

COVID-19 e os desafios à comunicação e à promoção da saúde em tempos de *fake news*

Mayara Melo Rocha

Em 11 de março de 2020, a Organização Mundial de Saúde (OMS) decretou estado de pandemia em decorrência da COVID-19, doença causada pelo vírus SARS-CoV-2. No Brasil, o primeiro caso foi oficialmente confirmado em 26 de fevereiro e menos de um mês depois o Ministério da Saúde decretou transmissão comunitária em todo o país. Rapidamente, a COVID-19 se revelou a maior emergência de saúde pública das últimas décadas. Um vírus sobre o qual ainda não há conhecimento científico totalmente consolidado tem o seu avanço marcado por inseguranças e incertezas que repercutem nos processos comunicativos e informacionais. Nosso objetivo, neste texto, é lançar um breve olhar sobre os processos comunicacionais durante a pandemia de COVID-19 e lançar questões que nos ajudem a pensar em respostas capazes de fortalecer a perspectiva de que o direito à comunicação é indissociável do direito à saúde.

De acordo com Araújo e Cardoso (2007), no campo da saúde a comunicação não pode ser limitada a uma ferramenta de persuasão que prescreve comportamentos ou reduzida a processos de divulgação, pois a comunicação é elemento fundamental para o estabelecimento do debate público e, portanto, da participação dos cidadãos nos processos de promoção da saúde.

A perspectiva da Comunicação e Saúde rompe com a lógica historicamente estabelecida de utilizar as ferramentas comunicacionais simplesmente para implantar políticas, divulgar ações e prescrever comportamentos. Busca-se compreender os sujeitos sociais não apenas como receptores passivos, mas como interlocutores que precisam ser escutados e considerados (ARAÚJO e CARDOSO, 2007). Isso, evidentemente, implica que os mesmos possam ter acesso aos canais, aos meios e aos espaços de fala. Nesse ponto chegamos a uma questão que diz respeito às desigualdades amplificadas pelo contexto da pandemia.

Diversos países, inclusive o Brasil, adotaram medidas como o distanciamento social e o isolamento social rígido (*lockdown*) em diferentes partes de seus territórios. Nesse cenário, as tecnologias da informação e comunicação passaram a ser

fundamentais para que as pessoas se conectem uma as outras, trabalhem, estudem, e recebam informações. De acordo com o pesquisador Rodrigo Murinho, diretor do Instituto de Comunicação e Informação em Saúde (Icict/Fiocruz), em entrevista dada ao mesmo instituto, a internet tem sido fundamental para que as pessoas acessem informações sobre a crise sanitária, o que evidencia que o exercício do direito à informação e à comunicação são elementos centrais para a garantia do direito à saúde e para o combate à pandemia (ICIT/FIOCRUZ, 2020).

No entanto, dados recentemente divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) mostram que 45,9 milhões de brasileiros ainda não tinham acesso à internet em 2018, o que corresponde a 25,3% da população. Soma-se a isso resultados da pesquisa TIC Domicílios 2018 que informa que 85% dos usuários de internet das classes D e E acessam a rede exclusivamente pelo celular, 2% apenas pelo computador, e 13% se conectam tanto pelo celular quanto pelo computador (SILVEIRA, 2020). De acordo com dados da ANATEL, atualmente, 53,3% dos celulares no Brasil são pré-pagos, portanto, com grandes limitações de dados (ANATEL, 2020). A desigualdade de acesso à rede mundial de computadores é apenas uma parte da enorme desigualdade existente no país que se revela de forma dramática num contexto de pandemia.

Como é possível comunicar adequadamente uma das mais importantes formas de prevenção preconizadas – lavar as mãos constantemente – para a população de um país no qual 72,4 milhões de pessoas vivem em residências sem esgotamento sanitário e 35 milhões não possuem abastecimento de água tratada, de acordo com a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua? (IBGE, 2019). Como falar adequadamente sobre o distanciamento social com pessoas que vivem em comunidades das periferias urbanas nas quais muitas famílias com mais de seis pessoas se aglomeram em apenas um cômodo? Como impedir a circulação de pessoas num país no qual o trabalho informal é a principal ocupação de mais de 40% da população em 21 estados, de acordo com o IBGE? (GARCIA, 2020).

Essas questões se somam de forma violenta à desigualdade de acesso à informação, mas também são agravadas pela crise política que assola o país impedindo o desenvolvimento de ações coordenadas entre os diferentes poderes, além de criar instabilidade e confusão no campo comunicacional. Num contexto no qual o país não consegue caminhar para o estabelecimento de ações estratégicas e articuladas de

comunicação e informação sobre a pandemia, outro fenômeno preocupa e agrava o quadro.

