

Dinâmicas de circulação de conteúdo (des)informativo sobre a COVID-19 no WhatsApp, nos *media* e nas redes sociais *online*

Dynamics of (dis)informative content circulation about COVID-19 on WhatsApp, the news media and social media

José Moreno*, Inês Narciso*, Rita Sepúlveda*

*ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa, Centro de Estudos e Investigação de Sociologia

Resumo

A pandemia provocada pela COVID-19 trouxe para um lugar de destaque a desinformação em saúde, quer ao nível direto do seu impacto e à perda de vidas humanas, quer na consciencialização das populações acerca da sua existência e da sua perigosidade. Um ano transcorrido, analisam-se comparativamente dois momentos distintos com divulgação viral de conteúdo desinformativo relacionado com a COVID-19 em Portugal: um no início da pandemia, em março de 2020, e outro mais recente, em fevereiro de 2021. Em ambos os momentos, conteúdos informativos gerados no WhatsApp foram partilhados em redes abertas, como o Facebook e o Twitter e chegaram à agenda dos *media*. O que nos leva à pergunta de partida: "Como é que evolui a reação dos utilizadores e dos *stakeholders*, nesses dois momentos, perante desinformação com origem no Whatsapp?" Procuramos identificar diferenças nos processos de divulgação e partilha de conteúdo desinformativo e nas reações dos utilizadores e *stakeholders* envolvidos, direta ou indiretamente, nos mesmos. A principal conclusão é que o WhatsApp permanece a plataforma de divulgação privilegiada de conteúdo desinformativo da COVID-19 em Portugal, com um evidente desenvolvimento da consciencialização e envolvimento da sociedade civil no combate da mesma.

Palavras-chave: COVID-19; pandemia; desinformação; WhatsApp; redes sociais *online*

Abstract

The COVID-19 pandemic has brought the disinformation on health issues to the forefront of social concern, both because of its potential direct impact on the loss of human lives and because of the collective awareness that danger naturally raises. One year after the outburst of the pandemic, we compare two particular moments when viral disinformation content about COVID-19 arose in Portugal: one at the beginning of the pandemic, in March 2020, and the other more recently, in February 2021. In both those moments, there were certain pieces of information content that were first displayed in WhatsApp, then were shared on open social media networks, like Facebook or Twitter, and made it to the agenda of the news media. Which led us to pose this research question: "How have users and stakeholders evolved in their reaction to disinformation on WhatsApp in those two moments?" We aim to identify differences in those two moments as it relates to the processes involved in spreading and sharing that content, as well as to the reactions of the users and stakeholders that are directly or indirectly related to the issue. Our main conclusion is that WhatsApp remains the privileged platform in Portugal for the dissemination of disinformation about COVID-19, but coupled with a growing awareness towards the issue and a greater involvement of the civic society in fighting it.

Keywords: COVID-19; pandemic; disinformation; WhatsApp; social media

Introdução

O ano de 2020 ficou marcado pela emergência de uma pandemia que veio gerar alterações profundas no quotidiano das populações. Foi a primeira pandemia da sociedade em rede e os atuais padrões de comunicação marcaram a forma como a informação sobre a COVID-19 é criada e partilhada. A abundância de informação a circular, nomeadamente aquela classificada como desinformativa, fenómeno com projeção

mediática desde as eleições americanas de 2016, levou a Organização Mundial de Saúde (OMS) a alertar em fevereiro de 2020, que a pandemia provocada pela COVID-19 era acompanhada por uma infodemia, considerando-a também um dos principais desafios no combate ao vírus (WHO, 2020¹).

Em Portugal, o primeiro caso de COVID-19 é identificado em março de 2020 e, um ano depois, a crise de saúde global persiste, mas já com significativos avanços na vacinação das populações. Durante este período existiram dois momentos distintos em Portugal nos quais foi identificada uma partilha viral de conteúdo desinformativo, com projeção nacional e impacto mediático. O primeiro, em março de 2020, consistiu na partilha de áudios nos quais determinados indivíduos que se identificavam como profissionais de saúde asseguravam ter informação sobre a doença e sobre a situação realmente vivida nos hospitais. O segundo, sensivelmente um ano depois, traduziu-se na distribuição maciça de um falso plano de desconfinamento. Ambos surgem inicialmente no WhatsApp.

O presente artigo procura analisar estes dois momentos, dentro do enquadramento geral das desordens informativas, em que se assiste à afirmação do WhatsApp em Portugal como plataforma de partilha de conteúdo sobre a COVID-19. Avalia-se o impacto que uma temática de preocupação transversal como a saúde, na qual os *media*, a sociedade civil e as instituições se unem no combate à desinformação, tem nas atitudes dos utilizadores perante este tipo de conteúdo. Neste sentido, a pergunta de partida que conduz esta investigação foi definida: Como é que evolui a reação dos utilizadores e dos *stakeholders*² perante desinformação com origem no Whatsapp?

Para responder à mesma são analisados, com recurso a dados secundários, os dois momentos, procurando-se identificar dinâmicas nos processos de divulgação e partilha e as reações dos envolvidos, direta ou indiretamente, nesse processo. Complementarmente realizamos uma análise da ação e evolução, ao longo do último ano, da visibilidade e presença social de alguns dos *stakeholders* com relevância no quadro da pandemia, nomeadamente os meios de comunicação social, as entidades públicas e as organizações da sociedade civil.

A desinformação em pandemia

Embora tenha ganhado notoriedade global como arma de combate político, a desinformação é um fenómeno mais complexo do que o termo “fake news” veicula. As desordens informativas (Wardle, 2018) são também um produto da facilidade e velocidade com que os utilizadores podem criar, aceder e partilhar conteúdo. A União Europeia define desinformação como “todas as formas de informação falsa, enganadora ou imprecisa que foi criada, apresentada e promovida para intencionalmente causar dolo ou lucro distinguindo de ‘misinformation’ como informação enganadora ou imprecisa partilhada por pessoas que não a reconhecem como tal” (European Commission, 2018:10³). Para o presente artigo, será utilizada a expressão

¹ World Health Organization (2020, março 11). Director-General's opening remarks at the media briefing on COVID-19 - 11 March 2020. <https://www.who.int/dg/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020>

² Para os efeitos desta análise, consideramos como *stakeholders*, os meios de comunicação social, as instituições oficiais e as organizações da sociedade civil.

³ European Commission (2018, março 2). *High Level Expert Group on Fake News and Disinformation. A multi-dimensional approach to disinformation: Report*. Disponível em <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation>

desinformação, como toda a informação falsa, enganadora ou imprecisa, independentemente da intencionalidade do seu criador ou distribuidor.

A pandemia gerou um aumento significativo na procura de informação, com as populações a recorrerem ao mundo digital para procurar respostas. As instituições e a comunidade científica têm um tempo distinto do da internet e do vírus e não conseguem responder à procura, criando-se condições para um cenário global de partilha de desinformação, que se tornou um grande desafio sentido pelas plataformas de *fact-checking* (Brennen *et al.*, 2020). Apesar de a desinformação em saúde não ser um fenómeno novo e muitas vezes estar associado ao aparecimento de novas doenças e tratamentos (Bode & Vraga, 2018), a escala - quer do problema, quer do desfazamento entre a procura e a oferta de informação associados ao desenvolvimento tecnológico das ferramentas que permitem a sua propagação - criou um desafio sem precedentes (Donovan, 2020).

A crise pandémica de COVID-19 é um dos primeiros momentos da história em que houve narrativas globais de desinformação, como o uso de metanol, que matou dezenas de pessoas no Irão (Forrest, 2020⁴), ou a associação de teorias da conspiração que tentam argumentar que interesses económicos ou governamentais estão na origem da pandemia (Brennen *et al.*, 2020). Observaram-se também, de forma inédita, fenómenos como o do vídeo *Plandemic*⁵, distribuído por múltiplas plataformas, traduzido para dezenas de línguas e visto dezenas de milhões de vezes (Funke, 2020⁶). Em Portugal, no início da pandemia verificou-se a chegada de conteúdo vindo de Espanha e Itália (Cardoso *et al.*, 2020a), num fenómeno de internacionalização das narrativas, acompanhando assim o carácter global da crise de saúde pública instalada.

Assistiu-se a uma reorganização das instituições, empresas tecnológicas e da sociedade civil com o propósito de acompanhar a escala transnacional do fenómeno desinformativo que acompanhava a pandemia. Surgiram iniciativas de colaboração de *fact-checking* com o propósito de verificar a veracidade dos factos que circulavam relativos à COVID-19⁷, financiamento para projetos de investigação internacionais⁸, reuniões de peritos e tomadas de posição em bloco por parte da comunidade científica⁹, bem como das plataformas sociais *online* no contexto de alterações no seu funcionamento, nomeadamente no direcionar ou reencaminhar os utilizadores para fontes fidedignas criando mecanismos de combate à desinformação (Rosen, 2020¹⁰).

Paralelamente os *legacy media* procuram consultar especialistas, replicando as informações recebidas de forma a tornar o tema mais acessível à população, num desenvolvimento significativo da comunicação em saúde. Tornou-se evidente a falta de investimento em jornalismo científico e a procura do mesmo por parte das populações, o que trouxe, em alguns casos, positivos desenvolvimentos neste setor (Wormer, 2020).

⁴ Forrest, A. (2020, abril 28). Coronavirus: 700 dead in Iran after drinking toxic methanol alcohol to 'cure Covid-19'. *Independent*. Disponível em <https://www.independent.co.uk/news/world/middle-east/coronavirus-iran-deaths-toxic-methanol-alcohol-fake-news-rumours-a9487801.html>

⁵ *Plandemic* é o título de um vídeo desinformativo sobre a COVID-19 que foi amplamente divulgado nas diversas redes sociais na fase inicial da epidemia.

