

# O COMBATE À DESINFORMAÇÃO SOBRE A PANDEMIA DE COVID-19 NA AMAZÔNIA

## O caso do perfil da Sespa (PA) no Instagram

Ivana C. G. Oliveira<sup>1</sup>

UNAMA

[ivana.professora@gmail.com](mailto:ivana.professora@gmail.com)

Maíra Evangelista de Sousa<sup>2</sup>

UNAMA

[maira.evangelistadesousa@gmail.com](mailto:maira.evangelistadesousa@gmail.com)

Giovanna Figueiredo de Abreu<sup>3</sup>

UNAMA

[giovannamfigueiredo@gmail.com](mailto:giovannamfigueiredo@gmail.com)

---

### Resumo

Em março de 2020, a Organização Mundial da Saúde (OMS) decretou que o mundo vive a pandemia de Covid-19, uma doença respiratória aguda causada pelo Coronavírus SARS-CoV-2. A região Amazônica foi um dos primeiros epicentros da enfermidade no Brasil. Em um contexto de sociedade conectada por redes (CASTELLS, 1999), a propagação de informações falsas sobre a Pandemia foi um dos desafios a ser enfrentado. Nesse sentido, este artigo de caráter descritivo tem o objetivo de compreender como a Secretaria de Estado de Saúde Pública do Pará (Sespa) iniciou o combate à desinformação sobre a pandemia de Covid-19. Adotou-se como objeto empírico as postagens do perfil @sespapara no Instagram sobre informações falsas publicadas entre março e maio deste ano.

**Palavras-chave:** Desinformação. Pandemia de Covid-19. Amazônia. Instagram. Sespa.

### COMBATING DISINFORMATION ABOUT THE COVID PANDEMIC 19 IN THE AMAZON

the case of Sespa (PA) profile on Instagram

### Abstract

In March 2020, the World Health Organization (WHO) decreed that the world is experiencing the Covid-19 pandemic, an acute respiratory disease caused by the SARS-CoV-2 Coronavirus. The Amazon region was one of the first epicenters of the disease in Brazil. In a context of a society connected by networks (CASTELLS, 1999), the spread of false information about Pandemic was one of the challenges to be faced. In this sense, this descriptive article aims to understand how the State Secretariat of Public Health of Pará (Sespa) started to fight against misinformation about the Covid-19 pandemic. The posts of the @sespapara profile on Instagram about false information published between March and May of this year were adopted as our empirical object.

**Keywords:** Misinformation. Covid-19 pandemic. Amazon. Instagram. Sespa.

---

<sup>1</sup> Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Linguagens e Cultura da Universidade da Amazônia (PPGCLC/UNAMA).

<sup>2</sup> Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Linguagens e Cultura da Universidade da Amazônia (PPGCLC/UNAMA).

<sup>3</sup> Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Linguagens e Cultura da Universidade da Amazônia (PPGCLC/UNAMA).



Esta obra está licenciada sob uma licença

Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0).

## 1 INTRODUÇÃO

A Covid-19 é uma doença respiratória altamente contagiosa causada pelo novo coronavírus, o SARS-CoV-2. Os primeiros casos foram registrados no final de 2019, em Wuhan, na China. Desde então, a enfermidade se espalhou pelo mundo. A propagação do vírus tem sido tão grande que em 11 de março de 2020 a Organização Mundial de Saúde (OMS) decretou que vivemos uma pandemia de Covid-19. Passados seis meses, o mundo registra mais de 30 milhões de casos confirmados da doença e mais de 900 mil mortes<sup>4</sup>.

No Brasil, a primeira ocorrência foi confirmada em 26 de fevereiro de 2020, e no estado do Pará em 18 de março no mesmo ano. Quando são observados os números de infectados *versus* o número de habitantes do Brasil, a região Amazônica se destaca como uma das mais afetadas pela pandemia nos primeiros meses da doença<sup>5</sup> com incidência de 1.423 infectados por 100.000 habitantes<sup>6</sup>. Até setembro de 2020, já existiam mais de 220 mil casos confirmados e seis mil óbitos causados pela Covid-19 no estado do Pará<sup>7</sup>.

A pandemia tem causado, além de uma enorme crise mundial sanitária e econômica, diversos desafios relacionados à propagação de informações falsas. Nesse sentido, segundo Sousa Júnior *et al.* (2020, p. 331), “ansiosa por informações sobre o vírus e seus malefícios, a população recebe e compartilha diversos textos e vídeos sem confirmar a veracidade dessas notícias, o que causa desinformação, medo e estado de caos a todos os receptores”.

Para a Organização Mundial de Saúde, o surto é acompanhado por uma “enorme infodemia: um excesso de informações, algumas precisas e outras não, que tornam difícil encontrar fontes idôneas e orientações confiáveis quando se precisa” (OMS, p. 2, 2020). A denominação refere-se ao aumento do volume de informações associadas à temática da pandemia, que se multiplica exponencialmente – e de forma rápida – favorecendo rumores, manipulação de informações e, conseqüentemente, a desinformação. Todo esse processo é amplificado pelas plataformas de redes sociais, possibilitando que a desinformação seja protagonista desta crise de saúde, tornando-a diferente de qualquer uma vivida antes pelo homem.

A definição é reforçada pela Organização das Nações Unidas (ONU), que no ápice da pandemia na Europa, ressaltou os riscos desta “epidemia” paralela da desinformação

<sup>4</sup> Coronavírus (Covid-19). Disponível em: <https://cutt.ly/jfKspJ5>. Acesso em: 20 set. 2020.

<sup>5</sup> Pesquisa aponta região norte como epicentro da Covid-19 no país. Disponível em: <https://cutt.ly/WfKs1Kc>. Acesso em: 20 set. 2020.

<sup>6</sup> Um país desigual: as diferentes curvas da Covid-19 nos estados brasileiros. Disponível em: <https://cutt.ly/EfKd5JK>. Acesso em: 20 set. 2020.

