



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS, COMUNICAÇÃO E ARTES  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO  
MESTRADO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO**

**PRISCILA ELIZABETH FERREIRA DUARTE SANCHES**

**DESINFORMAÇÃO EM SAÚDE E *FACT-CHECKING*: ANÁLISE DE  
ESTRATÉGIAS NARRATIVAS EM CONTEÚDOS VERIFICADOS NA AMÉRICA  
LATINA**

**MACEIÓ  
2025**

PRISCILA ELIZABETH FERREIRA DUARTE SANCHES

**DESINFORMAÇÃO EM SAÚDE E FACT-CHECKING: ANÁLISE DE  
ESTRATÉGIAS NARRATIVAS EM CONTEÚDOS VERIFICADOS NA AMÉRICA  
LATINA**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Alagoas como parte dos requisitos para obtenção do Título de Mestra em Ciência da Informação.

Área de Concentração: Informação, Tecnologia e Inovação.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Maria Lívia Pachêco de Oliveira

MACEIÓ  
2025

**Catálogo na fonte**  
**Universidade Federal de Alagoas**  
**Biblioteca Central**  
**Divisão de Tratamento Técnico**

Bibliotecária: Taciana Sousa dos Santos – CRB-4 – 2062

S211d Sanches, Priscila Elizabeth Ferreira Duarte.  
Desinformação em saúde e *fact-checking* : análise de estratégias narrativas em conteúdos verificados na América Latina / Priscila Elizabeth Ferreira Duarte Sanches. – 2025.  
141 f. : il. color.

Orientadora: Maria Lívia Pachêco de Oliveira.  
Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Universidade Federal de Alagoas. Instituto de Ciências Humanas, Comunicação e Artes. Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação. Maceió, 2025.

Bibliografia: f. 135-141.

1. Desinformação. 2. Desinformação em saúde. 3. *Fact-checking*. I. Título.

CDU: 316.776.22

## **FOLHA DE APROVAÇÃO**

PRISCILA ELIZABETH FERREIRA DUARTE SANCHES

### **DESINFORMAÇÃO EM SAÚDE E FACT-CHECKING: ANÁLISE DE ESTRATÉGIAS NARRATIVAS EM CONTEÚDOS VERIFICADOS NA AMÉRICA LATINA**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em  
Ciência da Informação da Universidade Federal de Alagoas  
como parte dos requisitos para obtenção do Título de Mestra em  
Ciência da Informação.

**Aprovada em: 07/05/2025.**

#### **BANCA EXAMINADORA**

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Maria Lívia Pachêco de Oliveira  
Universidade Federal de Alagoas  
Presidente da banca examinadora – Orientadora

---

Prof.<sup>a</sup> Dra. Priscila Muniz de Medeiros  
Universidade Federal de Alagoas  
Membro interno titular

---

Prof.<sup>o</sup> Dr. Fellipe Sá Brasileiro  
Universidade Federal da Paraíba  
Membro externo titular

---

Prof.<sup>o</sup> Dr. Edivanio Duarte de Souza  
Universidade Federal de Alagoas  
Membro interno – Suplente

---

Prof.<sup>o</sup> Dr. André Luiz Dias de França  
Universidade Federal do Rio Grande do Norte  
Membro externo – Suplente

*À minha mãe, por todo o esforço pela minha educação.*

## AGRADECIMENTOS

À minha mãe, Rosa, que sempre priorizou e investiu na minha formação, envidando todos os esforços para que me tornasse um ser humano íntegro, empático e capaz de contribuir de alguma forma para a mudança no mundo. Obrigada por abdicar de tanto, por priorizar minha educação e por ser meu suporte desde sempre e para sempre.

À minha irmã, Karol, que tem grande e importante contribuição neste processo de retorno à vida acadêmica e exerceu toda a sua psicologia nos meus momentos de tensão, indignação, confusão e desabafo, ajudando a tornar a caminhada mais leve.

À minha família, avô, tios Rosa, Lena, Rita e Junior por todas as contribuições no meu processo de criação e educação ao longo da vida. Pelas horas dedicadas à mim e abdicadas por mim, pelos investimentos, incentivos, puxões de orelha e, principalmente, por me mostrarem diariamente a importância da educação e da independência.

Ao meu marido, Bruno, que com sua paciência e companheirismo me acompanhou, apoiou e entendeu desde o momento em que decidi abraçar este desafio e me lembrou quase todos os dias da minha dedicação, capacidade e potencial para vencer todas as dificuldades do caminho, mesmo diante dos meus inúmeros desabafos, choros e incertezas.

À Pepê e Branca, que tornaram meus momentos de estudos muito mais gostosos e leves com seus carinhos peludos, sempre ao alcance de minhas mãos, bigodes invadindo as reuniões de orientação, aulas online e momentos de leitura, e todo o amor que, mesmo inconscientemente, inunda meus dias há quase 10 anos.

Aos meus amigos próximos e colegas de trabalho, com quem compartilhei as angústias desde o processo de seleção até a aprovação no programa, que sabem dos meus objetivos e me incentivaram a alcançá-los, que compreenderam minhas ausências e vibraram com cada etapa concluída.

À minha orientadora, Lívia Pachêco, por sua compreensão, comprometimento, consideração, incentivo e sobretudo, pela humanidade e humildade ao compartilhar sua experiência, conhecimento e tempo. Grande parte da leveza que encontrei ao longo deste período vem de sua serenidade e sensibilidade, muito obrigada!

A todos os professores que tive ao longo de toda a minha vida, que me ensinaram muito além das teorias e marcaram positivamente minha trajetória.

Por fim, em memória de minha avó Eluzia, que tanto contribuiu para minha criação e educação, e sempre demonstrou muito orgulho de sua neta mais velha, do meu Pai, Cícero, que perdi ainda muito jovem, mas que também me demonstrava todo seu amor e orgulho a cada encontro e da minha tia-avó, Dadá, que além de cuidar de mim quando bebê, sempre nutriu um amor e cuidado incondicionais por mim, agradeço por continuarem me olhando de onde estão.

## RESUMO

A velocidade na disseminação de informações proporcionada pelas tecnologias, redes sociais e plataformas *online* ampliou a circulação de desinformação, que se configura como uma ameaça à sociedade por seu caráter deliberadamente nocivo e capacidade de falsificação e distorção intencional de fatos. Na contramão da desinformação, os serviços de checagem de fatos, também conhecidos como *fact-checking*, têm se consolidado como aliados dos indivíduos na prática de sua competência crítica, porém, especialmente no campo da saúde, essa checagem se configura complexa e necessitada de recursos significativos. A desinformação em saúde demonstra-se essencialmente danosa, dada sua propensão a interferir negativamente na saúde pública ao induzir a comportamentos de risco e comprometer a credibilidade na ciência e em instituições de saúde. A presente dissertação estabelece como objetivo geral a análise da estrutura de conteúdos desinformativos em saúde verificados por serviços de *fact-checking* latino-americanos, com o intuito de identificar padrões narrativos e estratégias desinformativas recorrentes na elaboração desses conteúdos. Para tanto, foi realizada uma pesquisa qualitativa, com abordagem exploratória-descritiva e baseada na análise documental de peças desinformativas verificadas por serviços de checagem de fatos certificados pela *International Fact-Checking Network*, utilizando-se a técnica de análise de conteúdo. Os resultados apontam que a desinformação em saúde estrutura-se intencionalmente com base em estratégias frequentemente presentes em conteúdos relacionados a saúde, que foram sistematizadas em 6 categorias desinformativas descritas e esmiuçadas na pesquisa. Aponta-se ainda para a necessidade de desenvolvimento de mecanismos mais eficazes e proativos para mitigação do fenômeno da desinformação e conclui-se que o enfrentamento da desinformação em saúde exige esforços interdisciplinares, que combinem a atuação de checadores, pesquisadores, profissionais da saúde e, sobretudo o conhecimento das estratégias utilizadas na construção e disseminação desses conteúdos, para fortalecer a confiança na ciência e promover a circulação de informações baseadas em evidências.

**Palavras-chave:** desinformação; desinformação em saúde; checagem de fatos; pós-verdade.

## ABSTRACT

The speed of dissemination of information provided by technologies, social networks and online platforms has increased the circulation of disinformation, which constitutes a threat to society due to its deliberately harmful nature and capacity to intentionally falsify and distort facts. In the opposite direction of disinformation, fact-checking services have established themselves as allies of individuals in the practice of their critical competence, however, especially in the healthcare field, this verification is complex and requires significant resources.

Health disinformation is essentially harmful, given its propensity to negatively interfere with public health by inducing risky behavior and compromising the credibility of science and health institutions. This dissertation establishes as its general objective the analysis of the structure of disinformative content in health verified by Latin American fact-checking services, with the objective of identifying narrative patterns and recurrent disinformation strategies in the elaboration of these contents. To this end, a qualitative research was carried out, with an exploratory-descriptive approach and based on the document analysis of disinformative pieces verified by fact-checking services certified by the International Fact-Checking Network, using the content analysis technique. The results indicate that health disinformation is intentionally structured based on strategies frequently present in health-related content, which were systematized into 6 disinformative categories described and scrutinized in the research. It also points to the need to develop more effective and proactive mechanisms to mitigate the phenomenon of disinformation and it is concluded that tackling health disinformation requires interdisciplinary efforts, which combine the work of fact-checkers, researchers, health professionals and, above all, knowledge of the strategies used in the construction and dissemination of this content, to strengthen trust in science and promote the circulation of evidence-based information.

