

A comunicação pública no combate à desinformação na pandemia de COVID-19: o caso do Governo do Estado de São Paulo

Public communication to fight misinformation in the COVID-19 pandemic: the case of Sao Paulo State Government

La comunicación pública en la lucha contra la desinformación en la pandemia COVID-19: el caso del Gobierno del Estado de São Paulo


Marcelo Simões Damasceno – Universidade Metodista de São Paulo | São Paulo | SP | Brasil | E-mail: mdamasceno82@hotmail.com | Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-9844-5216>

Roberto Chiachiri – Universidade Metodista de São Paulo | São Paulo | SP | Brasil | E-mail: archiachiri@gmail.com | Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-7595-8243>

Resumo: A comunicação pública exerce um importante papel na mediação entre governos e governados ao disponibilizar informações verídicas, agir com transparência e abrir canais de diálogo. Partindo dessa máxima, o estudo tem como objetivo analisar como o Governo do Estado de São Paulo, por meio do hotsite “SP contra o novo coronavírus”, combateu a desinformação durante a pandemia de Covid-19. A ação foi mensurada a partir de um levantamento quali-quantitativo, pelo qual é possível concluir que o órgão atendeu ao conceito de comunicação pública. Contudo, a atividade rebateu mais desinformações sobre a pandemia relacionadas à instituição do que as de cunho científico, como aponta o artigo.

Palavras-chave: Governo do Estado de São Paulo; comunicação pública; COVID-19.

 <https://doi.org/10.22484/2177-5788.2022v48id4980>

Copyright © 2022. Conteúdo de acesso aberto, distribuído sob os termos da Licença Internacional –  [Creative Commons – Atribuição 4.0 Internacional – CC BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Abstract: Public communication plays an important role in mediating between governments and the governed, by providing truthful information, acting transparently and providing channels for dialogue. Based on this maxim, the study aims to analyze how the Government of the State of São Paulo, through the hotsite “SP contra o novo coronavirus”, fought misinformation during the Covid-19 pandemic. The action was measured based on a qualitative and quantitative survey, from which it is possible to conclude that the agency complied with the concept of public communication. However, the activity countered more misinformation about the institution, related to the pandemic, than the scientific one, as the article points out.

Keywords: Sao Paulo's State Government; public communication; COVID-19.

Resumen: La comunicación pública juega un papel importante en la mediación entre gobiernos y gobernados, al brindar información veraz, actuar con transparencia y brindar canales de diálogo. Con base en esa máxima, el estudio tiene como objetivo analizar cómo el Gobierno del Estado de São Paulo, a través del hotsite “SP contra o novo coronavirus”, combatió la desinformación durante la pandemia de Covid-19. La acción fue medida a partir de una encuesta cualitativa y cuantitativa, de la cual es posible concluir que la agencia cumplió con el concepto de comunicación pública. Sin embargo, la actividad contrarrestó más la desinformación sobre la institución, relacionada con la pandemia, que la científica, como señala el artículo.

Palabras clave: Gobierno del Estado de Sao Paulo; comunicación publica; COVID-19.

Recebido em: 22 de abril de 2022.
Aprovado em: 14 de dezembro de 2022.

1 Introdução

No final de 2019, governos e a comunidade científica nos seis continentes tiveram que somar esforços para lidar com uma nova doença respiratória aguda infecciosa, transmitida a partir da fala, tosse ou espirro – efeito aerossol – de uma pessoa infectada, e gerada por um novo coronavírus descoberto na cidade de Wuhan, China: o SARS-CoV-2 (Covid-19). A forma de contágio fez com que a doença se espalhasse rapidamente para outros países, atingindo milhões de pessoas e fazendo com que a Organização Mundial da Saúde (OMS) decretasse uma pandemia mundial no dia 11 de março de 2020.

Diante do decreto da OMS e da expansão de casos da doença no mundo, governos adotaram medidas preventivas com base nas experiências chinesa e europeia: quarentena, uso obrigatório de máscara em lugares públicos, incentivo à assepsia das mãos, redução das atividades comerciais não essenciais, entre outras. Contudo, apenas no dia 20 de março, o Governo Federal brasileiro decretou estado de calamidade pública no país, nove dias após o primeiro óbito provocado pelo vírus, em 12 de março. No Estado de São Paulo, o governo decretou quarentena nos 645 municípios no dia 24 de março de 2020.

Ações que, de algum modo, geraram um ambiente de incertezas no início da pandemia e exigiram, por parte do Ministério da Saúde brasileiro e das secretarias estaduais e municipais de Saúde, explicações sobre avanço dos casos, adoção de medidas preventivas, destinação de recursos para ajudar estados e municípios, divulgação de dados sobre infectados e óbitos e ações para frear a expansão. Panorama que demandou o fornecimento de informações precisas e com respaldo científico à imprensa, como medida para contrapor o crescimento vertiginoso de notícias falsas,

as quais foram classificadas pela OMS como uma “infodemia”, devido à rápida proliferação diária de notícias inverídicas nas redes.

É neste cenário que o artigo busca compreender como o Governo do Estado de São Paulo, um dos entes federativos mais importantes do país, atuou diante da emergência de saúde pública para combater a desinformação que circulou nas redes sociais digitais sobre o novo vírus. Vale destacar que a Constituição Federal, Art. 144, diz que é “[...] dever do Estado, direito e responsabilidade de todos, é exercida para a preservação da ordem pública e da incolumidade das pessoas e do patrimônio, sob a égide dos valores da cidadania e dos direitos humanos, através dos órgãos instituídos pela União e pelos Estados”.

Dessa forma, para entender o impacto social da ação do governo, o estudo adotou uma análise quali quantitativa por possibilitar uma visão mais detalhada, com embasamento na literatura científica em comunicação pública, desinformação, opinião pública e redes sociais digitais.

Assim, o texto se organiza da seguinte maneira: a primeira parte traz uma abordagem sobre o conceito da comunicação pública e o seu papel de fomentadora do debate público. No segundo momento, abordamos considerações sobre *fake news* e desinformação na pandemia de Covid-19. Na sequência, há o levantamento e a análise das informações disponíveis no *hotsite* da ação, com 71 publicações rebatendo informações enganosas sobre o contexto pandêmico. E ainda uma análise do conteúdo, a partir da literatura, para trazer clareza sobre a ação do governo estadual e o impacto no combate à desinformação.

2 A comunicação pública como fomentadora do debate público

Nos últimos anos, a comunicação pública tem possibilitado ao cidadão conhecimento e acesso a dados e canais para participação da sociedade no debate sobre a coisa pública, o que reforça os princípios dessa forma de comunicação: transparência, acesso à informação de interesse público/coletivo, interação do cidadão com os órgãos públicos, ouvidoria, promoção da cidadania e da democracia, conforme Brandão (2009), Mato (2011) e Duarte (2009). Uma forma de comunicação praticada por órgãos públicos que reforça os princípios da administração pública: legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência.

