

Ferramentas digitais como uma estratégia de enfrentamento às Fake News: a experiência da Assessoria de Comunicação da SES-MG na produção de conteúdo em ambiente digital durante as 1ª e 2ª ondas da Febre Amarela

Vívian Tatiene Campos Nunes Camposⁱ

Wander Veroni Maiaⁱⁱ

RESUMO

O objetivo deste resumo expandido é apresentar a experiência comunicacional vivenciada pela equipe da Assessoria de Comunicação Social da Secretaria de Estado de Saúde de Minas Gerais (SES-MG) em suas redes sociais durante os surtos de Febre Amarela na 1ª e 2ª onda, o que correspondem aos anos de 2017 e 2018, respectivamente. Iremos exemplificar, especialmente, as medidas tomadas para enfrentar a disseminação das chamadas *Fake News*.

PALAVRAS-CHAVE: Fake News, Febre Amarela, Comunicação e Saúde, Redes Sociais.

Introdução

O crescimento do acesso da sociedade à internet – sobretudo por meio dos celulares, tablets, smartphones e notebooks possibilitou que as informações noticiosas publicadas na web ganhassem mais relevância na vida das pessoas. Posteriormente, com as redes sociais (Facebook, Twitter, Instagram e YouTube, por exemplo), bem como o uso dos aplicativos de mensagens instantâneas, como Whatsapp, Telegram, Snapchat e Messenger, este acesso foi ainda mais potencializado e facilitado.

Quando pensamos na área de saúde pública, notamos o quanto a mídia pode auxiliar às pessoas, ao possibilitar a circulação de dados e informações entre um número crescente de cidadãos. Mas, por outro lado, conforme Henriques¹ destaca, se o campo da saúde é propício para a rápida circulação de notícias, é também para a propagação de boatos. Isso porque uma parte considerável da população tem pouco conhecimento sobre a área e também porque quando se tratam de doenças e epidemias, a temática já traz em si um potencial de risco, gerando ansiedade. Se os alertas, orientações e informações chegam rapidamente às pessoas, o mesmo ocorre com as “*Fake News*” (termo em inglês que significa notícias falsas), que são disseminadas na velocidade de um clique.

Delmazo e Valente² classificam as *Fake News* como um fenômeno de produção e de divulgação de notícias falsas em ambiente online que enganam o leitor e não são verificadas pelo interlocutor, fazendo-o acreditar na veracidade destas informações por confiar na pessoa que a propaga. Os autores reforçam, ainda, que as notícias falsas

ⁱ Jornalista, mestre e doutoranda em Comunicação Social pela UFMG. É servidora pública estadual há mais de 10 anos e, atualmente, é Assessora Chefe da Assessoria de Comunicação da Secretaria de Estado de Saúde de Minas Gerais.

ⁱⁱ Jornalista, pós - graduado em "Rádio e TV" e em "Comunicação e Saúde". Durante os últimos 10 anos trabalhou especificamente com produção de conteúdo para a web (site, blog e redes sociais) em saúde pública. Foi Coordenador de Comunicação Digital da Secretaria de Estado de Saúde de Minas Gerais (SES-MG), na época dos dois surtos da febre amarela.

sempre existiram na sociedade - como nos pasquins italianos no século XVI, mas que as *Fake News* encontraram um ambiente fértil nos sites, blogs, redes sociais e aplicativos de troca de mensagens, como o Whatsapp, o que acaba impactando diretamente nas ações de promoção da saúde, já que as informações oficiais produzidas pelos órgãos públicos e pelos veículos de comunicação precisam contrapor as informações falsas no ambiente digital.

Diante dessa realidade, as *Fake News* se tornaram uma potencial ameaça às estratégias públicas de saúde individual e de saúde coletiva, porque disseminam falsas informações que não condizem com as práticas científicas empregadas pelos órgãos de saúde, provocando consequências sérias para as ações de promoção da saúde, de imunização e de enfrentamento de doenças endêmicas.

Além disso, soma-se ao constante interesse da mídia tradicional pelo sensacionalismo travestido de denúncia, provocando um alarme desnecessário na população e, algumas vezes, potencializando juízos de valor e informações de senso comum que são amplamente utilizadas como reforço credível pelas *Fake News*. Ao passo que, os exemplos exitosos de ações de saúde pública não são, normalmente, vinculados ao Sistema Único de Saúde (SUS), como apontam Malinverni e Cuenca³. As autoras ainda questionam que os diferentes meios da imprensa de massa invisibilizam as ações do SUS, não mostrando ao público que determinado órgão ou instituição estão promovendo determinada ação informativa, programa ou ação política em prol do fortalecimento da saúde pública como um todo, o que compromete o entendimento do cidadão de que o Poder Público está sim promovendo medidas que possam minimizar ou eliminar determinado foco endêmico, por exemplo.