⁶ Funke, D. (2020, maio 7). Fact-checking 'Plandemic': A documentary full of false conspiracy theories about the coronavirus. *Politifact*. Disponível em <https://www.politifact.com/article/2020/may/08/fact-checking-plandemic-documentary-full-false-con/>

⁷ <https://www.poynter.org/coronavirusfactsalliance/>

⁸ <https://www.facebook.com/journalismproject/coronavirus-grants-fact-checking>

⁹ <https://www.who.int/news-room/feature-stories/detail/global-scientific-community-unites-to-track-progress-on-covid-19-r-d-identifies-new-research-priorities-and-critical-gaps>

¹⁰ Rosen, G. (2020, abril 16). An Update on Our Work to Keep People Informed and Limit Misinformation About COVID-19. Facebook. Disponível em <https://about.fb.com/news/2020/04/covid-19-misinfo-update/#removing-more-false-claims>

Novos formatos e plataformas: o WhatsApp

Nos últimos anos o conteúdo identificado como desinformativo, quer por investigadores, quer por plataformas de *fact-checking*, provém maioritariamente de plataformas sociais como o Facebook, YouTube e Twitter e num formato de texto, imagem ou vídeo. Em alguns setores, como a extrema-direita e o terrorismo, surgiram plataformas alternativas sem moderação de conteúdo e ganharam terreno plataformas de mensagens instantâneas. Estas tornam-se relevantes no contexto dos radicalismos e foram um primeiro prenúncio de uma tendência de desplataformização (Rogers, 2020), ação compreendida como o abandono de utilizadores de uma determinada plataforma devido às regras mais restritivas ou de monitorização de conteúdo, e que a desinformação sobre a COVID-19 veio tornar mais evidente.

À medida que o impacto provocado pela COVID-19 ia determinando os temas das conversas diárias e em que os países iam tomando medidas de confinamento, houve uma tendência geral para recorrer às plataformas de mensagens já existentes. O WhatsApp, que se posiciona como a terceira plataforma social mais utilizada a nível mundial, logo atrás do Facebook e do YouTube, e cuja média de utilização mensal é de 19,4 horas (Kemp, 2021¹¹), registou em março de 2020, a nível mundial, um aumento de 40% na sua utilização, reforçando a sua importância como meio para comunicar (Perez, 2020¹²).

Os motivos para usar agrupam-se em aspetos variados como o acesso e a partilha de notícias, a construção de identidades coletivas ou até a coordenação de ações conjuntas (Pang & Woo, 2020) assentes em interesses comuns e num sentido de pertença (Cardoso *et al.*, 2020a) dando também resposta a novas realidades criadas pela pandemia tais como o teletrabalho ou o ensino à distância.

O crescimento de comunidades *online* nas aplicações de mensagens e das conversas informais consolidou estes espaços como canais de informação alternativos aos mediáticos. Foi esse o papel que o WhatsApp desempenhou em março de 2020, quando os primeiros casos de COVID-19 surgiram em Portugal, tendo-se tornado um local de troca de (des)informação sobre a nova doença, assumindo novamente protagonismo em fevereiro de 2021.

Dados de 2020 referentes ao contexto português indicam que 82,5% dos inquiridos afirmam ter usado o WhatsApp no último mês (Kemp, 2021). Esta plataforma posiciona-se, aliás, no número um do *ranking* de aplicações móveis em função dos utilizadores ativos mensais, seguida pelo Facebook e pelo Facebook Messenger na segunda e terceira posições respetivamente; e no número dois do *ranking* das aplicações móveis, em função do número total de *downloads*. Tendo em conta tais dados, é possível afirmar que se trata de uma plataforma para comunicar amplamente adotada pelos utilizadores portugueses, justificando assim a pertinência de estudar dinâmicas subjacentes à mesma.

Se na sua origem o WhatsApp era visto como uma alternativa às mensagens SMS, atualmente as possibilidades de comunicação vão além do texto, possibilitando o envio e a receção de um conjunto de ficheiros de variados tipos onde se incluem fotografias, vídeos, áudios, documentos de vários formatos (texto, cálculo ou PDF, por exemplo), assim como partilhas de localização (WhatsApp, 2021¹³). Soma-se a

¹¹ Kemp, S. (2021). *Digital 2021: Global overview report*. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>

¹² Perez, S. (2020, março 26). *Report: WhatsApp has seen a 40% increase in usage due to COVID-19 pandemic*. Disponível em <https://techcrunch.com/2020/03/26/report-whatsapp-has-seen-a-40-increase-in-usage-due-to-covid-19-pandemic>

¹³ WhatsApp (2021). *Acerca do WhatsApp*. Disponível em www.whatsapp.com/about

possibilidade de realização de chamadas áudio (funcionalidade introduzida em 2015) ou videochamadas (funcionalidade introduzida em 2016).

No WhatsApp a comunicação não está limitada a apenas dois utilizadores entre si sendo permitida a criação de grupos, com um limite de até 256 contactos. O WhatsApp ganha um novo papel como rede social, através da criação de comunidades digitais de indivíduos fisicamente não relacionados, na forma de (múltiplos) grupos, e que por vezes se unem, não por fazerem parte da mesma rede de contactos, mas através da partilha de um *link* de convite público para pertencer a determinado grupo (Melo *et al.*, 2019; Moura & Michelson, 2017).

O WhatsApp possui um conjunto de funcionalidades, isoladas ou combinadas entre si, apresentadas pela plataforma ou percebidas pelos seus utilizadores, que justificam a sua preferência face a outras existentes. Funcionalidades como a facilidade de uso, a capacidade em replicar conteúdo e a possibilidade de o reenviar escalando o potencial alcance da comunicação, seja de forma individual ou entre grupos, são as mais evidentes (Pang & Woo, 2020). A estas alia-se a encriptação ponto a ponto, funcionalidade integrada em 2016, que o WhatsApp justifica como necessária devido ao facto de alguns dos momentos mais pessoais dos utilizadores serem partilhados na plataforma (WhatsApp, 2021). Esta funcionalidade torna impossível que outras pessoas para além daquelas diretamente envolvidas na comunicação fiquem a conhecer o conteúdo da mesma, incluindo a própria plataforma. Como consequência, os utilizadores percebem o WhatsApp como um lugar seguro para a discussão de temáticas ou participação cívica (Pang & Woo, 2020). O crescente número de utilizadores, o volume de comunicações, os diferentes formatos através dos quais estas podem acontecer, as funcionalidades da plataforma, entre as quais se destaca a encriptação ponto a ponto, mas também a relevância cultural da plataforma, posicionam o WhatsApp como um meio fértil para a circulação de desinformação (Elías & Catalan-Matamoros, 2020).

Enquanto redes sociais como o Facebook ou o Twitter se comprometem no combate ativo à desinformação, bloqueando ou eliminando conteúdo considerado desinformativo, no WhatsApp, devido à encriptação ponto a ponto, tal não é possível. Como alternativa, têm sido introduzidas funcionalidades como a limitação do reencaminhamento de mensagens ou a sinalização do conteúdo que mais circula com a etiqueta "reencaminhado demasiadas vezes" e a dupla seta (WhatsApp, n.d.¹⁴). Não obstante, é atribuído ao utilizador um papel interventivo, seja através da recomendação de confirmação de conteúdo que lhe é enviado, seja, por exemplo, através da denúncia de mensagens consideradas abusivas.

Os estudos mostram a associação entre o WhatsApp e a disseminação de "fake news", rumores, desinformação ou violência em temas como a política, nomeadamente em contexto eleitoral (Canavilhas *et al.*, 2019; Tardáguila *et al.*, 2018¹⁵), ou a saúde, com incidência particular nos casos em que as informações sobre as doenças - como a sua origem, propagação ou diagnóstico - são ainda pouco conhecidas, como é o caso, precisamente, da COVID-19 (Elías & Catalan-Matamoros, 2020; Salaverría *et al.*, 2020).

O formato no qual a desinformação circula no WhatsApp tem-se vindo a adaptar às funcionalidades da plataforma e às tendências nos formatos comunicacionais adotados pelos seus utilizadores. Neste sentido, o áudio tem vindo a ganhar terreno face a formatos mais tradicionais como o texto ou a imagem (Funke,

¹⁴ WhatsApp (n.d.). Sobre o WhatsApp e as eleições. Disponível em https://faq.whatsapp.com/general/security-and-privacy/about-whatsapp-and-elections/?lang=pt_pt

¹⁵ Tardáguila, C., Benevenuto, F., & Ortellado, P. (2018, outubro 17). Fake news is poisoning Brazilian politics. WhatsApp can stop it. *The New York Times*, <https://www.nytimes.com/2018/10/17/opinion/brazil-election-fake-news-whatsapp.html>

2018¹⁶; Cardoso *et al.*, 2020a). Destaca-se também a partilha fácil de documentos em PDF, ou outros formatos como docx e xlsx (Cardoso *et al.*, 2021a).

Esta consolidação do WhatsApp como espaço de partilha de desinformação relativamente à COVID-19 foi evidente em Espanha (Elías & Catalan-Matamoros, 2020). Em Portugal sinalizam-se dois momentos desde o início da pandemia em que se assistiu à circulação maciça de conteúdo desinformativo relacionado com a COVID-19. O primeiro desses momentos ocorreu em março de 2020 com larga proeminência em áudios de indivíduos que se identificavam como profissionais de saúde e nos quais alegam que a situação vivida era muito mais grave do que o publicamente anunciado. O segundo momento ocorreu a 25 de fevereiro de 2021, quando circulou um suposto plano de desconfinamento do Governo português, rapidamente denunciado como falso. Ambos os momentos representam claramente períodos de enorme ansiedade e procura de mais informação, num contexto em que as autoridades não tinham capacidade ou indicações para a divulgar. Em ambos os casos, o WhatsApp desempenhou um papel preponderante como primeiro espaço de disseminação de (des)informação.

