

Desinformação, Mídia Social e Covid-19 no Brasil

RELATÓRIO DE PESQUISA

MIDIARS

(Laboratório de Pesquisa em Mídia, Discurso e
Análise de Redes Sociais)



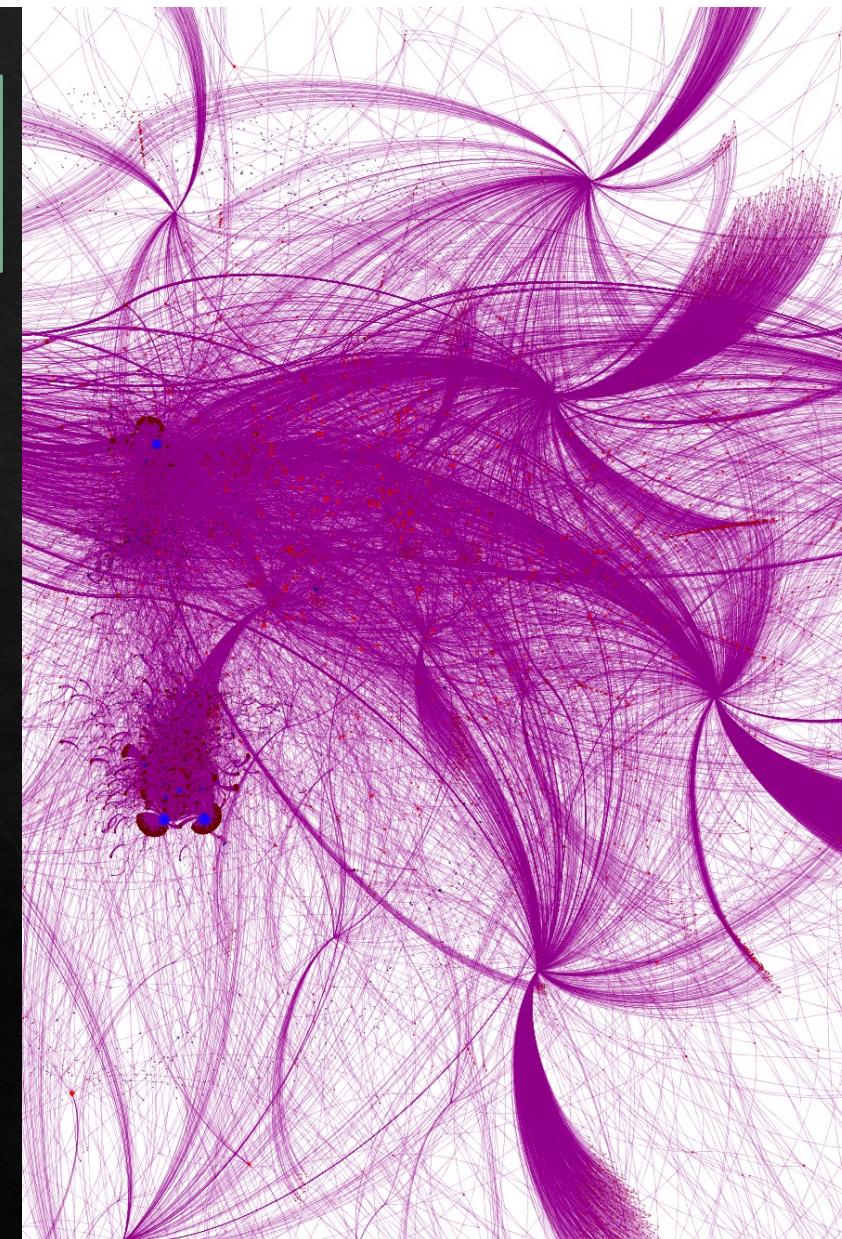
UFPEL



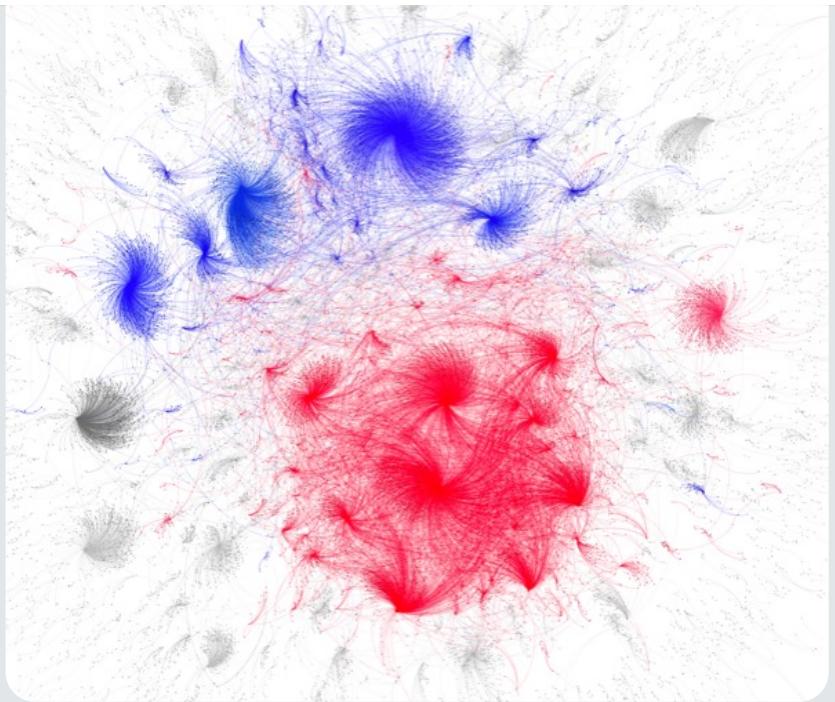
PPGCOM
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
COMUNICAÇÃO

Desinformação e Covid-19

A **circulação de desinformação** tem sido um problema no contexto da pandemia de Covid-19, em especial no Brasil. Neste relatório de pesquisa, sistematizamos e discutimos os principais resultados do primeiro ano da pesquisa "Desinformação, Mídia Social e Covid-19 no Brasil" (março a dezembro de 2020). De forma particular, **analisamos elementos da desinformação sobre Covid-19 nas mídias sociais no contexto brasileiro**. Abaixo, destacamos os principais resultados que apresentamos neste relatório.