**Keywords:** disinformation; health disinformation; fact checking; post-truth.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Imagem 01	- Simplificação de resolução de problema de saúde complexo	63
Imagem 02	- Imitação de portais de notícias e uso de imagem de figura pública .....	64
Imagem 03	- Utilização indevida de nomes de instituições de saúde .....	65
Imagem 04	- Politização de pautas relacionadas à saúde .....	66
Imagem 05	- Estímulo a tratamentos alternativos sem evidência científica	67
Imagem 06	- Estudo de <i>Harvard</i> comprova que hidroxicloroquina é eficaz contra COVID-19 .....	72
Imagem 07	- Segundo estudo revisado por pares, ivermectina reduz o risco de morte por COVID-19 em 92% .....	73
Imagem 08	- Institutos norte-americanos indicam ivermectina para tratar a COVID-19 em 2022 .....	74
Imagem 09	- ANVISA aprova composto de <i>ora-pro-nóbis</i> e cúrcuma para tratamento de dores articulares .....	74
Imagem 10	- <i>Mayo Clinic</i> atualiza recomendação para tratar COVID-19 com hidroxicloroquina em 2023 .....	76
Imagem 11	- FDA aprova Ivermectina como tratamento contra a COVID-19 .....	76
Imagem 12	- Ivermectina reduz 97% da carga viral da COVID-19 em 48 horas .....	77
Imagem 13	- Ivermectina reduz risco de morte por COVID-19 em 90,7% ..	78
Imagem 14	- E agora? Quem são os genocidas? .....	80
Imagem 15	- Venda de suplementos nas redes sociais .....	84
Imagem 16	- Garantia de resultados ou seu dinheiro de volta .....	85
Imagem 17	- Vídeo recomenda a não utilização de protetor solar .....	86
Imagem 18	- Supostas usuárias de suplemento para emagrecimento .....	87
Imagem 19	- Utilização de espaços publicitários em canais do <i>Youtube</i> ....	89
Imagem 20	- Rainha Elizabeth II e o suposto uso oculto da Ivermectina ....	93
Imagem 21	- Fim das mentiras sobre a eficácia da Ivermectina .....	93
Imagem 22	- Imprensa brasileira agora fala a verdade .....	94
Imagem 23	- Fantástico acusado de ocultar intenções do então presidente Jair Bolsonaro em reportagem .....	95
Imagem 24	- Casca de limão para cura do Câncer .....	98
Imagem 25	- O azeite que elimina o câncer em um dia .....	99
Imagem 26	- Promoção de tratamentos alternativos .....	100
Imagem 27	- Soluções simples para problemas de saúde complexos .....	101
Imagem 28	- Tratamento alternativo para câncer de mama .....	102
Imagem 29	- Pílula do câncer .....	102
Imagem 30	- Imitação do <i>site</i> de notícias <i>Gshow</i> .....	105
Imagem 31	- <i>Marketing</i> de suplemento para emagrecimento em reportagem falsa .....	106
Imagem 32	- Utilização de imagem de figura pública para fins enganosos	107
Imagem 33	- Entrevista fora de contexto .....	108
Imagem 34	- Utilização indevida de imagem de Drauzio Varella com manipulação vocal .....	109
Imagem 35	- Apelo aos sentimentos: “destruíram famílias!” .....	113
Imagem 36	- Clamor por desculpas .....	113
Imagem 37	- Linguagem sensacionalista e inflamatória .....	115

Imagem 38	- Linguagem apelativa ao senso de vingança .....	115
Imagem 39	- Linguagem sensacionalista para causar revolta .....	116
Imagem 40	- Imagens impactantes para atrair atenção .....	117
Imagem 41	- Linguagem coloquial para facilitar a compreensão .....	118
Imagem 42	- Estímulo ao compartilhamento .....	119
Imagem 43	- Deslegitimação da ciência por meio de defesa do bolsonarismo .....	122
Imagem 44	- Polarização entre o público e a ciência por meio da defesa de ideais bolsonaristas .....	123
Imagem 45	- Polarização de discussões relacionadas ao tema saúde .....	126

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1	- Elementos essenciais da pesquisa .....	16
Quadro 2	- Direcionamento analítico quanto aos objetivos específicos .....	49
Quadro 3	- Etapas de análise de conteúdo nos serviços de checagem de fatos .....	56
Quadro 4	- Etapas de análise de conteúdo nas peças desinformativas sobre medicamentos e tratamentos .....	57
Quadro 5	- Sistematização dos conteúdos relacionados à saúde nas agências de checagem de fatos .....	59
Quadro 6	- Aspectos considerados para a análise das peças desinformativas .....	61
Quadro 7	- Estratégias desinformativas identificadas .....	68
Quadro 8	- Categorias de estratégias desinformativas .....	69

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AIDS	<i>Acquired Immunodeficiency Syndrome</i>
ANVISA	Agência Nacional de Vigilância Sanitária
CCI	Competência Crítica em Informação
CDC	Centro de Controle e Prevenção de Doenças
CI	Ciência da Informação
COVID-19	<i>Coronavirus-Disease-19</i>
C&T	Ciência e Tecnologia
ESPII	Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional
FDA	<i>Federal Drug Administration</i>
FIOCRUZ	Fundação Oswaldo Cruz
IEA - RP	Instituto de Estudos Avançados Polo Ribeirão Preto
IFCN	<i>International Fact-Checking Network</i>
LAI	Lei de Acesso à Informação
MIT	<i>Massachusetts Institute of Technology</i>
MSD	<i>Merck Sharp &amp; Dohme</i>
OPAS	Organização Pan-Americana da Saúde
OMS	Organização Mundial da Saúde
Sars-CoV-2	Coronavírus 2 da síndrome respiratória aguda grave
SBT	Sistema Brasileiro de Televisão
SUS	Sistema Único de Saúde
TICs	Tecnologias de Informação e Comunicação
Ufal	Universidade Federal de Alagoas
USP	Universidade de São Paulo
UVA	Ultravioleta A
UVB	Ultravioleta B
UVC	Ultravioleta C

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>12</b>
<b>2</b>	<b>O FENÔMENO DA DESINFORMAÇÃO: MECANISMOS DE FUNCIONAMENTO E PERSPECTIVAS DE COMBATE</b> .....	<b>19</b>
2.1	O papel dos serviços de checagem de fatos frente ao fenômeno da desinformação .....	31
2.2	Desinformação em saúde: conceitos, impactos e estratégias de mitigação .....	37
<b>3</b>	<b>METODOLOGIA</b> .....	<b>47</b>
3.1	Caracterização da pesquisa .....	47
3.1.1	Quanto aos objetivos .....	48
3.1.2	Quanto aos métodos e técnicas empregados .....	50
3.2	Universo e amostra .....	52
3.3	Coleta e sistematização de dados da pesquisa .....	55
<b>4</b>	<b>ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS</b> .....	<b>58</b>
4.1	Resultado da primeira fase da análise do material selecionado nos serviços de checagem .....	58
4.2	Resultados da análise dos aspectos estruturais das peças relacionadas a medicamentos e tratamentos .....	61
4.2.1	Resultado da análise das peças desinformativas .....	62
4.3	Segunda análise das peças desinformativas .....	<b>69</b>
4.3.1	Categoria 1: Simulação de legitimidade científica .....	71
4.3.2	Categoria 2: Publicidade fraudulenta .....	82
4.3.3	Categoria 3: Descredibilização de instituições e da ciência .....	91
4.3.4	Categoria 4: Manipulação visual .....	103
4.3.5	Categoria 5: Apelo à emoção .....	112
4.3.6	Categoria 6: Politização excessiva de pautas .....	121
<b>5</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>128</b>
	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>135</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A disseminação de desinformação, que diz respeito a informações deliberadamente falsas criadas com fins nocivos (Wardle; Derakhshan, 2017), não é um fenômeno novo, mas tem se tornado um desafio crescente e preocupante nos últimos anos. Frente ao advento das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs), redes sociais e outras plataformas *online*, a velocidade e alcance da desinformação aumentaram exponencialmente, tornando-a uma ameaça significativa para a sociedade contemporânea ao distorcer a percepção pública, influenciar negativamente decisões e minar a confiança em autoridades e especialistas.

No contexto da saúde, a informação em situações de emergências sanitárias, como a vivenciada recentemente com a COVID-19, apresenta-se como um artifício primordial não só para a busca e compartilhamento de experiências entre cientistas para tratamento e erradicação de enfermidades, mas também para auxiliar a população a tomar conhecimento sobre as medidas adotadas pelos governos e sanar dúvidas (Salustiano *et al.*, 2022).

Contudo, a circulação de informações enganosas ou deliberadamente falsas sobre temas relacionados ao campo da saúde, intensificada pela pandemia da COVID-19, evidenciou a urgência em abordar e combater a desinformação, dado seu potencial para influenciar negativamente a saúde pública, induzir a comportamentos de risco, como por exemplo a recusa a vacinas e tratamentos, e comprometer a confiança da sociedade na ciência e em instituições de saúde.

