



Covid19

Comunicação e desinformação

Fórum Pesquisas CIES-ISCTE, 29 de Janeiro
Trabalho científico e pandemia

Gustavo Cardoso
Miguel Paisana
Miguel Crespo

cies _ iscte
Centro de Investigação
e Estudos de Sociologia



OberCom
INVESTIGAÇÃO E SABER EM COMUNICAÇÃO

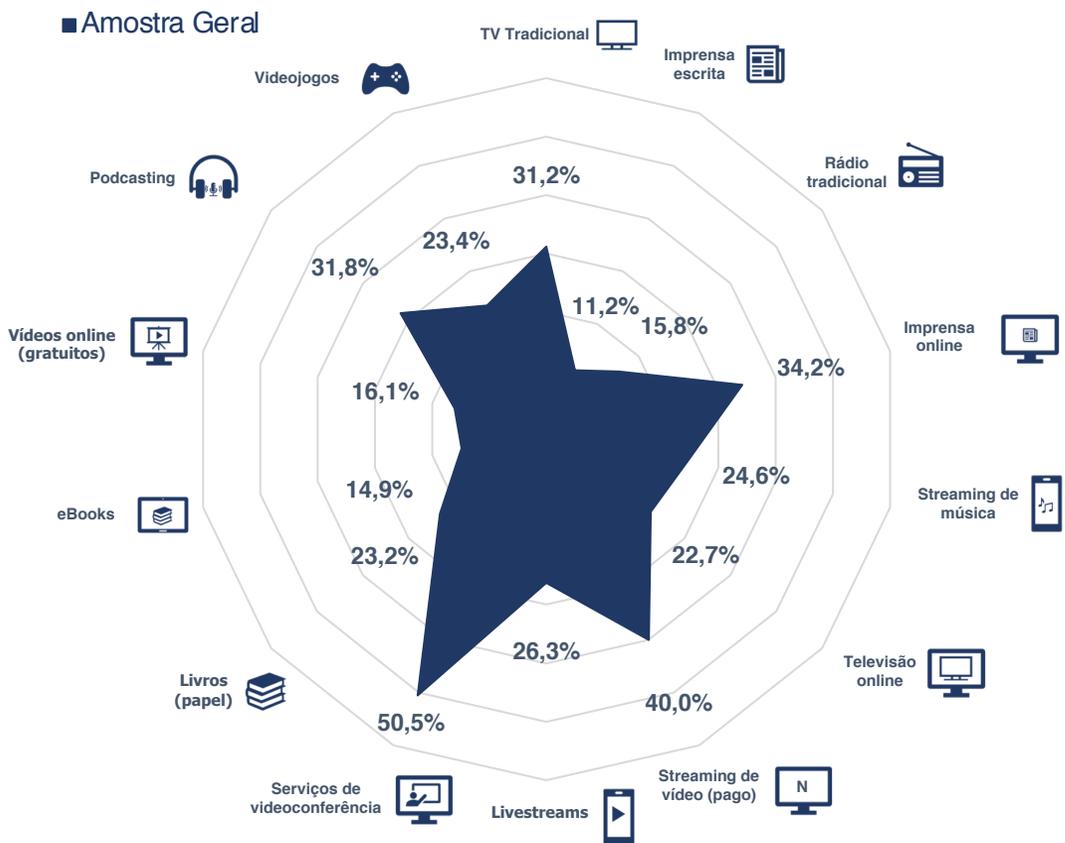
iscte
MEDIA
LAB

Aumento de consumo de media durante o confinamento de Março / Abril de 2020

Covid19

Fonte: Intercampus e OberCom. Edição, tratamento e produção: OberCom. n=974.

Comunicação e desinformação



16-23

Jovens são os que mais diversificaram consumo de media
Aumentos significativos em termos quantitativos mas também qualitativos
Conectados mas ainda assim ligados a meios tradicionais

24-37

Grupo que mais aumentou o consumo de notícias em formato digital
Grande adesão a streaming de video pago e videoconferência

38-56

Adesão mais modesta a novos consumos que as gerações anteriores
Aumentos no uso de software de videoconferência e streaming pago

