

## Infodemia: uma ameaça à saúde pública global durante e após a pandemia de Covid-19

### Infodemic: a threat to global public health during and after the Covid-19 pandemic

### Infodemia: una amenaza para la salud pública global durante y después de la pandemia de Covid-19

Larissa Domingues<sup>1,a</sup>

[domingular@paho.org](mailto:domingular@paho.org) | <https://orcid.org/0000-0002-0786-1124>

<sup>1</sup> Organização Mundial da Saúde, Organização Pan-Americana da Saúde. Brasília, DF, Brasil.

<sup>a</sup> Graduação em Comunicação Social – Jornalismo pelo Centro Universitário de Brasília.

#### RESUMO

A escalada da infodemia durante a pandemia de Covid-19 se deu, em muito, pelo boom das mídias sociais, que hoje fazem parte da vida de bilhões de pessoas pelo mundo. A comunidade internacional está se mobilizando para abordar e controlar este fenômeno que tomou dimensões inéditas em nossa sociedade. A enxurrada de desinformação está dificultando que fontes idôneas e orientações baseadas em evidências sejam encontradas pelas pessoas que buscam informação e mina a resposta à Covid-19. Com o novo normal, surgem novas formas de comunicar riscos e novos desafios a enfrentar.

**Palavras-chave:** Infodemia; Infodemiologia; Pandemia; Covid-19; Comunicação de risco.

#### ABSTRACT

The rise of infodemic during the Covid-19 pandemic occurred largely due to the social media boom, which today is part of the life of billions of people around the world. The international community is mobilizing to cope with and control this phenomenon that has taken unprecedented dimensions in our society. The great flow of misinformation is making difficult for people seeking information to find suitable sources and evidence-based guidance and it is also undermining the response to Covid-19. The new normal brings new ways of communicating risks and new challenges to face.

**Keywords:** Infodemic; Infodemiology; Pandemic; Covid-19; Risk communication.

## RESUMEN

La escalada de la infodemia durante la pandemia de Covid-19 ocurrió en gran medida debido al boom de las redes sociales, que actualmente hacen parte de la vida de billones de personas en todo el mundo. La comunidad internacional se está movilizando para abordar y controlar este fenómeno que ha adquirido dimensiones sin precedentes en nuestra sociedad. La avalancha de desinformación dificulta que las personas que buscan información encuentren fuentes confiables y orientaciones basadas en evidencias y también socava la respuesta a la Covid-19. Con la nueva normalidad surgen nuevas formas de comunicar los riesgos y nuevos desafíos a enfrentarse.

**Palabras clave:** Infodemia; Infodemiología; Pandemia; Covid-19; Comunicación de riesgo.

---

## INFORMAÇÕES DO ARTIGO

**Contribuição dos autores:** texto integralmente redigido pela autora.

Concepção e desenho do estudo: texto integralmente redigido pela autora.

Aquisição, análise ou interpretação dos dados: texto integralmente redigido pela autora.

Redação do manuscrito: texto integralmente redigido pela autora.

Revisão crítica do conteúdo intelectual: Mayra Resende Costa Almeida, professora substituta do Departamento de Sociologia da Universidade de Brasília (UnB).

**Declaração de conflito de interesses:** não há.

**Fontes de financiamento:** não houve.

**Considerações éticas:** não há.

**Agradecimentos/Contribuições adicionais:** A autora agradece à professora substituta do Departamento de Sociologia da Universidade de Brasília (UnB) Mayra Resende Costa Almeida por contribuir com a revisão crítica do artigo.

**Histórico do artigo:** submetido: 21 out. 2020 | aceito: 21 out. 2020 | publicado: 22 mar. 2021.

**Apresentação anterior:** não houve.

**Licença CC BY-NC atribuição não comercial.** Com essa licença é permitido acessar, baixar (*download*), copiar, imprimir, compartilhar, reutilizar e distribuir os artigos, desde que para uso não comercial e com a citação da fonte, conferindo os devidos créditos de autoria e menção à Reciis. Nesses casos, nenhuma permissão é necessária por parte dos autores ou dos editores.