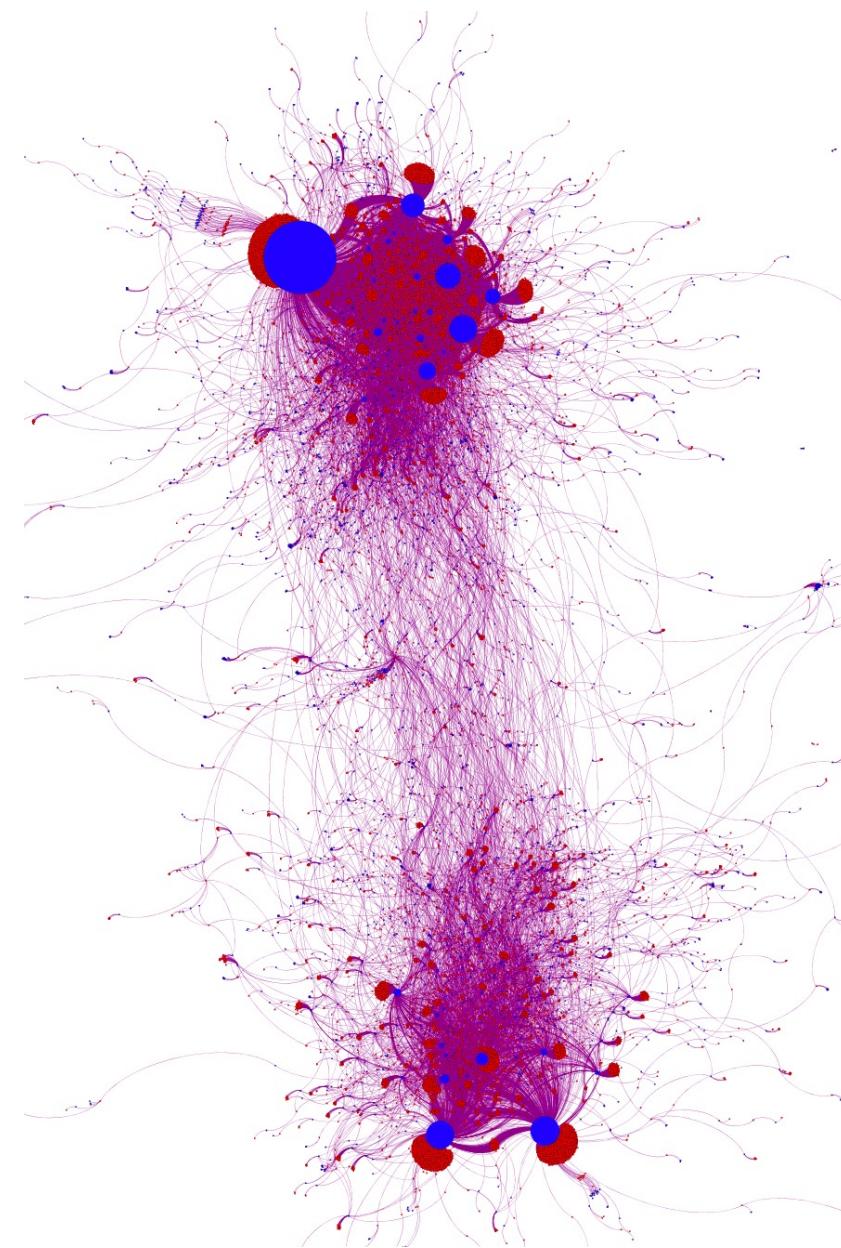
1) Desinformação enquadra o Covid-19 como assunto político-partidário e não um problema de saúde pública



OS BANDIDOS VERMINOSOS PILANTRAS COMUNISTAS MAIA, ALCOLUMBRE+TOFOLI E DÓRIA ESTÃO COORDENANDO UM PLANO MACABRO PARA DEPOR NOSSO PRESIDENTE HOJE!!! ESTÃO SE APROVEITANDO DA CRISE DO CORONAVÍRUS, MANIPULADA PELA MÍDIA COMUNISTA, GLOBOLIXO+CNN+BAND PARA CAUSAR O CAOS SOCIAL E, ASSIM, CULPAR O PRESIDENTE. O PRESIDENTE BOLSONARO PRECISA ACIONAR O "ESTADO DE DEFESA", IMEDIATAMENTE, PARA SALVAR A NAÇÃO DA DESGRAÇA DO CAOS ECONÔMICO!! QUEREM NOS TRANSFORMAR EM UMA NOVA E 1.000.000 DE VEZES PIOR VENEZUELA! A DECRETAÇÃO DO "ESTADO DE DEFESA" NÃO DEPENDE DA APROVAÇÃO DO MALDITO CONGRESSO+ STF. É PRERROGATIVA EXCLUSIVA DO PODER EXECUTIVO!!

- A pandemia é percebida na mídia social **como um assunto político-partidário, mais do que como um assunto de saúde pública.**
- A discussão sobre os modos de tratamento, as ações e mesmo elementos de mitigação é absolutamente polarizada e confundida com uma questão de **filiação política pela população.**
- Esse **enquadramento tem efeitos bastante negativos sobre a cooperação coletiva, pois polariza ações de mitigação** (se eu usar máscara, estou filiado a um discurso X, se eu não usar, estou filiado a um discurso Y).