A desinformação em saúde, assim como a desinformação de modo geral, pode se manifestar de diversas formas, desde boatos, mitos e teorias da conspiração até a divulgação deliberada de informações erradas com o intuito de manipular a opinião pública por meio de seus sentimentos e emoções (Wardle; Derakhshan, 2017). O termo desinformação possui múltiplas conceituações, refletindo a complexidade e a dinamicidade desse fenômeno e, embora seja comumente associado à disseminação intencional de conteúdos falsos ou enganosos com o objetivo de manipular percepções ou comportamentos, como defendem Wardle e Derakhshan (2017), seu entendimento varia conforme a perspectiva teórica adotada e o contexto de análise, indo desde a intencionalidade do agente emissor, até os impactos sociais da circulação de informações imprecisas, independentemente da intenção. Essa pluralidade de definições evidencia a necessidade de delimitações conceituais claras

nos estudos sobre o tema, especialmente em áreas sensíveis como a saúde pública, onde os efeitos da desinformação podem ser particularmente danosos. Em cenários desinformativos, a verdade se torna secundária e crenças preexistentes são reforçadas, encontrando indivíduos expostos continuamente às mesmas ideias e narrativas, com pouca ou nenhuma exposição a perspectivas contrárias ou correções factuais (Bini, 2016).

Além disto, a desinformação em saúde se aproveita dos algoritmos das plataformas digitais, que privilegiam conteúdos direcionados, como propagandas financiadas por anunciantes, cuja intenção é manter o usuário engajado pelo maior tempo possível para aumentar o volume de visualizações e interações com os anúncios (Bezerra; Almeida, 2020) e por meio do reforço de crenças pré-existentes, fortalecendo bolhas de conteúdo, visto que o indivíduo tem o poder de influenciar o algoritmo com base em suas preferências e este, por sua vez, aprimora-se cada vez mais, subsidiado por estes dados, implementando um controle horizontal e adaptável e traçando um perfil cada vez mais preciso do usuário (Castro, 2020), expondo-o continuamente a informações polarizadas e nem sempre comprometidas com dados factuais. O rápido compartilhamento de informações proporcionado por estas plataformas também compromete a verificação dos fatos, tanto pela indisposição dos indivíduos em sair da zona de conforto de suas emoções e crenças quanto pela velocidade com que são disseminadas.

Neste ponto, os serviços de checagem de fatos, conhecidos como *fact-checking*, têm desempenhado um papel crucial pois, dedicam-se a identificar, verificar e corrigir informações falsas ou enganosas que circulam na mídia e nas plataformas digitais. Embora muitos serviços de checagem de fatos sigam um código de princípios estabelecido internacionalmente, que inclui métodos rigorosos e transparentes, nem todos aderem a essas diretrizes. No entanto, todas possuem como objetivo comum restaurar a integridade da informação e promover um ambiente informativo mais ético e confiável, contribuindo para a conscientização pública e fornecendo aos cidadãos um modelo metodológico de análise crítica de informações suspeitas.

Desmentir uma informação falsa ou desmontar uma teoria da conspiração é ainda mais desafiador quando estas já foram viralizadas e enraizadas no imaginário popular. Por este motivo, conhecer a forma como conteúdos desinformativos em saúde são estruturados permite identificar padrões recorrentes, estratégias persuasivas e mecanismos de disseminação, fornecendo subsídios para ações mais

precisas de contenção e mitigação deste fenômeno. Ao compreender como a desinformação em saúde é construída, quais recursos são utilizados para conferir credibilidade e como ela é disseminada, torna-se possível desenvolver abordagens mais robustas, combinando regulação, educação e inovação tecnológica para minimizar seus impactos e fortalecer a circulação de informações confiáveis na área da saúde. Mapear padrões estruturais possibilita a previsão de novas formas de desinformação antes que se tornem amplamente difundidas, proporcionando uma resposta mais ágil tanto de serviços de verificação de fatos quanto de órgãos de saúde, permitindo também que o público possa identificar padrões enganosos e assumir uma postura mais crítica e reflexiva diante das informações consumidas.

Admite-se, portanto, neste estudo, a desinformação como um fenômeno intencional, ou seja, não estruturado de modo aleatório, mas sim baseado em estratégias específicas para maximizar seu alcance e efeito. Tal intencionalidade é aqui mensurada pela identificação de estratégias utilizadas para a construção de peças desinformativas em saúde, não levando em consideração as motivações individuais dos sujeitos que as disseminam. Essa abordagem permite deslocar o foco do comportamento individual para a dinâmica da produção e circulação da desinformação, possibilitando um entendimento mais sistemático e abrangente do problema. A identificação de categorias estruturais demonstra que a desinformação em saúde se estrutura através de objetivos bem definidos, sendo projetada para gerar determinados efeitos no público, refletindo um planejamento voltado para conferir credibilidade ao conteúdo falso ou enganoso, seja estimulando a desconfiança na ciência, promovendo produtos ineficazes ou mobilizando crenças e comportamentos para aumentar seu potencial de viralização e dificultar sua contestação, o que evidencia que a desinformação em saúde não surge de maneira espontânea, mas sim como resultado de um processo deliberado que visa influenciar percepções e comportamentos.

O presente trabalho buscou identificar em serviços de *fact-checking* signatários da *International Fact-Checking Network (IFCN)*, por meio de levantamento retroativo ao período de janeiro de 2022 a janeiro de 2024, conteúdos desinformativos em saúde, temáticas presentes e recorrentes nas checagens de peças desinformativas relacionadas à saúde e assim sistematizar estes conteúdos de acordo com o tema central das peças desinformativas, para identificar tendências. A partir disso, considerando a temática com maior potencial para exploração e identificação das

principais características de conteúdos desinformativos em saúde, mapeou-se similaridades em sua composição e identificou-se uma série de estratégias comumente utilizadas na estruturação de peças desinformativas em saúde. A identificação destas estratégias tem a capacidade de fornecer melhores subsídios para a elaboração de respostas mais proativas à desinformação por parte de pesquisadores, profissionais da informação, plataformas digitais e formuladores de políticas públicas de saúde.

O sentido de narrativa adotado na pesquisa diz respeito ao modo como os conteúdos desinformativos são estruturados para construir sentido, orientar a interpretação da realidade e influenciar a percepção do público sobre temas relacionados a saúde. Nessa perspectiva, a narrativa não é compreendida apenas como uma sequência de fatos ou enredo, mas como uma forma estruturada de enquadramento da informação, que opera por meio da seleção, ênfase e organização de elementos discursivos e visuais. Esse entendimento dialoga com o conceito de *frame*, apresentado por Massarani e Ramalho (2012), que atua como uma espécie de molde interpretativo e define elementos centrais e alguns aspectos da realidade em detrimento de outros. Aplicado ao contexto da pesquisa, isso significa que as estratégias narrativas identificadas nas peças desinformativas operam como mecanismos de enquadramento e revelam modos recorrentes de estruturar narrativas desinformativas, indicando que a desinformação em saúde não é aleatória, mas segue padrões discursivos e visuais que reforçam determinados *frames*. Deste modo, admite-se a narrativa como produto de uma articulação intencional de estratégias que constroem um *frame* desinformativo, ou seja, uma lente através da qual a informação é apresentada de forma distorcida, visando influenciar a percepção dos indivíduos.

Torna-se fundamental refletir sobre como essa compreensão pode contribuir para a mitigação do fenômeno. Em razão disso, a definição do problema de pesquisa, portanto, deve considerar não apenas a sistematização das temáticas recorrentes, mas também as repercussões práticas desse conhecimento na formulação de respostas mais eficazes à desinformação. Neste ponto, adentramos na escolha do problema de pesquisa, que envolve uma série de fatores, tais como experiência, clareza, precisão, empirismo, suscetibilidade de solução, valores sociais do pesquisador, ineditismo, dentre outros (Gil, 2002). Considerando tais fatores, define-se como problema da pesquisa a seguinte questão: Quais as estratégias narrativas empregadas em conteúdos desinformativos em saúde verificados por serviços de

checagem de fatos sul-americanos? Admite-se como pressuposto, que a compreensão aprofundada sobre a desinformação em saúde, incluindo suas características estruturais e padrões de disseminação, permite o desenvolvimento de estratégias de combate à desinformação mais proativas e eficazes, com potencial de aumentar a precisão, a clareza e a atratividade das informações sobre saúde, resultando em um público mais bem informado, crítico e confiante na ciência.

A pesquisa apresenta como objetivo geral **Analisar a estrutura de conteúdos desinformativos em saúde que tenham sido verificados por serviços de *fact-checking***. Os objetivos específicos, alinhados sequencialmente ao objetivo geral e ao problema da pesquisa em tela, podem ser descritos:

- a) identificar os temas recorrentes nas peças desinformativas;
- b) examinar o conteúdo, observando aspectos visuais, linguagem utilizada e discursos defendidos presentes nas peças desinformativas;
- c) apresentar as principais estratégias desinformativas utilizadas nos conteúdos examinados;
- d) categorizar as estratégias identificadas nas peças desinformativas analisadas.

