

CONFIABILIDADE DE INFORMAÇÕES SOBRE A COVID-19 EM GRUPOS NO FACEBOOK

Luiza Opalinski Pacheco¹, Tiago Franklin Rodrigues Lucena², Marcelo Picinin Bernuci³

¹Acadêmica do Curso de Medicina, Campus Maringá/PR, Universidade Cesumar – UNICESUMAR. Programa Voluntário de Iniciação Científica. luizaopalinski@hotmail.com

²Coorientador, Professor de Comunicação, Dr. Em Artes – UEM.

³Orientador, Docente do Programa de Pós-Graduação em Promoção da Saúde, UNICESUMAR. marcelo.bernuci@unicesumar.edu.br

RESUMO

O início do ano de 2020 foi marcado por uma explosão de informações e notícias sobre a doença do coronavírus (COVID-19), que circulavam em redes sociais online, gerando o que se intitula como “infodemia digital”. Dentre os diversos meios que notícias circulavam destaca-se a rede social Facebook. Estudos sobre a influência desse meio de comunicação mostram efetividade em períodos de eleição e emergências, por isso o objetivo do estudo é analisar a confiabilidade das informações postadas sobre a COVID-19 em grupos no Facebook. Para tanto, objetivamos caracterizar o conteúdo das publicações nos grupos de discussão sobre a doença e dinâmica da interação dos usuários, além de identificar “fake News” no conteúdo disseminado, apontando os erros das informações. Trata-se de um estudo descritivo do tipo retrospectivo de análise do conteúdo digital. Os dados foram obtidos com auxílio da ferramenta de busca do Facebook utilizando os buscadores “covid 19”; “covid 19 brasil”; “coronavírus”; “coronavírus brasil” para identificar e selecionar os 10 maiores grupos de discussão sobre a COVID-19 no Brasil e em português. Para caracterizar o conteúdo das publicações analisamos as 10 publicações mais recentes e relevantes de cada grupo (segundo a plataforma). Posteriormente, classificamos as informações quanto aos temas-chave: prevenção, tratamento e contágio. Também foram coletados dados de engajamento dos grupos (likes, compartilhamentos e comentários). Para identificar “fake News” realizamos o “fact-checking” – análise da confiabilidade comparando notícias à alguma referência base. Posteriormente as notícias “falsas” foram classificadas como: sátira de notícia; paródia de notícia; notícia fabricada; manipulação de imagens; propaganda e campanha.

PALAVRAS-CHAVE: Infodemia, Coronavírus; Redes Sociais.

1 INTRODUÇÃO

No cenário da nova pandemia da doença causada pelo Corona vírus (COVID-19), que se desenvolve ao redor do mundo viu-se o aumento pela busca de informação, utilizando-se a internet como principal ferramenta, especialmente durante situações de isolamento social (ROVETTA, A., BHAGAVATHULA, A.S., 2020). Nesse período houve um aumento de 20 a 87% do uso de redes sociais online em todo o mundo durante a crise (Fundação Bruno Kessler, 2020). A estratégia mais comum dessa busca foi o uso de palavras-chave no ambiente digital (PARASKEVI, E. I. GAROUFALLOU, E., 2021) e de acordo com o Google Trends, as principais consultas relacionadas ao COVID-19 no Brasil no último ano continuam os termos “morte”; “sintomas”; “vacina”; “infecção” e “doença”. Em fevereiro de 2020, a Organização Mundial da Saúde (OMS) advertiu que o surto de COVID-19 vem sendo acompanhado por uma infodemia, ou seja, uma enxurrada de informações sobre o tema – sejam elas verdadeiras ou não (CINELLI et al., 2020).

Diante do exposto, o presente estudo objetivou analisar a confiabilidade das principais informações publicadas nos grupos do Facebook do Brasil criados com o intuito de discutir a pandemia da COVID-19. Este estudo considera que a análise de conteúdos que circulam os grupos nessa rede social sobre o tema são insipientes, uma vez que outros verificaram a presença de notícias e informações que circulam no feed de notícias (ref), instagram (ref), WhatsApp (ref), Twitter (ref), tiktok (ref). A adesão ao grupo que se dá geralmente por interesses em comum entre os usuários garante ao espaço uma dinâmica diferente de outros espaços da rede social e de outras redes em si.

2 MATERIAIS E MÉTODOS

O presente estudo caracteriza-se por realizar uma abordagem quali/quantitativa e exploratória retrospectiva sobre redes social online (RSO) e teve como método o uso da técnica de pesquisa de verificação da confiabilidade das notícias compartilhadas nos grupos (abertos e fechados) na plataforma de RSO “Facebook”. O estudo foi desenvolvido em ambiente virtual, em grupos na rede social (abertos e fechados), sem necessidade de identificação dos usuários e também por isso sem a autorização dos participantes. O estudo obteve dispensa de avaliação ética conforme o Inciso III, Parágrafo Único, do Artigo 1º da Resolução 512 de 2016 do Conselho Nacional de Saúde, pois trata da pesquisa com informações de domínio do Facebook. Todos os dados tiveram suas identificações ocultadas para garantir o anonimato dos participantes e impedir o uso indevido das informações.