57 +

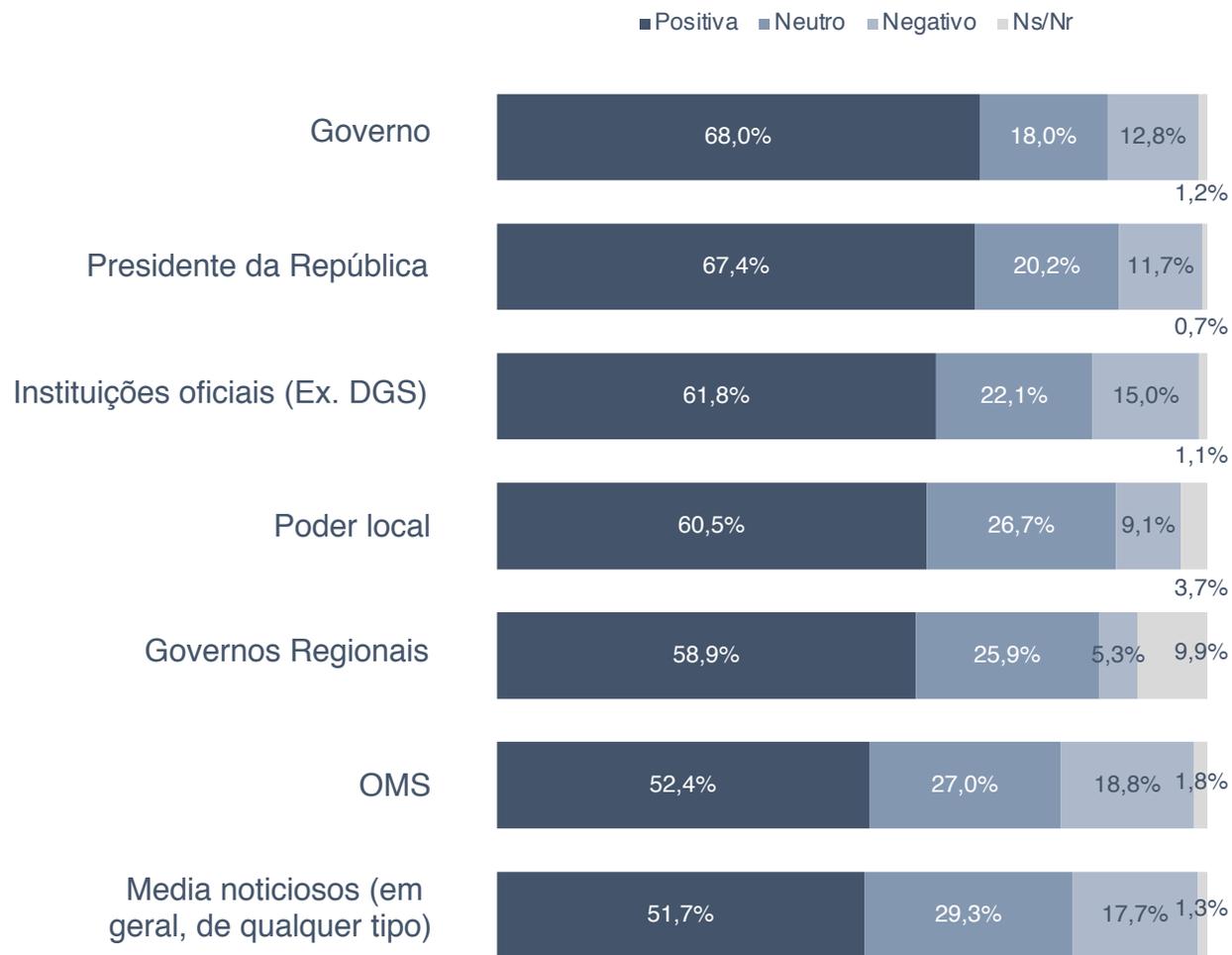
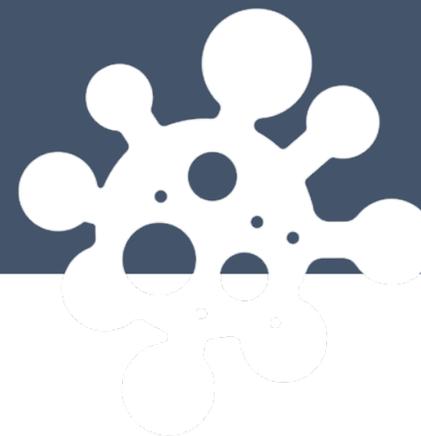
Geração com aumentos mais modestos em termos proporcionais
Ainda assim aumentos significativos em videoconferência e notícias online

Avaliação da comunicação e do papel desempenhado pelos actores institucionais

Covid19

Fonte: Intercampus e OberCom. Edição, tratamento e produção: OberCom. n=974.