**Quadro 1** – Elementos essenciais da pesquisa

<b>ELEMENTO</b>	<b>DESCRIÇÃO</b>
Problema	Quais as estratégias narrativas empregadas em conteúdos desinformativos em saúde verificados por serviços de checagem de fatos sul-americanos?
Pressuposto	A compreensão aprofundada sobre a desinformação em saúde, incluindo suas características estruturais e padrões de disseminação, permite o desenvolvimento de estratégias de combate à desinformação mais proativas e eficazes, com potencial de aumentar a precisão, a clareza e a atratividade das informações sobre saúde, resultando em um público mais bem informado, crítico e confiante na ciência
Objetivo geral	Analisar a estrutura de conteúdos desinformativos em saúde que tenham sido verificados por serviços de <i>fact-checking</i> .
Objetivo específico “a”	Identificar os temas recorrentes nas peças desinformativas, como Vacina COVID-19, medicamentos, tratamentos e aborto, por exemplo;
Objetivo específico “b”	Examinar o conteúdo, observando aspectos visuais, linguagem utilizada e discursos defendidos presentes nas peças desinformativas;
Objetivo específico “c”	Apresentar as principais estratégias desinformativas utilizadas nos conteúdos examinados;
Objetivo específico “d”	Categorizar as estratégias em comum identificadas nas peças desinformativas analisadas;

Fonte: Elaborado pela autora.

Esta proposta de estudo se justifica por buscar identificar padrões e características da desinformação em saúde, fornecendo evidências e alternativas que

podem fortalecer e aprimorar as práticas de divulgação de informação em saúde, a exemplo da divulgação científica, ciência cidadã e do jornalismo científico, aumentar a confiança pública na ciência e contribuir para a construção de uma base de conhecimento mais robusta e eficiente para o combate à desinformação, que representa um desafio significativo tanto para a comunidade científica quanto à saúde pública. O fenômeno informacional, como objeto da Ciência da Informação (CI), é multifacetado e abrangente, engloba todas as fases do ciclo de vida da informação e propicia uma melhor compreensão de como a informação influencia e é influenciada por contextos sociais, tecnológicos e organizacionais. Dado seu caráter interdisciplinar, a CI dialoga com diversas áreas do conhecimento, à exemplo da psicologia, matemática, comunicação e ciências biológicas e da saúde (Bufrem; Freitas, 2015), o que lhe imprime claras características das Ciências Sociais.

A Comunicação Científica, enquanto subárea da Ciência da informação, contribui para esta relação entre as diversas áreas do conhecimento e dedica-se a estudar os processos, meios e práticas através dos quais o conhecimento científico é produzido, disseminado, e utilizado, e abrangendo assim uma variedade de tópicos e questões, dentre eles o fenômeno da desinformação. Bufrem e Prates (2005) defendem que a escolha do tema de pesquisa deve considerar, além do interesse pessoal do pesquisador e a viabilidade do estudo, sua relevância social e científica. Por convergir com as atuais discussões no campo da CI, possui relevância considerável ao intentar preencher lacunas existentes na literatura a respeito de desinformação em saúde, contribuindo para o avanço teórico e metodológico na área ao fomentar discussões em torno de como a informação em saúde é manipulada, disseminada e recebida pelos indivíduos, oferecendo assim novas perspectivas para o campo.

Ao investigar como as informações de saúde são produzidas num contexto de desinformação, a pesquisa apresenta aderência à linha de pesquisa "Produção, Mediação e Gestão da Informação" e ao eixo temático "Produção, Organização e Disseminação da Informação, Cultura e Memória" do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Alagoas (UFAL), por abordar aspectos essenciais da produção da informação e contribuir para a compreensão de como as narrativas desinformativas em saúde se estruturam e se propagam, com vistas a contribuir para o conhecimento, organização e divulgação de informações sobre saúde de maneira mais proativa.

Em se tratando das motivações pessoais, a autora do presente documento encara a desinformação em saúde como um problema de urgente discussão e interesse público, com potencial de não só comprometer e prejudicar a saúde das pessoas de forma individual, mas coletiva. Além disso, o contato diário com profissionais da saúde pública que enfrentam rotineiramente as consequências da desinformação instigou sua necessidade de contribuir por meio de um estudo mais aprofundado sobre o tema, pretendendo fortalecer o campo da Ciência da Informação e contribuir para a construção de um ambiente informacional mais confiável.

A relevância social da pesquisa é destacada pela necessidade urgente de mitigar a desinformação em saúde e potenciais comportamentos de risco, resistência a tratamentos e desconfiança em autoridades sanitárias. Os resultados terão a perspectiva de impactar positivamente a saúde pública, fornecendo subsídios para aumentar a adesão a práticas baseadas em evidências e reduzir os efeitos nocivos da desinformação. A pesquisa trabalha com peças de desinformação em saúde que foram checadas por serviços de checagem de fatos, por meio de uma abordagem exploratória-descritiva na qual o método para coleta de dados é a pesquisa documental e a técnica utilizada a análise de conteúdo, que permite a identificação de padrões, categorias e temas dentro do conteúdo analisado, facilitando a interpretação e a compreensão de fenômenos sociais, culturais e informacionais.

A estrutura desta dissertação é organizada de modo a proporcionar uma compreensão aprofundada do fenômeno da desinformação em saúde e da importância dos serviços de *fact-checking* para identificação e mitigação deste fenômeno.

No Capítulo 2, intitulado “O fenômeno da desinformação: mecanismos de funcionamento e perspectivas de combate”, são discutidos os principais aspectos teóricos sobre a desinformação, abordando suas dinâmicas de disseminação e os desafios para sua contenção. Em seguida, examina-se o papel desempenhado pelos serviços de checagem de fatos na identificação e enfrentamento da desinformação, destacando suas metodologias e limitações. O capítulo encerra-se com reflexões acerca da desinformação em saúde, explorando seus conceitos, impactos e estratégias de mitigação adotadas em diferentes contextos.

No Capítulo 3 é apresentada a metodologia da pesquisa, detalhando a caracterização do estudo quanto aos objetivos e métodos e técnicas empregados. Também são descritos o universo e a amostra analisados, bem como os

procedimentos de coleta e sistematização dos dados, garantindo transparência e rigor metodológico na condução da investigação.

O Capítulo 4 traz a apresentação e discussão dos resultados da pesquisa. Inicialmente, expõe-se a análise do material selecionado nos serviços de checagem, seguida por um exame dos aspectos estruturais das peças desinformativas relacionadas a medicamentos e tratamentos. Em seguida, são sistematizados os principais padrões observados nas peças analisadas, culminando na identificação e categorização das estratégias desinformativas mais recorrentes.

Por fim, o Capítulo 5 apresenta as considerações finais, sintetizando as principais descobertas da pesquisa, suas contribuições para o campo da Ciência da Informação e as implicações para o combate à desinformação em saúde, além de sugestões para investigações futuras sobre o tema.

## **2 O FENÔMENO DA DESINFORMAÇÃO: MECANISMOS DE FUNCIONAMENTO E PERSPECTIVAS DE COMBATE**

No âmbito dos estudos da Ciência da Informação (CI), a desinformação não é apenas admitida como um conjunto de informações falsas ou enganosas, mas como um fenômeno sistêmico que envolve estratégias e práticas coordenadas para disseminar informações incorretas ou enganosas. A natureza sistêmica e coordenada da desinformação evidencia um regime que envolve a utilização de diversas estratégias de manipulação, que podem ser praticadas por governos, organizações, grupos políticos, mídia ou por atores individuais, tais como propaganda, censura, distorção de fatos, disseminação de boatos, dentre outras:

[...] estamos permeados por um regime de desinformação, envolvendo uma gama diversa de atores, sujeitos, infraestrutura, tecnologia, política, cultura e poder, que usa táticas complexas de linguagem e comunicação na disseminação de notícias falsas através de canais de informação e redes sociotécnicas visando a construção de um ambiente de desordem informacional em prol de certos interesses. Nesse sentido, geram um regime de incerteza suportado por uma corrente encadeada de informações falsas inerentes que reforçam crenças, estimulam comportamentos, moldam discursos e produzem (des) autoridade (Carvalho; Castro; Schneider, 2021, p.23).

Neste contexto, há um controle significativo sobre os fluxos de informação, cujo objetivo final é manipular a percepção pública e influenciar opiniões e

comportamentos. O regime de desinformação, que prospera justamente mediante a exploração de dados pessoais para fins de manipulação (Bezerra; Borges, 2021), compromete a capacidade dos cidadãos de tomarem decisões informadas, prejudica a transparência e responsabilidade governamental, e enfraquece a confiança e credibilidade das instituições e da mídia, representando desafios significativos para a democracia e para o acesso à informação:

É inegável que o fenômeno da desinformação apresenta novos contornos no regime de informação contemporâneo. Adaptada às pretensões do capitalismo de vigilância, a arquitetura das redes digitais dá asas a uma indústria da desinformação que já evidencia seu potencial de interferência nos rumos econômicos e políticos do planeta (Bezerra; Borges, 2021, p.191).