Ou seja, a comunicação pública:

deve ser pensada como um processo político de interação no qual prevalece a expressão, a interpretação e o diálogo. É preciso salientar que o entendimento da comunicação pública como dinâmica voltada para as trocas comunicativas entre instituições e a sociedade é relativamente recente (MATOS, 2011, p. 45).

Assim, a comunicação pública atende ao artigo 144 da Constituição Federal, ao ter como objetivo envolver diferentes atores sociais no debate sobre a tomada de decisão do bem público. De acordo com Matos (2011, p. 46), seria a forma que um governo “legitima o conflito de interesses e, debatendo sobre interesses e necessidades particulares, cria direitos universais reconhecidos formalmente”.

Uma linha comunicacional onde a comunicação pública deve ser a portadora da informação de interesse público na sociedade,

[...] o que se constitui em passo inicial para estabelecer o diálogo e uma relação entre Estado e Sociedade. Cabe pontuar que toda e qualquer informação referente a instituições, serviços e contas públicas é um direito assegurado ao cidadão. Quando a comunicação pública cumpre seu primeiro papel, que é informar, abre espaço para o diálogo e participação recíproca (MANIERI; RIBEIRO 2011, p. 53).

Com base nos autores, é possível afirmar que a comunicação pública tem o papel de fornecer informações de forma transparente e acessível a todo cidadão sobre as ações do governo para alimentar o civismo social e proporcionar o debate sobre o bem público, e não ser apenas um divulgador de mensagens institucionais a partir de canais abertos de interação com diferentes setores da sociedade. Como destaca Matos (2011, p. 46), “o interesse público, o direito à informação, a busca pela verdade e da responsabilidade social pelos meios de comunicação”.

Corroborando com Matos (2011), Duarte (2009), em seus estudos, pontua que ao carregar conceitos como cidadania, democratização, participação, diálogo e interesse público, essa forma de comunicação tem como o objetivo central fazer com que a sociedade ajude a melhorar o ambiente que vive e a própria sociedade.

Sendo assim, coloca que no intuito de qualificar a gestão do público, a comunicação pública pode ser fundamental para: identificar demandas sociais; definir conceitos e eixos para uma ação pública coerente e integrada; promover e valorizar o interesse público; qualificar a formulação e implementação de políticas públicas; orientar os administradores em direção a uma gestão mais eficiente; garantir a participação coletiva na definição, implementação, monitoramento, controle e viabilização, avaliação e revisão das políticas e ações públicas; atender as necessidades do cidadão e dos diferentes atores sociais por obter e disseminar informações e opiniões, garantindo a pluralidade no debate público; estimular uma cidadania consciente, ativa e solidária; melhorar a compreensão sobre o funcionamento do setor público; induzir e qualificar a interação com a gestão e a execução dos serviços públicos; e avaliar a execução das ações de interesse coletivo (DUARTE, 2009, p. 3).

Sobre o princípio da transparência existente na comunicação pública, Allegretti e Platt Neto (2011, p. 2) lembram do princípio da publicidade, o qual “garante aos cidadãos o direito de conhecer os atos praticados na gestão pública e, ainda, garante uma melhor compreensão das informações”. Segundo os autores isso se deve ao fato de a publicidade ter um caráter educativo, informativo ou de orientação social.

Art. 70. Prestará contas qualquer pessoa física ou jurídica, pública ou privada, que utilize, arrecade, guarde, gerencie ou administre dinheiros, bens e valores públicos ou pelos quais a União responda, ou que, em nome desta, assuma obrigações de natureza pecuniária (BRASIL, 1988).

Os argumentos dos autores ajudam a fundamentar a ação de comunicação pública realizada pelo Governo do Estado de São Paulo para combater a desinformação sobre a pandemia de Covid-19 nas redes sociais.

3 Considerações sobre *fake news* e desinformação na pandemia de Covid-19

O ato de criar conteúdo para desinformar pessoas não é novo, mas, em 2016, a prática ganhou um nome — *fake news*. Desde então, vem sendo estudada por diferentes pesquisadores, como Santaella (2018); Bucci (2019) e KAUFMAN (2019), que a conceituam e buscam compreender os seus impactos sociais e a forma com a qual se proliferam na internet, principalmente nas redes sociais digitais.

Para Santaella (2018, p. 262), a criação de informações falsas costuma ser definida como notícias falsas, ou “estórias, boatos, fofocas, ou rumores que são deliberadamente criados para ludibriar as crenças das pessoas, manipulá-las politicamente ou causar confusões em prol de interesses escusos”.

Interesses escusos que, na visão de Bucci (2019), impactam o cotidiano das pessoas e atentam contra a democracia em diferentes países, pois a fabricação de conteúdo falso, em muitos casos, segue padrões próximos aos do jornalismo profissional para tentar atribuir a credibilidade desejada ao conteúdo criado. O que, deixa claro:

[...] que elas não constituem uma espécie de mentira como outras. Elas são uma nova modalidade de mentira, com distinções muito bem marcadas: São uma falsificação de relato jornalístico ou um enunciado opinativo nos moldes dos artigos publicados em jornal. Portanto, as fake news são uma modalidade de mentira necessariamente pós-imprensa (BUCCI, 2019, p. 37).

Corroborando com Bucci (2019), Kaufman (2019) afirma que cada vez mais a desinformação tem se transformado em uma preocupação de pesquisadores e de uma parcela da sociedade, pelo impacto que tem causado e por sua rápida disseminação.

Em seus primórdios, a internet oferecia a perspectiva de livre acesso a toda e qualquer informação de forma desintermediada – “libertando” as pessoas da curadoria tradicional dos veículos de mídia. A recente explosão de dados, contudo, mudou o modo como a informação flui: em vez de um livre acesso, a automação entrega uma informação personalizada por filtragens de conteúdo. Em suma: deslocam o *gatekeeper* humano para o *gatekeeper* algoritmo, que capta, organiza e dá acesso à informação digitalizada (KAUFMAN, 2019, p. 51-52).