Comunicação e desinformação



Confiança em notícias Digital News Report 2020 (Jan. / Fev.)  **56% (1º em 40 países)**
Média de 37%



Desinformação e Fake News

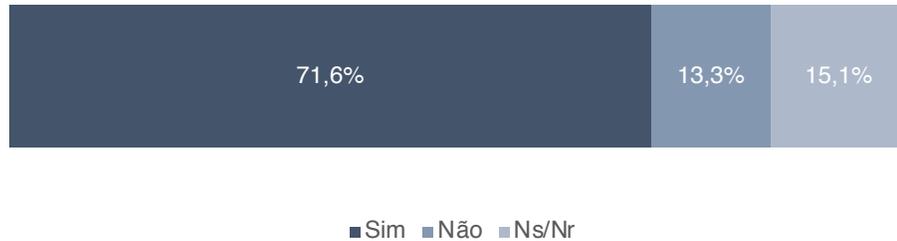
Covid19

Fonte: Intercampus e OberCom. Edição, tratamento e produção: OberCom. n=974.

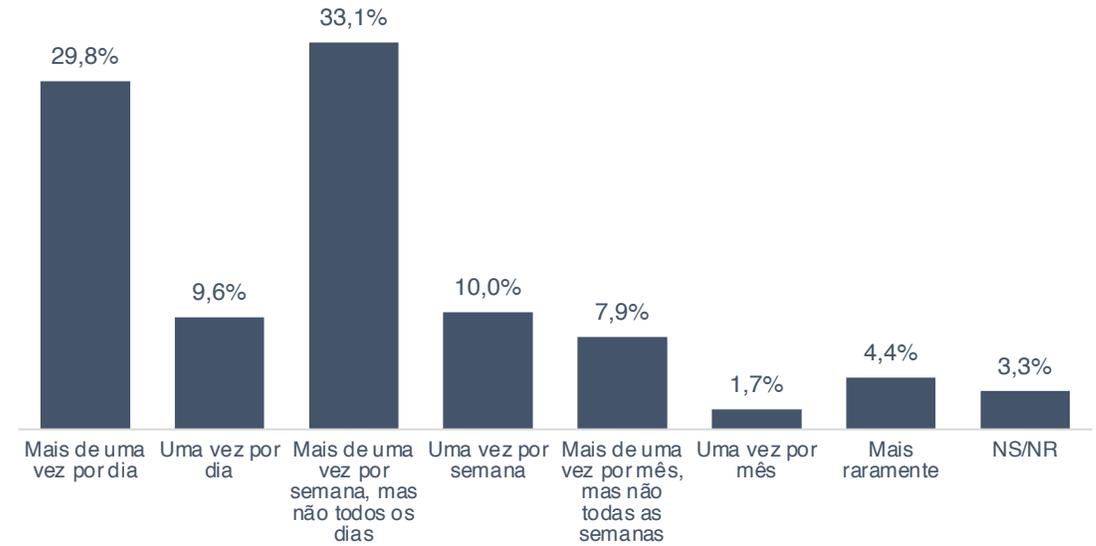


Comunicação e desinformação

“Durante o período de confinamento encontrou alguma informação/notícias sobre o Coronavírus que julga ter sido falsa ou enganosa?”



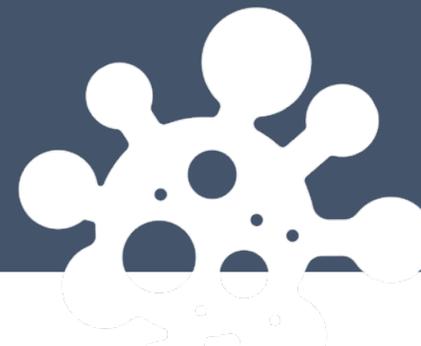
“Se sim, com que frequência?”



Como agiram os portugueses que se depararam com desinformação?