Para obtenção das postagens foi inicialmente criada uma nova conta na plataforma Facebook (<https://www.facebook.com>) a fim de acessar o conteúdo disponibilizado sem a interferência de algoritmos da plataforma induzindo as preferências do usuário na conta dos grupos criados para discutir a pandemia da COVID-19 (Quadro 1). A busca dos grupos foi realizada no dia 23 de abril de 2021 a partir da utilização dos descritores: “covid 19”; “covid 19 brasil”; “coronavírus”; “coronavírus brasil”. A seleção foi limitada aos grupos (abertos e fechados) que continham o maior número de membros. As postagens foram coletas por meio de cópias da tela (screenshots) do computador, nominadas com dia e o grupo e arquivadas em formato jpg. para serem analisadas posteriormente. Foram selecionadas as 10 publicações – critério de seleção dos títulos que eram referentes aos temas chave – 5 publicações inverídicas

3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Os dados sobre a seleção dos grupos de discussão estão apresentados no Quadro 01. Foram selecionados para análise os 10 grupos de discussão com o maior número de participantes que variou de cerca de 6 mil a 850 mil participantes. 7 fechados e 3 abertos. Os 7 grupos fechados aprovaram a inserção do nosso perfil.

Quadro 01. Caracterização dos grupos de discussão no facebook para debater a pandemia da COVID-19.

NOME DO GRUPO	NÚMERO DE MEMBROS (APROXIMADO)*	BUSCADORES	PÚBLICO OU PRIVADO
PsicoJurídico: Covid19 Uma Nova Realidade	850 mil	“covid19”	Público
COVID-19 dúvidas respondidas por profissionais da saúde	630,8 mil	“covid19”	Privado
Coronavírus Brasil COVID-19	82,5 mil	“coronavírus Brasil”	Privado
Coronavírus Brasil COVID-19	65,3 mil	“covid19”	Público
Pós-Covid-19 (sintomas persistentes por 30 dias ou mais)	28,4 mil	“covid19 Brasil”	Privado
COVID-19 Sintomatico e Assintomatico	15,7 mil	”coronavírus”	Privado
Coronavírus Araraquara e Região Covid-19	14,9 mil	“covid19 Brasil”	Privado
PÓS-COVID-19- QUEM TEM SEQUELAS?	13,5 mil	“covid19 Brasil”	Privado
CORONA VÍRUS, COVID 19	12 mil	”coronavírus”	Público

*segundo termos apresentados no facebook

Dentre os conteúdos das 100 publicações analisadas, 9 tratava-se de prevenção; 31 de contágio e 52 de tratamento, enquanto 28 não adentraram as categorias. Foram identificadas 4 notícias falsas dentre as publicações, 2 sobre tratamento, 1 sobre contágio e 1 sobre sequelas da COVID-19. Todas as notícias consideradas inverídicas foram classificadas como “Fabricação de Notícias”, utilizando inclusive a estratégia de “clickbait”, ou seja, foram construídas com um título sensacionalista e apelativo para atrair usuários - exceto pela publicação “COVID-19: Vacinados podem transmitir o vírus, adoecer e morrer” que não havia link em anexo. Ao clicar no link indexado ao restante das notícias, nos deparamos com o conteúdo que refutava a própria manchete.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

No cenário dos grupos analisados referentes à COVID-19 a necessidade dos usuários de se identificarem com algum elemento da publicação, ou até mesmo com o próprio autor, se reflete no foco dessas postagens que compreendem, em grande parte, relatos da doença, descrição de sintomas e troca de experiências com situações semelhantes, inclusive de conduta médica, como recomendações de tratamento. Esses grupos de discussão fornecem um senso de comunidade ao usuário que se faz necessário frente à solidão física e psicológica causada pela pandemia e pelo lockdown subsequente.

Em relação às notícias compartilhadas, utilizam-se legendas curtas e apelativas nas postagens, geralmente anexadas à uma reportagem ou vídeo, com a intenção de ganhar mais acessos. Nas notícias que foram classificadas como inverídicas neste estudo, o próprio material anexado (vídeos ou artigos) explica os detalhes da notícia, de forma a refutar a própria manchete. Ao se depararem com essas publicações, os usuários tornam-se susceptíveis a dá-las credibilidade. Seja pela sensação de acolhimento fornecida pelos grupos das redes sociais ou pela exposição prévia às informações imprecisas, o impacto dessas publicações é notório.

REFERÊNCIAS

ALLEN, J. et. al. Evaluating the fake News problem at the scale of the information ecosystem. *Science advances*. 2020; 6(14).