## INTRODUÇÃO

Após muito refletir sobre a sociedade em rede e a galáxia da internet, o sociólogo espanhol Manuel Castells (2001) chegou à conclusão de que a internet é “o tecido de nossas vidas” (p. 7). Ouso dizer que esta afirmação, quando aplicada ao contexto da pandemia de Covid-19, nunca fez tanto sentido. Com a necessidade do distanciamento social como medida-chave para evitar a propagação do novo coronavírus, a internet e, mais especificamente, as mídias sociais, permitem que bilhões de pessoas possam manter contato com suas famílias e amigos enquanto tentam lidar com a grande carga mental gerada neste momento de emergência.

Ironicamente, essas mesmas mídias sociais que ajudam as pessoas a enfrentarem os desafios impostos pela Covid-19 contribuíram para chegarmos em um ponto crítico da história da saúde pública mundial. Em fevereiro deste ano, na Conferência de Segurança de Munique, o diretor-geral da Organização Mundial da Saúde (OMS), Tedros Adhanom Ghebreyesus, deu um importante alerta ao mundo: “Não estamos lutando apenas contra uma pandemia; estamos lutando contra uma infodemia” (MUNICH..., 2020) – termo que denota um aumento significativo no volume de informações circulando, sejam elas corretas ou não.

O professor e pesquisador em saúde, Gunther Eysenbach (2020), foi quem utilizou pela primeira vez, em 2002, o termo ‘infodemiologia’<sup>i</sup>, descrevendo-o como uma “nova disciplina de pesquisa e metodologia emergentes” (p. 2, tradução nossa). No início do século XXI, o infodemiologista já observava o que parecia ser um fenômeno inédito na história e resolveu se dedicar a seu estudo. Em um artigo publicado na revista *Journal of Medical Internet Research* em junho deste ano, Eysenbach foi categórico ao constatar o que já previa desde mais de uma década: “Estamos entrando na Era das infodemias” (p. 5, tradução nossa).

Reconhecendo a infodemia como uma ameaça à saúde pública de longo prazo, que precisa ser abordada e controlada, a OMS convocou entre 30 de junho e 16 de julho deste ano a 1ª Conferência de Infodemiologia, que reuniu virtualmente dezenas de especialistas de todo o mundo em diversas áreas de conhecimento – da epidemiologia à comunicação – para discutir a formação de uma ciência transdisciplinar que ajudará na gestão da infodemia e informará intervenções baseadas em evidências.

Em setembro de 2020, OMS, ONU, agências especializadas e parceiros divulgaram uma declaração conjunta, abordando os desafios que temos à frente para controlar a infodemia e encontrar formas de mitigar os danos causados pela desinformação. Enfatizaram que “sem a confiança apropriada e informações corretas, os testes de diagnóstico não serão usados, as campanhas de imunização (ou para promover vacinas eficazes) não atingirão suas metas e o vírus continuará a prosperar” (ORGANIZAÇÕES..., 2020), custando a vida de muitas pessoas em todo o mundo.

A declaração conjunta pediu aos países que desenvolvessem e implementassem planos de ação para promover a divulgação oportuna de informações verdadeiras, com base científica, e prevenir a disseminação de informações falsas ou incorretas – envolvendo e ouvindo suas comunidades e capacitando-as a criar resiliência em relação à desinformação. As organizações internacionais também convocaram a imprensa, as plataformas de mídia social, líderes da sociedade civil e influenciadores a fortalecerem as ações na disseminação de informações confiáveis e a prevenir a disseminação de desinformação.