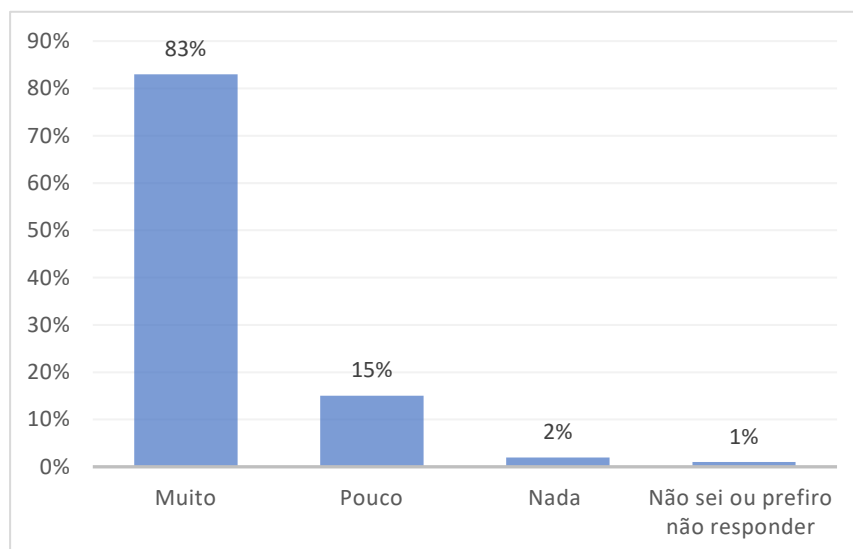
Essa automatização na distribuição de informação faz com que os usuários da internet, mais precisamente das redes sociais digitais, fiquem propensos a receber conteúdo publicado ou compartilhado muitas vezes por perfis semelhantes, ou seja, diálogos que muitas vezes ficam presos em bolhas de ecos geradas por cálculos algorítmicos. Para Kaufman (2019, p. 52), essas estruturas “promovem a homogeneização das relações sociais, mantendo as pessoas em círculos sociais fechados, formados por aqueles que pensam igual”.

Os algoritmos funcionam como uma sequência de instruções para realizar tarefas: se você fizer “a”, então acontecerá “b”. Nas redes sociais, os algoritmos têm a função de selecionar, com base em nosso perfil e em nosso comportamento, o que vamos ver. Os algoritmos são programados para reunir e analisar o que curtimos, compartilhamos ou comentamos, bem como outros rastros menos aparentes dos nossos hábitos. De posse desses dados, eles definem o que vão mostrar, dentre tantas opções possíveis (FERRARI; MACHADO; OCHS, 2020, p. 59).

Um conjunto de fatores que exige uma compreensão dos impactos que a desinformação pode causar na sociedade. E também de como combater um fenômeno capaz de distorcer fatos, induzir a erros, manipular a opinião pública, além de desprestigiar ou exaltar pessoas e instituições, em diferentes momentos, para obter vantagens ou tumultuar o contexto social, a partir de informações criadas e disseminadas pelas redes sociais digitais.

Disseminação e risco social que ficam visíveis quando o relatório do DataSenado aponta que 83% dos entrevistados acreditam na influência que os conteúdos veiculados pelas redes sociais digitais podem exercer em uma sociedade. Entre os 2.400 entrevistados – com acesso à internet –, apenas 15% acham que as redes exercem pouca influência na construção da opinião das pessoas. Ou seja, mais de 31.95 milhões, em um universo de 213 milhões de brasileiros (IBGE, 2021).

Gráfico 1 – A influência das redes sociais na formação da opinião das pessoas



Fonte: Elaborado pelos autores, a partir de dados de pesquisa elaborada pelo DataSenado, 2019.

Os dados do DataSenado (2019) vão ao encontro do estudo da Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz), realizado entre março e abril de 2020,

que destaca os principais canais de circulação de desinformação sobre a Covid-19: 73,7% no WhatsApp; 15,8% no Facebook; e 10,5% no Instagram. O estudo ainda apontou que 26,6% das publicações no Facebook atribuem a fundação como fonte do conteúdo.

Os dados apresentados pelas instituições mostram que a desinformação é perceptível no cotidiano das pessoas, sobretudo quando, por exemplo, o Brasil registra no Facebook uma malha ativa de 130 milhões usuários ativos. E que vai ao encontro do apontamento de D'Anaconda (2018, p. 18), de "as notícias falsas se tornarem um tema importante na atualidade".

Esse reconhecimento por parte da sociedade da influência que a comunicação via redes sociais digitais pode ter na formação da opinião, somado à urgência sanitária, fez com que a comunidade científica e órgãos públicos atuassem em três frentes: 1) ações preventivas para diminuir a taxa de contágio e o aumento de óbitos; 2) desenvolvimento de vacinas; 3) combate à desinformação disseminada por pessoas nas redes sociais sobre os impactos do vírus na saúde das pessoas.

Os dados das pesquisas mostram – em números – o sentimento de preocupação dos pesquisadores, além de sinalizarem o reconhecimento dos brasileiros sobre os riscos da desinformação em um ambiente digital de rápida circulação de informação. Isso faz com que muitos dos conteúdos criados, na visão de Recuero (2020, p. 116), "sejam difundidos de forma epidêmica, alcançando grandes proporções tanto on-line quanto off-line".

Uma difusão que pode gerar um efeito em cadeia, fazendo com que a preocupação da OMS – compartilhada por órgãos públicos e cientistas – seja real, pois "mentiras repetidas, compartilhadas milhões de vezes, dissolvem todas as fronteiras que as separam de uma possível verdade" (SANTAELLA, 2018, p. 534).

4 Resultados e discussão

A ação virtual “SP contra o novo coronavírus” foi lançada pelo Governo do Estado de São Paulo, em março de 2020, na intenção de unificar a comunicação que reúne vídeos, textos, fotos, dados e informações oficiais do órgão sobre o combate à Covid-19 e à desinformação, a partir de um *hotsite* mantido pela Secretaria Estadual de Comunicação.

Temos um grande esforço para desmentir as *fake news* que estão circulando. A população precisa de informações confiáveis para se prevenir da doença e para saber da situação da saúde pública (SÃO PAULO, 2020).

O canal do governo paulista soma-se à iniciativa de outros órgãos públicos, como o Ministério da Saúde (2022) e Prefeitura de São Paulo (2022), que desenvolveram sites e/ou *hotsites* para comunicar as ações realizadas, iniciativas futuras e o combate à desinformação. Atividade que remete à prática de comunicação pública, que tem por finalidade realizar uma comunicação que visa divulgar informações precisas à imprensa e à população sobre os desdobramentos da pandemia no estado.

O esforço comunicacional do governo espelha o que diz a literatura sobre o papel de um órgão público na promoção da cidadania e do saber por meio de ações de comunicação, conforme Brandão (2009), Matos (2011), Ribeiro (2011) e Manieri (2011). E também legitima o direito universal do cidadão de receber informações sobre temas de interesse coletivo.

Pautada pelo interesse universal e demandada pela crise sanitária, a iniciativa do governo paulista de informar a população ficou evidente durante o levantamento quali-quantitativo realizado no *hotsite*, entre março de 2020 e janeiro de 2021. Onde foi possível identificar 71 *cards* (Tabela 1) sobre desinformações que foram rebatidas pelo governo.