2) A checagem de conteúdo circula menos e não consegue penetrar a bolha da desinformação.



- Onde circula a desinformação **não circula o fact– checking**.
- Polarização e venda da desinformação como “leitura alternativa” dos fatos.
- Apenas 10% dos grupos que compartilham a desinformação compartilharam também a checagem.
- Nos grupos e páginas que compartilharam desinformação e checagem, quase sempre a checagem é apresentada de modo enviesado.

Checamos: foto de corpos no chão não é de vítimas de coronavírus na Itália

Imagen, na verdade, trata de um projeto artístico feito na Alemanha em 2014; confira



AFP

postado em 16/04/2020 08:00 / atualizado em 27/04/2020 21:31



Mohammed Dawabsha

- 26 de março

Esta foto é da Itália. Para quem diz, o presidente está certo sobre o que disse — em Leblon, Rio De Janeiro, Brasil.



145



36 comentários



1,1 mil compartilhamentos

Curtir

Compartilhar



Ver mais 10 comentários



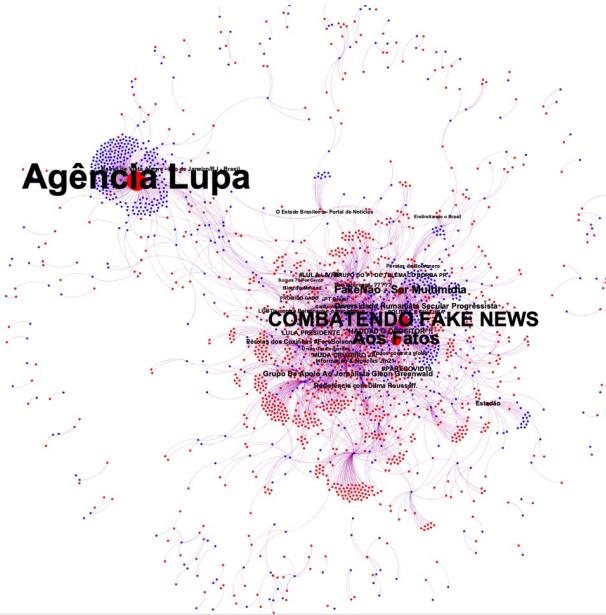
Nair Klein Quando estivermos igual aos palcos, onde morrem 600 pessoas por dia, ele com calma, pelo cenário de morrer e desespero, muda da Idéia rapidinho e ainda se arrepende do que falou. Deus, nos livre disso e que isso não



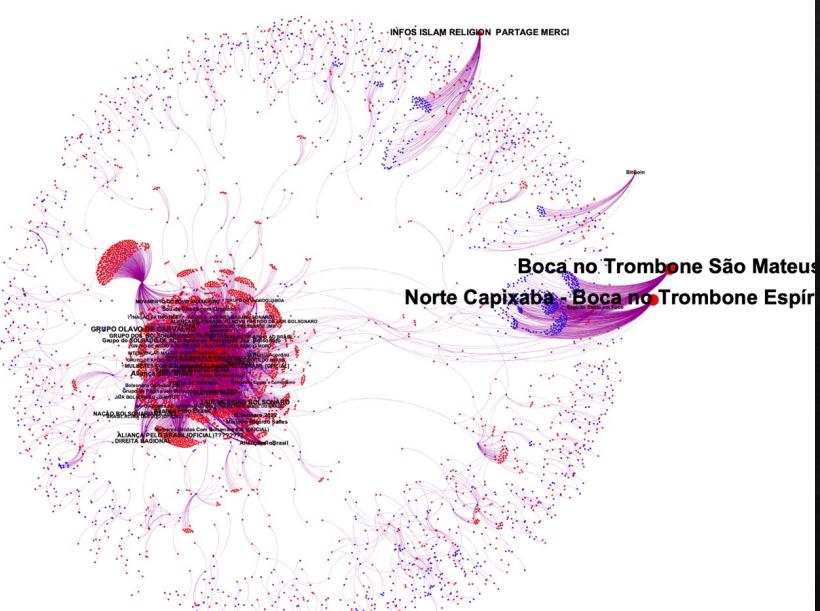
A Maior Loja de Guloseimas
Karamell Store