<sup>7</sup> Acessar transparência Covid-19. Disponível em: <https://www.covid-19.pa.gov.br> Acesso em: 20 set. 2020.

ameaçando o enfrentamento ao novo coronavírus. Como solução, apresenta investimento em comunicação de fatos e de ciência.

Mas a “pandemia global da desinformação” continua a alastrar-se. Estão a proliferar conselhos danosos para a saúde e falsas soluções. As falsidades estão tomando as ondas de rádio. Há teorias da conspiração ferozes a infectar a internet. O ódio está a tornar-se viral, estigmatizando e difamando pessoas e grupos. O mundo tem também de se unir contra esta doença. A vacina é a confiança. Primeiro, confiar na ciência. Saúdo os jornalistas e outros pesquisadores que verificam as montanhas de histórias enganosas e publicações nas redes sociais. As empresas das redes sociais devem fazer mais para erradicar o ódio e as afirmações prejudiciais sobre a COVID-19. Segundo, a confiança nas instituições – fundamentada na governança e na liderança dinâmicas, responsáveis e baseadas em provas. E a confiança no próximo. O respeito mútuo e a proteção dos direitos humanos devem ser a nossa bússola para enfrentar esta crise. Juntos, rejeitaremos as mentiras e os disparates que circulam por aí (ONU, 2020, s/p).

Destarte, as plataformas de redes sociais se mostram ambientes propícios para a circulação de informações falsas, justamente por essa facilidade que qualquer pessoa tem em publicar e compartilhar conteúdos na rede. No estado do Pará não é diferente, obrigando o perfil do Instagram da Secretaria de Estado de Saúde Pública do Pará (Sespa) a produzir diversas publicações com a finalidade de enfrentar as informações falsas que circulavam sobre a enfermidade.

Diante desse cenário, o objetivo desta pesquisa é compreender como a Sespa iniciou o combate à desinformação sobre a pandemia de Covid-19. Para tanto, nesta pesquisa, tomou-se como base metodológica a investigação qualitativa de natureza descritiva (GIL, 2010), que possibilita expor as características de determinado fenômeno, delimitando para conhecimento e posterior interpretação, a realidade estudada, sem interferências ou modificações, buscando a descoberta e observação de fenômenos, descrevendo-os, classificando-os e interpretando. O objeto empírico é formado por postagens do perfil @sespapara<sup>8</sup> no Instagram publicadas entre março<sup>9</sup> e maio deste ano sobre informações falsas com a finalidade de conter as ondas de desinformação sobre a pandemia entre os cidadãos paraenses.

143

---

<sup>8</sup>Perfil da Secretaria de Estado de Saúde Pública do Pará (Sespa) no Instagram está disponível em <https://www.instagram.com/sespapara>. Acesso em 20 set. 2020.

<sup>9</sup>Quando, através do Decreto 609, de 16 de março de 2020, o Governo do Estado do Pará anuncia pela primeira vez medidas de enfrentamento à pandemia de Covid-19.

## 2 DESINFORMAÇÃO EM UM CONTEXTO DE SOCIEDADE CONECTADA POR REDES

Paradoxalmente, vivemos na sociedade informacional saturados do que já foi escasso: a informação. A infosfera<sup>10</sup> propaga um volume incalculável de informações que impossibilita aos agentes sociais interpretar e questionar os fatos expostos de maneira correta/incorrecta, verídica/falsa, intencional/negligente. Os julgamentos, na maioria dos casos, estão mais relacionados ao engajamento que proporcionou o acesso à informação/desinformação (amigos, parentes que se tornam a fonte que origina a mensagem).

O estudo<sup>11</sup> que baseou ações da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) contra desinformação, aponta que no início da pandemia, nove em cada dez brasileiros entrevistados no país acessaram pelo menos uma informação falsa sobre a Covid-19. A pesquisa<sup>12</sup>, realizada pela Avaaz<sup>13</sup>, concluiu que sete em cada dez brasileiros - 70% dos entrevistados - acreditaram em pelo menos um conteúdo desinformativo sobre a pandemia. O número é maior que nos EUA (65%) e na Itália (59%). O resultado aponta ainda que 80% das pessoas queriam saber se foram expostos a notícias falsas sobre a pandemia; 60% buscavam informações na TV e sites de notícias diariamente. A investigação demonstrou também que 40% dos entrevistados consideraram as plataformas de redes sociais pouco ou nada confiáveis e 14% pensam o mesmo dos sites de notícias.

As informações falsas têm o objetivo de desorientar, confundir e enganar as pessoas. Para Allcott e Gentzkow (2017):

[...]são intencionalmente e comprovadamente falsas, podendo enganar os leitores. [...] A definição incluiu textos fabricados intencionalmente. [...] e também que se originam em sites satíricos, mas podem ser mal interpretados como factuais, especialmente quando vistos isoladamente nos *feeds* do Twitter ou do Facebook. (ALLCOTT; GENTZKOW, 2017, p. 213, tradução nossa).

Há inclusive um trabalho de manipulação e falseamento da apresentação visual desses conteúdos (BENTES, 2018). Por conseguinte, eles viralizam nas plataformas de redes sociais ao serem espalhados por indivíduos desavisados ou interessados e por sistemas automatizados, como bots e algoritmos (CHRISTOFOLETTI, 2018).

<sup>10</sup> Infosfera' especifica o ambiente cultural e social, resultado da cultura humana, onde as informações circulam, promovem interação, são replicadas e se extinguem, em diferentes suportes tecnológicos (DENNETT, 1998; FLORIDI, 2002).

<sup>11</sup> Unesco, Lupa e Serrapilheira unem-se contra desinformação sobre COVID-19 no Brasil. Disponível em: <https://cutt.ly/KfCYjT9> Acesso em: 21 set. 2020.