Tabela 1 – Fake news rebatidas no hotsite do Governo do Estado de São Paulo

Classificação	Total	%
Máscara/Prevenção	7	9,86
Vacinas	10	14,20
Métodos caseiros de cura	4	5,40
Métodos caseiros de prevenção	4	5,40
Golpes/Coleta de dados	3	4,25
Golpes/Arrecadação	2	2,81
Estratégia política	41	58,08
	71	100%

Fonte: elaborada pelos autores, a partir de dados de saopaulosp.gov.br, 2020.

Diante da quantidade de *cards*, e para trazer um melhor entendimento do material, decidimos adotar o método qualiquantitativo, pois por meio dele é possível trazer uma interpretação das informações quantitativas a partir dos “símbolos numéricos e dados qualitativos mediante a observação, a interação participativa e a interpretação do discurso (semântica)” (KNECHTEL, 2014, p. 106).

O que também possibilitou fazer uma classificação temática das postagens em sete eixos: Máscara/Prevenção, Vacinas, Métodos caseiros de cura, Métodos caseiros de prevenção, Golpes/Coleta de dados, Golpes/Arrecadação, Estratégia política. Dessa forma, o objeto do estudo deixou de ser apenas um dado, mas sim, como pontua Santaella (2002, p. 144), “parte integrante do processo de conhecimento, atribuindo significados àquilo que pesquisa”.

Seguindo a integração proposta pela autora, as categorias foram definidas após analisar o conteúdo disponível no hotsite. O eixo saúde pública foi dividido em seis temáticas: Máscara/Prevenção, Vacinas, Métodos caseiros de cura, Métodos caseiros de prevenção, Golpes/Coleta de dados e Golpes/Arrecadação, seguindo o modelo de estudos similares, por exemplo, da Fundação Fiocruz sobre o compartilhamento de desinformação nas redes sociais. A categoria golpe foi integrada ao eixo devido à conexão das mensagens desmentidas com a pandemia, por

exemplo, o *card* que relata: “É falsa mensagem de cadastramento sobre auxílio emergencial – Link é enganoso e fraudada dados dos cidadãos. Governo de SP não usa esse método de cadastro (Figura 3).”

A estratégia política foi incluída devido a existência de *cards* com elementos do debate político, a partir da produção de conteúdo enganoso voltado para atacar diretamente políticos ou órgãos públicos, segundo Ziblatt e Levitsky (2018). Uma prática existente nas redes sociais digitais usada para desqualificar oponentes dentro ou fora do período eleitoral, por meio de desinformação, algo que para Bucci (2019, p. 38), pode pôr em xeque a confiança do cidadão sobre esses atores sociais, em outras palavras, “as fakes news enganam os sistemas de proteção naturais e informais do debate público e, aí sim, contando mentiras, produzem seus estragos”.

Dessa forma, ao analisar os dados para definir as categorias, é preciso destacar que a atitude de produzir desinformação – mais precisamente as analisadas – nos remete ao pensamento de D’Anacona (2018, p. 56), “tudo o que importa é que as histórias pareçam verdadeiras, que elas repercutam”.

Assim, ao olhar os dados em sua totalidade, as desinformações rebatidas pela ação no período apresentam uma concentração de 58% na estratégia política e 41,92% em temáticas conectadas a questões de saúde (Tabela 1). Por exemplo: “É falsa informação de mulher sobre governo esconder dados reais do coronavírus” (Figura 1), “É falso que Alesp tenha aprovado aumento de salário do governador e dos secretários” (Figura 2) e “É falsa mensagem de cadastramento sobre auxílio emergencial” (Figura 3).

A tabela 1 mostra que não houve equilíbrio entre as temáticas rebatidas, e indica uma concentração na “estratégia política”, com 41 *cards*. Em proporção menor, a secretaria apresentou *cards* desmentindo notícias falsas sobre métodos de prevenção, formas caseiras de cura da Covid-19,

ceticismo sobre a vacina e golpes financeiros ou captura de dados pela internet.

Ao olharmos para as desinformações classificadas como “estratégia política”, é possível afirmar que esse conteúdo foi criado/pensado com o propósito de desestabilizar o governo paulista ou desmerecer as ações realizadas pelo órgão por meio das redes sociais digitais. Prática, segundo Ziblatt e Levitsky (2018, p. 33), utilizada por pessoas ou grupos com intenção direcionada, onde os autores das peças:

[...] descrevem seus rivais como subversivos ou opostos à ordem constitucional existente? Afirmam que seus rivais constituem uma ameaça, seja à segurança nacional ou ao modo de vida predominante? Sem fundamentação, descrevem seus rivais partidários como criminosos cuja suposta violação da lei (ou potencial de fazê-lo) desqualificaria sua participação plena na arena política?

Como os autores pontuam, é um conteúdo pensado para desqualificar ações governamentais, que quase sempre é forjado e se vale de excertos de conteúdos reais descontextualizados dos fatos, com o objetivo de produzir falsos entendimentos da realidade. Atividade que coloca órgãos públicos cada vez mais ao lado da imprensa na função de, ainda mais, trazer clareza aos acontecimentos e bem informar o cidadão, mas apenas em uma “franja”, como explica Bucci (2019, p. 45):

Nessa configuração das comunicações, a função pública de mediar o debate social, de investigar e relatar os acontecimentos de interesse geral com fidedignidade e de fazer circular ideias e opiniões divergentes – função essa que se fixou como o papel central da instituição da imprensa – corresponde hoje apenas a uma franja marginal nas redes sociais. Os protocolos classicamente observados pela imprensa de qualidade perderam o seu lugar.

Com base nos autores, é possível pontuar que os 41 cards tinham como principal investida descredibilizar o órgão ou o seu governante, na intenção de enfraquecê-los diante da opinião pública, quando a população mais precisava de clareza sobre os seus atos diante da pandemia de Covid-19. Como se pode observar:

Figura 1 – “É falsa informação de mulher sobre governo esconder dados reais do coronavírus”



Fonte: SÃO PAULO (Estado). **Contra o novo coronavírus**. São Paulo: Governo do Estado de São Paulo, 2020. Disponível em: <https://www.saopaulo.sp.gov.br/coronavirus/>. Acesso em: 21 maio 2021.

Figura 2 – “É falso que Alesp tenha aprovado aumento de salário do governador e dos secretários”



Fonte: SÃO PAULO (Estado). **Contra o novo coronavírus**. São Paulo: Governo do Estado de São Paulo, 2020. Disponível em: <https://www.saopaulo.sp.gov.br/coronavirus/>. Acesso em: 21 maio 2021.

Figura 3 – “É falsa mensagem de cadastramento sobre auxílio emergencial”



Fonte: SÃO PAULO (Estado). **Contra o novo coronavírus**. São Paulo: Governo do Estado de São Paulo, 2020. Disponível em: <https://www.saopaulo.sp.gov.br/coronavirus/>. Acesso em: 21 maio 2021.