MAIS LIDAS

3) Quem compartilha desinformação é mais engajado e publica mais



Agência Lupa



INFO ISLAM RELIGION PARTAGE MERCI

Boca no Trombone São Mateus
Norte Capixaba - Boca no Trombone Espírito

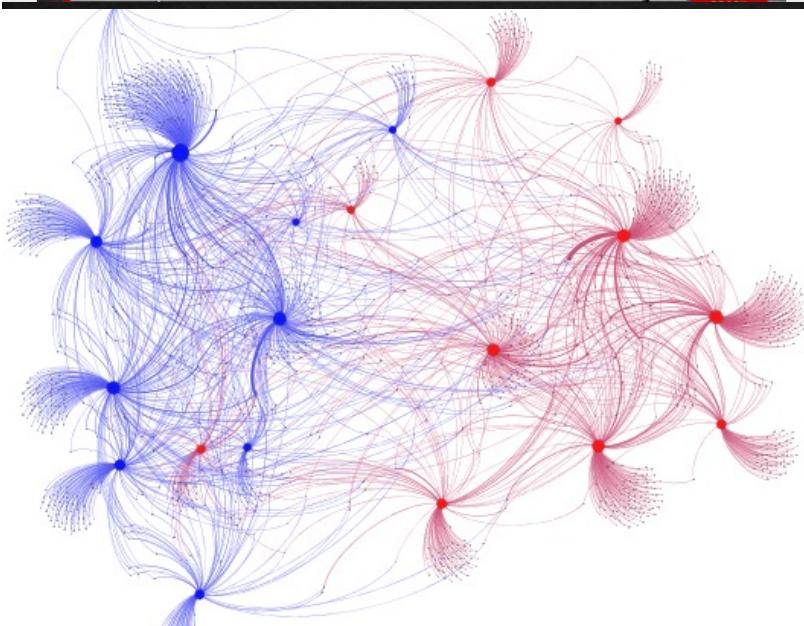
- Maior atividade na propagação de conteúdo desinformativo em comparação com o conteúdo informativo.
- Um link que defendesse o uso de hidroxicloroquina para combater e curar Covid-19 no Twitter, por exemplo, tinha uma probabilidade **quase três vezes maior de se repassado** do que um link que contivesse algum conteúdo que desafiasse essa premissa
- No Facebook, a probabilidade de um link desinformativo sobre o mesmo assunto circular era **1,5 vez maior** do que a de um link com conteúdo informativo.
- O conjunto de desinformação compartilhada era, em média, **quase quatro vezes maior** do que o da checagem.

4) Quando a checagem e o jornalismo circulam nas bolhas, eles são enquadrados como desinformação

"CLOROQUINA NÃO TEM EFEITO COLATERAL" AFIRMA BOLSONARO

POR WANDY RIBEIRO. POSTADO EM POLÍTICA FARMACÊUTICA - 35846

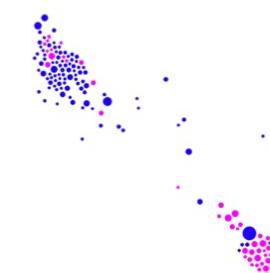
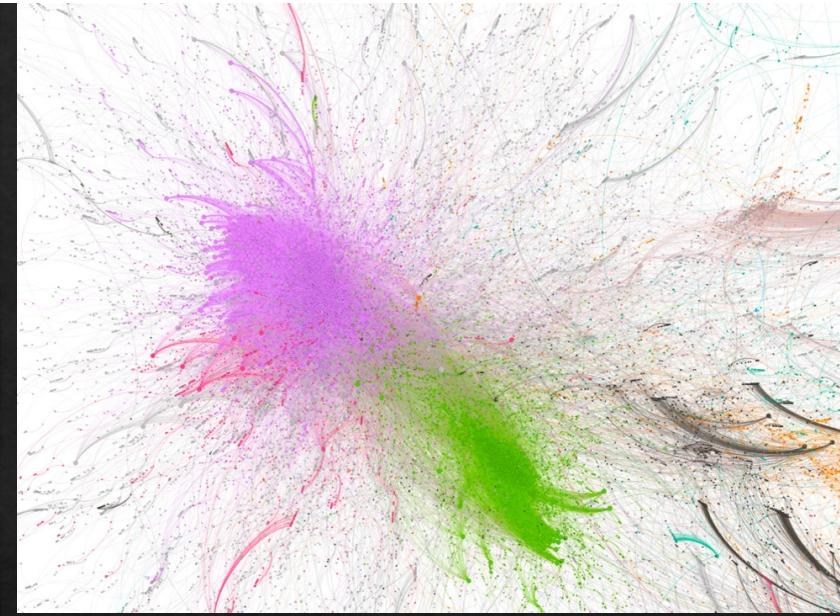
[Voltar](#)



- A mídia tradicional (veículos jornalísticos) e de checagem apenas conseguem circular nas bolhas onde circula a desinformação **quando seu conteúdo concorda ideologicamente com aquele que circula nesses espaços.**
- O jornalismo declaratório, por exemplo, é usado para apoiar a ideologia defendida pela bolha.

5) As autoridades têm um papel fundamental na legitimação da desinformação

- **Autoridades**, principalmente, pessoas que detém **um cargo político ou possuem expertise na área da saúde têm um papel fundamental no espalhamento de desinformação.**
- Em um estudo sobre a influência das autoridades na propagação de desinformação sobre a vacina contra o Covid-19 no Twitter, por exemplo observamos que uma **autoridade política ou de saúde tinha quase 1,5x mais chances de ser retuitada quando reproduzia alguma desinformação sobre a vacina** do que outros tipos de autoridade.
- Autoridades políticas e de saúde respondem por mais de **47% do total de conteúdo desinformativo** que circulou nos dados, dos quais a **maioria (91%) era de influenciadores políticos**.