<sup>12</sup> A pesquisa foi conduzida virtualmente com pessoas entre 18 e 65 anos e foram entrevistadas 2001 pessoas no Brasil, 2002 na Itália e 2000 nos Estados Unidos, entre os dias 9 e 15 de abril de 2020. A margem de erro é de 2,2% para cada país. Disponível em: <https://cutt.ly/9fCYbR7> Acesso em: 20 set. 2020.

<sup>13</sup> Criada em 2007, a AVAZZ é uma comunidade virtual de mobilização online que propõe dar voz à sociedade civil, tem 64.742.167 membros inscritos, e já desenvolveu mais de 457 milhões de ações e 2.792 campanhas on-line.

Wardle (2018) explica diferenças entre *fake news* e desinformação. Para a especialista em conteúdo gerado pelo usuário, inicialmente, o termo *fake news* era usado para descrever sites de notícias criados com a finalidade de propagar informações inverificadas, sem fontes confiáveis ou/e criadas.

A partir de 2017, o presidente dos Estados Unidos Donald Trump passa a usar o termo para criticar a emissora CNN e o termo se torna (para políticos do mundo inteiro) uma referência ao jornalismo que eles não aceitavam e que por isso querem descredibilizar. Assim, converte-se em sinônimo do termo desinformação:

O motivo de não usar o termo é que as pesquisas mostram que o termo faz com que audiências entendam que estamos falando de jornalismo profissional. As pessoas pensam em “CNN, New York Times, eles são *fake news*”. Eles não são *fake news*, são empresas profissionais, fazendo um trabalho profissional, com políticas de correção, diretrizes editoriais e diretrizes éticas. [...] Então, quando o jornalismo colocar em xeque a credibilidade de um político, não vai ter a confiança do público e isso é um desastre para a democracia (WARDLE, 2018, s/p).

É necessário compreender a ação proposital de desinformar, desclassificar a informação, apontar o aspecto subjetivo da ação, a aspiração de confundir o conceito. Portanto, não irá existir a desinformação sem a intenção desinformadora relacionada ao objeto da ação: o desinformado. Merriam-Webster (2013) sintetiza o vocábulo como uma informação falsa de forma deliberada e frequentemente disseminada de forma como um plantio de rumores, para atingir a opinião pública e desordenar e confundir sobre os fatos. A metodologia, invariavelmente, se repete: a fonte clara a ser apontada nas informações sobre fatos é substituída pelo sigiloso ou por fontes falseadas. Outro aspecto de ordem subjetiva, a manipulação da reação da audiência mediante a deturpação do real. A desinformação deixa de ser um conceito abstrato para se tornar um recurso no campo comunicacional para ações no campo político.

A partir desse entendimento, optou-se pelo uso do termo desinformação neste artigo. Neste cenário tem ganhado protagonismo também a pós-verdade, palavra inglesa do ano de 2016, a qual foi definida como substantivo “que se relaciona ou denota circunstâncias nas quais fatos objetivos têm menos influência em moldar a opinião pública do que apelos à emoção e a crenças pessoais” (FABIO, 2016, s/p). Segundo Christofletti (2018), os conteúdos falsos alimentam pessoas que não reconhecem os fatos por conta de suas convicções e emoções, compondo um cenário de pós-verdade, besteira e desencanto generalizado.

As informações falsas são disseminadas rapidamente devido as potencialidades das plataformas digitais no que se refere à publicação e ao compartilhamento de conteúdos por qualquer pessoa, a qualquer hora e de qualquer lugar. Os *smartphones*, os sites de redes sociais e os aplicativos de troca de mensagem (como o *WhatsApp*) são ferramentas importantes desse

processo de midiaticização intensiva da cultura e da sociedade (HJARVARD, 2015). O globo está cada vez mais caracterizado por uma cultura em rede (JENKINS; FORD; GRENN, 2014) e, por conseguinte, conectado por redes (CASTELLS, 1999).

Com isso, o poder de publicar informações passa a ser de todos os usuários da rede. Segundo Castells (2015), passamos a ter, então, uma autocomunicação de massa, a qual é:

[...] uma nova forma de comunicação interativa, caracterizada pela capacidade de enviar mensagens de muitos para muitos, em tempo real ou no tempo escolhido, e com a possibilidade de usar a comunicação entre dois pontos, em transmissões especializadas (narrowcasting) ou em transmissões para muitos receptores (broadcasting), dependendo do objetivo e das características da prática de comunicação intencionada. (p. 101).

Percebe-se, diante desse contexto, que o tráfego da desinformação despertou uma preocupação na comunicação institucional em esclarecer informações falsas - disseminadas com o propósito de construir conhecimentos falsos, improváveis e/ou imprecisos - a partir da propagação da veracidade de fatos em ambientes digitais, como foi o caso da Secretaria de Estado de Saúde Pública do Pará (Sespa) que será analisado a seguir.

### 3 O CASO DO PERFIL DA SESPA (PA) NO INSTAGRAM

146

As análises deste artigo se concentram na plataforma de rede social para compartilhamento de fotos e vídeos Instagram<sup>14</sup>, que surgiu em 2010. Nele, o perfil da Secretaria de Estado de Saúde Pública do Pará (Sespa) – @sespapara – possuía, até setembro de 2020, mais de 960 publicações e 215 mil seguidores (ver Figura 1). Ele foi criado pelo Governo do Estado, no dia 15 de março de 2020 (antes da confirmação do primeiro caso da doença no Pará), para ser o canal oficial de informações sobre a pandemia de Covid-19 na plataforma Instagram, notadamente para esclarecimento sobre ações governamentais, publicização de informações sobre o contágio, mensagens para contrapor a desinformação provocada por ciclos de desinformação normalmente divulgadas em redes digitais como o WhatsApp<sup>15</sup>. O ritmo diário de postagens varia de acordo com a intensidade de casos no Estado entre duas mensagens por dia (inicialmente) a doze (em dias de maior volume de informações).