A COVID-19 nas redes sociais e nos meios de comunicação social

A pandemia de COVID-19 ocupou um espaço central nas preocupações dos portugueses ao longo do último ano, o que se pode depreender da cobertura que foi dada ao tema nos meios de comunicação social, nas redes sociais *online* (Cardoso *et al.*, 2020c) e até no envolvimento mediático das entidades de supervisão do setor da saúde e das autoridades governamentais (Cardoso *et al.*, 2021a).

A preocupação com a identificação e os possíveis efeitos da desinformação é muito premente em Portugal, em comparação com outros países. Os dados revelam que o nosso país ocupa a segunda posição nesse índice de preocupação, logo após o Brasil, com 76% dos inquiridos portugueses a indicarem que estão preocupados com o que é real e o que é falso no que diz respeito às notícias veiculadas na internet. A média dos 40 países incluídos neste estudo é de 56% (Cardoso *et al.*, 2020b:36). Portugal é também, segundo os dados indicam, um país com uma grande incidência das redes sociais na dieta informativa dos indivíduos. Por um lado, a internet e as redes sociais *online* tendem a substituir cada vez mais os meios de comunicação social tradicionais como fontes de notícias (Newman *et al.*, 2020:79) e, por outro, 76,6% da população participa ativamente nas redes sociais e, em média, cada pessoa passa 02h28 minutos por dia nessa atividade (Kemp, 2021).

Neste sentido, a comunicação de assuntos de interesse público na era digital revela uma realidade complexa e multifacetada, em que a informação circula de diversas formas e em vários formatos, e é criada ou distribuída por diferentes atores, com diferentes interesses no processo. Os cidadãos são confrontados diariamente com essas fontes de informação díspares, nas quais se incluem as entidades oficiais, os meios de comunicação social, as organizações da sociedade civil e as redes sociais *online*, incluindo nestas todos os utilizadores. Entre eles, também, naturalmente, as entidades citadas.

Perante um evento desta escala e com abrangência de totalidade social - ou seja, que afeta todas as pessoas individualmente e a sociedade como um todo - os indivíduos procuram avidamente informação sobre o

¹⁶ Funke, D. (2018, julho 16). Meet the next misinformation format: Fake audio messages. *Poynter*. Disponível em <https://www.poynter.org/fact-checking/2018/meet-the-next-misinformation-format-fake-audio-messages/>

assunto. Isso foi notório nos dados compilados sobre o início da pandemia, que testemunham um aumento muito grande, quer dos consumos mediáticos, quer da procura de informação nas redes sociais *online* (Cardoso *et al.*, 2020a; Cardoso *et al.*, 2020c; Narciso, 2020¹⁷).

A questão que se coloca, então, é a de saber até que ponto a informação que circula é fidedigna, sobretudo num quadro de preservação da saúde pública tão evidente como numa pandemia. Na sociedade em rede ligada por tecnologias de informação e comunicação digitais, as entidades oficiais - a Direção-Geral da Saúde, o Serviço Nacional de Saúde, o Governo, as forças e serviços de segurança e de fiscalização - concorrem ou colaboram - enquanto fontes de informação - com outros atores do processo, como os meios de comunicação social, as organizações da sociedade civil, as redes sociais e todos os indivíduos que através delas podem produzir e/ou disseminar informação.

É neste paradigma de informação e comunicação (Cardoso, 2006) que surge a questão da desinformação. O quadro de grande procura de informação por parte dos utilizadores e da multiplicação das fontes e dos canais de informação - precisamente o que ocorreu nos dois momentos identificados neste artigo - é aquele que tem maior tendência a gerar fenómenos de desinformação (Brennen *et al.*, 2020). O que nos interessa analisar neste artigo é exatamente o que aconteceu nesses dois momentos em termos de desinformação, como é que os indivíduos e os *stakeholders* reagiram e de que modo isso pode ter mudado entre os dois momentos.

Metodologia

Para este trabalho, tomamos como ponto de partida dois momentos, no contexto português, em que circulou informação relativa à COVID-19 com origem no WhatsApp. O primeiro aconteceu em março de 2020, no formato áudio; e o segundo em fevereiro de 2021, originalmente em formato PDF. O primeiro momento foi amplamente divulgado e discutido (Polígrafo, 2020; Cardoso *et al.*, 2020a). O objetivo é compreender se a existência desse primeiro momento e de 12 meses de pandemia em que o fenómeno da desinformação em saúde se tornou num desafio central pode ter originado possíveis mudanças nas dinâmicas perante desinformação sobre a COVID-19 no WhatsApp.

A questão surge porque, no segundo momento, quando se torna evidente que um novo conteúdo desinformativo chegou a uma significativa quantidade de portugueses, novamente via WhatsApp, observou-se que tanto os utilizadores como os *media* e as instituições públicas apresentaram sinais de maior desconfiança, pró-atividade na verificação de conteúdo e celeridade e eficiência na divulgação do desmentido (Cardoso *et al.*, 2021a). O processo metodológico assenta na caracterização do primeiro momento - março de 2020, nos 12 meses seguintes e no segundo momento - fevereiro de 2021.

Os dados utilizados nesta análise resultam da combinação de três conjuntos distintos. Dois conjuntos consistem em dados secundários recolhidos no âmbito de outros projetos de investigação que resultaram na produção de relatórios (Gustavo *et al.*, 2020a; Gustavo *et al.*, 2021a), ambos de natureza quantitativa,

¹⁷ Narciso, I. (2020). Portugueses e a internet na quarentena – I, MediaLab CIES Iscte [online] Disponível em <https://medialab.iscte-iul.pt/portugueses-e-a-internet-na-quarentena-i/>

no âmbito do trabalho realizado pelo MediaLab Cies Iscte¹⁸ e para os quais os autores colaboraram na recolha, tratamento e análise dos dados.

O primeiro conjunto corresponde a dados recolhidos em março de 2020, relativos a conteúdo potencialmente desinformativo a circular no WhatsApp. Entre os elementos recebidos foi prevalente um conjunto de ficheiros de áudio, nos quais indivíduos se identificavam como profissionais de saúde.

No segundo conjunto de dados, o conteúdo desinformativo objeto de estudo é um alegado plano de desconfinamento. Os dados secundários a serem utilizados foram recolhidos através de um questionário *online* (n=3350) e do acompanhamento da publicação e das partilhas desse documento e do seu posterior desmentido nas redes sociais *online* Facebook, Twitter e Instagram.

O terceiro conjunto de dados, recolhido especificamente para este artigo, foca a ação e a evolução, ao longo do último ano, da visibilidade e presença social de alguns dos *stakeholders* com relevância no quadro da pandemia, nomeadamente os meios de comunicação social, as entidades públicas e as organizações da sociedade civil.

Para a identificação desses momentos foram utilizadas palavras-chave associadas ao tema COVID-19 e áudios whatsapp (março 2020) e ao plano de desconfinamento (fevereiro 2021) em duas *queries* destinadas a recolher todos os conteúdos publicados *online* sobre esses temas. Partindo dessas palavras-chave foram realizadas pesquisas no Facebook, no Twitter e nas notícias publicadas *online* pelos meios de comunicação social. Para o efeito foram usadas duas ferramentas de pesquisa específicas: Crowdtangle (para o Facebook) e Brandwatch (para o Twitter e para as notícias *online*), as quais recolhem todos os conteúdos (das plataformas de redes sociais ou dos *sites* dos *media*) que foram publicados num determinado período de tempo com menções às palavras-chave referidas. Em qualquer dos casos, os dados foram sempre recolhidos através da API pública de cada uma das plataformas, o que significa que são sempre dados públicos, anonimizados e compatíveis com as regras do RGPD.¹⁹

Resultados e discussão

Momento 1: março de 2020 - os áudios dos profissionais de saúde

A 2 de março de 2020, Portugal regista o primeiro caso de COVID-19. Num momento que se caracterizou pela incerteza associada à doença e pela situação mais dramática em termos de evolução pandémica vivida nos países vizinhos, o WhatsApp parecia posicionar-se como a plataforma preferencial para comunicar. Recordamos que, em março de 2020, o WhatsApp registou um aumento de 40% na sua utilização a nível mundial (Perez, 2020).

Os dados recolhidos para o estudo "Informação e desinformação sobre o Coronavírus em Portugal" (Cardoso *et al.*, 2020a) mostram que, entre os dias 12 e 14 de março de 2020, foram recebidos 989 ficheiros com

¹⁸ O MediaLab Cies_Iscte é um laboratório integrado no CIES - Centro de Investigação e Estudos em Sociologia. Desenvolve e apoia projetos em fase de recolha ou tratamento de dados, que estejam relacionados com Estudos dos novos *media* - Internet e redes sociais; Produção de conteúdos multimédia e Estudos dos *media* ditos tradicionais - rádio, televisão e imprensa.

¹⁹ Brandwatch: <https://www.brandwatch.com/blog/brandwatch-and-the-gdpr-what-you-need-to-know/>; Crowdtangle: <https://help.crowdtangle.com/en/articles/1140930-what-data-is-crowdtangle-tracking>

conteúdo potencialmente desinformativo que circulava no WhatsApp. O primeiro dado interessante é que, entre esses 989 ficheiros, 23,6% (n=233) correspondiam a conteúdo original, mas os restantes 76,4% dos ficheiros recebidos correspondiam a conteúdo repetido, ou seja, que já tinha sido recebido e identificado pelos investigadores e não continha nenhum tipo de modificação.

Entre a totalidade de ficheiros recebidos, 70,2% correspondiam ao formato áudio, destacando-se este formato como o mais comum e do qual tinham sido recebidos mais ficheiros repetidos. Dos 694 ficheiros de áudio recebidos, 93,2% (n=647) eram repetidos e 6,8% (n=47) eram considerados originais. O tipo de ficheiro mais comum e a sua frequência conferiam pistas fundamentais não só sobre o formato de ficheiro mais comum a circular na plataforma de mensagens, mas também sobre aquele que podia ser potencialmente mais viral.