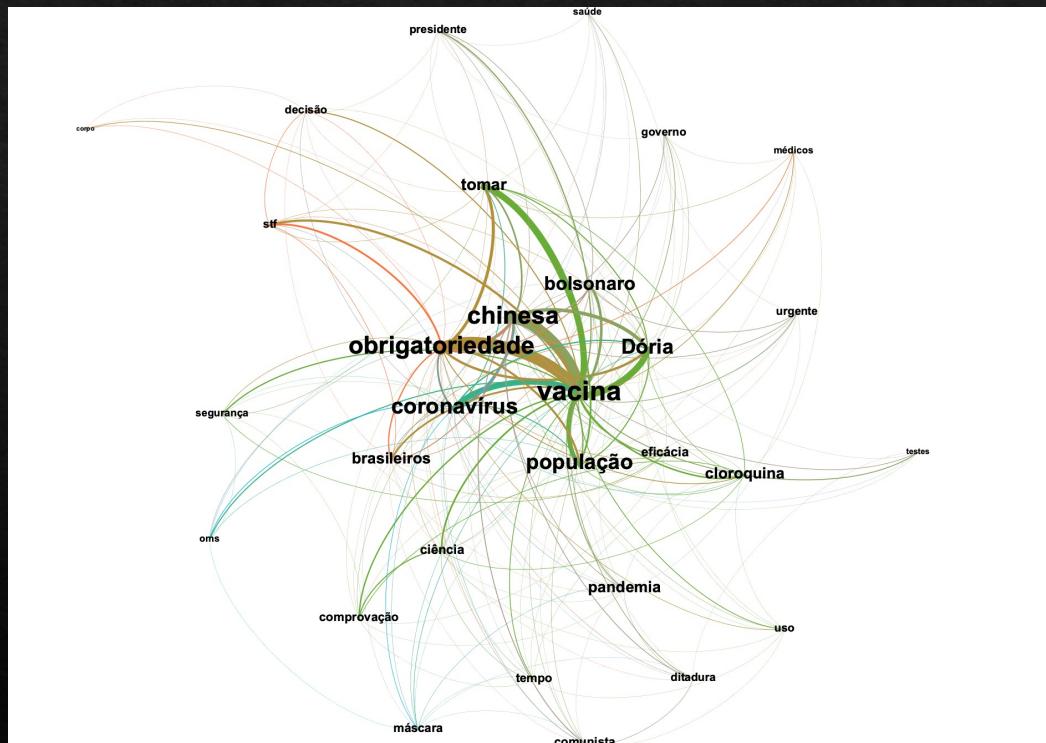
Exemplo: Desinformação sobre Vacina do COVID

“Não há registro histórico de pandemia de um novo vírus que termina com vacina! Isso só acontece com a imunidade de rebanho, independente da vacina. Esta precisa ser muito bem testada e segura para prevenir um futuro surto! Leia o que dizem cientistas!”

Autoridade vinculada ao Ministério da Saúde

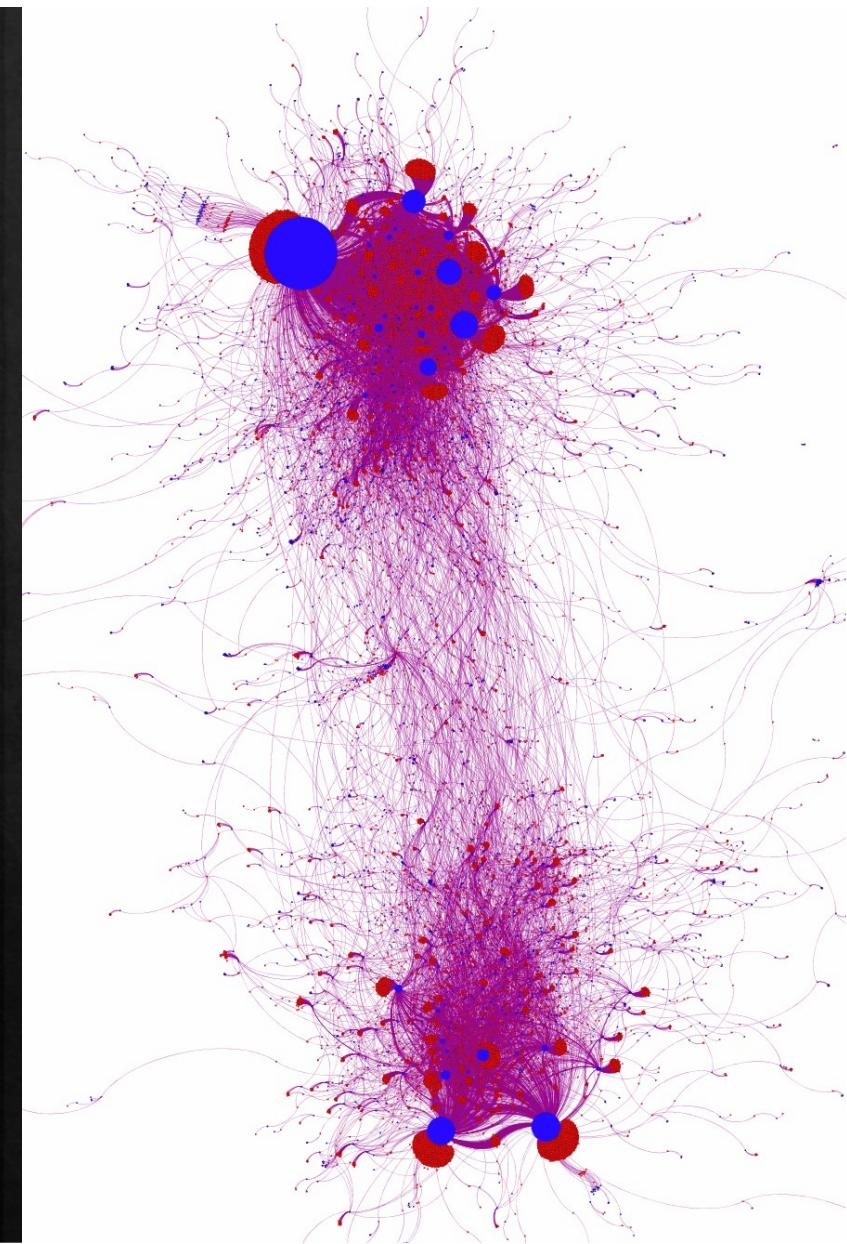
1984 retweets
em 24 horas.