O perfil integra o espaço de comunicação pública do Governo do Pará, especificamente da comunicação governamental, que passa necessariamente por uma comunicação dialógica com os cidadãos. Cabe a referência à Duarte (2012), ao apontar a formação do espaço deste

<sup>14</sup> Disponível em: <https://about.instagram.com/>. Acesso em 21 set. 2020.

<sup>15</sup> O WhatsApp é um aplicativo multiplataforma criado em 2009 para envio de mensagens instantâneas (texto e imagens, vídeos e documentos em PDF) e realização de chamadas de voz (gratuitas), em smartphones e computadores, por meio de uma conexão com a internet.



tipo de comunicação entre fluxos de informação e interação, reunindo agentes públicos e cidadãos em torno de temas de interesse público. Decerto, segundo o autor, que a centralidade do processo desta comunicação deva estar no cidadão, classificada como um bem e, simultaneamente, um direito de natureza coletiva; para estimular uma participação social ativa, racional e corresponsável (DUARTE, 2012). Por conseguinte, torna o espaço público um ambiente de conflitos/acordos, negociações e compartilhamento de temas com relevância para a coletividade, propiciando o dialogismo e acesso à informação como um direito do cidadão.

**Figura 1:** Perfil @sespapara no Instagram



147

**Fonte:** Instagram.

Partindo da compreensão de que a internet é um universo de pesquisa de difícil recorte por conta de sua escala, heterogeneidade e dinamismo (RECUERO; FRAGOSO, AMARAL, 2011, p. 55), adotou-se como base metodológica a pesquisa qualitativa de natureza descritiva (GIL, 2010).

Para alcançar o objetivo proposto neste artigo, compreender como a Secretaria de Estado de Saúde Pública do Pará (Sespa) iniciou o combate à desinformação sobre a pandemia de Covid-19, serão analisadas as postagens do perfil @sespapara no Instagram publicadas entre março e maio deste ano sobre informações falsas. O corpus é formado por 15 publicações

relacionadas a partir de critérios como: menção à desinformação – no caso do perfil, a expressão *fake news*<sup>16</sup>.

No primeiro dia do perfil foram realizadas três postagens: uma sobre prevenção; uma com vídeo sobre ações do Estado e combate à desinformação; e outra com um álbum composta por seis imagens com legendas explicativas sobrepostas (ver Figura 2). A primeira postagem divulgava hábitos e cuidados que deveriam ser adquiridos para evitar a transmissão do novo Coronavírus no Estado. Ela recebeu 159 curtidas e dois comentários<sup>17</sup>.

Já o vídeo demonstrava a importância e a necessidade do combate a desinformação em um momento de incertezas, com uma declaração de 2'08" do então Secretário Estadual de Saúde, Alberto Beltrame, em uma gravação interna (cenário neutro de uma sala) explicando as ações que o Governo preparou – hospitais, treinamentos de profissionais de saúde, orientações de ações de prevenção. O vídeo conclui com a recomendação de que as pessoas buscassem informações nos sites oficiais da Secretaria de Saúde do Pará e do Ministério da Saúde, antes de repassar informações que não apresentassem fontes oficiais, para não propagar pânico com desinformações. O texto da legenda contribui para fortalecer tal objetivo: “Desinformação não combina com prevenção! Por isso, é muito importante buscar fontes seguras sobre o Novo Coronavírus. O Governo do Pará está preparado e montou um plano de contingência. Nosso Estado segue sem nenhum caso confirmado” (SESPA PARÁ, 2020, s/p). A postagem obteve 9.375 visualizações, 102 curtidas e oito comentários.

A terceira publicação do primeiro dia do perfil, por sua vez, era para explicar o que é o coronavírus e expressava na legenda a importância das pessoas estarem bem informadas sobre o tema: “Prevenção vem com informação. Arrasta pro lado pra saber mais informações sobre o novo coronavírus, e os sintomas e as medidas preventivas” (SESPA PARÁ, 2020, s/p). Ela ganhou 219 curtidas e três comentários.

---

<sup>16</sup> Neste artigo, adotou-se o uso do termo desinformação. A expressão “fake news” será usada somente quando em referência a alguma postagem do perfil @sespapara.

<sup>17</sup> Todos os dados foram coletados até o dia 20 de setembro de 2020.



**Figura 2:** Publicações do primeiro dia do perfil @sespapara no Instagram.



**Fonte:** Instagram.

Na manhã do dia 18 de março, o perfil @sespapara divulgou inicialmente a mensagem: “Atenção. Não há casos confirmados de Covid-19 no Pará. Não caia em *Fake News*”, em relação aos boatos sobre a primeira confirmação de um paciente no Estado. Entretanto, às 14h50 do mesmo dia (ver Figura 3), a secretaria confirmou o primeiro caso<sup>18</sup> de Covid-19 confirmado no Pará com a imagem é de um *print*<sup>19</sup> do canal da secretaria em outro site de rede social: o Twitter.

149

O engajamento, com interação via comentário, aumentou de dois comentários e 159 curtidas no primeiro dia de postagem para 601 comentários e 7.528 curtidas quando se confirma o primeiro caso no estado do Pará. Mas, mesmo com muitas dúvidas expressas, todas as interações (28) enviadas pela Sespa são um texto único para que acompanhem por outra plataforma (Facebook) ou pelo site da secretaria, a entrevista coletiva do secretário, agendada para o mesmo dia.

<sup>18</sup> No dia 18 de março de 2020, quando foi registrado o primeiro caso confirmado de Covid-19 no Pará, o Brasil apresentava 529 casos confirmados em 20 estados e no Distrito Federal. Nesse dia, foi registrada a 4ª morte pela doença no país, no Estado de São Paulo. No âmbito mundial, os casos de infecção superaram a marca dos 200 mil, com mais de oito mil mortes contabilizadas.

<sup>19</sup> *Print* é uma expressão reduzida da função da tecla PrtScr do teclado dos computadores com sistema operacional Windows, que significa Print screen. Quando a tecla é pressionada, captura em forma de imagem tudo o que está presente na tela e cópia. A ação se transformou em verbo na internet, imprimir é copiar uma tela de qualquer plataforma.