Ainda olhando os dados da Tabela 1, é possível dizer que a ação de rebater as peças que circulavam na internet com desinformação integra o arcabouço do conceito da comunicação pública uma vez que, por meio dela, foi possível disponibilizar informações corretas sobre a instituição e a saúde pública em um canal – internet, via redes sociais – capaz de promover a interação, a expressão, a interpretação e o diálogo com diferentes públicos, conforme Matos (2011).

Meio que, na visão de Weber (2011, p. 107), “é a instância em que temas de interesse público são colocados em debate no sentido de obter informações, aferir repercussão e obter dados para deliberar”. Ou seja, um espaço que permite a deliberação do governo e a participação do cidadão, além de possibilitar o compartilhamento do conteúdo via redes sociais.

Um meio de compartilhamento importante, pois as redes são usadas com frequência como fonte de informação: o WhatsApp por 79% dos brasileiros, a televisão por 50%, o Youtube por 49%, o Facebook por 44%, o Instagram por 30%, e o Twitter por 7%, segundo estudo divulgado pelo DataSenado (2019).

Números que deixam claro o espaço ocupado pelas redes sociais no debate público cotidiano, e a importância das redes em estratégias de comunicação pública voltadas ao saber e ao combate da desinformação por meio da comunicação nesses canais. Vale destacar que a “comunicação pública não se restringe às ações do governo e inclui igualmente as interações com os cidadãos, alimentando o fluxo das relações comunicativas entre todos os atores” (MATOS, 2011, p. 45).

Assim, é possível afirmar que, ao liberar o compartilhamento via redes sociais, o governo paulista atua no conceito da comunicação pública, e fornece informações apuradas sobre a crise mundial de Covid-19 para informar e contribuir na formação da opinião pública, como pontua Farias (2019, p. 43):

a opinião se forma diante do acesso à informação – aquelas oriundas de fontes sobre as quais o interlocutor opte por ter como base informacional, ou seja, a formação da opinião pública antecede ao processo da informação, seja pela escolha das fontes, seja pela capacidade de decodificação –, seu processamento e geração de um código de entendimento definido a partir de lentes próprias a cada pessoa, gerando enunciação e possível embate-encontro com outras opiniões, chegando ao consenso.

Como ressaltado por Farias (2019), a construção da opinião se dá por meio do acesso à informação. Acesso que o governo possibilitou ao apresentar informações precisas sobre o órgão, vacinas, métodos de prevenção e cura (Tabela 1).

Entretanto, houve uma atenção maior nas desinformações direcionadas à instituição, e uma proporção menor para as que tratavam de questões científicas sobre a pandemia, como “Máscara/Prevenção”, “Vacinas”, “Métodos caseiros de cura” e “Métodos caseiros de prevenção”, que juntos somaram 25 *cards* rebatidos e hospedados no hotsite.

Um número baixo, quando se tem o objetivo de proporcionar informações corretas à sociedade diante da insegurança sobre a pandemia de Covid-19. O que pode ocasionar um efeito contrário do pontuado por

Farias (2019): o cidadão pode acabar formando a sua opinião tendo como base um material criado para ludibriar diferentes pessoas, e ao qual tem fácil acesso por meio de compartilhamento via redes sociais.

O que facilmente pode ocorrer pelo uso crescente das tecnologias de informação e comunicação que, além de servirem como meio para informar, acabam sendo usadas como ferramentas para desinformar pessoas. É o que apontam os dados coletados pela Avaaz sobre a desinformação no primeiro ano da pandemia, segundo Jessica Mayara (2020), quando foi constatado que mais 100 milhões de pessoas, no Brasil, acreditam em pelo menos uma notícia falsa sobre a pandemia.

Mesmo sendo uma ação importante em um momento pandêmico, o foco do governo paulista se manteve na defesa da instituição – também importante para a manutenção da imagem do órgão – quando poderia ter equilibrado a disponibilidade de conteúdo em todas as temáticas. Uma vez que, por exemplo, já haviam estudos, no mesmo período, indicando que entre as desinformações mais aparentes nas redes estavam as que contradiziam a ciência. Como da Fundação Oswaldo Cruz - FIOCRUZ:

[...] receitas caseiras e indicação de produtos naturais para imunização contra a doença estão entre as mais comuns no WhatsApp. Tem sido muito difundida a categoria 'ciência médica: sintomas, diagnóstico e tratamento' que, supostamente, previne ou cura a Covid-19: 'Café previne o coronavírus'; 'Alimentos alcalinos evitam coronavírus'; 'Beber água de 15 em 15 minutos cura o coronavírus'; 'Chá de limão com bicarbonato quente cura coronavírus'; 'Beber muita água e fazer gargarejo com água morna, sal e vinagre previne coronavírus'; 'Tomar bebidas quentes para matar o coronavírus'; 'Pode ser curado com tigela de água de alho recém-fervida'; 'Chá de erva doce cura coronavírus'; 'Chá de abacate com hortelã previne coronavírus'; 'Chá imunológico contra o novo coronavírus'; 'Uísque e mel contra coronavírus'; 'Óleos para combater coronavírus'; 'Vitamina C + zinco e o novo coronavírus' (FALCÃO; SOUZA, 2020, p. 64-65).

Algumas dessas desinformações foram rebatidas pela ação do Governo do Estado de São Paulo, como consta em saopaulosp.gov.br (2020). Por exemplo, como as afirmações de que "somente pessoas

sintomáticas transmitem a Covid-19”, “água tônica serve para tratar a Covid-19” e “consumo de álcool protege contra a Covid-19”, já apontadas como falsas pelo Ministério da Saúde (FALCÃO; SOUZA, 2020, p. 64-65).

Figura 4 – “É falso que água tônica sirva para tratar a Covid-19”



Fonte: SÃO PAULO (Estado). **Contra o novo coronavírus.** São Paulo: Governo do Estado de São Paulo, 2020. Disponível em: <https://www.saopaulo.sp.gov.br/coronavirus/>. Acesso em: 21 maio 2021.

A Figura 4 retrata um vídeo que circulou por diferentes redes sociais informando que a bebida que tem a substância quinino em sua composição serviria como um paliativo para quem não tem acesso à cloroquina (usada no passado como medicamento no combate à malária). Entretanto, essa informação foi rebatida pelo Governo do Estado de São Paulo, como indicado acima: “vídeo faz associação equivocada com nomes de substâncias usadas na bebida e em remédio. Compostos são diferentes.”

Algo também rebatido por Marinho (2020), infectologista do Hospital das Clínicas de São Paulo, quando explica que esse tipo de divulgação é totalmente falsa e não há nenhum respaldo científico. “Não sabemos nem se a hidroxicloroquina protege contra o coronavírus, o que dirá o quinino, em uma dose bem mais baixa. Não tem fundamento” (CARVALHO, 2020).