Esta interferência é efetivada por meio de linguagem estrategicamente usada para introduzir nos indivíduos informações enganosas de maneira convincente, onde opiniões são camufladas como factuais e imparciais e ganham contorno de informações objetivas. O apelo, por meio do uso de frases e palavras emocionalmente fortes, pode provocar medo, raiva ou indignação, levando as pessoas a aceitar informações sem questionar. Portanto, apesar da aparente neutralidade, a linguagem escolhida para produção e disseminação de desinformação frequentemente reflete preconceitos, interesses e agendas de quem a utiliza, criando falsas narrativas, perpetuando estereótipos e manipulando termos e conceitos para distorcer a verdade ou criar uma falsa impressão.

A desinformação busca influenciar as percepções e comportamentos dos indivíduos em curto prazo, baseando-se em crenças imediatistas, apelos emocionais, sensacionalismo ou simplificações exageradas de questões complexas. Ainda que a fonte disseminadora da informação seja considerada pouco confiável, sua capacidade de disseminação e amplificação por meio de redes sociais e outras plataformas *online* é avassaladora e influencia diretamente nas percepções do público, o que acaba estimulando a desconfiança em instituições democráticas, acirrando divisões sociais e polarizando lados, o que dificulta o diálogo e a cooperação entre diferentes grupos.

Wardle e Derakhshan (2017) estabelecem três tipos de desordem da informação, que se refere à disseminação de informações falsas, enganosas ou manipuladas que podem causar confusão, prejuízo e desconfiança na sociedade, e as quais denominam como Desinformação (*Dis-information*), Informação equivocada (*Mis-information*) e Mal-informação (*Mal-information*) e define:

Desinformação (*Dis-information*): Informações falsas e criadas deliberadamente para prejudicar uma pessoa, grupo social, organização ou país;

Informação equivocada (*Mis-information*): Informações falsas, mas não criadas com a intenção de causar dano;

Mal-informação (*Mal-information*): Informações baseadas na realidade, usadas para infligir danos a uma pessoa, organização ou país (Wardle; Derakhshan, 2017, p.20, tradução nossa).

Enquanto a *Mal-information* dá conta de informações verdadeiras, divulgadas de maneira enganosa, distorcida, manipuladora, prejudicial ou fora de contexto para infligir danos, faz-se importante destacar a similaridade entre os conceitos de *Mis-information* e *Dis-information*, que diferem apenas em um aspecto, crucial para a compreensão dos mecanismos utilizados e definição de estratégias de enfrentamento: a intencionalidade. Se a *Mis-information* refere-se a informações incorretas, decorrentes de má interpretação ou má compreensão de fatos, a *Dis-information* também faz menção à falsidade da informação, no entanto, acrescenta a seu conceito o caráter deliberado, intencional e malicioso desta ação, produzida com objetivo de causar danos.

Partindo do apontamento feito por Silva e Medeiros (2024, p.2) quanto à “necessidade atual de uma distinção da 'informação que é intencionalmente falsa' da 'informação que é falsa devido a um erro’”, somado às limitações pertinentes à identificação do propósito dos sujeitos, admitiremos nesta pesquisa a desinformação como um fenômeno intencional, não do ponto de vista das motivações psicológicas ou morais do sujeito que a dissemina, mas a partir da identificação de estratégias recorrentemente utilizadas para confecção e disseminação de conteúdos desinformativos, o que nos permite reconhecer a desinformação como um fenômeno estrutural e sistemático. Fallis (2009) pontua que a desinformação pode vir a ser transmitida, inocentemente, por alguém desinformado. O viés do autor põe em cheque a intencionalidade da ação desinformativa e chama atenção para a ideia de que mesmo que a informação tenha sido projetada propositalmente por um indivíduo para desinformar, a pessoa que a recebe e reproduz pode, não intencionalmente, contribuir para a disseminação da desinformação ao compartilhar conteúdo enganoso apenas pela falta de conhecimento sobre como checar informações, por confiança irrestrita em fontes não confiáveis ou simplesmente porque acreditou na veracidade daquela informação. Já Brito, Pinto e Oliveira (2019) destacam a intencionalidade da

desinformação no processo de disseminação de conteúdos. Para os autores, tais conteúdos representam crenças imediatistas desvinculadas da credibilidade gerada pela fonte de informação e são estruturados para, potencialmente, distorcer a realidade objetiva, seja por meio de textos ou imagens.

Em alinhamento a esse viés, foca-se portanto no reconhecimento de estratégias utilizadas para deturpar a informação e, assim, receber adesão das pessoas. O indivíduo pode repassar uma *fake news* sem intenção, por desconhecer que se trata de uma informação falsa, porém, a questão da intencionalidade na presente pesquisa não diz respeito à ação individual de compartilhamento do conteúdo desinformativo mas a todo o contexto que faz esta informação surgir em caráter enganoso, inserido num cenário político, de controvérsias, de polarização, de luta de poder, que por fim, fazem emergir elementos disruptivos na informação, em formatos variados e sem que haja um controle de começo, meio e fim, e logo, muito menos de intencionalidade personificada no sujeito.

Defende-se que os resultados produzidos pela ação da desinformação podem, na maioria das vezes, estar associados a estratégias intencionais de engano, contudo, é importante considerar que nem todas as ocorrências de informação falsa derivam exclusivamente de planejamento deliberado, podendo também surgir de erros, interpretações equivocadas ou dinâmicas próprias dos ambientes informacionais. Embora a desinformação frequentemente se caracterize por um alto grau de planejamento e estruturação para maximizar sua eficácia, é possível que, em certos contextos, a circulação de conteúdos falsos ou distorcidos ocorra sem um nível tão rigoroso de elaboração, resultando de interações informacionais complexas e da reinterpretção de mensagens ao longo do tempo. Todavia, é importante destacar que ao considerar a intencionalidade empregada na estrutura de conteúdos desinformativos admitimos também que tal intencionalidade pode afetar a percepção de realidade, levando indivíduos a acreditarem em informações falsas ou distorcidas, minar a busca pela verdade objetiva, comprometendo a competência informacional, e dificultar o diálogo construtivo e consciente, por meio da manipulação de opiniões públicas, do comprometimento da confiança nas instituições democráticas e do aumento da polarização política e social.

O deslocamento do debate para a estrutura sistêmica de conteúdos desinformativos em saúde foge da armadilha da interpretação subjetiva, focando na materialidade das peças desinformativas e nos padrões recorrentes de sua

construção, permitindo uma abordagem mensurável, baseada na categorização e análise comparativa das estratégias desinformativas identificadas, além de evidenciar os mecanismos utilizados para construção e disseminação da desinformação e não apenas os agentes envolvidos.

No contexto da pesquisa, essa criação de narrativa é compreendida não apenas como a sequência de eventos que compõem um enredo, mas como uma estrutura discursiva que organiza elementos verbais e visuais com o objetivo de produzir sentido, orientar a interpretação da realidade e influenciar a percepção pública. Essa concepção dialoga com a noção de *frame*, ou enquadramento, entendida como um molde interpretativo que seleciona, organiza e dá ênfase a determinados aspectos da realidade em detrimento de outros (Massarani; Ramalho, 2012). No campo da desinformação em saúde, os *frames* operam como lentes por meio das quais certos temas são apresentados de forma distorcida, frequentemente com o intuito de provocar reações emocionais, reforçar crenças prévias ou deslegitimar saberes institucionais.

Segundo Sacramento (2023), as narrativas desinformativas se valem de *frames* específicos que reiteram visões conspiratórias, desconfiadas da ciência, e muitas vezes associadas a discursos de autoridade não científica. A construção desses *frames* não é aleatória: envolve uma articulação estratégica de recursos linguísticos, visuais e afetivos que visa moldar a recepção da mensagem. Reconhecer os *frames* mobilizados pelas narrativas desinformativas é essencial para compreender como tais conteúdos se tornam persuasivos, ganham aderência social e desafiam iniciativas de comunicação pública em saúde.

Dessa forma, considerar a desinformação como produto narrativo permite evidenciar padrões recorrentes que vão além do conteúdo factual e se manifestam na forma como a informação é organizada e apresentada. As estratégias identificadas nesta pesquisa revelam que a desinformação em saúde não se limita à veiculação de conteúdos falsos, mas opera por meio de *frames* narrativos que conferem sentido à mensagem e reforçam determinadas visões de mundo, o que contribui para uma compreensão mais aprofundada da lógica discursiva que sustenta a circulação de desinformação em saúde.

Ao analisar o conceito de desinformação, que não é uma novidade, sob a ótica das redes sociais que possibilitam, numa velocidade jamais vista e na ausência de regulamentação, a propagação de conteúdos falsos ou enganosos em larga escala,

este fenômeno ganha novos contornos. As redes sociais digitais há muito ultrapassaram a mera função de compartilhamento de imagens, vídeos e mensagens entre seus usuários e se consolidaram como ambientes de socialização e, principalmente, de comunicação, ampliando a rede de transmissão de informações e conhecimento entre os indivíduos, num curto espaço de tempo e por meio da eliminação de barreiras geográficas. Consolida-se, portanto, uma realidade marcada pela circulação de informações em formatos diversos e disseminadas muito rapidamente, onde os indivíduos recebem diariamente variados conteúdos, nos mais distintos formatos e sobre os mais diversificados assuntos, disponíveis a um toque, um clique ou deslize de tela. Tais conteúdos podem ser estruturados de maneira proposital para confundir e até mesmo enganar a população despreparada ou desinteressada por identificá-los e checar sua veracidade e confiabilidade:

Um dos grandes desafios contemporâneos é o enfrentamento da expansão descontrolada da informação, o sinal mais evidente da emergência de um tipo de sociedade que parece conjugar a produção de quantidades gigantescas de informação, a utilização intensiva de tecnologias eletrônicas em rede e um intenso processo de aprendizagem permanente (Gasque; Tescarolo, 2004, p.35).