**Figura 1:** Publicações sobre o primeiro caso de Covid-19 no estado do Pará.



**Fonte:** Instagram.

No dia 20 de março, foram divulgados em uma arte personalizada os “canais oficiais para manter o paraense informado de forma correta” (ver Figura 4). O texto da legenda que acompanhava a publicação informava:

Reforçamos que as FONTES OFICIAIS de informação são as redes sociais da @sespapara e o site da Secretaria de Saúde Público do Pará: [saude.pa.gov.br/coronavirus/](http://saude.pa.gov.br/coronavirus/). Se receber notícias duvidosas, desconfie da fonte e consulte nossos meios de informação que estão sendo atualizados diariamente. Na dúvida, não repasse! Além disso, o @ministériodasaúde também disponibiliza um canal exclusivo no whatsapp (61)99289-4640 para você checar e denunciar fake news vistas pelas redes sociais. Siga as nossas redes sociais para continuar recebendo informações com credibilidade. @governopara✓” (SESPA PARÁ, 2020, s/p).

150

Nesta postagem a arte destaca num fundo azul claro com a imagem de dois coronavírus parcialmente aparecendo na parte superior esquerda e inferior direita, um texto está centralizado, “Prevenção sem *fake news*. Fique atento aos canais oficiais de informação. Acesse [saude.pa.gov.br/coronavirus](http://saude.pa.gov.br/coronavirus)” (SESPA PARÁ, 2020, s/p). A fonte maior é para a chamada de atenção e não pros canais de informação. O endereço do site é destacado com uma faixa vermelha e uma pequena seta branca. A secretaria deixa claro, que o Instagram é uma plataforma de propagação das informações concentradas no site. A publicação obteve 1900 curtidas e 23 comentários, dos quais só um foi respondido para contrapor a crítica com uma ação positiva do Estado: fechamento dos bares. Nenhuma outra mensagem foi respondida e nenhuma interação foi promovida.

No dia 28 de março, uma arte com as frases “Essa informação é para compartilhar! Não caia em fake news. Confie apenas em informações de fontes oficiais” (SESPA PARÁ, 2020, s/p) foi divulgada pelo perfil (ver Figura 4), com o alerta:

Chegou mais uma notícia sobre a pandemia da Covid-19 e bateu aquela vontade de compartilhar? Calma! Confira a origem das informações. A @SespaPara trabalha diariamente para levar a você todas as informações importantes e úteis nesse momento de pandemia. Acompanhe em nossas redes os boletins atualizados, novas medidas,

locais de atendimento, além de dicas de prevenção e saúde! (SESPA PARÁ, 2020, s/p).

A publicação ganhou 5.820 curtidas e 68 comentários. Mesmo com o texto da legenda destacando a responsabilidade da secretaria em informar os cidadãos, os 68 comentários só tiveram quatro respostas do @sespapara, sendo uma delas confusa. Um usuário da plataforma questiona se já há casos em Tucuruí e Parauapebas, e recebe a seguinte resposta: “n 1 caso confirmado em Parauapebas. Os boletins são atualizados diariamente. Se for realmente um caso positivo para Covid-19 será incluído no Boletim” (SESPA PARÁ, 2020, s/p). Não há clareza na mensagem com a expressão n1 (nenhum), uso do internetês<sup>20</sup>, linguagem informal que pode excluir públicos diversos que buscam informações no perfil.

Entre as sete mensagens postadas pelo perfil @sespapara no dia 16 de abril, uma reapresenta os canais oficiais da secretaria de Saúde e do Governo do Estado; além do alerta: Não compartilhe fake news”, seguido com a *hashtag*<sup>21</sup> “O #ParáContraoCoronavírus também é contra as *fake news*. Nossas ações são pautadas pelo zelo à saúde e aos direitos do cidadão. Em caso de dúvidas, consulte nossos canais oficiais, e só compartilhe notícias de fontes oficiais” (SESPA PARÁ, 2020, s/p).

A publicação apresentava uma base cinza com várias imagens de Coronavírus ao fundo, destacando com uma faixa vermelha a expressão “*Fake News*”. Há dois pequenos círculos azuis com os dizeres “Fique em casa” e um verde com a logomarca da secretaria (ver Figura 4). A postagem obteve 3.190 curtidas e 239 comentários. Mesmo que o perfil indique as plataformas de redes sociais e o site da SESPA, a maioria dos 239 comentários não foram respondidos. Somente dez – referentes à cobranças pelos boletins com atualização dos casos no Estado receberam algum retorno: “Atualizaremos ainda hoje”. Não houve outras interações do perfil (SESPA PARÁ, 2020, s/p).

151

---

<sup>20</sup> Linguagem informal utilizada na internet, valoriza as abreviações como blz, qnd, vc e td (para beleza, quando, você e tudo). Surgiu no meio online para acelerar a comunicação entre usuários, principalmente adolescentes, facilitando a digitação ao excluir acentuações, reduzir expressões, ou gírias que expressam domínio da linguagem da web.

<sup>21</sup> Hashtag é um termo ou expressão antecedido pelo símbolo da cerquilha (#) usado nas redes sociais como palavra chave que se transforma em hiperlink, direcionando o usuário para publicações relacionadas ao mesmo tema ou discussão. Tornou-se uma estratégia da ambiência digital para visibilidade e engajamento, acompanhando a imprevisibilidade da rede (ROLNIK, 2011).

**Figura 4:** Publicações sobre os canais oficiais da Sespapara



Fonte: Instagram.