Recuero & Stumpf, 2021



**6) Os veículos apócrifos hiperpartidários possuem um papel importante na criação e
espalhamento de desinformação.**

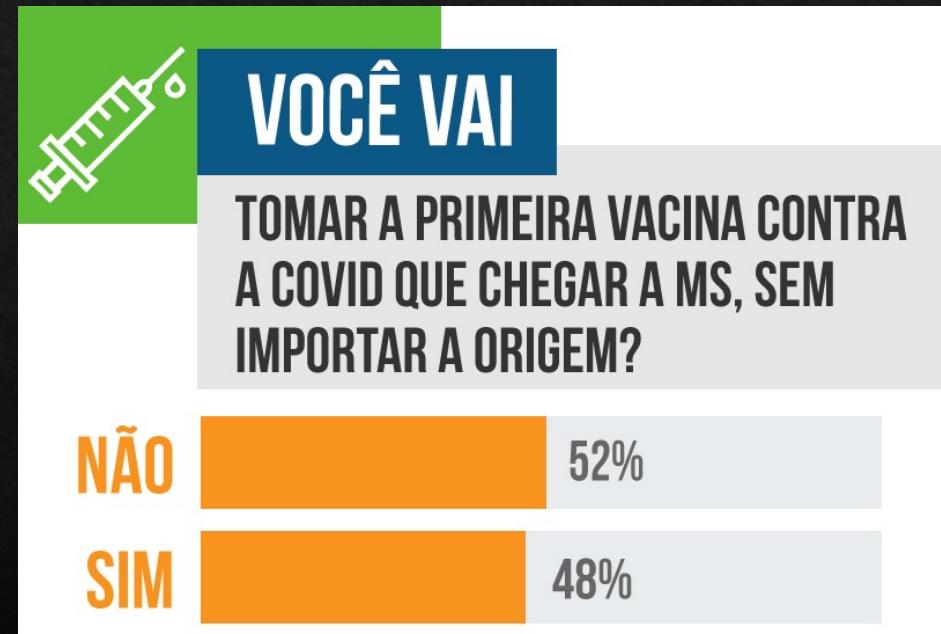
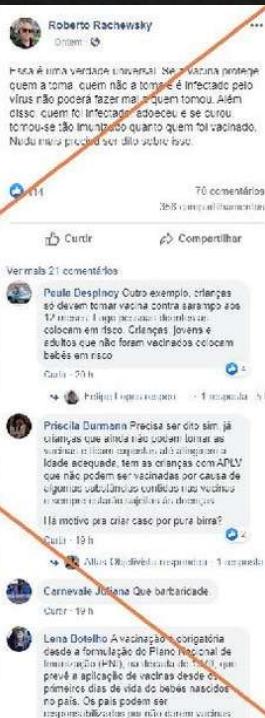
- **Quase 90% dos links desinformativos sobre a hidroxicloroquina de maior circulação em páginas e grupos públicos do Facebook no ano passado eram oriundos de veículos apócrifos e hiperpartidários** (Soares, Viegas et al., 2020).
- O cenário no Twitter é semelhante, já que os **esse veículos também foram fonte de quase 90% dos links com desinformação** sobre a hidroxicloroquina que mais circularam na plataforma (Recuero, Soares & Zago, 2021).
- Ainda que os veículos apócrifos hiperpartidários não sejam tão centrais no Instagram, as suas publicações sobre a hidroxi/cloroquina estão entre as que mais receberam atenção na plataforma (Soares, Bonoto et al., 2020).
- **No Facebook, vimos que entre os grupos e páginas mais ativos no compartilhamento de desinformação no Facebook, os veículos apócrifos ficaram atrás apenas de páginas e grupos políticos.** Além disso, tinham a maior média de compartilhamentos de links por grupo/página. Também observamos que entre os links desinformativos mais compartilhados no Facebook, **mais de um quinto tinha um veículo apócrifo hiperpartidário como fonte original.**