Entre o conjunto de ficheiros recebidos destaca-se um específico, recebido pela primeira vez no dia 12 de março e que, na totalidade dos 4 dias, foi recebido 148 vezes. Tratava-se de um áudio no qual uma mulher se apresenta como funcionária do Hospital de Santa Maria, fazia uma série de afirmações sobre o número de pessoas já infetadas dentro do hospital, do número de potenciais infetados à espera de fazer o teste, de jovens em estado grave e do número de mortes em Itália, apresentando dados imprecisos e/ou incorretos. O áudio não tem sustentação factual e a sua autora não se identifica. Foi gravado na 1.ª pessoa, dirigindo-se a uma 3.ª pessoa que lhe seria familiar, incluindo referências a questões particulares de amigos em comum. Ao utilizador, fica a ideia de que se trata de um áudio privado que foi partilhado para além do seu propósito inicial de alarmar um ente próximo, consolidando a confiança na veracidade e autenticidade do mesmo.

Este áudio é recebido pela primeira vez no dia 12 de março pelas 22h00²⁰, numa altura em que surgem outros, de contexto semelhante: desinformativos e nos quais o orador se apresenta como profissional de saúde. Nas redes sociais o primeiro registo público referindo o fenómeno utilizando as *keywords* “Santa Maria, áudio whatsapp, audio covid19” é identificado no Twitter e data das 16h00, confirmando que já a esta hora circulavam os referidos áudios. De facto, às 16h35, a plataforma de *fact-checking* Polígrafo²¹ publica um artigo sobre um dos áudios em particular, rotulando como falsas as alegações de já terem morrido duas pessoas (Gaspar, 2020²²), com base num comunicado da Direção-Geral da Saúde sobre este áudio em particular.

No dia seguinte, alguns jornais diários publicam artigos referentes ao falso áudio sobre as mortes, mas não são feitas referências aos restantes, nomeadamente ao caso *supra*, quer dos *media*, quer das autoridades de saúde, à exceção de um alerta, ainda sem dados concretos, publicado pelo *Diário de Notícias*²³, no âmbito do projeto de investigação que deu origem aos dados secundários utilizados nesta análise.

O facto de não ter existido um desmentido dos factos alegados nos diversos áudios, mas de ter havido daquele que denunciava já terem existido mortes poderá ter consolidado a crença de que os restantes podiam ser fidedignos. O artigo do Polígrafo do dia 12 de março conta com apenas 357 interações no Facebook²⁴. Sendo que nos dias seguintes, 13, 14 e 15 de março, se assiste à continuação da partilha destes

²⁰ De notar que a recolha começou no dia 12 às 20 horas.

²¹ <https://poligrafo.sapo.pt>

²² Gaspar, M. L. (2020, março 12). Coronavírus: corrente no WhatsApp garante que já morreram duas pessoas. É falso. *O Polígrafo*. Disponível em <https://poligrafo.sapo.pt/sociedade/artigos/coronavirus-corrente-no-whatsapp-garante-que-ja-morreram-duas-pessoas-e-falso>

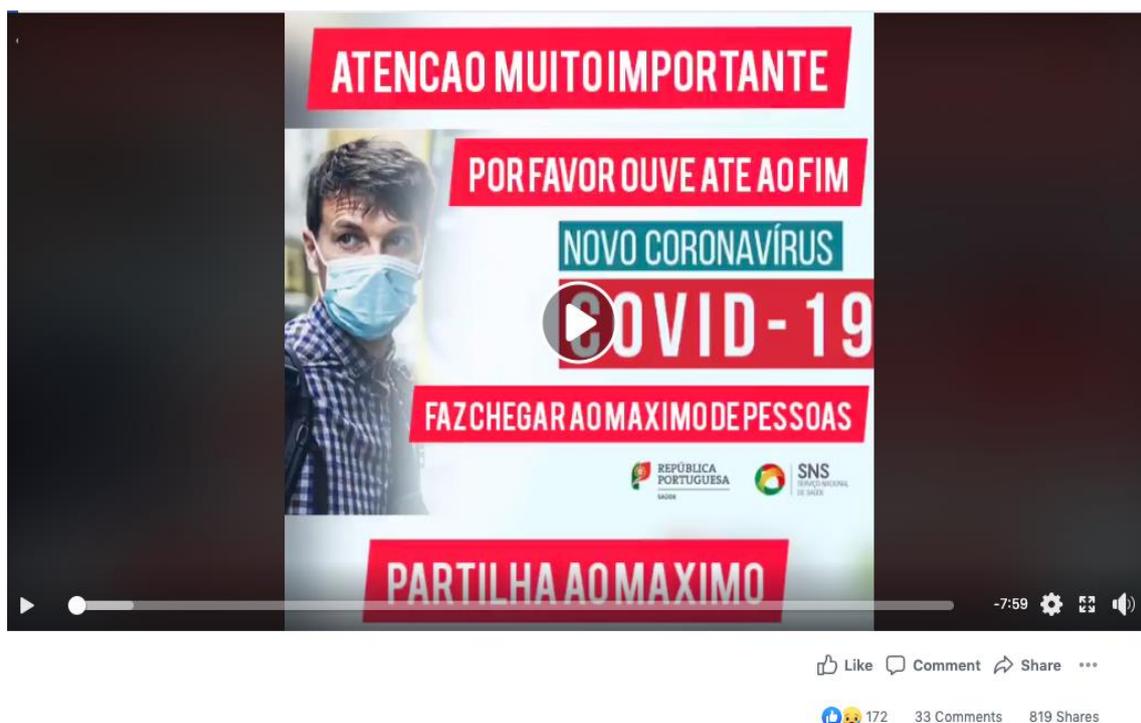
²³ <https://www.dn.pt/pais/coronavirus-cuidado-com-as-mentiras-11928987.html>

²⁴ <https://www.facebook.com/jornalpoligrafo/posts/520473191995483>

áudios (Cardoso *et al.*, 2020a) e as referências à sua falta de credibilidade são algumas publicações no Twitter. Neste primeiro momento já se assiste a algum envolvimento da sociedade civil. A Associação VOST²⁵ recolheu alguns dos áudios e solicitou à Direção-Geral da Saúde um posicionamento, tendo as respostas sido enviadas para a plataforma Polígrafo.

O áudio sobre o Hospital de Santa Maria, assim como alguns outros, viriam a ser transformados para o formato vídeo e partilhados em outras redes sociais como o Facebook (Figura 1) e mais tarde sinalizado como desinformativo/retirado pela plataforma. O primeiro registo de uma adaptação deste áudio no Facebook é enviada no dia 13 de março às 08h32, sendo que, no dia 20 de março, o mesmo já não se encontrava disponível.

Figura 1: Áudio transformado para o formato vídeo.



Fonte: Facebook.com (recolhido no dia 13 de março de 2020).

Nos dias 15 e 16 de março, as duas plataformas de *fact-checking* portuguesas, o Observador (Antunes, 2020²⁶) e o Polígrafo (2020²⁷), publicam análises dos vários áudios que circulavam, destacando a importância de reserva com que os mesmos deveriam ser encarados, independentemente do seu conteúdo. Não foi identificado mais nenhum comunicado oficial das instituições governamentais, pelo menos com projeção mediática que permitisse a sua identificação atual.

²⁵ Associação de Voluntários Digitais em Situações de Emergência.

²⁶ Antunes, R.P. (2020, março 15). Fact Check. Áudios sobre mortes e milhares de infetados por coronavírus são credíveis?. *O Observador*. Disponível em <https://observador.pt/factchecks/fact-check-audios-sobre-mortes-e-milhares-de-infetados-por-coronavirus-sao-crediveis/>

²⁷ Polígrafo (2020, março 16). *Mensagens de áudio sobre o coronavírus são fiáveis?* Disponível em <https://sicnoticias.pt/programas/poligrafo/2020-03-16-Mensagens-de-audio-sobre-o-coronavirus-sao-fiaveis->

Neste primeiro momento, em que as instituições governamentais pareciam não estar preparadas para a abundância de informação que circulava, com a necessidade de confirmar a sua veracidade e de responder à constante procura de informação - comportamentos caracterizantes em casos de crises de saúde (Bode & Vraga, 2018) - as plataformas *de fact-checking* tomaram o lugar de destaque, embora com um atraso de dias face à circulação do conteúdo. Nas semanas e meses seguintes, estas plataformas assumiram o papel de verificar o conteúdo de mensagens que circulavam, não exclusivamente no WhatsApp, mas também nas redes sociais, e classificá-las como conteúdo desinformativo ou não.

Fevereiro de 2021 - o falso plano de desconfinamento

Em fevereiro de 2021 um novo conteúdo desinformativo com origem no WhatsApp circulava com intensidade na plataforma. Tratava-se de um falso plano de desconfinamento num modelo idêntico ao já usado pelo Governo português (Figura 2). Recordamos que uma das estratégias usadas nas “notícias falsas” é o recurso à menção de nomes ou lugares e até o recurso a elementos visuais (logotipos, por exemplo) que, de alguma forma, possam conferir credibilidade à narrativa falsa (Wardle, 2018).

Figura 2: Imagem do desmentido relativo ao falso plano de desconfinamento



Fonte: Página Facebook República Portuguesa - XXII Governo

Os dados do relatório “O falso plano de desconfinamento: uma anatomia da desinformação e da contranarrativa” (Cardoso *et al.*, 2021a) mostram que 68,1% do total de participantes (n=2913) indicaram ter visto/recebido o falso plano de desconfinamento pela primeira vez na plataforma. Destes, 76,8% (n=1512) afirmaram tê-lo recebido/visto através de um grupo e os restantes 13,2% (n=456), através de contacto individual. Neste contexto, destaca-se o carácter social do WhatsApp, através da sua função “grupos”.