Dentre as oito postagens do dia 24 de abril, o perfil se posicionou contra uma desinformação disseminada em grupos de WhatsApp e plataformas de redes sociais que afirmava que a Covid-19 seria imune a organismos com o PH<sup>22</sup> maior que 5,5 e listava sete frutas que poderiam “imunizar os organismos contra o Coronavírus” (ver Figura 5). Sobre uma arte, que representava a informação falsa, foi usado pela primeira vez um selo circular, destacando em vermelho e branco a classificação: “Fake News esta notícia é falsa. Não compartilhe”, e abaixo em letras grandes e sublinhado: “Não repasse” (SESPA PARÁ, 2020, s/p). Em letras pequenas, na base esquerda da imagem, havia o endereço do site da secretaria e o telefone da Vigilância Sanitária. A Sespapara enfatizou no texto da legenda desta imagem:

Mesmo com muitas pesquisas no mundo todo para combater o Coronavírus, ainda não há medicamento, substância, vitamina, alimento específico ou vacina que possa prevenir a covid-19. Manter uma alimentação balanceada e os hábitos de higiene continuam sendo a melhor forma de prevenção (SESPA PARÁ, 2020, s/p).

A postagem teve 5.243 curtidas, 302 comentários e recebeu 14 respostas da Sespapara sem interação orgânica, somente mensagens com texto repetido de orientações.

No dia 26 de abril, o selo voltou a ser usado em uma arte com um *print* de tela do aplicativo WhatsApp (ver Figura 5). A imagem era para desmentir a informação de que a Policlínica Metropolitana (Belém) estava distribuindo os medicamentos Cloroquina e Azitromicina. O texto da legenda reforçava o alerta do selo: “Esta informação é FALSA. Não compartilhe *fake news*. Averigüe a procedência da notícia em nossos canais oficiais” (SESPA PARÁ, 2020, s/p). Na mensagem divulgada nos grupos de WhatsApp, havia inclusive o horário

<sup>22</sup> Em química, a sigla pH se refere a uma escala numérica adimensional utilizada para especificar a acidez ou basicidade de uma solução aquosa.



de funcionamento para os atendimentos ambulatoriais e a distribuição dos remédios. É importante destacar que a informação falsa terminava com a frase “Essa dispensação deve começar amanhã, eu acho”, o que já é indício textual de que a informação não foi confirmada e, ainda assim, foi disseminada pela população. A publicação obteve 3.265 curtidas e 159 comentários, dos quais muitos que traziam dúvidas ficaram sem resposta. Somente 14 interações foram promovidas pela secretaria.

“A Sespa lamenta profundamente esse tipo de atitude. Uma falta de respeito com todos os pacientes e profissionais da saúde que estão lutando contra a covid-19. Compartilhar *fake news* é crime!” (SESPA PARÁ, 2020, s/p). Esse texto foi postado no dia 28 de abril de 2020 como legenda de outro print de mensagem do WhatsApp, utilizando novamente o selo de “*Fake News*” (ver Figura 5). A arte apresentava uma mensagem divulgada em grupos e conversas privadas do aplicativo de conversas que dizia que a Sespa estava distribuindo medicações como Azitromicina e Hidroxicloroquina<sup>23</sup>. É importante destacar que há erros de português, além de contradições visíveis na constituição da mensagem. A postagem recebeu 1.959 curtidas e 119 comentários, a maioria críticas ao governo do Estado reafirmando a desinformação de que as pessoas estavam se recusando de usar medicação, tratamento contestado pela OMS para Covid-19. Entre as dez respostas da Sespa aos comentários, cinco são sobre o protocolo de uso da hidroxicloroquina, Cloroquina e Azitromicina.

153

Figura 5: Publicações com o selo “Fake News”



Fonte: Instagram

<sup>23</sup> A hidroxicloroquina e a cloroquina foram protagonistas de uma das maiores polêmicas durante a pandemia. A possível indicação para a cura da Covid-19 tem origem em 2003, segundo a Faculdade de Medicina da UFMG, quando ocorreu a SARS-CoV-1, um outro tipo de coronavírus, em algumas regiões da China. As medicações foram usadas como testes e apresentaram efeitos in vitro, porém, os estudos não foram concluídos. No final de março, por conta da intensa procura pela medicação, o que gerou a falta dos produtos no mercado, a Anvisa os enquadraram como medicamentos de controle especial.

No dia seguinte, 29 de abril, entre as 12 postagens do perfil, o tema desinformação foi destacado em duas mensagens. Uma com o selo de “*Fake News*” sobre os comprimidos de Cloroquina e Azitromicina que estariam presos em um galpão<sup>24</sup> (ver Figura 6). O perfil @sespapara afirmou que os medicamentos foram distribuídos para hospitais do Estado, municípios e rede particular para salvar vidas. “Compartilhar *fake news* é crime. Lamentamos profundamente mais uma vez esse tipo de atitude” (SESPA PARÁ, 2020, s/p), destaca a legenda a publicação. A arte continha as imagens das medicações e a mensagem “Grave denúncia que o Governo do Pará está com toneladas de Azitromicina e hidroxicloroquina presos num galpão da Sespapara enquanto o povo morre com a receita nas mãos sem acesso à medicação” (SESPA PARÁ, 2020, s/p). A postagem recebeu 1.859 curtidas e 181 comentários que, dentre outras coisas, cobravam documentos de distribuição do medicamento, acusavam o governo de mortes de pacientes que não foram medicados com a Cloroquina, cobravam a chegada dos respiradores<sup>25</sup>. Apenas 19 comentários foram respondidos, alguns com texto repetidos de outras postagens.

No mesmo dia há outra publicação de um vídeo de 1’25” de duração, com depoimento do então Secretário Estadual de Saúde, Alberto Beltrame, explicando a aquisição dos respiradores para o tratamento da Covid-19 (ver Figura 6). O título em destaque na imagem - canto esquerdo/acima – “*Fake News* é crime”, num ambiente interno de uma sala. O vídeo é inconclusivo, foi cortado antes da finalização da frase, a legenda tem uma errata que torna mais confusa a informação que deveria ser uma estratégia contra a desinformação. Mesmo assim 13,2 mil visualizações, 1.084 curtidas e 67 comentários com apenas quatro respostas do perfil @sespapara.