Diante desta expansão, pode-se afirmar que nem todos os conteúdos devem ser considerados fidedignos. Há nesta imensidão de redes e emaranhados comunicacionais informações desprovidas de verdade e carregadas de propósitos nem sempre louváveis e honestos, cujo objetivo é enganar, manipular, influenciar e prejudicar indivíduos ou grupos, além de opiniões, projeções e predições que nem sempre tornam-se checáveis.

Esta conjuntura converge diretamente para o conceito de desinformação, apresentado por Wardle e Derakhshan (2017, p.28) como “informação falsa e deliberadamente criada para causar danos a uma pessoa, grupo social, organização ou país”. Mello (2022, p.89) acrescenta que a “desinformação geralmente encontra alguma maneira de se instalar na crença do sujeito, de modo que a pessoa passe a acreditar no falso e se engaje na mentira, defendendo o engano como verdade”.

O fenômeno da desinformação juntamente com suas causas, mecanismos de disseminação e impactos remonta a livros de história, jornais de ampla circulação, discursos políticos e até mesmo histórias em quadrinhos, pois, como apontam Brisola e Bezerra (2018, p.3319) “a desinformação é um conceito antigo que nasce ligado a

projetos militares de contrainformação e espionagem, mas extrapola para os meios de comunicação e para aparelhos privados e estatais”. Para Brisola e Bezerra (2018), a desinformação tem o propósito de distorcer ou apresentar apenas parte da verdade, utilizando-se de informação manipulada, tendenciosa, fragmentada, sem que seja necessariamente falsa, mas descontextualizada. Portanto, não se trata apenas de uma simples mentira, mas sim de um complexo mecanismo que engloba táticas que obscurecem a verdade e distorcem a compreensão da realidade, ou de parte dela, com o objetivo de se adequar a uma narrativa específica.

Como Belluzzo (2005, p.37) aponta, “a desinformação nessa era é talvez a razão da existência de muitos problemas sociais, uma vez que atinge o ser humano em sua maior propriedade: a racionalidade”. A manipulação intencional da informação é um fator-chave nesse processo e pode produzir consequências profundas, não apenas por meio da alteração dos fluxos de comunicação, mas pela distorção do próprio significado das mensagens.

Observa-se assim a desinformação se apropriando das lacunas deixadas pela falta de informação de qualidade e, na maior parte do tempo, não encontrando resistência para se alastrar exponencialmente. Um bom exemplo disto pôde ser observado durante as eleições presidenciais dos Estados Unidos em 2016, quando o *Facebook* foi exposto por não adotar medidas contundentes para combater a desinformação no período eleitoral (Allcott; Gentzkow, 2017). Graças a isso, o fenômeno foi impulsionado e ganhou os holofotes de modo mais contundente e abrangente, desempenhando um papel significativo no processo eleitoral americano, ao fomentar teorias da conspiração, polarizar o eleitorado e levantar questões sobre a integridade do processo democrático e sobre os impactos disso na sociedade. Mais recentemente, durante a pandemia da COVID-19, plataformas como *Twitter*, *YouTube* e, novamente o *Facebook*, voltaram a ser criticadas por não conterem de maneira eficaz a disseminação de desinformação sobre vacinas, tratamentos ineficazes e teorias da conspiração relacionadas ao vírus. Essa falta de controle permitiu que a desinformação se espalhasse rapidamente, repercutindo significativamente na adesão às medidas sanitárias, na confiança da população em órgãos de saúde, contribuindo para a hesitação vacinal em diversos países (Galhardi *et al.*, 2022).

Cabe aqui também a reflexão sobre como o fenômeno da polarização afetiva, que remete a um processo em que adversários políticos passam a enxergar-se como inimigos, nutrindo sentimentos de desafeto e até mesmo de ódio mútuo, acarretando

consequências negativas para as democracias e influenciando, inevitavelmente, a replicação destes comportamentos por seus apoiadores, contribui para a disseminação de desinformação, visto que parte importante da aceitação sem questionamento de conteúdos desinformativos têm relação com este aspecto e não apenas com a falta de informação de qualidade ou indisposição para buscá-las (Marques, 2023).

Essa rejeição de conteúdos que entram em conflito com crenças e identidades preexistentes, pertinente ao crescente antagonismo entre grupos com visões divergentes, em que o pertencimento a determinado grupo influencia a forma como indivíduos processam e aceitam informações, possui uma relação direta com o fenômeno da Pós-verdade, que ganhou destaque especialmente neste contexto político e midiático e se utiliza da manipulação de emoções para disseminar informações falsas, distorcidas ou enganosas de maneira ampla, seja por meio de redes sociais ou por outros canais de comunicação, em consonância com o conceito elaborado por Schneider (2019):

Pós-verdade é uma expressão que se popularizou nos últimos anos e que alude a uma nova modalidade de um velho fenômeno sócio informacional, a saber, o fato de crenças infundadas exercerem maior influência na formação da opinião pública do que evidências e argumentos racionais. Sua especificidade consiste no papel das redes sociais digitais em sua formação, mediante a circulação de *fake news*, informações mentirosas de aparência jornalística que impregnam essas redes, em escala ao mesmo tempo massiva e ultra direcionada, com o intuito de favorecer determinados grupos de poder (Schneider, 2019, p.74).

Neste viés, chama a atenção o papel das redes sociais no processo de influência do indivíduo por estas crenças o que, segundo Santaella (2018), deve considerar não só o poder destas redes, mas o fato de que os algoritmos se baseiam nas escolhas que fazemos e que geralmente recebem nossa atenção, sendo os conteúdos entregues em nossas redes sociais produto de nossos desejos e crenças. D'ancona (2018), em complemento, aponta que neste contexto aqueles que se apresentam como discordantes são rejeitados e tipificados como "*trolls*", termo utilizado na *internet* para designar pessoas cujos comportamentos ou comentários desestabilizam uma discussão, o que resulta no reforço de opiniões e na aceitação incontestável da mentira que impulsionam o fenômeno da pós-verdade.

Nascimento *et al.* (2024) destacam que esse distanciamento e rejeição à verdade científica favorecem o avanço da pós-verdade, atingindo a sociedade de

modo deturpado e fragmentado, ao assumir um caráter relativista e que se distancia das subjetividades humanas e da ciência, fragilizando a construção do conhecimento baseado em evidências e permitindo que narrativas descontextualizadas adquiram *status* de verdade. O excesso constante de informações, fenômeno apresentado pelos autores como Hiperinformação, somado ao desprezo da racionalidade e à valorização das crenças individuais, dificultam a filtragem, seleção e uso racional da informação, além de negligenciar informações importantes (Nascimento *et al.*, 2024). Essa confluência de fatores, que engloba ainda questões relacionadas à polarização política e ideológica, a crescente desconfiança em instituições tradicionais, como mídia, governo e ciência e a facilidade de produção e disseminação de conteúdo nos meios digitais imprime desafios às instituições, às políticas públicas, aos profissionais de informação e comunicação, assim como aos órgãos governamentais, visto que não há alternativa imediata para lidar de forma efetiva com seus desdobramentos.

Ainda assim, emergem possibilidades reflexivas e práticas em torno do entendimento do problema proveniente do uso da informação para fins danosos, o que não pode ser encarado como uma responsabilidade exclusiva do sujeito envolvido no processo informacional, mas sim um esforço conjunto que envolve uma variedade de fatores e atores dentro de contextos sociais e institucionais mais amplos. A concepção individualista da responsabilidade pela circulação de informações danosas muitas vezes ignora a complexidade do ecossistema informacional em vigência. O consumo e compartilhamento de desinformação são influenciados por fatores como alfabetização midiática e informacional, estrutura das plataformas digitais, políticas institucionais de regulação da informação e até mesmo por dinâmicas socioculturais que moldam crenças e percepções sobre ciência e saúde.

Deste modo, atribuir exclusivamente ao indivíduo a responsabilidade de discernir entre informações confiáveis e enganosas desconsidera os fatores externos que moldam suas escolhas informacionais. As plataformas digitais, por exemplo, possuem algoritmos que privilegiam conteúdos altamente engajadores, independentemente de sua veracidade, visto que, como defende O'Neil (2020) tais algoritmos não são neutros, pois refletem as suposições e valores de seus criadores, além de estarem frequentemente embutidos em estruturas de poder e interesses econômicos. Essa ferramenta favorece a criação de bolhas informacionais e reforça vieses cognitivos, dificultando a identificação de desinformação pois, ao priorizar alcance e interações, pode contribuir para a perpetuação de narrativas

desinformativas, tornando-se um agente ativo nesse processo. Logo, o combate à desinformação não pode se limitar à responsabilização individual, sendo necessário um esforço conjunto que inclua mudanças nas dinâmicas de recomendação de conteúdo, maior transparência dos algoritmos e políticas mais rigorosas de moderação de informações falsas ou enganosas.