As tradicionais redes sociais *online* também surgem como opção de resposta, mas de forma bastante inferior quando comparada com o WhatsApp. O Facebook é indicado por 15% dos participantes como a plataforma onde receberam/viram pela primeira vez o falso plano de desconfinamento, o Instagram é apontado por 10,7% e o Twitter é referido por 2,4%. 57,6% dos participantes indicaram que tinham recebido o falso

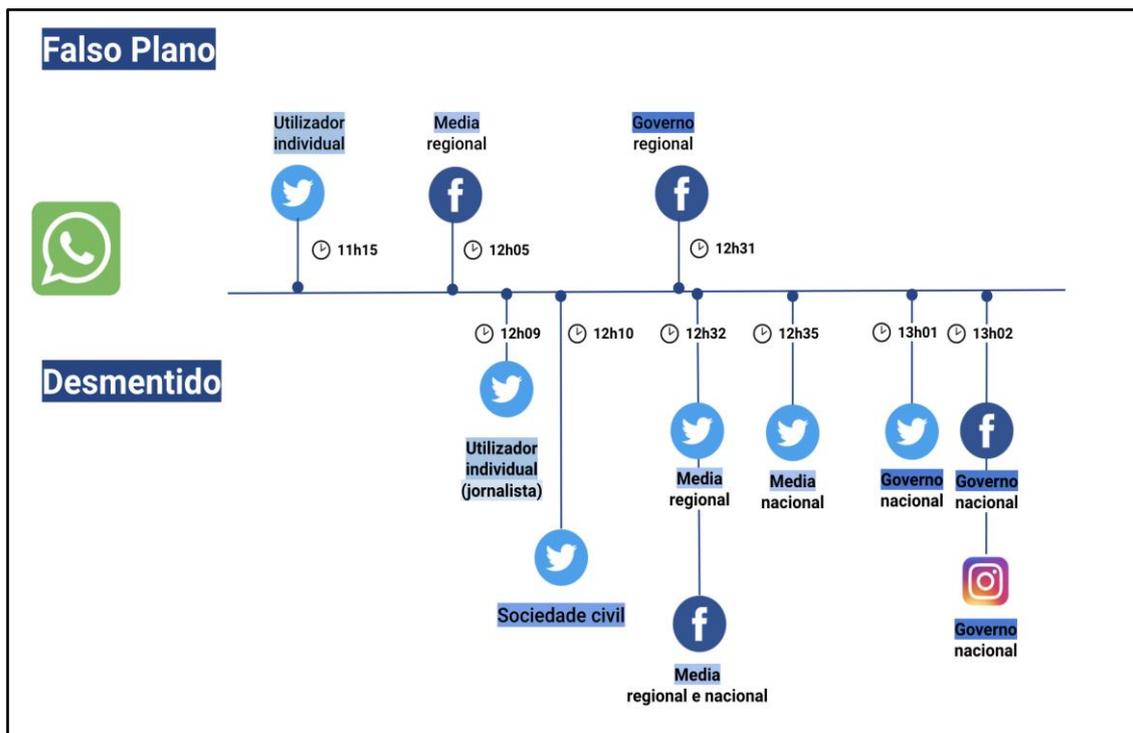
plano mais do que uma vez, posicionando-se o WhatsApp, precisamente, como a plataforma central neste processo, ao ser indicada como a segunda plataforma mais comum, segundo 36,2% dos participantes no inquérito.

O WhatsApp apresentava-se assim, mais uma vez, como uma plataforma preferencial para a comunicação sobre a pandemia, mas também como a plataforma onde circula desinformação, tal como tinha ocorrido em março de 2020. De lembrar que plataformas sociais como o Facebook ou o Twitter têm adotado mecanismos progressivos de identificação, sinalização e até eliminação de conteúdo partilhado nas mesmas e classificado como desinformativo. O que, como é sabido, pode levar à chamada desplataformização (Rogers, 2020).

Porém, que há de distinto entre os dois momentos assinalados, para além do formato no qual circulava o conteúdo desinformativo? O que aconteceu foi que, em fevereiro de 2021, naquele que referimos como o segundo momento de análise, poucos minutos depois de o falso plano de desconfinamento ter começado a circular com veemência no WhatsApp e de ter transitado para as redes sociais *online*, começaram a surgir dúvidas em relação ao mesmo por parte de quem o recebia. Sendo que parte dessas dúvidas eram suscitadas pelo facto de o referido plano não ter sido facultado por fontes oficiais e através dos seus canais oficiais. Ou seja, após um ano de pandemia, durante o qual as "notícias falsas" sobre a COVID-19 têm merecido atenção e dedicação constante, com maior ou menor intensidade, por parte dos *media*, dos *fact-checkers* e das entidades oficiais, a sociedade parecia estar mais atenta. A este facto somou-se o apelo e o alerta de várias instituições e organizações para a necessidade de os cidadãos consultarem fontes fidedignas. E assim, minutos depois de o falso plano ter começado a circular nas redes sociais *online*, começa a circular o seu desmentido.

De notar que o falso documento com o plano de desconfinamento começou por ser partilhado em grupos de WhatsApp ou entre contactos individuais na mesma rede, tal como tinha acontecido com os áudios em março de 2020. Deve sublinhar-se também que esse referido falso plano de desconfinamento só começou a ser publicamente desmentido quando surgiu em redes públicas, como o Facebook ou o Twitter, e que esse desmentido foi muito rápido. Numa atitude também inédita, é submetida uma queixa por parte das autoridades junto do Ministério Público por se considerar que foi colocada em perigo a saúde pública.

Na Figura 3 apresenta-se uma cronologia relativa ao falso plano de desconfinamento e ao seu desmentido. A mesma contempla quais os atores (utilizadores individuais, *media*, Governo ou sociedade civil) que primeiro publicaram algo e em que rede social o fizeram. O primeiro alerta acerca da falsidade do documento é lançado na plataforma Twitter pelas 12h00 por um utilizador individual, jornalista, seguido por uma organização de voluntários digitais, também no Twitter. A denúncia da falta de autenticidade do conteúdo surge, assim, cerca de uma hora depois do primeiro registo do mesmo fora do WhatsApp, no Twitter e no Facebook. Os meios de comunicação social também reagem rapidamente e às 12h30 usam as suas páginas no Facebook e no Twitter para identificar o conteúdo como falso. Trinta minutos depois surge o comunicado oficial do Governo com esse desmentido, que se estende também ao Instagram.

Figura 3: Cronologia de publicações do falso plano e respetivo desmentido nas redes sociais *online*.

Fonte: Elaboração própria dos autores.

Os resultados do estudo "O falso plano de desconfinamento: uma anatomia da desinformação e da contranarrativa" (Cardoso *et al.*, 2021a) indicam que, entre aqueles participantes que tinham recebido/visto o falso plano, 95,7% indicaram ter recebido/visto o seu desmentido, podendo assim afirmar-se que a maior parte daqueles que receberam/viram a "notícia falsa" também receberam/viram o seu desmentido. A estes dados alia-se outro relativo ao tempo que passou entre terem recebido/visto o falso plano e o seu desmentido. Quase um terço dos participantes (29,9%) indicou terem passado menos de 10 minutos.

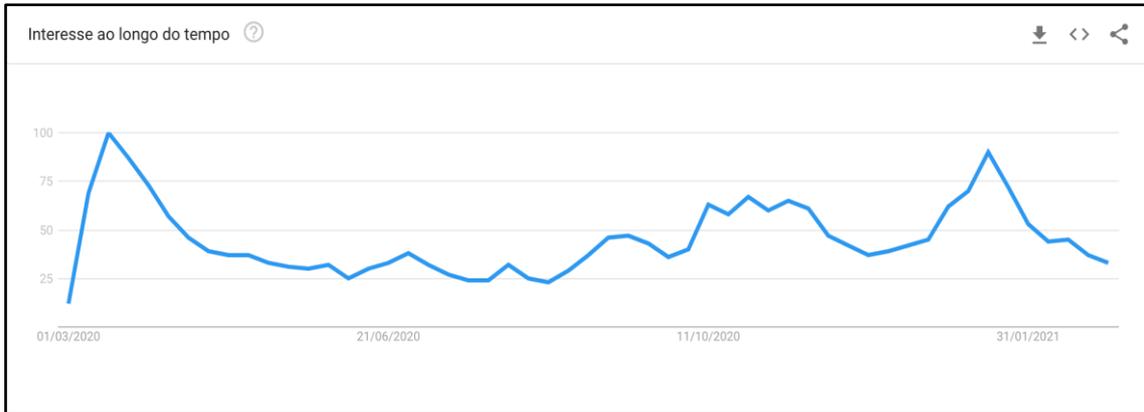
A plataforma que indicaram ser a mais comum onde o tinham recebido/visto foi o WhatsApp. Sendo que o WhatsApp é também a plataforma na qual os utilizadores têm de ter uma postura mais ativa para parar a disseminação da desinformação, uma vez que, como já foi referido, as restantes medidas não produzem resultado efetivo. Não obstante, e quando comparado com o falso plano de desconfinamento, o Facebook surge já com um carácter significativo, ao ser apontado por 33,4% dos utilizadores como a plataforma onde receberam/viram o desmentido.

Doze meses de pandemia nos meios de comunicação social e nas redes sociais

Tendo como dois polos os momentos de desinformação verificados em março de 2020 e fevereiro de 2021, interessava-nos tentar perceber de que forma é que o tema COVID-19 foi tratado, nos *media* e nas redes sociais *online*, no período compreendido entre os mesmos. A ferramenta Google Trends mostra-nos que o pico mais intenso da procura de informação por parte dos utilizadores em Portugal que usaram a pesquisa

Google ocorreu em meados de março de 2020, na sequência dos primeiros casos no nosso país e do primeiro confinamento (Figura 4). O segundo pico relevante aconteceu em janeiro de 2021, coincidindo com o segundo confinamento e com o aumento do número de casos que nessa altura se verificou.