Malinverni e Cuenca³ citam o exemplo da epidemia midiática da febre amarela no verão de 2007-2008. Na época, o país apresentou alguns casos de febre amarela silvestre, que foi classificada pelas autoridades sanitárias como estando dentro normalidade epidemiológica. Porém, conforme elas destacam, a imprensa não especializada/generalista, majoritariamente privada e oligopolista, discordou e, “ancorada na lógica do risco, deslocou discursivamente o evento de sua forma silvestre para a urbana, produzindo uma epidemia de febre amarela³”.

Nesse sentido, as autoras destacam também a importância da comunicação pública dos órgãos ou instituições ligadas ao SUS que possuem um papel não só informativo de dar destaque às ações, considerando que a mídia tradicional não tem interesse em divulgar, como também pedagógico. Isso porque exercem a função de educar a população com a explicação de conceitos, pesquisas, termos ou siglas que possam aproximar a sociedade do entendimento do que de fato é uma ação de saúde coletiva, do ponto de vista da comunicação e mobilização social, e quais são os benefícios que isso pode trazer não só de forma individual, como também para todos que, de certa forma, são impactados pelo SUS.

Desse modo, o presente artigo no formato de resumo expandido tem como objetivo apresentar as ações realizadas em ambiente digital (site oficial, blog e perfis nas redes sociais) pela Secretaria de Estado de Saúde de Minas Gerais (SES-MG) no enfrentamento das *Fake News* durante a 1ª e 2ª onda de Febre Amarela (2017-2018). Foi justamente nesse período que houve uma intensificação da produção de conteúdo (texto e imagem) e peças (banners) com o intuito de chamar a atenção do público sobre a necessidade de buscar por informações oficiais e credíveis a respeito da doença, bem como as suas formas de prevenção.

Ao longo do texto, vamos apresentar a forma com que planejamos e executamos as ações de forma cronológica, à medida que a equipe de epidemiologia da SES-MG nos abastecia com informações sobre as necessidades de sensibilizar a população sobre

a vacina, a prevenção e o tratamento da Febre Amarela. Em paralelo a isso, também monitoramos as redes sociais e aplicativos de mensagens (como o Whatsapp, por exemplo), para saber quais eram as dúvidas ou mitos que circulavam na internet para que assim pudéssemos criar ações específicas para disseminar a informação correta dentro de uma linguagem acessível e que condiz com a dinâmica das redes sociais.

Descrição da experiência

Em 02 janeiro de 2017, a Secretaria de Estado de Saúde de Minas Gerais (SES-MG) recebeu as primeiras notificações de casos suspeitos de febre hemorrágica em municípios das regiões de Teófilo Otoni (nordeste do estado) e de Coronel Fabriciano (região leste do estado). Uma semana depois, em 09 de janeiro, a SES-MG já convocava sua primeira coletiva de imprensa para apresentar a situação. Para garantir que a informação fosse apropriada da maneira adequada, especialmente por se tratar de um assunto relativamente novo para a imprensa e a população em geral, foram disponibilizados, por meio da internet, os slides utilizados na coletiva, as fotos, o vídeo e o áudio na íntegra, para que tanto a imprensa, quanto o cidadão pudessem ter acesso à informação. Nas redes sociais, foram postados alguns trechos em tempo real para engajar o internauta em torno do assunto.

Naquele dia, já estavam sendo investigados 23 casos suspeitos de febre hemorrágica aguda e dos casos, 16 tiveram respostas laboratoriais positivas para Febre Amarela e os outros seguiam em investigação. Dos 23 casos, 14 evoluíram para o óbito, mas ainda não se sabia se todas as mortes estavam relacionadas à Febre Amarela. Esses casos aconteceram em 15 municípios das regionais de Teófilo Otoni, Coronel Fabriciano, Manhumirim e Governador Valadares, que estavam em alerta.

Ainda não se tinha certeza que era Febre Amarela, porém as características clínicas dos casos, a evolução rápida e também a ocorrência de morte de macacos naquelas localidades, o que é um forte indicativo para a febre amarela, eram fortes indícios. Dias depois a SES-MG já confirmava os primeiros casos de Febre Amarela no Estado, sendo que o último registro estadual foi de 1 caso de febre amarela silvestre em 2009 e o último registro da febre amarela urbana no país foi em 1942.