40% dos portugueses depararam-se com conteúdos desinformativos pelo menos uma vez por dia
72,5% mais de uma vez por semana



“Informação e desinformação sobre o coronavírus nas notícias e nas redes sociais em Portugal”

Publicado no início de março 2020

Foco:

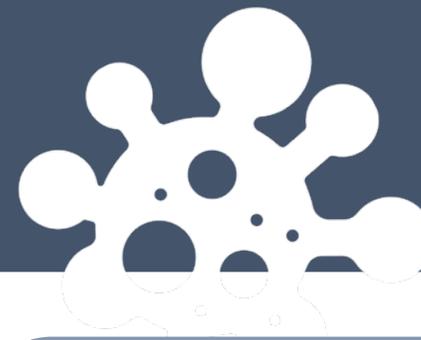
Tema Coronavírus nas pesquisas, notícias e redes sociais antes dos primeiros casos em Portugal, a 2 de Março

“Informação e desinformação sobre o Coronavírus em Portugal: WhatsApp, Facebook e Pesquisas”

Publicado no final de março 2020

Foco:

- Reação dos portugueses ao Coronavírus em 12-15 de março nas redes sociais e pesquisas
- Desinformação sobre Covid-19 no WhatsApp (identifica mensagens, nível de viralidade e veracidade / desinformação)
- Grupos de Facebook criados para partilhar informações sobre o vírus -> ações comunitárias
- Publicações dos media no Facebook e Twitter (interações geradas, movimentos de comunidade)
- Pesquisas Google (identifica as preocupações perante a pandemia)

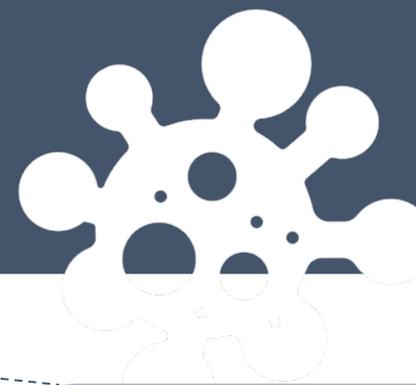


“Informação e desinformação sobre o coronavírus nas notícias e nas redes sociais em Portugal”

- Os media iniciaram cedo uma cobertura muito ampla e intensa do Coronavírus -> intensificou-se desde as primeiras notícias até à confirmação dos primeiros casos em Portugal
- As redes sociais despertaram muito mais tarde, mas com mais intensidade. Até final de fevereiro, a quantidade é reduzida -> a partir daí foi amplamente abordado nas redes sociais
- Pessoas procuram informação fidedigna, desdramatizar cobertura dos media, considerada excessiva -> ainda não havia muita desinformação, ao contrário de outros países

“Informação e desinformação sobre o Coronavírus em Portugal: WhatsApp, Facebook e Pesquisas”

- A partilha de conteúdos falsos, manipulados ou enganadores nos grupos de WhatsApp é em grande quantidade -> replicação dessas mensagens sem qualquer reflexão, verificação ou preocupação
- A maior parte da desinformação é replicada de forma recorrente -> em mais de 1000 mensagens recolhidas, 756 eram repetidas -> 70% eram áudio
- Característica dominante nesses conteúdos, após fact-checking -> suposto testemunho de especialistas de saúde e teoria da conspiração
- Em 30 dias -> 16 mil notícias, 500 mil posts e tweets
- Uso da pandemia para combate político nas redes

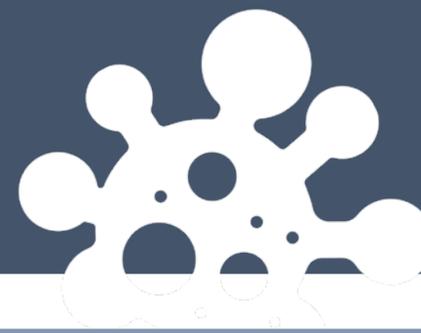


O projeto CovidCheck nasce a 11 de maio de 2020 no MediaLab_ISCTE para ajudar a otimizar a comunicação oficial e a esclarecer as principais questões dos portugueses sobre a pandemia, através da criação de uma rede pública de conhecimento disponível através de um website específico

• **Objetivos:**

1. Promoção de mensagens eficazes e claras junto da população
2. Identificar desinformação que possa ser prejudicial para a saúde pública
3. Fomentar a procura por fontes fidedignas





Financiado pela iniciativa Gulbenkian Soluções Digitais Covid-19, promovida pela Fundação Calouste Gulbenkian



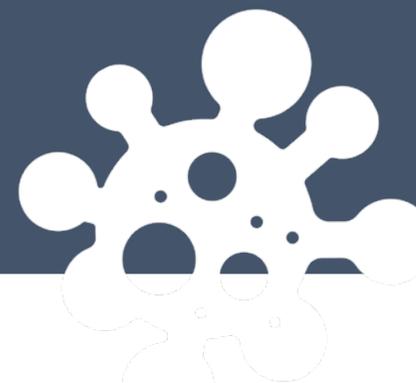
Contou com a participação da Sociedade Portuguesa de Psicanálise, Evidentia Médica e Cenjor