Além disso, as instituições de saúde detêm uma função imprescindível na mitigação da desinformação nesta área, seja por meio da promoção de uma comunicação mais acessível e eficaz ou pelo estabelecimento de parcerias com serviços de *fact-checking*, por exemplo, para ampliar o alcance de informações verificadas. A lacuna entre a produção do conhecimento científico e sua disseminação para o público geral tem potencial de propagar a desinformação, fazendo com que a simplificação, contextualização e compartilhamento proativo de informações científicas sejam essenciais para evitar que narrativas falsas ganhem espaço em meio a incertezas e brechas informativas, o que claramente não é uma atribuição do indivíduo. Outro elemento essencial nesse debate é o fortalecimento das competências informacionais para capacitar os indivíduos a avaliar fontes, identificar manipulações discursivas e compreender os impactos sociais da desinformação, uma abordagem e esforço coletivo em que governos, educadores, jornalistas, cientistas e empresas de tecnologia compartilham a responsabilidade de criar um ambiente informacional mais resistente à manipulação e ao engano.

Neste cenário, a Competência Crítica em Informação (CCI) consolida-se como mecanismo de combate às estratégias de desinformação e, como esclarece Schneider (2019, p.74) “diz respeito à habilidade de se localizar e fazer bom uso da informação adequada, de modo a atender determinada necessidade”. Embora o tema venha ganhando bastante relevância nos últimos anos, graças ao fortalecimento das tecnologias da informação e comunicação (TICs), sua discussão precede e extrapola as tecnologias, estando ligada ao desenvolvimento de habilidades que permitam a livre utilização da informação em seus diversos formatos e suportes para que os sujeitos ajam com autonomia no contexto da informação:

Embora a disseminação de computadores e celulares com acesso a *internet* inquestionavelmente contribua para a ampliação do direito à informação, entendido por pensadores como Hannah Arendt e Norberto Bobbio como um pressuposto para o exercício da cidadania, a atual circulação de um grande volume de informação falsa em redes sociais e demais ambientes digitais ressalta a importância das capacidades dos indivíduos para avaliação crítica

e o uso ético da informação, disposições que a competência crítica em informação pretende estimular (Bezerra; Beloni, 2019, p.60).

Aquino (2007), ao considerar a multiplicidade com que a Ciência da Informação (CI) trata a informação em seus diversos suportes, inclusive em seu contexto tecnológico, defende que “informar, para a sociedade da informação, é muito mais que treinar pessoas para utilizar essas tecnologias” (Aquino, 2007, p.11), propondo o desenvolvimento daquilo que denomina “competências amplas”, que conferem ao indivíduo a capacidade de tomar decisões baseadas no conhecimento.

Tais competências englobam a capacidade de filtrar, analisar e interpretar informações criticamente, reconhecer e avaliar o viés presente em uma informação, discernir entre fontes confiáveis e não confiáveis, e usar o conhecimento de maneira ética e eficaz em uma sociedade onde a quantidade de informações disponíveis é vasta e está em constante disseminação. Trata-se de habilidades essenciais, que vão além de apenas ensinar pessoas a usar tecnologias da informação, como computadores e a *internet*, com potencial de capacitar indivíduos para tomar decisões informadas, resolver problemas complexos sem deixar-se contaminar por soluções simplistas, e se engajar de forma crítica e responsável na sociedade da informação atual.

O desenvolvimento de competência crítica em informação nos indivíduos deve ser encarado como um desafio a longo prazo, visto que envolve medidas complexas que compreendem a educação contínua, a prática e a experiência no manejo de informações, além de questões complexas e coletivas, como desenvolvimento e mudança de políticas públicas, atualização de currículos escolares e alfabetização midiática.

Do ponto de vista das iniciativas pessoais do indivíduo, faz-se necessário desenvolver o hábito de questionar premissas, identificar suposições e analisar argumentos em fontes de informação diversificadas, para compreender diferentes pontos de vista e evitar o viés de confirmação, em que os indivíduos têm a tendência de buscar, interpretar e lembrar informações de maneira que confirme suas próprias crenças pré-existentes ou hipóteses, o que pode influenciar fortemente sua percepção e processamento das informações, afetando decisões e julgamentos.

Também é essencial que seja verificada a reputação destas fontes, a qualificação de seus autores, as práticas editoriais de publicações e que se busque a chancela de especialistas para auxiliar na interpretação de informações complexas e

dados técnicos, num movimento contínuo de autoeducação. Considerando que a CCI é resultado de esforços não só individuais, mas sobretudo coletivos, as políticas públicas podem desempenhar um papel fundamental neste processo ao propiciar ambientes educacionais e sociais que capacitam os indivíduos a lidar de maneira eficaz e responsável com informações na era digital.

Iniciativas governamentais, por meio de programas de competência em informação focados em estratégias para identificação de informações confiáveis na *internet*, políticas que promovam o acesso à informação e à *internet* a indivíduos de diferentes contextos sociais e econômicos e que estabeleçam diretrizes para a regulação da desinformação, campanhas educativas que ajudem os cidadãos a reconhecer e combater informações falsas, além da inclusão da competência em informação nos currículos escolares, ensinando desde cedo habilidades para avaliar criticamente informações e fontes, constituem-se como importantes alternativas para o fortalecimento da CCI.

A mídia também pode exercer influência direta neste fortalecimento ao oferecer, através de seus vários formatos (televisão, rádio, jornais, revistas, mídias sociais, etc.), uma grande diversidade de informações para consumo dos indivíduos que pode ajudá-los a desenvolver habilidades críticas ao comparar e contrastar informações provenientes de diferentes canais. A interação contínua com a mídia estimula o questionamento à objetividade, a identificação de vieses e a compreensão de contextos, o que é essencial perante a quantidade de desinformação em circulação.

Estimular a mídia como ferramenta educacional por meio da produção de conteúdos educativos, como documentários, programas investigativos e artigos, por exemplo, também pode ser crucial para o desenvolvimento de competência crítica informacional. Neste viés, muitos programas e iniciativas de educação midiática promovidos por governos, organizações sem fins lucrativos e instituições educacionais tem como objetivo ensinar às pessoas como interpretar, analisar e avaliar criticamente informações consumidas nas mídias.

É neste cenário que os serviços de checagem de fatos tem se consolidado como aliados da CCI, fornecendo recursos educacionais, metodologias de verificação e exemplos práticos com potencial de ajudar os indivíduos a se tornarem mais críticos e céticos quanto às informações consumidas. Ao apresentar evidências detalhadas, análises criteriosas, fontes confiáveis, expor e corrigir informações falsas, os serviços

de *fact-checking* podem incentivar os indivíduos a questionar informações, buscar mais dados, formar suas próprias opiniões e assim combater ativamente a desinformação.

## 2.1 O papel dos serviços de checagem de fatos frente ao fenômeno da desinformação

Diante da grande quantidade de informação em circulação, sobretudo em ambientes digitais, e frente a intensificação da disseminação de informações falsas, faz-se cada vez mais necessário o uso de mecanismos que envolvem recursos tecnológicos e educacionais, além de uma comunicação clara e transparente, que auxilie na checagem da veracidade das informações disseminadas, combatendo assim a desinformação.

A mesma facilidade de acesso que democratizou a informação ocasionou pontos de tensão no decorrer deste processo, que envolvem o volume de informações disponíveis, o nível de confiabilidade destas informações e a velocidade de disseminação dos conteúdos, independentemente se verdadeiros, falsos, enganosos ou equivocados.

Soma-se a isto a difícil missão de desenvolver nos indivíduos a competência crítica necessária para identificar fontes e checar referências antes de atribuir credibilidade à informação (Oliveira, 2020). Esta dificuldade está relacionada, muitas vezes, a fatores educacionais, como a falta de habilidade para localizar, avaliar e utilizar informações de maneira eficaz; psicológicos, ligados ao excesso de informação que geralmente corrobora com o viés dos indivíduos em acreditar naquelas que confirmem suas crenças pré-existentes; ou tecnológicos, seja pela falta de conhecimento ou acesso à ferramentas que auxiliem na verificação de informações, seja pela ação amplificadora de informações sensacionalistas ou polarizadas promovida pela algoritmos.

Os serviços de checagem de fatos, também conhecidos como *fact-checking*, têm se configurado como potentes aliados na quebra do ciclo da desinformação, proporcionando aos indivíduos a oportunidade de acompanhar a checagem das informações que lhes são destinadas, colaborar com esta checagem e assim praticar sua competência crítica, instaurando uma cultura de checagem coletiva, construída por meio da avaliação de fontes, análise de conteúdo, habilidades de pesquisa, ética e pensamento crítico.