No dia primeiro de maio, o perfil da secretaria no Instagram esclareceu que a entrega de medicamentos no Hospital Abelardo Santos, para combater a Covid-19, estava sendo realizada apenas para pacientes que passavam por consulta no local e após avaliação médica (ver Figura 6). “É fake a informação de que está sendo feita a distribuição de medicamentos no Hospital de Campanha do Hangar e Hospital Abelardo Santos” (SESPA PARÁ, 2020, s/p), esclarece, por

---

<sup>24</sup>A informação correta a respeito dos medicamentos havia sido publicada, inclusive, no dia 8 de abril: “#ParáContraoCoronavírus O Estado adquiriu hidroxicloroquina e azitromicina, medicamentos que têm demonstrado eficácia no Brasil e exterior no tratamento de pacientes com o novo coronavírus, para atender pessoas internadas em estado grave nas Unidades de Terapia Intensiva (UTIs). Os remédios já estão sendo distribuídos nos 11 hospitais regionais, unidades municipais, além de hospitais particulares” (SESPA PARÁ, 2020, s/p).

<sup>25</sup>O Governo do Pará anunciou, no mês de março de 2020, a compra de 400 kits de UTI da China. Cerca de 139 respiradores e 1.600 bombas de infusão chegaram no início do mês de maio, dia 4, para a instalação de novos leitos de Unidade de Terapia Intensiva (UTI) em hospitais públicos do Estado. Além do tempo de espera pelos equipamentos, os mesmos apresentaram falhas e não puderam ser utilizados. Sem leitos disponíveis, a rede de saúde pública estava lotada. No dia 4 de maio, o Estado apresentava, segundo a Sespapara, 4.262 casos confirmados e 344 óbitos; e estava prestes a ser decretado o lockdown (7 de maio), por conta dos altos percentuais de contaminados.



conta de um boato, novamente, divulgado em plataformas de redes sociais e WhatsApp. A publicação recebeu 2.599 curtidas e 147 comentários, dos quais somente seis foram respondidos.

Em 5 de maio foi postada a última publicação sobre o tema durante o período analisado. “Não decretamos o fechamento de serviços essenciais, como supermercados, farmácias, postos de gasolina e bancos. Não acredite em *fake news*. Faça a sua parte na luta contra a pandemia” (SESPA PARÁ, 2020, s/p). A postagem “Não acredite em *fake news*. Faça a sua parte na luta contra a pandemia” se fazia presente na arte, porque havia boatos de que o Governo do Estado iria fechar serviços essenciais, o que gerou pânico na população (ver Figura 6). Muitas pessoas chegaram a fazer estoque de produtos alimentícios, de higiene, limpeza, entre outros. No total, a publicação recebeu 4.062 curtidas e 56 comentários, dos quais somente três obtiveram retorno do @sespapara.

**Figura 6:** Publicações sobre informações falsas no perfil @sespapara



Fonte: Instagram.

Dado o exposto, destaca-se que a imprevisibilidade desta crise sanitária exigiu dos Estados uma postura de atuação imediata e com transparência, sendo a comunicação pública uma ferramenta indispensável para viabilizar o direito da sociedade à informação e ao diálogo. O Pará é o estado da região Amazônia com maior quantidade de casos e de óbitos registrados até setembro de 2020 por conta da Covid-19, segundo o Consórcio de Veículos de Imprensa<sup>26</sup>.

Apesar da iniciativa de criar, no início da crise, um perfil na rede social, prática imperativa da boa comunicação pública, o Governo do Pará não tornou a plataforma parte de uma estratégia de fortalecimento da interação com seus cidadãos. Como pilar planejado de uma comunicação em tempos de crise, perfis institucionais em redes sociais devem primar pela interação, sobretudo quando cidadãos dependem da palavra oficial do Estado para sobreviver em uma crise de saúde.

Como reforça Duarte (2012) a interação cria, mantém e fortalece os instrumentos de comunicação, viabilizando fluxos bi e multilaterais com o público. Nas plataformas de redes sociais, isso significa propagação exponencial de informações – no caso aqui das que pretendiam desmontar a desinformação provocada por ondas de mensagens comprovadamente falsas – possibilitando motivar um diálogo simétrico, em que o cidadão pudesse usar o perfil da secretaria de Saúde no Instagram para esclarecimentos e, principalmente, sentir-se atendido no direito de falar e ser ouvido pelo Governo.

Todavia, poucas vezes o perfil da Sespa no Instagram se propôs a isso. E quando abriu a interação, respondendo aos comentários dos cidadãos, enviava usualmente mensagens repetitivas, incorrendo em uma falha que tem como efeito a descredibilidade da comunicação pública, demonstrando ao usuário em rede que não favorecia o diálogo. Não concretizando esta interlocução, interrompeu a possibilidade de ampliar canais de informação oficiais para deter ondas de desinformação que se tornaram comuns na pandemia.

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste artigo foi compreender como a Secretaria de Estado de Saúde Pública do Pará (Sespa) iniciou o combate à desinformação sobre a pandemia de Covid-19. Tendo como base metodológica a pesquisa qualitativa de natureza descritiva (GIL, 2010), adotou-se como objeto empírico as publicações sobre informações falsas publicadas entre março e maio deste ano pelo perfil @sespara no Instagram.

---

<sup>26</sup>Mapas e gráficos mostram avanço do novo coronavírus no mundo e no Brasil. Disponível em <https://cutt.ly/pfCYRQB>  
Acesso em: 20 set. 2020.

Observou-se que a circulação de informações falsas sobre a pandemia de Covid-19 foi um dos desafios a ser enfrentado. De modo que essa infodemia que se tem vivido pode, em muitos aspectos, corroborar para o agravamento da pandemia de Covid-19. Além do vírus, o Governo do Estado precisou enfrentar essa onda de desinformações referentes aos casos de doença no Pará, à prevenção do vírus, ao tratamento, à distribuição de medicamentos, às medidas de isolamento.