## PAPEL DAS MÍDIAS SOCIAIS NA ESCALADA DA INFODEMIA NO SÉCULO XXI: UMA BREVE RETROSPECTIVA

Em 2009, quando enfrentamos a primeira pandemia do século XXI (H1N1), as mídias sociais ainda estavam se popularizando no Brasil. O Orkut era, na época, a plataforma mais usada pelos brasileiros, somando, em 2008, 40 milhões de pessoas cadastradas no país (HAMANN, 2011). No entanto, em 2011,

---

i A infodemiologia é a ciência que estuda o fenômeno da infodemia.

essa mídia social começou a perder usuários para duas plataformas que cresciam rapidamente no país: o Facebook, atualmente com 130 milhões de brasileiros ativos (USUÁRIOS..., 2020) (mais da metade da população do país), e o Twitter, com 15,6 milhões de contas ativas no Brasil (LEADING..., 2020).

Com o passar dos anos, o tempo entre uma inovação e outra foi diminuindo. Em 2009, mesmo ano da pandemia de H1N1, o WhatsApp foi lançado e, a partir daí, se tornou uma febre mundial. Em 2020, a mídia social já fazia parte da vida de cerca de 2 bilhões de pessoas ao redor do globo (WHATSAPP..., 2020). No Brasil, o aplicativo chegou no mesmo ano em que foi lançado, mas só estava disponível para usuários de iPhones, o que limitava consideravelmente o acesso à ferramenta. Em 2019, o WhatsApp foi o aplicativo mais baixado no mundo e no Brasil (SYDOW, 2020).

## COMO COMPREENDER O COMPORTAMENTO DO PÚBLICO DIANTE DA CRISE

Uma pesquisa realizada pela Câmara dos Deputados (TORRES, 2019) trouxe à luz um dado preocupante: 79% dos usuários do WhatsApp no Brasil – em sua maioria pessoas com 45 anos ou mais – utilizam a ferramenta como sua principal fonte de informação. Este é um dado extremamente relevante para entendermos melhor a dinâmica da infodemia no Brasil e pensar urgentemente em soluções para controlá-la.

Esse fenômeno pode ser explicado, em parte, pelo fato de que a ideia de legitimidade da informação, segundo Limaye e outros (2020), tem mudado no contexto das mídias sociais:

Cada vez mais os usuários veem, como confiáveis, indivíduos que estão dentro de suas redes de pares e que apoiam a produção e troca de informações valiosas como fontes confiáveis de informação. A quantidade de vezes que essa informação é disseminada aumenta a percepção de legitimidade. Este método de compartilhamento e validação de informações contrasta com métodos mais controlados diretamente por intermediários (a mídia tradicional, por exemplo), que possuem conhecimentos especializados e específicos assim como responsabilidades relacionados à verificação de informações e compartilhamento. Este modelo de compartilhamento de informações se tornou um recurso de condução de como as informações públicas relacionadas à saúde e à medicina estão sendo produzidas e disseminadas. Durante a pandemia de Covid-19, não surpreendentemente os indivíduos estão recorrendo a essa nova realidade digital em busca de orientação. (2020, p. 1, tradução nossa)

Na edição de agosto, o conselho editorial da revista científica *Lancet Infectious Diseases* (2020) chamou a atenção para outro fator importante que contribui para a propagação da desinformação:

A desinformação confunde ao diluir um conjunto de informações legítimas. As teorias da conspiração funcionam porque fornecem o conforto de uma explicação em tempos de incerteza e ansiedade. Sua mensagem gira em torno de emoções e valores essenciais e sequestra as pistas mentais que usamos para decidir se a fonte é legítima e, portanto, confiável. As mais difundidas e prejudiciais teorias da conspiração incorporam fragmentos de verdade. (2020, p. 875, tradução nossa).

Por isso, entender as dinâmicas da psicologia de crise pode nos ajudar a compreender como as pessoas se comportam diante de situações de risco. De acordo com os Centros de Controle e Prevenção de Doenças (CDC) dos Estados Unidos, fatores humanos como incerteza, medo, ansiedade, pânico, desesperança, impotência e negação fazem com que as pessoas simplifiquem as mensagens e processem informações de formas diferentes (2019). Uma comunicação de risco eficaz é capaz não apenas de reduzir o impacto psicológico de uma crise, mas de empoderar o público para adotar medidas que reduzam seus riscos.