Logo, a situação chamou a atenção da imprensa local, nacional e internacional, principalmente porque a Febre Amarela era pouco conhecida pela população, mesmo sendo um agravo de saúde que pode ser evitado por meio da vacina, disponível pelo **Sistema Único de Saúde (SUS)**. Nesse sentido, a Febre Amarela impôs um novo desafio para os profissionais de comunicação, que precisaram agir rápido para comunicar, informar e mobilizar a população e a imprensa acerca do problema, mas sempre com o cuidado e prudência que a questão exigia, sobretudo no enfrentamento das *Fake News* que naquele momento já dificultavam o acesso do cidadão às informações, atrapalhando as ações das equipes de epidemiologia e de imunização do Estado.

Algumas das ações empregadas e principais resultados

Criação do Hotsite de Febre Amarela e peças para as redes sociais - No dia 02 de janeiro de 2017, a equipe de Comunicação Digital construiu a primeira versão do hotsite informativo (www.saude.mg.gov.br/febreamarela) que reunia informações sobre a doença e a publicação dos “Boletins Epidemiológicos de Febre Amarela”. Ao longo do período, o hotsite da Febre Amarela foi sendo atualizado e incorporado áreas como “Tira Dúvidas” para o enfrentamento de Fake News, “Orientações para Profissionais de

Saúde" e informações sobre o "Esquema Vacinal" e funcionou como base de informações para a imprensa se informar.

Para as redes sociais da SES-MG (Facebook, Twitter e Instagram), foram criados 62 peças (banners/artes) informativas sobre Febre Amarela, respeitando a linguagem de cada plataforma digital e se baseando, principalmente, nas dúvidas levantadas pelos internautas, tanto na questão da vacinação para a proteção da doença, quanto a importância de não se matar macacos em áreas de mata, já que os primatas são fundamentais para que os profissionais de saúde possam perceber se uma determinada área está ou não com suspeita de casos de Febre Amarela.

Em apoio ao conteúdo produzido para as redes sociais, foram produzidos 56 posts no Blog da Saúde MG (<http://blog.saude.mg.gov.br>) sobre ações dos órgãos de saúde pública, curiosidades e informações relacionadas à Febre Amarela – como por exemplo o alerta para que não se mate macacos nas matas e a necessidade de se vacinar pelo SUS, principalmente as pessoas que moram, trabalham ou vão viajar para uma área de mata silvestre ou rural.

Um ponto de destaque é que uma reportagem exibida no dia 03 de fevereiro de 2017 (<https://goo.gl/GDeJ1y>) no Jornal Nacional, da TV Globo, utilizou um dos posts publicados nas redes sociais da SES-MG alertando a população que os macacos não transmitem Febre Amarela, e nem são responsáveis pela disseminação da doença para que não haja matança dos mesmos nas regiões de mata, pois isso ajuda as equipes de saúde nas ações de enfrentamento da Febre Amarela.

Transmissão ao vivo no Facebook (Facebook Live) - No dia 04 de janeiro de 2018, o então Subsecretário de Vigilância e Proteção à Saúde da SES-MG, Rodrigo Said, participou de uma transmissão ao vivo na página do Facebook da Secretaria (www.facebook.com/SaudeMG), chamada de Facebook Live. Em formato de programa de entrevistas, a jornalista da equipe de Comunicação Digital da SES-MG, Pollyana Teixeira, fez perguntas ao subsecretário a respeito de esclarecimentos sobre a Febre Amarela, além de ler ao vivo perguntas feitas pelos internautas. Muitas das perguntas eram dúvidas referentes a boatos que circulavam pelas redes sociais.

No Instagram (<https://www.instagram.com/saudemg>) e no Twitter (<https://twitter.com/SaudeMG>) foram publicados posts avisando aos internautas sobre a transmissão do Facebook Live com antecedência. Na hora da transmissão, foi postado um trecho de bastidores no Instagram, enquanto isso no Twitter foram postados os principais pontos abordados no vídeo ao vivo, tudo isso respeitando a linguagem de cada plataforma online.