Termo cunhado pela UNESCO, vivemos também a ameaça da *desinfodemia* que seria o fenômeno da “desinformação” sobre a COVID-19. Observa-se que grande parte desse processo de desinformação não decorre da falta de conteúdo circulante, ao contrário, há um excesso de informações circulando sobre o vírus e a doença provocada por ele.

No entanto, existe o fenômeno das notícias falsas, amplamente denominadas Fake News, que para Guess, Nyhan e Reifler (2018) podem ser compreendidas como “um novo tipo de desinformação política” (p.2) que tem como característica a dubiedade dos fatos. Por sua vez, Allcott e Gentzkow (2017) classificam *Fake News* como material noticioso e propositalmente falso que visa ludibriar os leitores.

Cabe salientar que esses mesmos autores observam a necessidade de compreender que esse processo não ocorre fora de um movimento no qual os utilizadores notadamente privilegiam conteúdos que corroboram com suas próprias visões de mundo. É nesse sentido que se faz necessária também atenção especial às plataformas de difusão das *Fake News* para compreender o fenômeno. Para Delmazo e Valente (2018) é preciso observar que as redes sociais são parte integrante da questão, pois não se pode captar a significação das *Fake News* sem analisar suas formas de circulação online.

De acordo com uma pesquisa desenvolvida pela Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz), 73,7% das informações e notícias falsas sobre o novo coronavírus circularam pelo aplicativo de troca de mensagens *WhatsApp*. Outros 10,5% foram publicadas no Instagram e 15,8% no Facebook (NITAHARA, 2020). As notícias falsas identificadas tanto por essa pesquisa, quanto àquelas observadas no site criado pelo Ministério da Saúde para combater *Fake News*, possuem um leque amplo versando sobre receitas caseiras contra a Covid-19, formas de produzir álcool caseiro, estatísticas falsas, perigos de uso de máscaras, caixões vazios, fraude em notificações de óbitos, até teorias conspiratórias e xenófobas sobre a China, o comunismo, entre outras.

Em geral, o formato utilizado nessas notícias falsas é sempre pessoal, são publicações que sugerem uma aproximação do interlocutor e que costumam dar algumas referências não verificáveis, mas extremamente pessoais como “meu primo que é médico contou”, “vou dizer o que aconteceu com a minha cunhada”, etc.

Nesse contexto, se faz necessário destacar dois apontamentos colocados anteriormente: as *Fake News* costumam fortalecer crenças pré-existentes e as plataformas em que elas circulam são fundamentais para sua eficácia. Não por acaso os grupos de *WhatsApp* se configuram como os maiores disseminadores de notícias falsas, pois é uma das plataformas nas quais nos conectamos mais rotineiramente com pessoas do nosso círculo de afeições pessoais ou de afinidades políticas.

Tandoc *et al.* (2017) indicam que as pessoas tendem a confiar primeiro em seus próprios julgamentos e apenas quando isso não se mostra suficiente é que elas buscam verificações externas para verificar a autenticidade da informação recebida. Nesse ponto esbarramos numa outra problemática já apontada no texto, a desigualdade de acesso aos pacotes de dados. Se mais da metade da população do Brasil utiliza pacotes pré-pagos, infere-se que elas não possuem pacotes de dados robustos. Importante lembrar que a maioria das operadoras no país não descontam as redes sociais do pacote de dados. Somemos a isso as limitações que a maioria dos grandes portais de notícia impõe ao acesso de notícias por quem não é assinante e o resultado é que para milhões de brasileiros as redes sociais são os maiores canais de informação na internet, por vezes os únicos.

Diante disso, como seria possível romper as bolhas impostas pelas redes sociais, dialogar com a população, produzir uma comunicação democrática e transmitir informações contextualizadas? Não há resposta fácil, mas existem experiências em curso. Diversos coletivos, organizações populares, comunitárias e movimentos sociais que possuem como característica fundamental seus vínculos com os territórios de vida das populações vulnerabilizadas, no contexto da pandemia, estão se mobilizando e apontado caminhos possíveis. Destacaremos aqui pelo menos três dessas experiências:

O Coletivo Força Tururu de comunicação popular e comunitária, da região metropolitana do Recife, que há anos denuncia violências praticadas pelo Estado contra a juventude negra, em articulação com outros movimentos populares, tem feito um trabalho de comunicação popular nas redes sociais para informar a população sobre a gravidade da COVID-19 ao passo em que cobra das autoridades municipais e estaduais o fornecimento de água e a suspensão das contas de água, luz e gás.