## NOVO NORMAL, NOVAS FORMAS DE COMUNICAR RISCOS

Em seu editorial do mês de agosto, a revista científica *Lancet* (2020) salientou que produzir mensagens claras, simples e honestas, mas individuais, e fortalecer a alfabetização em saúde é uma responsabilidade coletiva durante e após a pandemia de Covid-19.

A mudança de comportamento se torna necessária, reconhecendo a importância da emoção, confiança, credibilidade e autoeficácia. A chave para a infodemia não é produzir ainda mais informações, mas abordar os fatores ambientais e sociais que facilitam a divulgação de informações incorretas (2020, p. 291, tradução nossa).

Permitam-me compartilhar que na prática – não nos livros e manuais – aprendi que uma comunicação de risco eficaz nas mídias sociais geralmente ocorre quando o interlocutor, seja ele quem for e onde estiver, consegue romper a superfície e ir além, reconhecendo seu público-alvo como um grupo de pessoas reais e diversas, com linguagens e necessidades distintas, e não apenas avatares e números de Ips (*Identification Protocols*). Pessoas de carne e osso sentem medo, ansiedade, sobrecarga e reagem de formas diferentes a uma mesma mensagem.

Observo que o contexto da pandemia de Covid-19 tem deixado cada vez mais evidente a necessidade de segmentar e personalizar a comunicação de risco de acordo com quem falamos, além de aprender a falar sua língua, considerando e respeitando suas especificidades culturais, sociais, políticas e econômicas. Ao comunicar riscos, também é importante considerar que as mensagens precisam estar acessíveis nos meios de comunicação mais utilizados pelo público-alvo, sejam *online* ou *offline*.

Já que não é possível pôr fim à infodemia em um mundo tão interconectado, somente com esforços globais coordenados entre todos os atores envolvidos (organizações de saúde, governos, mídia e indivíduos), conseguiremos controlá-la e mitigar seus efeitos nocivos. Enquanto comunicadores, teremos como principais desafios estudar e mapear o comportamento do público-alvo diante da pandemia de Covid-19 e saber utilizar essas evidências da melhor forma para criar uma comunicação que empodere as pessoas a discernirem quais são as informações verdadeiras e as falsas e que faça com que elas saibam exatamente como agir para se protegerem e para protegerem quem amam não apenas do novo coronavírus, mas do vírus da desinformação.

## REFERÊNCIAS

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet**: reflexões sobre a Internet, negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

CERC: Psychology of a Crisis. [S. l.]: Centers for Disease Control and Prevention, 2019. *E-book*. Disponível em: [https://emergency.cdc.gov/cerc/ppt/CERC\\_Psychology\\_of\\_a\\_Crisis.pdf](https://emergency.cdc.gov/cerc/ppt/CERC_Psychology_of_a_Crisis.pdf). Acesso em: 4 out. 2020.

EYSENBACH, Gunther. How to fight an infodemic: the four pillars of infodemic management. **Journal of Medical Internet Research**, [s. l.], v. 22, n. 6, e21820, jun. 2020. DOI: <https://doi.org/10.2196/21820>. Disponível em: <https://www.jmir.org/2020/6/e21820/>. Acesso em: 20 set. 2020.

GHEBREYESUS, Tedros Adhanom. **Munich Security Conference**. Genebra: WHO, 2020. Disponível em: <https://www.who.int/dg/speeches/detail/munich-security-conference>. Acesso em: 20 set. 2020.

HAMANN, Renan. O tamanho do Orkut no Brasil. **Tecmundo**, [s. l.], 04 fev. 2011. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/infografico/8273-o-tamanho-do-orkut-no-brasil.htm>. Acesso em: 16 set. 2020.