Inicialmente, como verificou-se, a Sespa enfrentou às informações falsas criando um perfil na plataforma de rede social Instagram que possibilitou a constante publicação de postagens, seja sobre os casos, os cuidados, as ações do Governo do Estado, seja sobre os conteúdos falsos que circulavam sobre a pandemia. Dessa maneira, destaca-se o combate às informações falsas ocorreu a partir de publicações que tinham o objetivo de conscientizar a população de quais eram os canais oficiais da Sespa e, por conseguinte, possuíam conteúdos confiáveis sobre a pandemia. Contudo, conforme a doença foi ganhando espaço no Estado, aumentaram as informações falsas que circulavam, sobretudo por aplicativos como o WhatsApp. Foi nesse momento que a @sespapara criou o selo *fake news* e começou a realizar postagens específicas para conscientizar as pessoas de que determinadas mensagens eram apenas boatos ou ainda mentiras e que compartilhar informações falsas é crime. Outra estratégia de combate à desinformação foram os vídeos com o então Secretário Estadual de Saúde, Alberto Beltrame, que davam a impressão de transparência das ações da Sespa para com a população paraense.

Embora houvesse uma tentativa de mostrar “transparência na prestação de contas do Estado com as ações do novo Coronavírus” por parte da @sespapara, como diz no texto de perfil, ainda se percebe muitos questionamentos, críticas e até desinformação principalmente a partir dos comentários das publicações.

Na busca por mais informações sobre a pandemia, muitas pessoas não confirmavam a veracidade dos conteúdos, apenas compartilhavam os mesmos. Ou seja, prevalecia a pós-verdade e, conseqüentemente, a desinformação. Destaca-se, nesse sentido, que em uma sociedade midiaticizada (HJARVARD, 2015) que cada vez mais é conectada por redes (CASTELLS, 1999) e em uma cultura em rede (JENKINS; FORD; GRENN, 2014), as pessoas ainda carecem de certo letramento midiático e digital para discernir o que é uma desinformação.

Em uma crise de saúde como a atual e em um Estado como o Pará – que foi considerado um dos primeiros epicentros da Covid-19 no Brasil ao ter seu sistema de saúde colapsado, o acesso direto à opinião pública deveria reafirmar que o processo da comunicação pública esteja centrado no cidadão, e não na imagem pública do Governo, como demonstraram as respostas

do perfil em comentários, muito mais concentrado em responder às críticas do que informar sobre dúvidas recorrentes.

Evidencia-se, como afirma Duarte (2012), que a comunicação é um bem e um direito de natureza coletiva, devendo, portanto, ser usada de forma ativa para reduzir os riscos da desinformação, estabelecendo padrões que promovam diálogo e participação pública. A sociedade necessita destes espaços públicos para proposições, críticas, confrontos e informações, que em tempos de pandemia, podem significar salvar vidas.

## REFERÊNCIAS

- ALLCOTT, Hunt; GENTZKOW, Matthew. Social Media and Fake News in the 2016 Election. **Journal of Economic Perspectives**, v. 31, n. 2, p. 211-36, 2017.
- BENTES, Anna. O texto além do texto. **Revista do Instituto Humanitas Unisinos**. IHU Online. n. 520, p. 41-46, 2018.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede** (v. 01.). São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- CASTELLS, Manuel. **O poder da comunicação**. São Paulo: Paz e Terra, 2015.
- CHRISTOFOLETTI, Rogério. Padrões de manipulação no jornalismo brasileiro: fake news e a crítica de Perseu Abramo 30 anos depois. **Rumores**, v. 12, n. 23, p. 56-82, 2018.
- DENNETT, Daniel. **A perigosa ideia de Darwin**. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.
- DUARTE, Jorge. Instrumentos de Comunicação Pública. In: DUARTE, Jorge (Org). **Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público**. São Paulo: Atlas, 2012
- FABIO, André Cabette. **O que é 'pós-verdade'**, a palavra do ano segundo a Universidade de Oxford. Disponível em: <https://cutt.ly/kfCT2iK> Acesso em 18 set. 2020.
- FLORIDI, Luciano. What is the Philosophy of Information? **Metaphilosophy**, v. 33, n. 1-2, p. 123–145, 2002.
- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2010.
- HJARVARD, Stig. **Da Mediação à Mdiatização: a institucionalização das novas mídias**. Parágrafo. v. 2, n. 3, 2015.
- JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo: Aleph, 2014.
- MERRIAN-WEBSTER DICTIONARY. Disponível em: <https://cutt.ly/1fCT4q7> . Acesso em: 21 set. 2020.
- OMS. **Entenda a infodemia e a desinformação na luta contra a Covid-19**. Disponível em <https://cutt.ly/DfCT6bH> . Acesso: em 21 set. 2020.
- ONU. COVID-19: **Chefe da ONU alerta para 'epidemia de desinformação'**. Disponível em: <https://cutt.ly/tfCYwpE>. Acesso em: 20 set. 2020.
- RECUERO, Raquel; FRAGOSO, Suely; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.
- ROLNIK, Suely. **Cartografia sentimental: transformações contemporâneas do desejo**. Porto Alegre: Sulina; Editora da UFRGS, 2011.
- SESPA PARÁ (Perfil no Instagram). Disponível em: <https://www.instagram.com/sespapara>. Acesso em: 20 set. 2020.

SOUSA JÚNIOR, João Henriques de; RAASCH, Michele; SOARES, João Coelho; RIBEIRO, Letícia Virgínia Henriques Alves de Sousa. Da Desinformação ao Caos: uma análise das Fake News frente à pandemia do Coronavírus (COVID-19) no Brasil. **Cadernos de Prospecção**. v. 13, n. 2, p. 331-346, 2020.

WARDLE, Claire. **Por que diferenciar desinformação de "fake news"?** Disponível em: <https://cutt.ly/ZfCYrAK> Acesso em: 18 set. 2020.