Figura 4: Pesquisas no Google sobre o tema COVID-19 entre março de 2020 e fevereiro de 2021



Fonte: Google Trends

Se olharmos mais em detalhe para esses dois picos (Figura 5), notamos que, no primeiro pico, as principais pesquisas em ascensão relacionavam-se com o surgimento de novos casos da doença, enquanto no segundo se focavam mais nas medidas de confinamento. Se olharmos para os dois momentos desinformativos analisados, percebemos que eles decorrem - parcialmente - desses dois picos: o primeiro muito focado no número de casos e na situação nos hospitais, através dos áudios partilhados por WhatsApp; e o segundo relacionado com um falso plano de desconfinamento.

Figura 5: Principais pesquisas relacionadas com o tema COVID-19 nos períodos entre março e abril de 2020 e em janeiro de 2021.

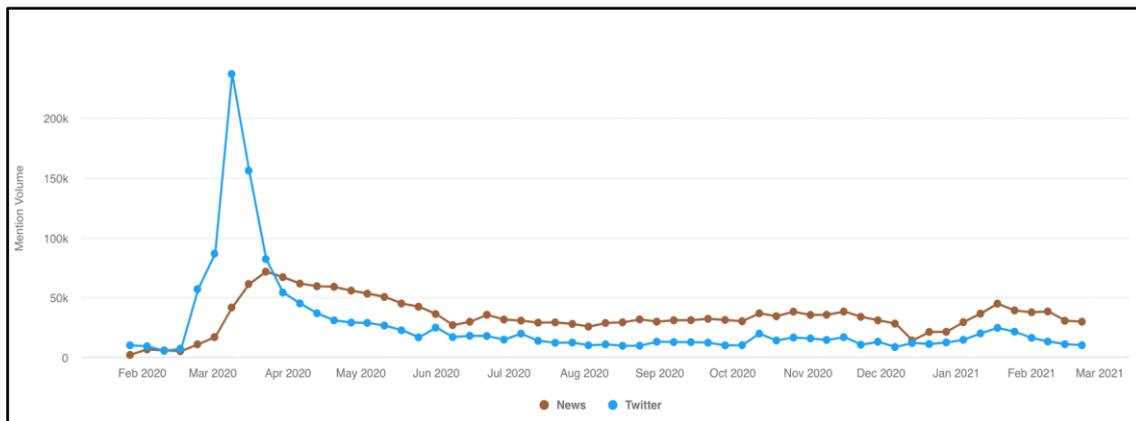
Consultas relacionadas ?	Em ascensão ▼	▼	<>	↔	Consultas relacionadas ?	Em ascensão ▼	▼	<>	↔
1 casos covid	Aumento				1 covid 19 confinamento	Aumento			
2 covid em portugal	Aumento				2 novas medidas covid hoje	Aumento			
3 covid 19 casos	Aumento				3 ultimas noticias covid	Aumento			
4 covid 19 em portugal	Aumento				4 covid stats	Aumento			
5 casos covid portugal	Aumento				5 numero covid portugal hoje	Aumento			

Fonte: Google Trends

A cobertura noticiosa do fenómeno COVID-19 entre março de 2020 e fevereiro de 2021 seguiu bastante fielmente a atenção dos utilizadores. A partir de meados de março aumentaram muito as menções nos meios de comunicação social à pandemia de COVID-19, decrescendo ligeiramente até junho do mesmo ano e mantendo-se estável a partir daí. Comparativamente, as menções na rede social Twitter ao mesmo tema

tiveram um pico significativo nos dias imediatamente anteriores e posteriores a 9 de março, mas decresceu depois disso, acompanhando desde então a atenção dada ao assunto pelas notícias (Figura 6). Dados confirmados pelo Obercom - Observatório da Comunicação, que registaram um aumento significativo do consumo de *media* (Cardoso *et al.*, 2020c) assim como do tempo gasto em consumo de informação de várias fontes através dos aparelhos eletrônicos (Cardoso *et al.*, 2021b).

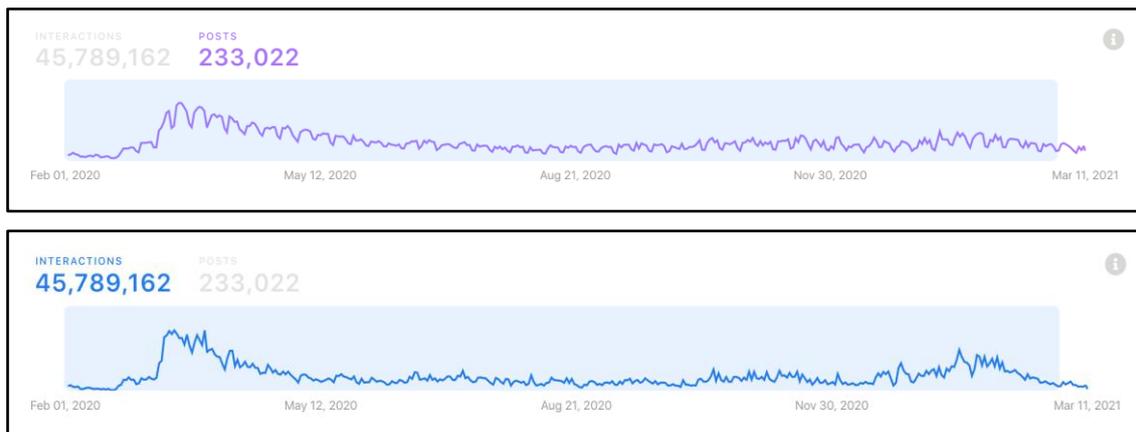
Figura 6: Comparação entre a cobertura noticiosa do tema COVID-19 e as menções ao mesmo na rede social Twitter. Dados extraídos através de uma query de termos relativos ao tema usando a ferramenta Brandwatch



Fonte: Brandwatch.

No Facebook, o padrão de atenção é semelhante. Se olharmos para a evolução das publicações dos 70 principais meios de comunicação social portugueses naquela rede social (Figura 7), vemos que ela regista um pico em meados de março de 2020, coincidindo com o primeiro confinamento, e outro, mais ligeiro, em janeiro de 2021. De notar ainda que a curva correspondente de interações dos utilizadores com essas publicações (incluindo reações, comentários e partilhas) regista aumentos mais significativos nesses dois períodos, indiciando um maior grau de atenção aos conteúdos relacionados com a pandemia.

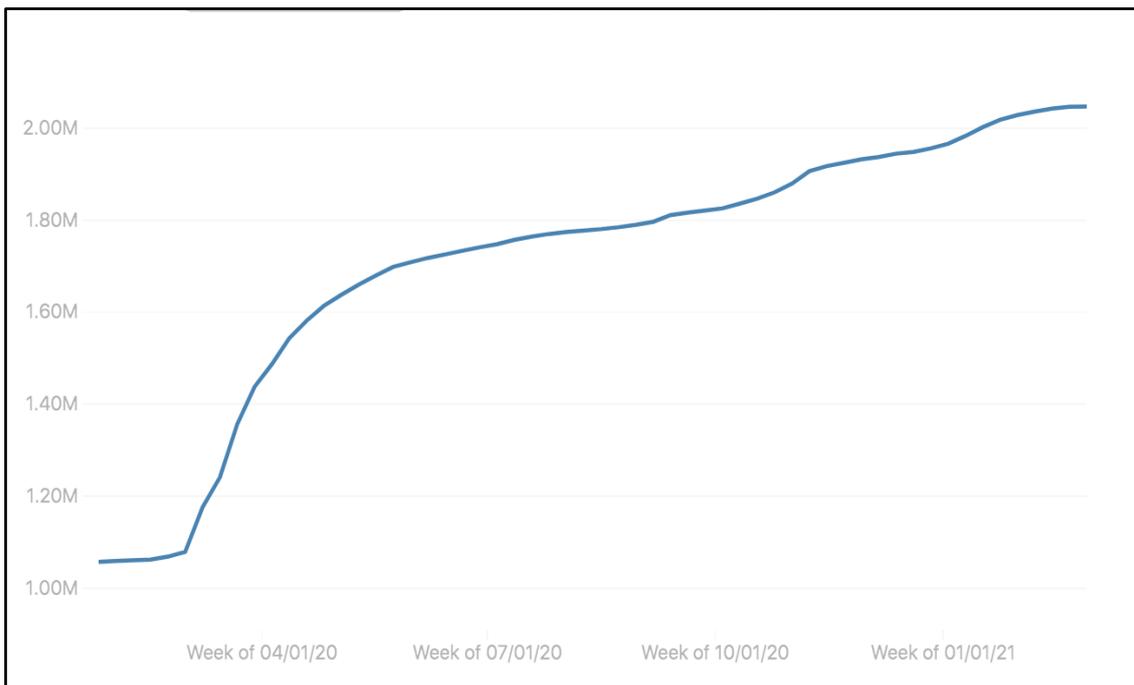
Figura 7: Evolução das publicações e das interações dos 70 principais meios de comunicação social portugueses, no Facebook, entre fevereiro de 2020 e fevereiro de 2021



Fonte: Crowdtangle/Facebook

Na mesma altura em que os utilizadores da rede social Facebook começaram a prestar atenção à informação que circulava na rede sobre a pandemia de COVID-19, aumentou igualmente, de forma nalguns casos exponencial, o número de seguidores das páginas das autoridades de saúde portuguesas (Figura 8). Esse acréscimo dá-se subitamente, a partir de 9 de março e afeta sobretudo as páginas oficiais da Direção-Geral da Saúde (passou de 105 para 717 mil seguidores neste período, um acréscimo de 585%), do Serviço Nacional de Saúde (de 176 para 268 mil seguidores), a página oficial do Governo (passou de 10 mil para 97 mil seguidores) e a página portuguesa da OMS (que passou de 1360 para 83 mil seguidores ao longo destes 12 meses). O que se depreende daqui é que muitos utilizadores do Facebook escolheram começar a acompanhar estas fontes de informação para suprir a sua sentida falta de informação sobre a pandemia a partir de fontes oficiais e fidedignas.