O objetivo da transmissão foi sanar algumas dúvidas da população, muitas delas alimentadas por boatos, a respeito da Febre Amarela e da importância da vacina contra a doença, como uma das principais formas de prevenção. Logo após o término da transmissão ao vivo, o vídeo ficou publicado na página do Facebook da SES-MG e serviu como apoio informativo na web também para o Blog da Saúde MG (<http://blog.saude.mg.gov.br>). **A transmissão ao vivo teve 29 curtidas, 18 compartilhamentos, 727 visualizações, 6 comentários, 2.831 pessoas alcançadas e 238 de envolvimento, de acordo com as estatísticas da página da SES-MG no Facebook.**

A transmissão ao vivo no Facebook é um importante recurso que contribui para a geração de engajamento espontâneo na rede social, ao notificar os seguidores da página sobre o início do vídeo e atrair um volume maior de pessoas que se interessam sobre esse assunto na rede. Além disso, houve o cuidado da equipe de Jornalismo e de Atendimento à Imprensa de enviar uma sugestão de pauta

(<http://www.saude.mg.gov.br/component/gmg/story/10157-ses-mg-ira-fazer-facebook-live-sobre-febre-amarela>) para os principais veículos de comunicação do Estado, avisando da transmissão online, o que foi amplamente repercutido e auxiliou no trabalho de levar informações oficiais e credíveis ao público mineiro.

O recurso de Facebook Live já tinha sido usado no dia 03 de fevereiro de 2017, época da 1ª onda de Febre Amarela, no qual a Diretora de Vigilância Epidemiológica da SES-MG, Janaína Almeida, falou sobre a importância da vacinação contra a Febre Amarela, principalmente para quem vai se deslocar para áreas endêmicas, rural ou de mata. **O vídeo obteve 145 curtidas, 41 comentários, 6 compartilhamentos, 4,6 mil visualizações, 14.429 Pessoas Alcançadas e 2.022 Envolvimentos, de acordo com o relatório de estatísticas da página da SES-MG no Facebook.** O sucesso dessa primeira empreitada foi um fator motivador para realizarmos a segunda transmissão ao vivo sobre o assunto, no período posterior.

Página no site de febre amarela de “tira dúvidas”- No dia 17 de janeiro de 2018, o Blog da Saúde, do Ministério da Saúde, publicou uma postagem no estilo de FAQ (*Frequently Asked Questions*, termo em inglês para dúvidas frequentes, muito utilizado na web e nas redes sociais) reunindo as principais dúvidas sobre Febre Amarela, vacina e forma de prevenção e tratamento da doença. No dia posterior, a equipe de Comunicação Digital da SES-MG, replicou essa postagem no Blog da Saúde MG (<http://blog.saude.mg.gov.br/2018/01/18/faq-tire-todas-as-suas-duvidas-sobre-a-febre-amarela>), como forma de ampliar a divulgação dessas informações na internet.

Com o sucesso da postagem no Blog que teve 9.786 acessos, resolvemos ampliar o leque de esclarecimentos a partir de dúvidas que vinham dos internautas pelas redes sociais e que circulavam no Whatsapp: foi a partir daí que criamos uma página dentro do hot site de Febre Amarela de Tira Dúvidas (<http://www.saude.mg.gov.br/duvidasfebreamarela>). À medida que novas informações ou dúvidas apareciam, a página era constantemente atualizada pela equipe. A iniciativa também passou a ser utilizada para âncora informativa nas postagens publicadas nas redes sociais sobre Febre Amarela, além de servir de apoio para a imprensa que via na página um local seguro para se atualizar sobre a doença, uma vez que a equipe de Jornalismo e Atendimento à Imprensa também divulgava o link nas demandas recebidas pelos principais veículos de comunicação do estado.

Outro ponto importante com a criação do hot site de Tira Dúvidas de Febre Amarela foi o enfrentamento das Fake News na web, principalmente nos aplicativos de troca de mensagens instantâneas como o Whatsapp. Toda vez que uma informação falsa começava a circular na web, o dado era apurado e a informação checada pela área técnica da SES-MG para tentar frear a onda de informações que circulavam na rede que não eram compatíveis com a verdade.

Peças para o Whatshapp - Outra iniciativa criada com o intuito de frear o aumento das Fake News relacionadas à Febre Amarela, que foi implementada em 2018 (na segunda onda da febre amarela) foi a elaboração de peças gráficas específicas para o whatshapp. A equipe de Comunicação Digital criou, no dia 19 de janeiro de 2018, 10 peças (banners/artes) exclusivas para o Whatsapp a respeito da doença, orientando não só o cidadão, mas também o profissional de saúde e pessoas que têm dúvidas a respeito da vacina contra a Febre Amarela, esses materiais também destacam a importância de preservar os macacos e as formas de transmissão da doença.