**7) A desinformação sobre Covid-19 está levando a uma maior desconfiança sobre as vacinas
em geral**

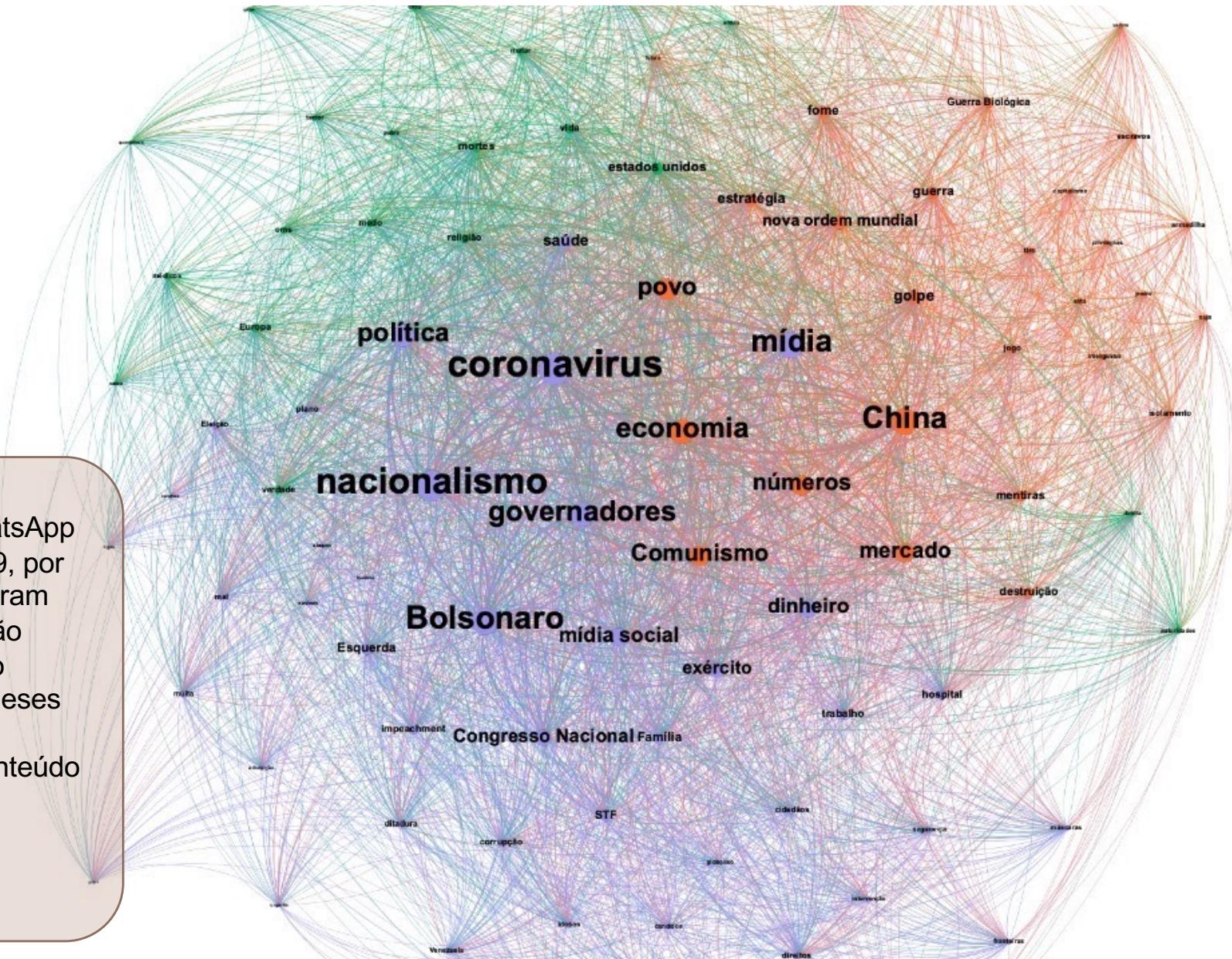
- Em nossos trabalhos mais recentes (Recuero & Stumpf, 2021), **pudemos observar um aumento do discurso antivacina na mídia social, e uma desconfiança generalizada quanto às vacinas que utilizam insumos "chineses"**. O enquadramento político da vacina do Butantan, por exemplo, levou o tema da vacina ser "chinesa" e um golpe político do governador de São Paulo, João Doria, como os pontos principais da conversação. As pessoas passaram a discutir a origem das vacinas como um critério para sua eficácia.
- Com isso, é frequente ver posicionamentos anti-vacina nesses grupos radicalizados na mídia social. Esse posicionamento, legitimado pelos grupos, fortalece a narrativa conspiratória de que a vacina não funcione e não tenha eficácia, sendo apenas uma construção para mudar o foco das mortes. A vacina aparece também como mais uma parte de um complô da China na fabricação e disseminação do vírus, que agora lucraria também com a oferta da vacina.

**SE VOCÊ ACREDITA
QUE UMA PESSOA
SEM VACINA PODE
FAZER MAL A UMA
PESSOA COM
VACINA, ENTÃO
VOCÊ NÃO ACREDITA
EM VACINAS**



8) Os discursos relacionados à desinformação sobre o vírus também apontam para um forte conteúdo xenófobo e violento contra pessoas chinesas e asiáticas de modo geral

Dados do WhatsApp sobre Covid-19, por exemplo, mostram forte associação entre conteúdo xenófobo (chineses comunistas, hackers.) e conteúdo desinformativo (teorias da conspiração).



Como combater a desinformação?

- **Letramento Digital** nas escolas e universidades
- Ações junto aos **professores**
- **Responsabilização** das autoridades públicas
- **Responsabilização** das plataformas
- **Ações institucionais de combate à desinformação** (campanhas informativas na mídia social e fora dela)
- Ações de veículos jornalísticos para **evitar que sejam compartilhados como desinformação**

Métodos

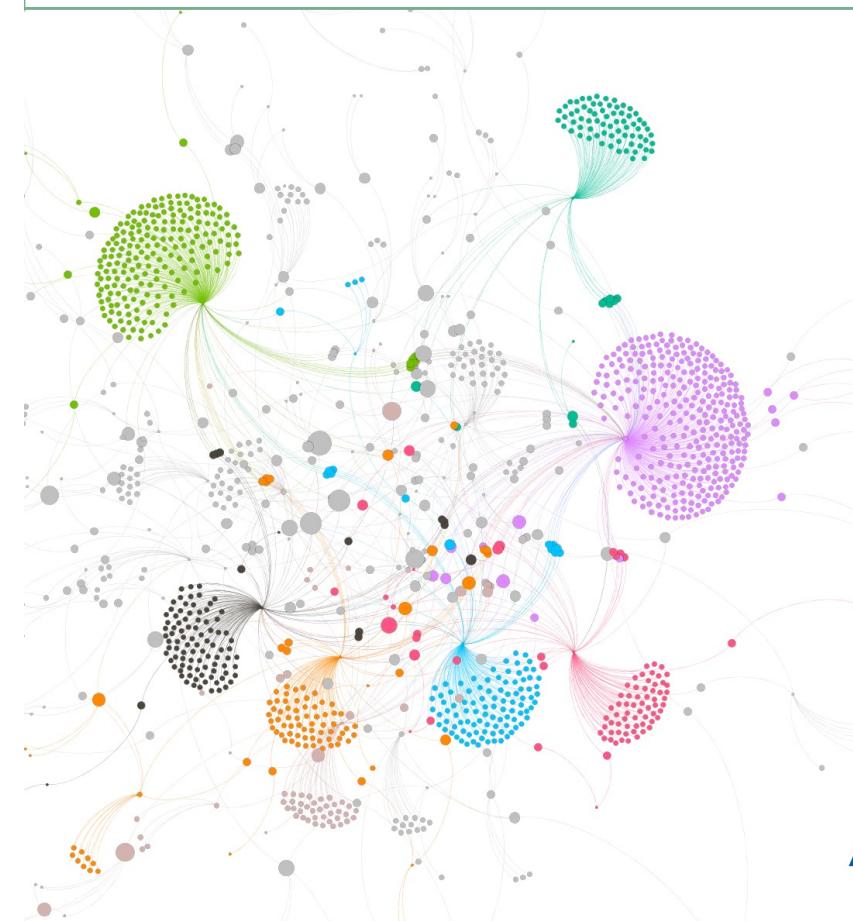
Nossas pesquisas utilizam métodos de coleta automatizados através das APIs das ferramentas. Dentre os principais sistema, utilizamos o Social Feed Manager (Prom, 2017) para o Twitter; CrowdTangle (2021) para o Facebook e Instagram; e acesso a alguns banco de dados constituídos por outros grupos de pesquisa - Monitor do WhatsApp (Resende et al., 2018) da UFMG para WhatsApp, por exemplo. Também utilizamos o NodeXL para algumas coletas e análises. Os dados são coletados com base em palavras chaves, URLs ou hashtags. O conjunto de dados no qual esta pesquisa foi baseada tem mais de 30 milhões de tweets, mais de cem mil postagens de grupos e páginas públicas do Facebook, mais de cinco mil posts do Instagram e cerca de mil postagens em grupos públicos do WhatsApp, todos em português. Todos os dados foram coletados entre março e dezembro de 2020.