Figura 8: Evolução do número de fãs/seguidores das 23 principais entidades de promoção da saúde pública em Portugal entre fevereiro de 2020 e fevereiro de 2021



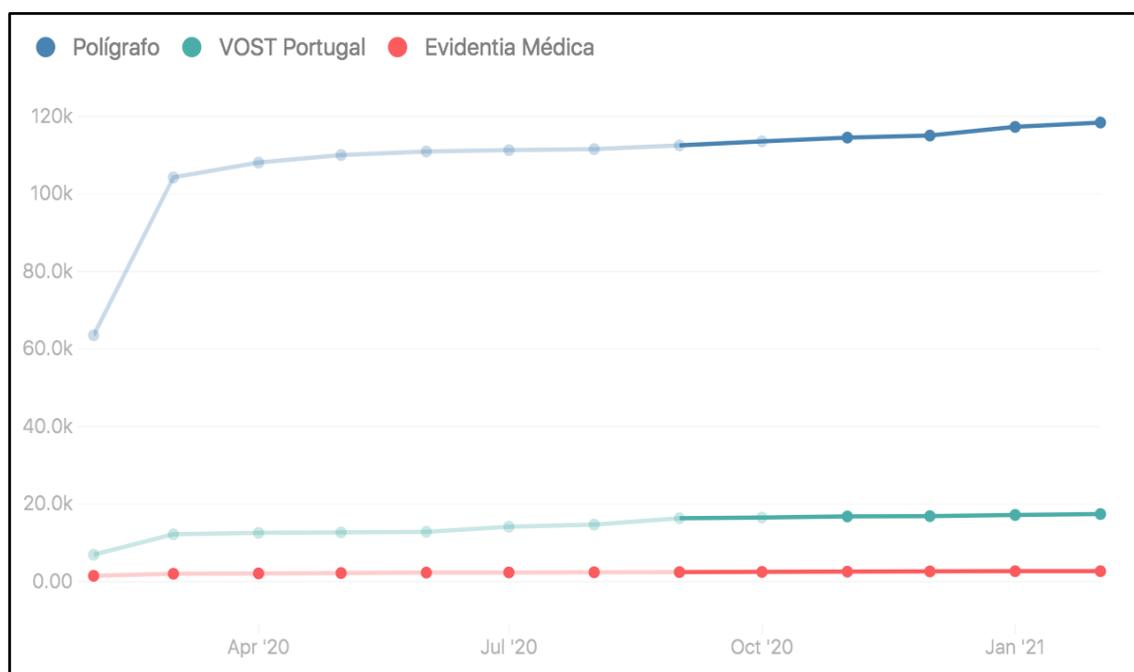
Fonte: Crowdtangle/Facebook

A reforçar esta ideia, os dados compilados pelo projeto CovidCheck permitiram verificar que a Direção-Geral da Saúde, a par de entidades oficiais como a Guarda Nacional Republicana ou a Polícia de Segurança Pública, teve um lugar de destaque na informação acerca da COVID-19 partilhada através da rede Facebook (Covidcheck, 2020²⁸). Uma análise realizada pelo Obercom - Observatório da Comunicação, concluiu, entre outras coisas, que os portugueses avaliavam positivamente a comunicação das instituições oficiais no contexto da pandemia (Cardoso *et al.*, 2020c:6).

²⁸ Covidcheck (2020). *Covid-19 foi 'explosivo' nas redes sociais mas perdeu impacto ao longo do tempo*. Disponível em <https://covidcheck.pt/nao-se-deixe-enganar/2731/>

Outra forma de olhar a mesma questão prende-se com a evolução do número de pessoas que no Facebook seguem o Polígrafo, a único dos dois *fact-checkers* portugueses com uma página independente no Facebook. Como podemos ver na Figura 9, o Polígrafo também recebeu um aumento exponencial de seguidores em meados de março, quando a população procurava sedimentar as suas fontes de informação credíveis sobre a pandemia. Entre fevereiro de 2020 e fevereiro de 2021 passou de 64 mil para 118 mil seguidores, um aumento de 86%. No setor da sociedade civil, a associação VOST Portugal²⁹, que tem por objetivo ajudar na disseminação de informação socialmente relevante, viu o seu número de seguidores no Facebook aumentar de 6960 para 17 450 neste mesmo período (mais 150%). A associação de promoção de literacia científica em saúde Evidentia Médica³⁰ também aumentou o número de seguidores em 78% entre 2020 e 2021. Estes exemplos parecem confirmar a observação já referida de que terá havido uma preocupação dos utilizadores desta rede social em procurar fontes de informação sobre a pandemia, sobretudo no início da mesma, mas com continuação ao longo do período subsequente.

Figura 9: Evolução do número de seguidores das páginas de Facebook do *fact-checker* Polígrafo e das associações VOST Portugal e Evidentia Médica, entre fevereiro de 2020 e fevereiro de 2021



Fonte: Crowdtangle/Facebook

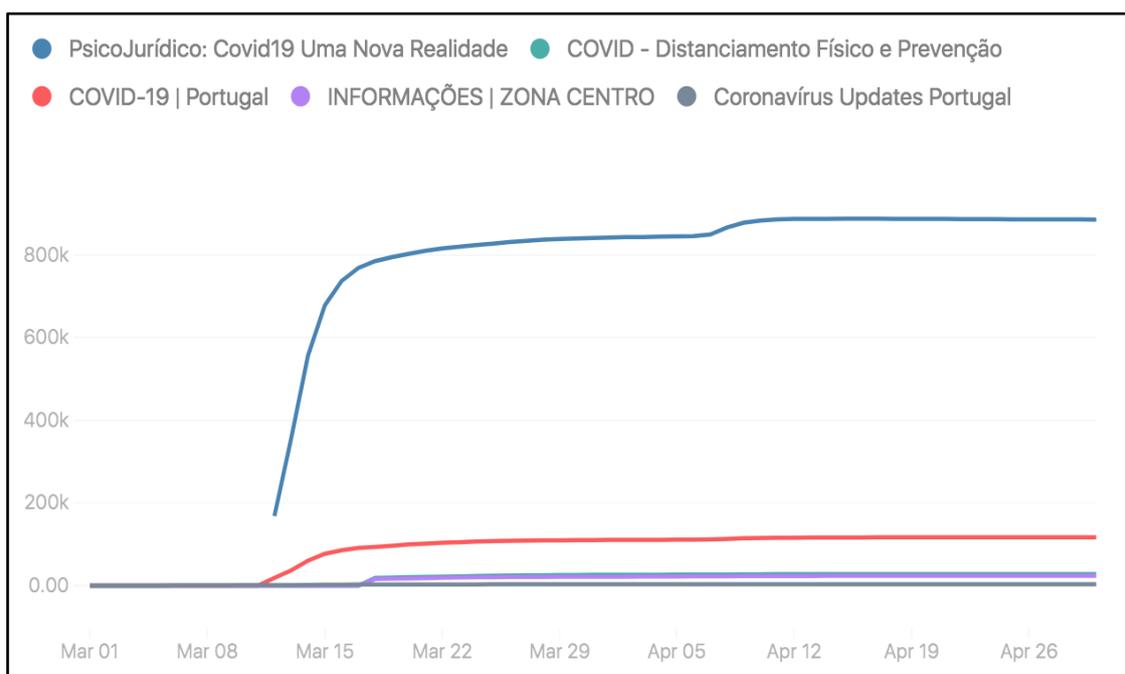
Por fim, nesta plataforma de sociabilidade, um fenómeno também relevante no início da pandemia, em março de 2020, foi a criação muito rápida e muito generalizada de grupos públicos de partilha de informações e conselhos sobre a COVID-19. Usando uma amostra tipo bola de neve em que seguimos as sugestões do algoritmo da própria plataforma, reunimos 22 grupos públicos que usavam os termos COVID ou coronavírus na sua designação. Todos eles foram criados depois de 9 de março e em todos os casos cresceram muito rapidamente no número de membros, convertendo-se assim em mais uma fonte - desta

²⁹ <https://vost.pt>

³⁰ <https://evidentiamedica.com>

feita não oficial - para a partilha de informações. A Figura 10 ilustra esse rápido crescimento entre março e abril de 2020. O grupo "PsicoJurídico: Covid19 Uma Nova Realidade" autoapresenta-se com o objetivo de "disponibilizar e manter informação credível e fidedigna acerca da pandemia, nas suas vertentes jurídicas e de gestão pessoal"³¹. Para o efeito conta com duas especialistas: uma advogada e uma psicóloga, que prestam esclarecimentos. Este grupo foi criado a 12 de março de 2020 e em abril, um mês depois, contava já com 883 mil membros. O mesmo para o grupo "COVID-19 | Portugal", que foi criado a 11 de março e atingiu os 91 mil membros menos de um mês depois.

Figura 10: Evolução do número de membros dos cinco principais grupos públicos do Facebook para partilha de informações sobre a COVID-19, entre Março e Abril de 2020



Fonte: Crowdtangle/Facebook.

Estes resultados evidenciam que os utilizadores das redes sociais procuraram ativamente diversas fontes de informação sobre uma realidade assustadora e desconhecida - a pandemia - e que numa proporção significativa passaram a seguir fontes oficiais ou ligadas à sociedade civil. Os resultados demonstram também que muitos utilizadores procuraram igualmente fóruns de partilha de informações com outros utilizadores, os quais eram, na sua grande maioria, alimentados pelas notícias dos meios de comunicação social ou pelos comunicados das entidades oficiais. Por fim, de notar igualmente que esta procura de fontes de informação por parte dos cidadãos ocorreu muito abruptamente na segunda metade de março, numa altura em que o estado de alerta em relação ao tema COVID-19 se tornou muito evidente.

