui para o crescimento do número de casos e vítimas fatais da doença uma vez que, em espaços que deveriam promover a informação confiável, caminhou em sentido contrário e disseminou a dúvida, descaso e desinformação.

Os setores de saúde em todo o mundo seguiram os caminhos da pesquisa científica e da disponibilização de métodos seguros de prevenção. Enquanto isso, no Brasil, o conflito entre ciência e negacionismo já resultou em mais de 400 mil mortes, em um saldo que se amplia todos os dias. (Ferreira; Lima; Rocha, 2021, p. 7).

A Organização das Nações Unidas (ONU), (apud Schueler, 2020), declarou que "as fake news sobre o novo coronavírus são mais mortais que qualquer outra desinformação" e que "o acesso à informação confiável pode significar a vida ou a morte", ainda mais em um cenário de desigualdade social, onde nem todos possuem as condições necessária para a averiguação dos fatos e a única forma de comunicação vem das redes sociais.

A informação verídica exerce, na vida das pessoas, o poder do conhecimento dos direitos individuais e sociais e as diretrizes para o exercício da cidadania. Quando uma sociedade esbarra com a desinformação e com a manipulação da informação o caos é gerado. Este efeito é ampliado ainda mais pela era das redes sociais digitais, que fazem com que as fake news se alastrem de modo ainda mais rápido, como um vírus, causando uma pandemia. Esses resultados se agravam ainda mais quando em paralelo à pandemia da Covid-19.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o advento da internet, as notícias atingiram outro nível de propagação. Antes, os acessos que eram somente pelo jornal impresso, telejornalismo e radiojornalismo, agora podem ser acessados quase que instantaneamente por aplicativos de celulares, tablets e/ou computadores. Este avanço tecnológico causou outro alarde: a disseminação de notícias duvidosas ou mentirosas.

De acordo com pesquisa do Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT), divulgada na revista Science, os robôs da internet aceleraram a disseminação de informações falsas e verdadeiras de modo igual. O que difere neste cenário é que as notícias falsas se espalham mais rápido, tendo em vista a defasagem cultural, ou seja, a maioria das pessoas não entende a lógica de criação e difusão de fake news, e acabam servindo como multiplicadoras.

Neste caso, precisamos entender a fake news não como um erro ou deslize que acontece sem intenção, e sim, como uma ferramenta usada de modo estratégico para prejudicar, desqualificar, ferir ou diminuir determinado alvo. Utilizando dessa estratégia, foi que Jair Bolsonaro (2019-2022) chegou ao poder, adotando o uso das ferramentas de robôs para disseminar informações enganosas e disseminar o ódio e ataques à imprensa como projeto de campanha nas eleições de 2018.

Foi pensando nisso que o G1 criou, por exemplo, o serviço de checagem de informações Fato ou Fake, em 2017. Inicialmente chamado de 'É ou não É'⁴, o veículo viu a necessidade da ferramenta a partir da popularização das redes sociais e a disseminação de informações descontextualizadas e até falsas.

REFERÊNCIAS

ALDÉ, Alessandra; CUNHA, Vanessa Cristine Cardozo; FREITAS, Miguel; SANTOS, João Guilherme Bastos dos; SANTOS, Karina. **WhatsApp, política mobile e desinformação: a hidra nas eleições presidenciais de 2018**. São Bernardo do Campo. 2019. Disponível em <bit.ly/3K6kAsA> Acesso em: 21 out. 2024.

⁴ Com a popularização das redes sociais e a disseminação de informações descontextualizadas e até falsas, em 2017, o G1 criou um serviço de checagem de informações, o 'É ou não É'. No ano seguinte, com a proximidade da realização de eleições e em um cenário de avanço da desinformação, os oito canais jornalísticos do Grupo Globo – TV Globo, GloboNews, G1, O Globo, Extra, Valor, Época e CBN – reuniram-se, em uma iniciativa inédita, para criar o Fato ou Fake. A força-tarefa era composta de mais de 70 jornalistas, o que permitiu lidar com um volume de checagens maior, de forma mais ágil (Memória Globo, 2022).

BEZERRA, Arthur; BRISOLA, Anna. **Desinformação e circulação de "fake news": distinções, diagnóstico e reação**. Rio de Janeiro. 2018. Disponível em <bit.ly/3EIFlte> Acesso em: 21 out. 2024.

GALHARDI, Cláudia P. et al. **Fato ou Fake? Uma análise da desinformação frente à pandemia da Covid-19 no Brasil**. Revista Ciência & Saúde Coletiva, v. 25 (Supl.2): 4201-4210, 2020, Rio de Janeiro. Disponível em <bit.ly/3xS3HiS> Acesso em: 28 out. 2024.

GLOBO, Memória. Projetos Especiais. O portal de notícias da Globo é líder de audiência no jornalismo digital. G1, [s.l.] 28 fev. 2022. Disponível em <bit.ly/3YGe7Pt> Acesso 28 out. 2024.

FERREIRA, Ana Gabriela; LIMA, Débora; ROCHA, Júlia. **Infodemia e Covid-19 - a informação como instrumento contra os mitos**. Artigo 19. [s.l.] 2021. Disponível em <bit.ly/3vF31ux> Acesso em: 21 out. 2024.

FERREIRA, Ricardo Ribeiro. **Rede de mentiras: a propagação de fake news na pré-campanha presidencial brasileira**. Observatório (OBS*) Journal, special Issue, Portugal. 2018. Disponível em <bit.ly/3t0lz8e> Acesso em: 21 out. 2024.

HENRIQUES, Cláudio. **A dupla epidemia: febre amarela e desinformação**. Brasília. Fundação Oswaldo Cruz. 2018. Disponível em <bit.ly/3vldZqh> Acesso em: 21 out. 2024.

PULGA, Diana Corti. **Podcasting e Jornalismo: uma análise do programa Mamilos**. Porto Alegre. 2019. Disponível em <bit.ly/3pRDvjy> Acesso em: 21 out. 2024.

SCHUELER, Paulo. A pandemia da desinformação. Instituto de Tecnologia em Imunobiológicos (Bio-Manguinhos) da Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz), Rio de Janeiro, 31 ago. 2020. Disponível em <bit.ly/4hoe5D9> Acesso 28 out. 2024.

VARÃO, Rafiza; VASQUES, Fernanda. Jornalismo como instância de confiabilidade de informações durante a Pandemia da Covid-19. *In.*: GADINI, S; OLIVEIRA, H. M. G. **Jornalismo em tempos da pandemia do novo coronavírus**. 1ª Edição. Ria Editorial. 2020. P. 373-398. Disponível em <bit.ly/3MCYD6W> Acesso em: 21 out. 2024.

WHATSAPP limita encaminhamento de mensagens para frear fake news sobre Covid-19. CNN Brasil, 7 abri. 2020. Disponível em <bit.ly/4hrcVam> Acesso 28 out. 2024.