Brashier, Nadia M, and Daniel L Schacter. “Aging in an Era of Fake News.” *Current directions in psychological science* vol. 29,3 (2020): 316-323.
doi:10.1177/0963721420915872

BRASIL. MINISTÉRIO DA SAÚDE. Informe Semanal de Evidências COVID 19 nº 004. Disponível em <https://www.gov.br/saude/pt-br/coronavirus/publicacoes-tecnicas/evidencias-cientificas/n004-informe-semanal> Acesso 15/07/2021.

BRASIL. MINISTÉRIO DA SAÚDE. Novo Coronavírus Fake News. Disponível em <https://www.saude.gov.br/component/tags/tag/novo-coronavirus-fake-news?limitstart=0> . Acesso em 19/05/2020.

BRASIL. SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. Pesquisa Brasileira de Mídia 2016: Hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Disponível em: <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2016.pdf/view>. Acesso em 20/05/2020.

CORREIA, V. M. et al. MANUAL DE CONDUTAS NA COVID-19. Editora Manole. HCFMUSP. 2021

Duong HT. ONGs de quarta geração: Estratégias de comunicação em campanhas sociais e mobilização de recursos. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing* . 2017; 29 (2): 119–147. 10.1080 / 10495142.2017.1293583

EDELSON, M. et al. Seguindo a multidão: substratos cerebrais da conformidade da memória de longo prazo. *ciência* , v. 333, n. 6038, pág. 108-111, 2011.

EDSON, C. et. al. (2018) Defining “Fake News”. *Digital Journalism*. 2017; 6:2, 137-153.

Fundação Bruno Kessler. (2020). Notícias falsas na época do C-19 . Disponível em: <https://members.tortoisemedia.com/2020/03/23/the-infodemic-fake-news-coronavirus/content.html> (acessado em 27 de abril de 2020).

HUCKLE, S., WHITE, M. Fake News: A Technological Approach to Providing the Origins of Content, Using Blockchains. *Big data*. 2017; 5(4), 356-371.

KANEKAR, A.S., THOMBRE, A. Fake medical News: avoiding pitfalls and perils. *Family medicine and community health*. 2019; 7 (4).

MACHADO, C.C.V et. al. Ciência Contaminada: Analisando o contágio de desinformações sobre o coronavírus no Youtube. *Democracia Infectada*. 2020; (1): 11.

Martin C, MacDonald BH. Usando estratégias de comunicação interpessoal para estimular conversas científicas nas redes sociais. *PLoS One*. 10 de novembro de 2020; 15 (11): e0241972. doi: 10.1371 / journal.pone.0241972. PMID: 33170855; PMCID: PMC7654796.

MOTOKO, R. As Coronavirus Spreads, So Does Anti-Chinese Sentiment. *The New York Times*, Feb. 2020. Disponível em <https://www.nytimes.com/2020/01/30/world/asia/coronavirus-chinese-racism.html> . Acesso em 19/05/2020.

Naeem, Salman Bin et al. “An exploration of how fake news is taking over social media and putting public health at risk.” *Health information and libraries journal*, 10.1111/hir.12320. 12 Jul. 2020, doi:10.1111/hir.12320

Oxford COVID-19 Evidence Service. Carl Heneghan ,Jeffrey Aronson, Robin Ferner , Nicholas J DeVito. COVID-19 Registered Trials – and analysis.

PARASKEVI, E. I. GAROUFALLOU, E. Information seeking behavior and COVID-19 pandemic: A snapshot of young, middle aged and senior individuals in Greece, *International Journal of Medical Informatics*, Volume 150. 2021. <https://doi.org/10.1016/j.ijmedinf.2021.104465>

PULIDO, C.M. et. al. A New Application of Social Impact in Social Media for Overcoming Fake News in Health. *Internacional journal of environmental research and public health*. 2020; 17(7), 2430

Radwan, Eqbal et al. “The role of social media in spreading panic among primary and secondary school students during the COVID-19 pandemic: An online questionnaire study

from the Gaza Strip, Palestine.” Heliyon vol. 6,12 e05807. 21 Dec. 2020,
doi:10.1016/j.heliyon.2020.e05807

ROVETTA, A., BHAGAVATHULA, A.S. COVID-19 Related Web Search Behaviors and Infodemic Attitudes in Italy: Infodemiological Study. JMIR public health and surveillance. 2020; 6(2): 19374.

Sample C, Jensen MJ, Scott K, et al. Interdisciplinary Lessons Learned While Researching Fake News. Front Psychol. 2020;11:537612. Published 2020 Dec 16.
doi:10.3389/fpsyg.2020.537612

SCHAFER, B. (2018). A View from the Digital Trenches - Lições do primeiro ano de Hamilton 68. Washington, DC: German Marshall Fund.

UNESCO. Journalism, ‘Fake News’ & Disinformation: Handbook for Journalism Education and Training. 2018.

Waldrop, M Mitchell. “News Feature: The genuine problem of fake news.” Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America vol. 114,48 (2017): 12631-12634. doi:10.1073/pnas.1719005114