³¹ <https://www.facebook.com/groups/209146580330836/about>

Considerações finais

Com esta análise de dois momentos distintos de desinformação na e sobre a pandemia de COVID-19, um no seu início e outro quase um ano depois, procurámos analisar de que modo terá evoluído a preparação dos utilizadores, dos meios de comunicação social, das entidades governamentais e das organizações da sociedade civil para responder aos desafios da desinformação.

As conclusões apontam no sentido de o alarme social gerado no início da pandemia - e naturalmente associado a uma doença desconhecida e com grande potencial de contágio - ter gerado uma elevada procura de informação por parte dos cidadãos. E terá sido alguma impreparação para lidar com esse tipo de fenómenos de incerteza que levou à primeira vaga de desinformação através de ficheiros de áudio alarmistas partilhados sobretudo através do WhatsApp.

Esta plataforma afirmou-se, em março de 2020, como uma plataforma problemática no que concerne à distribuição de desinformação, em parte pelo grande número de utilizadores que congrega e pelo facto de não permitir um grau de controlo e regulação compatível com o combate à desinformação. Por um lado, esta conclusão reforça conclusões anteriores de outros estudos, que apontam as plataformas de comunicação fechadas e encriptadas como um problema particularmente desafiante para a esfera pública. A saída da esfera encriptada e fechada do WhatsApp para as plataformas de discussão pública como o Twitter permite uma discussão aberta e uma validação do conteúdo como falso e a sua posterior denúncia já novamente no WhatsApp.

No caso do falso plano de desconfinamento a circular no WhatsApp, a saída do conteúdo da esfera encriptada e fechada do WhatsApp para as plataformas de discussão pública ao aparecer em plataformas abertas e monitorizáveis como o Twitter ou o Facebook permitiu uma aberta discussão e validação do conteúdo como falso e a sua posterior denúncia já novamente no WhatsApp. Este aspeto torna muito relevante o perigo da chamada "desplataformização", não só por isolar uma parte dos utilizadores, mas sobretudo por poder fazê-lo em direção a plataformas que podem ser transformadas em espaços de partilha de conteúdo ilegal, violento, ou perigoso, nomeadamente e nestes casos, para a saúde pública. E é com esse argumento, que no segundo momento, é feita a queixa-crime no Ministério Público.

O que a análise desses dois momentos de desinformação acerca da pandemia demonstra, na nossa leitura, é que tanto os utilizadores como os *stakeholders* - meios de comunicação social, entidades públicas e organizações da sociedade civil - parecem ter melhorado na sua resposta a desafios deste género. Primeira nota: a grande procura de informação sobre a pandemia por parte dos cidadãos levou a um aumento muito significativo não só da cobertura dos *media*, como também da procura ativa de fontes de informação sobre a pandemia, muitas delas ligadas a entidades públicas ou organizações da sociedade civil. A segunda nota é que a grande preocupação evidenciada pelos portugueses com as questões da desinformação e os casos de desinformação registados - e amplamente noticiados - na primeira fase da pandemia levaram muitos utilizadores a terem uma atitude desconfiada em relação à informação que lhes chega e mais pró-ativa na sua desmistificação.

A terceira nota que se pode sublinhar a este respeito prende-se com a rapidez de reação ao elemento desinformativo evidenciada em fevereiro de 2021, assim que ele se tornou público. Não só os utilizadores reagiram imediatamente com desconfiança, como os meios de comunicação social, os *fact-checkers*, as organizações da sociedade civil e até o Governo reagiram com prontidão. Os resultados recolhidos pelo

MediaLab CIES Iscte indicam que os desmentidos foram muitos mais relevantes, em termos de visibilidade social, do que o elemento desinformativo que lhes deu origem. A isso não deverão ser alheios, como referido, a desconfiança dos utilizadores em relação a informações que sentem poderem ser desinformativas e o facto de, entretanto, terem começado a seguir muitos canais oficiais de distribuição de informação credível.

Como indicação para estudos futuros será importante continuar a acompanhar as alterações nas práticas no contexto comunicacional *online* por parte dos utilizadores de plataformas de mensagens, assim como as estratégias por parte das plataformas no combate à desinformação. Igualmente interessante é compreender os desafios na denúncia de desinformação para formatos menos visuais como os áudios considerando a facilidade com que foi partilhado em múltiplas plataformas a imagem do plano de desconfinamento com o “falso” por cima. Como limitação deste estudo apontamos o facto de não se terem realizado entrevistas aos utilizadores. Assim, em futuras investigações as mesmas seriam fundamentais a fim de compreender dinâmicas de partilha assim como as consequências resultantes de os utilizadores partilharem ou receberem “notícias falsas” entre as suas redes de contactos no seu capital social.

Nesse sentido, o presente trabalho tem por objetivo ser um primeiro ponto de partida para uma avaliação, que se pretende mais extensa, da forma como uma preocupação global com a qualidade da informação, decorrente do impacto direto que a desinformação em saúde pode ter na vida dos cidadãos e pelas necessidades de respostas eficazes que a mesma confere, se ter transformado num veículo de maior consciencialização e pró-atividade por parte da sociedade civil, *media* e instituições.

Referências bibliográficas

- Bode, L., & Vraga, E. K. (2018). See something, say something: Correction of global health misinformation on social media. *Health communication*, 33(9), 1131-1140.
- Brennen, J. S., Simon, F., Howard, P. N., & Nielsen, R.K. (2020, abril 7). Types, sources, and claims of COVID-19 misinformation. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. Disponível em <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/types-sources-and-claims-covid-19-misinformation>
- Canavilhas, J., Colussi, J., & Moura, Z. B. (2019). Desinformación en las elecciones presidenciales 2018 en Brasil: un análisis de los grupos familiares en WhatsApp. *El profesional de la información*, 28(5), e280503. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.sep.03>
- Cardoso, G. (2006). *The media in the network society: Browsing, news, filters and citizenship*. CIES Iscte.
- Cardoso, G., Crespo, M., Narciso, I., Moreno, J., Palma, N., & Sepúlveda, R. (2020a). Informação e desinformação sobre o Coronavírus em Portugal (PDF). Lisboa: MediaLab CIES Iscte. Disponível em <https://medialab.iscte-iul.pt/informacao-e-desinformacao-sobre-o-coronavirus-em-portugal/>
- Cardoso, G., Paisana, M., Pinto-Martinho, A. (2020b). *Digital News Report 2020 - Portugal*. Lisboa: Observatório da Comunicação. [PDF] Disponível em <https://obercom.pt/reuters-institute-digital-news-report-2020-portugal/>
- Cardoso, G., Baldi, V., Quintanilha, T.L., Paisana, M., (2020c). Impacto do Coronavírus e da crise pandémica no sistema mediático (Versão III – fevereiro 2021). Lisboa: Observatório da Comunicação. [PDF] Disponível em <https://obercom.pt/impacto-do-coronavirus-e-da-crise-pandemica-no-sistema-mediatico-versao-iii-fevereiro-2021/>

- Cardoso, G., Crespo, M., Narciso, I., Moreno, J., Palma, N., & Sepúlveda, R. (2021a). *O falso plano de desconfinamento: uma anatomia da desinformação e da contranarrativa* (PDF). Lisboa: MediaLab CIES Iscte. Disponível em <https://medialab.iscte-iul.pt/o-falso-plano-de-desconfinamento-uma-anatomia-da-desinformacao/>
- Cardoso, G., Baldi, V., Quintanilha, T.L., Paisana, M., (2021b). Cartografias do consumo de marcas de *media* e publicidade em contexto de pandemia. Lisboa: Observatório da Comunicação. [PDF] Disponível em <https://obercom.pt/cartografias-do-consumo-de-marcas-de-media-e-publicidade-em-contexto-de-pandemia/>
- Donovan, J. (2020). *Concrete Recommendations for Cutting Through Misinformation During the COVID-19 Pandemic*. Disponível em <https://ajph.aphapublications.org/doi/full/10.2105/AJPH.2020.305922>
- Elías, C., & Catalan-Matamoros, D. (2020). Coronavirus in Spain: Fear of 'Official'fake news boosts WhatsApp and alternative sources. *Media and Communication*, 8(2), 462-466.
- Melo, P. D. F., Vieira, C. C., Garimella, K., de Melo, P. O., & Benevenuto, F. (2019, december). Can WhatsApp Counter Misinformation by Limiting Message Forwarding?. In *International conference on complex networks and their applications*, 372-384. Cham: Springer
- Moura, M., & Michelson, M. R. (2017). WhatsApp in Brazil: mobilising voters through door-to-door and personal messages. *Internet policy review*, 6(4), 1-18.
- Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S., & Nielsen, R. (2020). Reuters Institute Digital News Report 2020 (PDF). Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. Disponível em <https://www.digitalnewsreport.org/>
- Pang, N., & Woo, Y. T. (2020). What about WhatsApp? A systematic review of WhatsApp and its role in civic and political engagement. *First Monday*, 25(12). <https://doi.org/10.5210/fm.v25i12.10417>
- Rogers, R. (2020). Deplatforming: Following extreme Internet celebrities to Telegram and alternative social media. *European Journal of Communication*, 35(3), 213-229. doi:10.1177/0267323120922066
- Salaverría, R., Buslón, N., López-Pan, F., León, B., López-Goñi, I.; Erviti, M. (2020). Desinformación en tiempos de pandemia: tipología de los bulos sobre la Covid-19. *El profesional de la información*, 29 (3). e290315. doi: 10.3145/epi.2020.may.15
- Wardle, C. (2018). The Need for Smarter Definitions and Practical, Timely Empirical Research on Information Disorder. *Digital Journalism*, 6(8), 951-963.
- Wormer, H. (2020). German Media and Coronavirus: Exceptional Communication—Or Just a Catalyst for Existing Tendencies?. *Media and Communication*, 8(2), 467-470.