O posicionamento do cientista do Hospital das Clínicas sobre a ineficiência da água tônica no tratamento da Covid-19 reforça que o governo paulista, além de estar no caminho certo, tem seu posicionamento

de combate à desinformação durante a pandemia validado pela ciência. Essa validação ou posição científica que converge pode fazer frente às informações inverídicas que circulam nas redes sociais, além de funcionar como um repositório para consulta online.

Uma importante medida, junto a outras ações semelhantes, para tentar fazer frente às desinformações que são compartilhadas nas redes sociais. Compartilhamento que, na visão de Gonçalves (2020, p. 385), “contribui para o aumento ou diminuição da participação do público na adoção de medidas preventivas”. A propagação de desinformação, seguida pela aceitação de quem as recebe, pode colaborar para a diminuição da percepção de risco de contágio pelo vírus. Ou seja:

[...] uma percepção de baixo risco diminui a participação e a adoção de medidas de prevenção e proteção, enquanto uma percepção de alto risco terá o efeito oposto. A preocupação de ter a doença influencia a percepção de risco e a confiança do público nos indivíduos, nas autoridades públicas e nos sistemas peritos que lidam com a COVID-19 (GONÇALVES, 2020, p. 385).

Visão corroborada por Galhardi *et al.* (2020, p. 13), uma vez que “notícias falsas disseminadas pelas plataformas digitais relacionadas ao SARS-CoV-2 podem influenciar o comportamento da população e colocar em risco a adesão do cidadão aos cuidados comprovados pela ciência”. Esses conteúdos são produzidos ou por ignorância ou com a única intenção de desinformar e induzir o cidadão ao não cumprimento das medidas protetivas indicadas pelo governo e pela OMS.

Este cenário eleva a necessidade de a ação do governo paulista apresentar respostas com embasamento científico contra as desinformações sobre a Covid-19. Esta medida auxilia na formação da opinião pública a partir de fontes confiáveis para consulta da população e da imprensa. Todavia, dos 71 *cards* sobre desinformações existentes no *hotsite*, apenas 31 foram respondidos com embasamento científico e

checagem pela Secretaria de Comunicação, entre 19 de março e 18 de agosto de 2020. Como, por exemplo, os *cards* publicados em 20 de março:

É falsa informação de que vacina para cachorro combate novo coronavírus. Material compartilhado em aplicativos de celular e em redes sociais nos últimos dias tem conteúdo falso a respeito do uso de vacinas para cães como suposta forma de tratamento de Covid-19, doença provocada pelo novo coronavírus. O material falso faz referência ao coronaviridae (coronavírus), que é uma grande família viral antiga, que afeta humanos e animais com graves infecções. As vacinas V8 e V10, as quais o material cita, são as principais para a saúde de cães e agem no combate de várias doenças, como cinomose e coronavírus canino da espécie CCov (gênero alphacoronavirus), vírus que causa gastroenterite (sintomas de diarreia e vômitos constantes), podendo levar a óbito. Os cães contraem a doença por meio de fezes de outros cães contaminados, não sendo transmissível a humanos (SÃO PAULO, 2020).

As desinformações rebatidas com embasamento científico pela Secretaria de Comunicação do governo paulista (Tabela 1) também receberam selo com os dizeres “Falso” ou “Golpe” (Figuras 1, 2, 3, 4), uma forma de garantir ao cidadão que o conteúdo foi checado, e que pode ser compartilhado com segurança nas redes sociais.

Os *cards* que rebatem as notícias falsas estavam centralizados nos conteúdos ligados à “Estratégia política” que, direta ou indiretamente, tentam desqualificar o governo. Uma defesa importante. Contudo, diante da emergência sanitária e da rápida circulação de desinformação nas redes, seria recomendado focar ou, no mínimo, equilibrar a checagem entre as temáticas para disponibilizar informações corretas sobre a pandemia, vacinas, formas de contágio, cuidados sanitários, entre outros temas científicos, uma vez que o governo estadual é o principal financiador da vacina CoronaVac, produzida por uma das suas autarquias – o Instituto Butantan –, em parceria com o laboratório chinês Sinovac.

Um equilíbrio necessário, como indica documento da Organização Pan-Americana da Saúde (OPAS) – elaborado por Barcelos *et al.* (2021, p. 2) – pois a desinformação na área da saúde pode colocar cidadãos em riscos maiores. A circulação de informações enganosas na pandemia se torna

muito mais grave para a saúde das pessoas e para a sustentabilidade do sistema de saúde, o que demanda de órgãos públicos um papel comunicacional mais ativo para desmentir conteúdos:

Na atual era digital, a drástica diminuição dos custos e esforços necessários à geração e à divulgação de informações e opiniões possibilita, de um lado, o acesso do público em geral a mídias digitais e sociais confiáveis como fonte de informação, por exemplo, páginas oficiais da OMS, do governo federal e de governos estaduais, de entidades de saúde e de órgãos de comunicação de massa (BARCELOS *et al.*, 2021, p. 2).

O documento pontua a importância de instituições e órgãos públicos ocuparem esse espaço de comunicação digital, se colocando como fontes confiáveis ao cidadão. Papel assumido pelo Governo do Estado de São Paulo por meio do *hotsite* pensado para ser um canal de checagem de fatos sobre a pandemia. É fornecido acesso a conteúdo indicado pela OPAS (2021) como um caminho possível para interromper este ciclo perigoso de desinformação sobre saúde. Uma vez que:

A forma como as pessoas percebem a pandemia do COVID-19 contribui para o aumento ou diminuição da participação do público na adoção de medidas preventivas. Uma percepção de baixo risco diminui a participação e a adoção de medidas de prevenção e proteção, enquanto uma percepção de alto risco terá o efeito oposto (GONÇALVES, 2020, p. 385).

Como destacado pelo autor, a percepção do cidadão pode influenciar diretamente em seu comportamento social. Ao olhar por essa ótica, é possível supor que a medida contribuiria mais se o foco central fosse o conteúdo voltado ao uso de máscara, vacinas, métodos caseiros de cura, métodos caseiros de prevenção, entre outros, e não uma evidente defesa do governo e do seu governante.

Com um foco maior na defesa do saber científico em uma crise sanitária, em um ambiente digital que já tem uma rotina cultural pré-estabelecida de interação e compartilhamento de conteúdo, a ação

contribuiria para que o discurso adotado deixasse mais evidente a importância das práticas sanitárias. Ou seja,

[...] os julgamentos estéticos, variáveis contextuais, imagens semânticas, valores, efeitos da comunicação (incluindo a mídia), confiança nas organizações e instituições (nos seus diversos níveis) envolvidas na regulação e no gerenciamento do risco, protótipos culturais, arenas políticas e o clima global de sociedades individualizadas e pluralistas, entre outros (DI GIULIO *et al.*, 2015, p. 1218).