LEADING countries based on number of Twitter users as of October 2020 (in millions). **Statista**, [s. l.], c2020. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/242606/number-of-active-twitter-users-in-selected-countries/>. Acesso em: 22 dez. 2020.

LIMAYE, Rupali Jayant, SAUER, Molly, ALI, Joseph; BERNSTEIN, Justin; WALH, Brian; BARNHILL, Anne; LABRIQUE, Alain. Building trust while influencing online COVID-19 content in the social media world. **The Lancet Digital Health**, [s. l.], v. 2, n. 6, p. 277-278, 1 jun. 2020. DOI: [https://doi.org/10.1016/S2589-7500\(20\)30084-4](https://doi.org/10.1016/S2589-7500(20)30084-4). Disponível em: [https://www.thelancet.com/journals/landig/article/PIIS2589-7500\(20\)30084-4/fulltext](https://www.thelancet.com/journals/landig/article/PIIS2589-7500(20)30084-4/fulltext). Acesso em: 3 out. 2020.

ORGANIZAÇÕES pedem aos países medidas mais firmes para impedir a disseminação de informações falsas durante pandemia da COVID-19. **Opas Brasil**, Brasília, DF, 23 set. 2020. Disponível em: [https://www.paho.org/bra/index.php?option=com\\_content&view=article&id=6290:organizacoes-pedem-aos-paises-medidas-mais-firmes-para-impedir-a-disseminacao-de-informacoes-falsas-durante-pandemia-da-covid-19&Itemid=842](https://www.paho.org/bra/index.php?option=com_content&view=article&id=6290:organizacoes-pedem-aos-paises-medidas-mais-firmes-para-impedir-a-disseminacao-de-informacoes-falsas-durante-pandemia-da-covid-19&Itemid=842). Acesso em: 13 set. 2020.

SYDOW, Lexi. State of Mobile 2020: how to win on mobile. **App Amie**, [s. l.], 15 jan. 2020. Disponível em: <https://www.appannie.com/en/insights/market-data/state-of-mobile-2020/>. Acesso em: 15 set. 2020.

THE COVID-19 infodemic. **The Lancet Infectious Diseases**, [s. l.], v. 20, n. 8, p. 875, 1 ago. 2020. DOI: [https://doi.org/10.1016/S2589-7500\(20\)30084-4](https://doi.org/10.1016/S2589-7500(20)30084-4). Disponível em: [https://www.thelancet.com/journals/landig/article/PIIS2589-7500\(20\)30084-4/fulltext](https://www.thelancet.com/journals/landig/article/PIIS2589-7500(20)30084-4/fulltext). Acesso em: 1 out. 2020.

THE LANCET. The truth is out there, somewhere. **The Lancet**, [s. l.], v. 396, n. 10247, p. 291, 1 ago. 2020. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(20\)31678-0](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(20)31678-0). Disponível em: [https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736\(20\)31678-0/fulltext](https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736(20)31678-0/fulltext). Acesso em: 13 out. 2020.

TORRES, Lívia. Pesquisa aponta que WhatsApp é a principal fonte de informação de 79% dos entrevistados. **RadioSenado**, Brasília, DF, 12 dez 2019. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/radio/1/noticia/pesquisa-aponta-que-whatsapp-e-a-principal-fonte-de-informacao-de-79-dos-entrevistados>. Acesso em: 12 set. 2020.

USUÁRIOS do Facebook no Brasil e no mundo. **Cuponation**, [s. l.], c2020. Disponível em: <https://www.cuponation.com.br/insights/facebook-users>. Acesso em: 16 set. 2020.

WHATSAPP atinge 2 bilhões de usuários. **Forbes**, [s. l.], 12 fev. 2020. Negócios. Disponível em: <https://forbes.com.br/negocios/2020/02/whatsapp-atinge-2-bilhoes-de-usuarios/>. Acesso em: 15 out 2020.