Realizou a análise de:

1. temática de discursos oficiais
2. informação nos media
3. expressão dos cidadãos nas redes sociais (de dúvidas, comportamentos negligentes ou dolosos e desinformação)
4. preocupações dos cidadãos nas pesquisas online





Após a recolha, a informação foi **codificada, classificada, validada por psicanalistas e transformada em recomendações de otimização da comunicação**

607

Conteúdos produzidos em 3 meses, disponíveis online, modelo open access

The screenshot shows the COVIDCHECK website interface. At the top, there is a navigation bar with the logo and menu items: HOME, ANÁLISE, RECOMENDAÇÕES, NÃO SE DEIXE ENGANAR, TRANSFORMAR É VIVER, and O PROJETO. Below the navigation bar, the main content is organized into three columns:

- ANÁLISE DO DIA:** Features an article titled "A Peste: crença e descrença" with a sub-headline "Aquilo a que nos últimos dois séculos chamámos de pandemia já foi chamado de peste. Para alguns, estes são tempos de um novo tipo de peste, para outros esta peste não existe. Embora os nomes mudem, os sentimentos mantêm-se. Estes sentimentos têm várias faces: o medo e a descrença. O medo é produto do desconhecimento ou do desconhecimento. A descrença é um fenómeno que importa compreender melhor, mas que também está ligado ao medo." Below this, there is a paragraph starting with "Na Idade Média não possuíamos a informação sobre as doenças que hoje possuímos, nem a maioria da população em geral sabia ler nem escrever. Se tanto mudou, nos últimos séculos, no campo da ciência e da sociedade, porque continuamos a precisar de páginas de projetos, conferências de imprensa, artigos de imprensa e reportagens que nos assegurem que dada informação é certa ou errada? A resposta para uma pergunta tão complexa talvez tenha uma resposta simples." and another paragraph starting with "Uma pandemia muda, de forma radical, as nossas rotinas do quotidiano. Para muitos de nós tal é difícil de aceitar, mas percebemos lentamente que mudar é".
- RECOMENDAÇÕES DO DIA:** Lists several articles with dates in July 2020, such as "É arriscado o uso de ar condicionado no contexto da Covid-19?", "Que cuidados devo ter se estiver a cuidar de alguém com Covid-19, em casa?", "Saiba como funciona a app StayAway Covid, que mostra se tivemos contacto com alguém com Covid-19", "Consulte a 2ª edição das orientações para gestão de Zonas de Apoio à População", and "Saiba se as pessoas de grupos de risco podem usar máscaras caseiras".
- NÃO SE DEIXE ENGANAR:** Lists articles such as "Medidas do Governo, medicamentos e entidades oficiais encabeçam as pesquisas relacionadas com a Covid-19", "Covid-19 foi 'explosivo' nas redes sociais mas perdeu impacto ao longo do tempo", "Todos os dias é preciso desconstruir narrativas falsas ou enganadoras", "A taxa de mortalidade da Covid-19 é quase inexistente se excluirmos quem tem condições de saúde pré-existentes?", and "Tenho mais possibilidades de contrair Covid-19 porque sou mais alto?".
- TRANSFORMAR É VIVER:** Contains a long paragraph starting with "Desde 9 de maio, início deste projeto, que os psicanalistas da Sociedade Portuguesa de Psicanálise se envolveram na tarefa de criar pequenos textos, nos quais a vivência subjetiva do momento ganhase forma em palavras, em pequenos textos de variados ritmos, recorrendo frequentemente à arte expressa por escritores e poetas. Falaram sobre o medo, o tempo suspenso, a morte, a angústia, a esperança, a criatividade, o amor, a solidariedade e o cansaço. Falaram também da violência humana e da injustiça, do sentimento de impotência e de ilusão." and another paragraph starting with "Dia a dia, criaram textos que falavam de si e dos outros, numa procura de sentido e de sentire. Tentaram dar nome à inquietante estranheza que brutalmente nos invadiu." and a final paragraph starting with "O imenso testemunho de que todo este projeto fala perdurará para além deste momento marcante da nossa história mundial, nacional e pessoal. Para o conjunto dos membros da nossa Sociedade Portuguesa de Psicanálise este tem sido um tempo e um processo de aprendizagem, de coesão, de partilha, de".