A Rede Brasileira de Justiça Ambiental – em articulação com grupos de pesquisa e diversas outras organizações sociais – está produzindo materiais de comunicação contextualizados para dialogar com as comunidades do campo, pois

entende que há especificidades em seus modos de viver e produzir que precisam ser expressos nos modos de comunicar.

Os coletivos das periferias do Rio de Janeiro – como o Maré Viva, da Favela da Maré e o Papo Reto, do Complexo do Alemão – estão mobilizados no trabalho de comunicação popular sobre a COVID-19. Por sua vez, a campanha “Se liga no Corona” foca na prevenção da COVID-19 considerando as condições de vida e habitação de populações em situação de vulnerabilidade socioambiental e é fruto de ampla articulação entre a Fiocruz, Redes da Maré, Conselho Comunitário de Manguinhos, Comissão de Agentes Comunitários de Saúde de Manguinhos, Jornal Fala Manguinhos!, Coletivo Favelas Contra o Coronavírus, entre muitos outros.

Essas e diversas outras iniciativas populares que estão emergindo no contexto da pandemia reforçam a compreensão de que os processos de comunicação e saúde construídos nos territórios são potentes, pois capazes de produzir informações contextualizadas, posicionar criticamente os conteúdos informados, produzir narrativas contra hegemônicas e construir a promoção da saúde. É preciso ouvir o que a população e os movimentos populares têm construído de conhecimento no contexto da pandemia. É necessário refletir, enquanto sujeitos promotores de saúde, sobre como podemos construir novas percepções sobre o processo saúde-doença que estão muito além da prescrição de condutas. Essas possibilidades só podem emergir num contexto em que as pessoas possam falar e problematizar a realidade em que vivem. Por isso, promover a democratização radical da comunicação é absolutamente fundamental para o fortalecimento do direito à saúde.

Referências

ALLCOTT, Hunt; ENTZKOW, Matthew. *Social media and fake news in the 2016 election*. Journal of Economic Perspectives, 2017, vol 31(2), 211-236.

ANATEL. *Dados de acesso à telefonia móvel*. Disponível em: [https://www.anatel.gov.br/paineis/acessos/telefonia-movel](https://www.anatel.gov.br/paineis/ acessos/ telefonia-movel). Acesso em: 4 maio 2020.

ARAÚJO Inesita Soares; CARDOSO Janine Miranda. *Comunicação e Saúde*. Rio de Janeiro: Editora FIOCRUZ, 2007. 152 p. (Coleção Temas em Saúde).

DELMAZO, Caroline; VALENTE, Jonas C.L. *Fake news nas redes sociais online: propagação e reações à desinformação em busca de cliques*. *Media & Jornalismo* [online]. 2018, vol. 18, n. 32, p. 155-169.

GARCIA, Diego. *Informalidade supera 50% em 11 estados do país, diz IBGE*. Folha de São Paulo, 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2020/02/informalidade-atinge-recorde-em-19-estados-e-no-df-diz-ibge.shtml>. Acesso em: 3 mai. 2020.

GUESS, Andrew; NYHAN, Brendam; REIFLER, Jason. *Exposure to Misinformation: Evidence from the consumption of fake news during the 2016 US presidential campaign, 2018*. <http://www.dartmouth.edu/~nyhan/fake-news-2016>.

IBGE. *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua - PNAD Contínua*. IBGE, 2019. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/multidominio/condicoes-de-vida-desigualdade-e-pobreza/17270-pnad-continua.html?=&t=o-que-e>. Acesso em: 3 maio 2020.

ICICT/FIOCRUZ. *Emergência da COVID-19 sinaliza importância da informação e comunicação para a saúde*. Fiocruz, 2020. Disponível em: <https://www.icict.fiocruz.br/content/emerg%C3%Aancia-da-covid-19-sinaliza-import%C3%A2ncia-da-informa%C3%A7%C3%A3o-e-comunica%C3%A7%C3%A3o-para-sa%C3%BAde>. Acesso em: 4 abr. 2020.

NITAHARA, Akemi. *WhatsApp é principal rede de disseminação de fake news sobre covid-19*. Agência Brasil, 2020. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2020-04/whatsapp-e-principal-rede-de-disseminacao-de-fake-news-sobre-covid-19>. Acesso em: 4 maio 2020.

SILVEIRA, Daniel. *Em 2018, quase 46 milhões de brasileiros ainda não tinham acesso à internet, aponta IBGE*. G1, 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2020/04/29/em-2018-quase-46-milhoes-de-brasileiros-ainda-nao-tinham-acesso-a-internet-aponta-ibge.ghtml>. Acesso em: 2 maio 2020.