Os elementos trazidos por Giulio *et al.* (2015) levam luz ao tratamento que um conteúdo pode receber pelas pessoas nas redes sociais, o que nos aponta uma nova hipótese: se o governo paulista tivesse atuado com mais afinco em desmentir as desinformações sobre máscaras, vacinas, métodos caseiros de cura e de prevenção, poderia agregar ainda mais valor à ação. Entretanto, para ser validada, essa hipótese precisa de um levantamento quantitativo dos cards nas redes sociais, além de uma análise qualitativa dos cards e entrevistas de valorização dos mesmos no combate à desinformação na pandemia.

Contudo, é preciso reconhecer a relevância da ação do Governo do Estado de São Paulo como uma prática comunicacional em um cenário pandêmico que carrega o conceito da comunicação pública, uma vez que o seu caráter mediador também se faz presente na pandemia. “A comunicação pública deve ser pensada como um processo político de interação pelo qual prevalece a expressão, a interpretação e o diálogo (MATOS, 2011, p. 45). Ou seja, a forma de comunicação contribui para estabelecer um diálogo confiável a partir da credibilidade do órgão público, fazendo com que o cidadão tenha acesso a informações confiáveis por meio da autoridade institucional.

Algo que, na visão de Brandão (2009, p. 5), “trata-se de uma forma legítima de um governo prestar contas e levar ao conhecimento da opinião pública projetos, ações, atividades e políticas que realiza e que são de

interesse público”. Como no caso das ações de combate à pandemia de Covid-19 e à desinformação.

Ao criar o hotsite “SP contra o novo coronavírus” para esclarecer notícias falsas – apesar do baixo índice na defesa das questões científicas e um foco na defesa da instituição –, o Governo do Estado de São Paulo disponibilizou uma ferramenta específica para a consulta da população e da imprensa na pandemia, e manteve um alinhamento com o discurso científico e as ações propostas pela OMS no combate à pandemia de Covid-19.

5 Considerações finais

O objetivo principal deste artigo foi discutir se a ação do Governo do Estado de São Paulo, por meio do hotsite “SP contra o novo coronavírus”, atendia ao conceito de comunicação pública para o combate à desinformação na pandemia de Covid-19. Uma verificação que ficou clara ao comparar a ação desenvolvida pelo órgão com o que conceitua a literatura sobre comunicação pública.

Os dados apresentados mostram que o hotsite atendeu ao seu objetivo inicial: informar e desmentir conteúdo inverídico, em um ambiente que se mostra um vetor de propagação de desinformação capaz de influenciar a opinião pública, como apontam as pesquisas mencionadas no artigo.

A ação reforçou a importância de se combater a “infodemia” (desinformação) apontada pela OMS, que desde o início da pandemia de Covid-19 vem contagiando diversas pessoas no mundo e ampliando a sensação de medo, desordem e desconfiança.

Ao analisar o hotsite, é possível afirmar que ele cumpriu a sua finalidade como ferramenta de comunicação pública em um momento de crise sanitária mundial. Mas também é importante destacar que, em um

período de 11 meses, a plataforma registrou respostas a 71 *cards* sobre desinformação, sendo que a maioria deles, 41, tratava de notícias falsas sobre o órgão ou sobre o governador em exercício, João Dória (PSDB). Deixando clara uma defesa sistemática da figura do governador e do órgão.

A defesa do órgão público é compreensiva e necessária, pois é preciso trazer clareza às ações de uma instituição que tem papel social importante em um cenário pandêmico. Porém, a quantidade de desinformação rebatida sobre formas de cura, prevenção e vacinas está distante do volume de conteúdo duvidoso que circulou nas redes sociais desde o início da pandemia. O que se pode levar a algumas hipóteses: as informações para contrapor as notícias falsas sobre o governo eram mais acessíveis, enquanto que as de cunho científico demandavam mais tempo de apuração e/ou há falta de capital humano especializado para monitorar as redes sociais e apresentar respostas. Essas hipóteses podem, de algum modo, ter comprometido um melhor resultado da ação no período analisado. Contudo, é preciso reconhecer que a ação do Governo do Estado de São Paulo é importante no combate à desinformação, mesmo que não tenha ocorrido uma atuação mais ampla para contrapor a desinformação de cunho científico na pandemia. Esta atuação poderia ter contribuído de forma mais eficaz no combate à desinformação por meio da comunicação pública realizada pelo órgão no período analisado.

Por fim, é importante ressaltar que os dados aqui expostos reforçam a necessidade de se levantar mais questões sobre a comunicação pública e o impacto social que a desinformação pode gerar em uma crise sanitária ou em outros casos de interesse social. E também de debater como a comunicação pública realizada por órgãos públicos pode melhorar para ter uma maior aderência em uma sociedade em rede.

Dessa forma, concluímos reforçando que essas questões merecem um debate acadêmico mais profundo, atenção política e trabalho com a sociedade.

Referências

ALLEGRETTI, Daiane dos Santos; PLATT NETO, Orion. A. Funcionalidades, Limitações e Potencialidades do Portal da Transparência do Estado do Rio Grande do Sul. *In*: 4º CONGRESSO UFSCDE INICIACAO CIENTIFICAEM CONTABILIDADE Florianópolis. **Anais eletrônicos**...18a 20 abr. 2011. Disponível em: http://dvl.ccn.ufsc.br/congresso/arquivos_artigos/artigos/640/2010120108535.pdf. Acesso em: 7 dez. 2022.

BARCELOS, Thainá do Nascimento de; MUNIZ, Luíza Nepomuceno; DANTAS Deborah Marinho; COTRIM JUNIOR, Dorival Fagundes; CAVALCANTE, João Roberto; FAERSTEIN, Eduardo. Análise de fake news veiculadas durante a pandemia de COVID-19 no Brasil. **Rev Panam Salud Publica**, Washington, n. 45, v. 65, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.26633/RPSP.2021.65>. Acesso em: 2 nov. 2022.

BRANDÃO. Elizabeth. Conceito de Comunicação Pública. *In*: DUARTE, Jorge (org.). **Comunicação pública**: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público. São Paulo: Atlas, 2009, p. 2 - 20.

BRASIL. Decreto legislativo. **Diário Oficial da União**, 20 março de 2020. Disponível em: <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/decreto-legislativo-249090982>. Acesso em: 9 jan. 2021.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Coronavírus Brasil**, 2020. Disponível em: <https://covid.saude.gov.br/>. Acesso em: 9 jan. 2020.

BRASIL. **Constituição Constituição [da] República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal, 1988. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constitui%C3%A7ao.htm. Acesso em: 15 nov. 2022.

BUCCI. Eugênio. News não são fake – e fake não são news. *In*: BARBOSA, Mariana (org.). **Pós – verdade e fake news**. Rio de Janeiro: Cobogó, 2019, p. 39-47.