Inicialmente, as peças foram divulgadas entre os profissionais da área técnica e da ASCOM, por meio do Whatsapp, para que cada pessoa de forma individual, pudesse compartilhar com a sua rede de contatos e/ou grupos. Já no dia 22 de janeiro de 2018 essas peças foram apresentadas para o público por meio de uma postagem no Blog da

Saúde MG (<http://blog.saude.mg.gov.br/2018/01/22/febreamarela-compartilhe-informacao-confiavel-com-a-sua-rede/>). Como se tratava de peças para uma plataforma específica, acreditamos que teríamos mais resultado pela surpresa do cidadão de receber um banner (arte) por indicação de um contato.

Algumas conclusões e aprendizados

Compreendemos que é essencial que os órgãos oficiais e/ou produtores de conhecimento científico tomem para a si a responsabilidade – por meio de suas assessorias de comunicação, de criarem estratégias eficientes para que se estabeleça um elo de confiança entre a instituição e a população, porque assim evita-se que informações equivocadas favoreçam diversos comportamentos e atitudes geradores de risco, seja pela indução ao uso de tecnologias inadequadas, como medicamentos e vacinas sem indicação, ou, no outro extremo, pela recusa à adoção de tecnologias e medidas de proteção necessárias. A combinação mais perigosa acontece quando informações e orientações que contrariam o conhecimento científico são difundidas numa situação em que existe algum fato real, como uma epidemia ou uma campanha de saúde pública.

Em um estudo publicado pelo Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT)⁴, foi comprovado que o principal disseminador de notícias falsas são as pessoas comuns e não os robôs, como se podia imaginar. De acordo com a pesquisa, as notícias falsas se disseminam tão rapidamente porque são as pessoas e não os robôs que têm a capacidade de conferir credibilidade a uma informação que é compartilhada. Assim, é importante destacar que dentre as características presentes nos aplicativos de conversas online está a facilidade em se veicular notícias, mas com um caráter privado, já que normalmente essas informações são compartilhadas entre pessoas conhecidas que apresentam algum tipo de intimidade e confiança.

Conforme Igor Sacramento pontua em entrevista⁵, os boatos, as notícias falsas ou *Fake News* sempre existiram e estão presentes na sociedade, produzindo práticas de difamação de pessoas e promovendo desconfiança em relação às instituições. Assim, entendemos que eliminar as *Fake News* seria uma proposta irreal, porque vivenciamos uma cultura digital, em que somos consumidores e produtores de informações.

Portanto, entendemos que é necessário pensar em uma comunicação cada vez mais relacional e inclusiva, que escute as demandas dos cidadãos, de modo que seja capaz de democratizar e potencializar o acesso às informações por toda e qualquer pessoa, inclusive à imprensa. Portanto, este é o desafio que nos é apresentado com as novas tecnologias de comunicação.

REFERÊNCIAS

- 1- Henriques, C. M. P. **A dupla epidemia: febre amarela e desinformação** Reciis – Rev Eletron Comun Inf Inov Saúde. 2018 jan.-mar.;12(1):9-13 | [\[www.reciis.iciict.fiocruz.br\]](http://www.reciis.iciict.fiocruz.br) e-ISSN 1981-6278
- 2- Delmazo C.; Valente J. C.L.. **Fake news nas redes sociais online: propagação e reações à desinformação em busca de cliques**. SCIELO, 2018. Abr. vol. 18 (número 32). 155-169. Disponível em: http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2183-54622018000100012
- 3- MALINVERNI, C.; CUENCA, A. M. B.; **Epidemias midiáticas, a doença como um produto jornalístico**. *Comunicação, mídia e saúde: novos agentes*,

novas agendas. D'ÁVILA, C.; TRIGUEIROS, U. (org.); Rio de Janeiro: Luminatti Editora, 2017.

- 4- Disponível em: <http://science.sciencemag.org/content/359/6380/1146>. Acesso em 30 de dez. de 2018.
- 5- Igor Sacramento. Entrevista: “*As fake news não têm como ser combatidas ou eliminadas*”, diz Igor Sacramento. [Entrevista a Graça Portela]. Portal Fiocruz. Disponível em: <https://portal.fiocruz.br/noticia/entrevista-fake-news-nao-tem-como-ser-combatidas-ou-eliminadas-diz-igor-sacrament>

Sites acessados:

<http://ide.mit.edu/news-blog/news/truth-about-false-news>

<http://science.sciencemag.org/content/359/6380/1146>