Nossos métodos de análise são métodos mistos, ou seja, que combinam análises qualitativas e quantitativas. Utilizamos para este relatório Análise de Conteúdo (Krippendorff, 2015; Bardin, 2001), Análise de Discurso (Fairclough, 2001), Análise de Redes (Wasserman & Faust, 1994; Degenne & Forse, 1999), Análise de Conceitos Conectados (Lindgreen, 2016), além de análises e tratamentos estatísticos.

Nossas pesquisas trabalham com a anonimização de dados e seguem as normas éticas para pesquisas na Internet da Association of Internet Researchers.

Outras informações, bem como datasets públicos podem ser obtidas na nossa página: <https://wp.ufpel.edu.br/midiars/>.

Apoiadores e Financiadores do Projeto



Financiadores

FAPERGS projeto- 19/2551-0000688-8

CNPQ projeto - 301433/2019-4

Universidade Federal de Pelotas

CAPES - Código de Financiamento 001

Apoiadores

Poynter/Internacional Fact-Checking Network

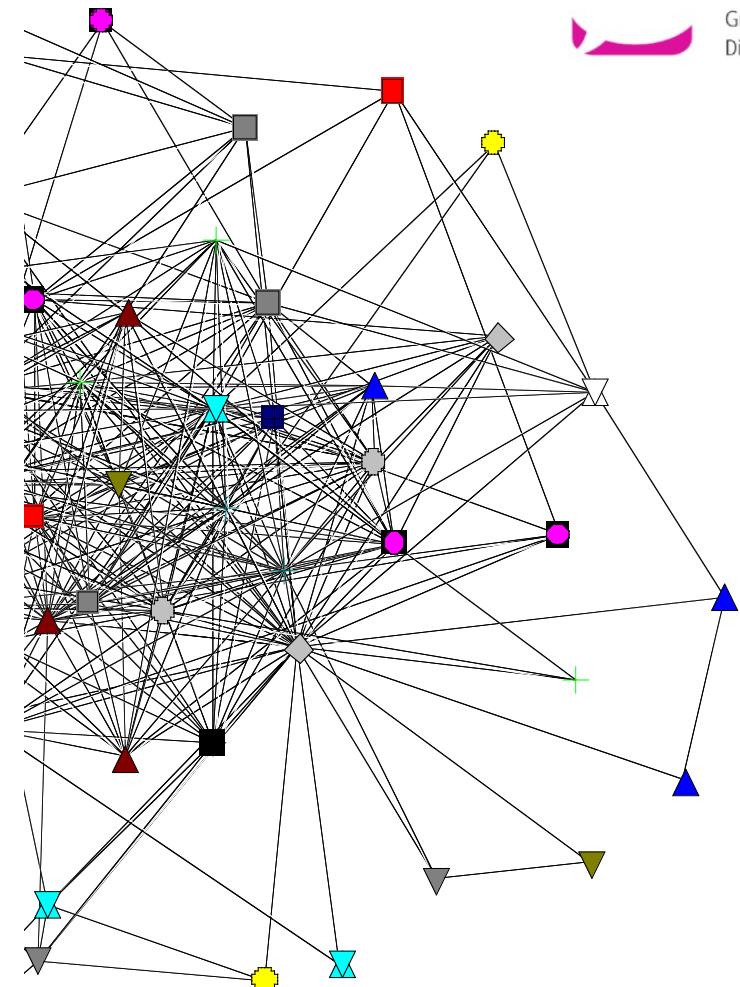
Universidade Federal do Rio Grande do Sul



Sobre Nós

O Laboratório MIDIARS é formado por pesquisadores e alunos de diversas áreas, como Comunicação, Ciência da Informação, Computação, Ciência Política, Sociologia, Estatística e etc. Este relatório é um produto do trabalho dos pesquisadores :

Raquel Recuero, Felipe Soares, Taiane Volcan, Otávio Vinhas, Gabriela Zago, Elisa Machioro Stumpf, Paula Viegas, Luiz Ricardo Goulart Hüttner, Carolina Bonoto, Gabriela Silva, Iara Cunha Passos, Igor Salgueiro e Giele Sodré.



Para saber mais:

<https://wp.ufpel.edu.br/midiars/>