CARVALHO, Priscila. Quinino não é base da cloroquina e água tônica não cura covid-19. **Saúde Uol**, 15 abril 2020. Disponível em: <https://www.uol.com.br/vivabem/noticias/redacao/2020/04/15/coronavirus-agua-tonica-nao-cura-covid-19-video-e-falso.htm>. Acesso em: 2 nov. 2022.

D'ANACONA. Matthew. **Pós-verdade**: a nova guerra contra os fatos em tempos de *fake news*. Barueri: Faro Editorial, 2018.

DI GIULIO, Gabriela; ASSUNÇÃO, João Vicente de; RIBEIRO, Helena; GÜNTHER, Wanda Maria; VASCONCELLOS, Maria. Percepção de risco: um campo de interesse para a interface ambiente, saúde e sustentabilidade. **Saúde e Sociedade**, São Paulo, v. 24, n. 4, p. 1217-1231, 2015. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0104-12902015000401217&lng=en&nrm=iso&tlng=pt. Acesso em: 12 jan. 2021.

DUARTE, Jorge. **Comunicação pública**: Estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2009.

FALCÃO, Paula; SOUZA, Aline Batista de. Pandemia de desinformação: as fake news no contexto da Covid-19 no Brasil. **Reciis – Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde**, Rio de Janeiro, v. 15, n. 1, p. 55-71, jan./mar. 2021. Disponível em: <https://www.arca.fiocruz.br/bitstream/handle/icict/47085/2219-9461-1-PB.pdf;jsessionid=E5E8A0C7CCBFA9AB2E394FCA3F2DF858?sequence=2>. Acesso em: 2 nov. 2022.

FARIAS, Luiz Alberto de. **Opiniões voláteis**: opinião pública e construção de sentido. São Paulo: Metodista, 2019.

FIOCRUZ. **Pesquisa revela dados sobre 'fake news' relacionadas à Covid-19**. Fiocruz, Rio de Janeiro, 15 abril de 2020. Disponível em: <https://portal.fiocruz.br/noticia/pesquisa-revela-dados-sobre-fake-news-relacionadas-covid-19>. Acesso em: 18 abr. 2021.

GALHARDI, Cláudia Pereira; FREIRE, Neyson Pinheiro; MINAYO, Maria Cecília de Souza. FAGUNDES, Maria Clara Marques. Fato ou Fake? Uma análise da desinformação frente à pandemia da Covid-19 no Brasil. **Ciênc. saúde coletiva**, Manguinhos, v. 25, supl. 2, p. 4201-4210, set. 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1413-812320202510.2.28922020>. Acesso em: 12 jan. 2021.

GONÇALVES, Juliano Costa. Confiança na comunicação de risco sobre o covid-19 no Brasil: desafios e perspectivas. In: VALENCIO, Norma; OLIVEIRA, Celso. (org.). **Covid-19 crise entremeadas no contexto de pandemia antecedentes cenários e recomendações**. São Carlos: UFSCar/CPOI, 2020. p. 383 – 412. Disponível em: https://www.sibi.ufscar.br/arquivos/covid-19-criSES-entremeadas-no-contexto-de-pandemia-antecedentes-cenarios-e-recomendacoes.pdf?fbclid=IwAR3CSHlaa3WNOUoFiiQlY4ZQK5usV9_Gg_zjFPr-wIERIZLceveMIf8-iM. Acesso em: 12 jan. 2021.

IBGE. Censo Demográfico 2000-2010. **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística**. Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: http://www.censo2010.ibge.gov.br/primeiros_dados_divulgados/index.php?uf=33. Acesso em: 27 nov. 2021.

JESSICA MAYARA. Coronavírus: fake news atinge 110 milhões de brasileiros. Estado de Minas Gerias Saúde e Bem viver. **Estado de Minas**, 21 de maio 2020. Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/bem-viver/2020/05/21/interna_bem_viver,1149424/coronavirus-fake-news-atinge-110-milhoes-de-brasileiros.shtml. Acesso em: 16 jan. 2021.

KAUFMAN, Dora. A inteligência artificial mediando a comunicação: impactos da automação. In: BARBOSA, Mariana (org.). **Pós – verdade e fake news**. Rio de Janeiro: Cobogó, 2019. p. 49-58.

KNECHTEL, Maria do Rosário. **Metodologia da pesquisa em educação**: uma abordagem teórico-prática dialogada. Curitiba: Intersaberes, 2014.

LEVITSKY, Steven; ZIBLATT, Daniel. **Como as democracias morrem**. Rio de Janeiro: Zahar, 2018.

MATOS, Heloiza Helena Gomes de. A comunicação pública na perspectiva da teoria do reconhecimento. *In*: KUNACHI, Margarida (org.). **Comunicação pública, sociedade e cidadania**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2011. p. 282 – 285.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. **Coronavírus**. 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/coronavirus>. Acesso em: 15 nov. 2022.

OCHS, Daniela Machado; MACHADO, Daniela; FERRARI, Ana Claudia. **Guia de educação midiática**. São Paulo: Instituto Palavra Aberta, 2020.

OMS. **Comunicação de riscos em emergências de saúde pública**: um guia da OMS para políticas e práticas em comunicação de risco de emergência. Genebra: Organização Mundial da Saúde, 2018.

PREFEITURA DE SÃO PAULO. **Coronavírus**. 2022. Disponível em: https://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/saude/vigilancia_em_saude/doencas_e_agrivos/coronavirus/index.php?p=295099. Acesso em: 15 nov. 2022.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2020.

RIBEIRO, Eva Márcia Arantes Ostrosky; MAINIERI, Tiago. A comunicação pública como processo para o exercício da cidadania: o papel das mídias sociais na sociedade democrática. **ORGANICOM**, São Paulo, v. 8, n. 14, p. 49-61, jun. 2011. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/139084/134433>. Acesso em: 12 jan. 2021.

SANTAELLA, Lucia. **A pós-verdade é verdadeira ou falsa?**. São Paulo: Estação das Letras. 2018.

SANTAELLA, Lucia. **Comunicação e pesquisa**. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

SÃO PAULO (Estado). **Contra o novo coronavírus**. São Paulo: Governo do Estado de São Paulo, 2020. Disponível em: <https://www.saopaulo.sp.gov.br/coronavirus/>. Acesso em: 21 maio 2021.

SENADO FEDERAL. Relatório de Pesquisa – 2019. Pesquisa sobre redes sociais, notícias falsas e privacidade de dados na internet. Brasília. **DataSenado**, 2019. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/institucional/datasenado/publicacaodatasenado?id=mais-de-80-dos-brasileiros-acreditam-que-redes-sociais-influenciam-muito-a-opinio-das-pessoas>. Acesso em: 15 jan. 2021.

WEBER, Maria Helena. Estratégias da comunicação de Estado e a disputa por visibilidade e opinião. *In*: KUNSCH, Margarida (org.). **Comunicação pública, sociedade e cidadania**. São Caetano do Sul: Difusão, 2011. p. 101-119.