Segundo D'ancona (2018, p.101), “ensinar a navegar na *web* com discernimento é a missão cultural mais urgente de nossa época”. Neste caminho, os serviços de *fact-checking*, iniciativas de verificação de conteúdo, auxiliam na análise de informações potencialmente danosas à sociedade (Oliveira, 2020):

Os serviços de *fact-checking*, aqui também referidos como “serviços de checagem”, “verificadores de fatos” ou apenas “checadores” realizam uma verificação de informações, sob o ponto de vista da averiguação jornalística dos fatos, de uma notícia/discurso em circulação, sendo as mesmas publicamente acessíveis e divulgadas. A partir da investigação de dados, imagens, relatos, entre outros, o fato é classificado como verdadeiro ou falso, ou recebe outras qualificações intermediárias que variam de acordo com a metodologia de análise adotada por cada serviço. Estas qualificações vão de “verdadeiro” a “falso”, passando por diversas outras nomenclaturas, como “contraditório”, “exagerado”, “impossível de checar”, entre outros (Oliveira, 2020, p.87).

A primeira plataforma de *fact-checking* do mundo, a *Ad Police*, surgiu no início dos anos 1990, numa conjuntura de verificação da veracidade de falas proferidas por políticos na TV em campanha eleitoral por parte de repórteres da *CNN Washington*. Tal iniciativa identificou que muitas inserções políticas continham dados equivocados, que passaram a ser assinalados com a etiqueta “falso”, como uma tentativa de alertar os eleitores americanos quando um político faltava com a verdade ao pleitear seu voto (Adair, 2018).

A esta iniciativa se seguiram posteriormente *sites* de jornalismo dedicados ao *fact-checking* como *PolitiFact*, *Snopes* e *FactCheck.org* (Adair, 2018). No contexto da América Latina, o *fact-checking* estreou em 2010 e, mais tardiamente no Brasil, aproximando-se do que atualmente conhecemos como serviço de checagem de fatos, no ano de 2014 com o *Blog Preto no Branco*, do jornal O Globo, também com fins de verificação de falas políticas durante o período de campanha eleitoral. Percebe-se, portanto, que não se trata de uma iniciativa recente no jornalismo, tendo pelo menos 30 anos de história, conforme frisado por Tardáguila (2018):

O *fact-checking* não nasceu com as redes sociais nem foi bolada por brasileiros. Consiste basicamente em ouvir o que dizem os poderosos e contrastar as informações que eles apresentam com bases de dados públicas para, simplesmente, conferir se estão ou não falando a verdade (Tardáguila, 2018, p.49).

De acordo com busca realizada em março de 2024 no *site Duke Reporters' Lab*, centro de pesquisa jornalística da Universidade de *Duke*, na Carolina do Norte,

cujos principais projetos se concentram na verificação de fatos e em pesquisas sobre confiança na mídia, existem 428 serviços de checagem de fatos ativos em todo o mundo dos quais 10 são brasileiros. São eles: AFP Checamos, Agência Lupa, Aos Fatos, Boatos, COAR, Comprova, E-Farsas, Estadão Verifica, Fato ou *Fake* e UOL Confere<sup>1</sup>. Dos 10 serviços de *fact-checking* brasileiros, 3 foram auditados e são certificados como confiáveis pela *International Fact-Checking Network (IFCN)*, uma rede global de checadores associados ao *Poynter Institute for Media Studies*, organização de notícias sem fins lucrativos e 1 está em processo de renovação da certificação<sup>2</sup>.

O atual cenário de desinformação tem motivado pesquisadores da área de tecnologia a encontrarem soluções para garantir a confiabilidade das informações ao tempo em que também tem sido um terreno propício para o surgimento de *sites* verificadores de notícias, entidades independentes que contribuem para conter a disseminação de notícias falsas e conteúdos enganosos, que podem ter impactos negativos na saúde pública, na política, na economia e na vida social.

O trabalho realizado pelos serviços de checagem de fatos deve se basear em uma metodologia rigorosa e transparente, que engloba a identificação de conteúdos a serem verificados, por meio do monitoramento de fontes de informação variadas, como redes sociais, *sites* de notícias, *blogs* e plataformas de comunicação. Este monitoramento permite uma análise crítica das informações, por meio do exame dos conteúdos com vistas a identificar inconsistências, erros factuais, fontes não confiáveis e outras características que indiquem ou coloquem sua veracidade em cheque. Podendo contar com o auxílio de especialistas para corroborar, refutar, esclarecer ou fornecer informações adicionais, a checagem resulta na classificação dos conteúdos como verdadeiros, falsos, enganosos ou distorcidos, além de outras nomenclaturas utilizadas pelos serviços, e é publicada em *websites*, *blogs* ou perfis de redes sociais, com detalhes da metodologia utilizada.

A IFCN, criada em 2015 pelo Instituto *Poynter*, configura-se como uma aliança que compartilha boas práticas e diretrizes para checagem de fatos entre canais de comunicação ao redor do mundo e possui um código de princípios com diretrizes

---

<sup>1</sup> Duke Reporters' Lab. Disponível em: <<https://reporterslab.org/fact-checking/>>. Acesso em 4 mar.2024.

<sup>2</sup> International Fact-Checking Network (IFCN). Disponível em: <<https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/signatories>>. Acesso em 4 mar.2024.

éticas que orientam os checadores no processo de verificação de notícias. Para obter o título de organização signatária à IFCN é necessário cumprir com os compromissos estabelecidos e estar em consonância com o Código de Princípios da rede, tornando-se assim uma instituição validada.

O código é composto por 5 princípios, os quais são descritos abaixo:

- a) **compromisso com o não- partidarismo e a justiça:** As organizações signatárias verificam as declarações de fatos usando o mesmo padrão. Elas não concentram a verificação dos fatos em nenhum lado, seguem o mesmo processo para cada verificação de fatos e deixam que as evidências ditem as conclusões. Os signatários não defendem nem tomam posições políticas sobre as questões que verificam;
- b) **compromisso com os padrões e a transparência das fontes:** Os signatários desejam que seus próprios leitores possam verificar as descobertas. Os signatários fornecem todas as fontes com detalhes suficientes para que os leitores possam replicar o seu trabalho, exceto nos casos em que a segurança pessoal de uma fonte possa ser comprometida. Nesses casos, os signatários fornecem o máximo de detalhes possível;
- c) **compromisso com a transparência de financiamento e organização:** As organizações signatárias são transparentes sobre as suas fontes de financiamento. Se aceitarem financiamento de outras organizações, garantem que os financiadores não têm influência sobre as conclusões a que os verificadores de fatos chegam nos seus relatórios. As organizações signatárias detalham a experiência profissional de todas as figuras-chave da organização e explicam a estrutura organizacional e o estatuto jurídico. Os signatários indicam claramente uma forma de os leitores se comunicarem com eles;
- d) **compromisso com padrões e transparência de metodologia:** Os signatários explicam a metodologia que utilizam para selecionar, pesquisar, redigir, editar, publicar e corrigir suas verificações de fatos. Eles incentivam os leitores a enviar reivindicações para verificação de fatos e são transparentes sobre por que e como verificam os fatos;
- e) **compromisso com uma política de correção aberta e honesta:** Os signatários publicam a sua política correcional e a seguem escrupulosamente. Corrigem de forma clara e transparente, de acordo com

a política de correções, procurando, na medida do possível, garantir que os leitores vejam a versão corrigida (IFCN, 2024, tradução nossa).

Ao garantir o acesso a informações precisas e verificadas os serviços de checagem de fatos estimulam a competência crítica em informação dos indivíduos e contribuem para o desenvolvimento de debates públicos saudáveis e para a tomada de decisões informadas pelos cidadãos. Além disso, a prática do *fact-checking* pode auxiliar na proteção da reputação de pessoas, sejam elas públicas ou não, e de instituições vítimas de informações deliberadamente enganosas ou falsas, contribuindo assim para a contenção da disseminação de desinformação, que inegavelmente gera impactos negativos na saúde pública, na política, na economia e na vida social.

A Agência Lupa, fundada em 2015, atua em duas frentes: reportagens, checagens, verificações e conteúdos especiais, através da Lupa Jornalismo e, com oficinas, treinamentos, repositório de pesquisas sobre desinformação e ações de educação midiática em escolas, universidades, instituições e empresa, por meio da Lupa Educação.

A Lupa utiliza como matéria-prima para produção de seu conteúdo jornalístico declarações feitas por atores públicos e informações potencialmente falsas que circulam em plataformas de redes sociais e em aplicativos de mensagens. A agência alega não basear suas produções na análise de opiniões e estabelece critérios ao selecionar as frases com que pretende trabalhar: relevância de quem fala, priorizado personalidades de destaque nacional, o interesse público, ou seja, a capacidade de afetar uma grande quantidade de pessoas e, por fim, o destaque obtido na imprensa ou *internet*, portanto, o alcance obtido por determinado conteúdo.

Para consolidar a verificação, a agência realiza um levantamento de “tudo” que já foi publicado sobre o assunto, por meio de consulta em jornais, revistas e *sites*. Em seguida, direciona a pesquisa para bases de dados oficiais e informações públicas, recorrendo às Leis de Acesso à Informação (LAI) e/ou às assessorias de imprensa, contando ainda com a possibilidade de utilização de aparatos tecnológicos, como equipamento fotográfico, de áudio ou de vídeo para complementar a apuração.

Os repórteres também podem recorrer a especialistas para interpretação de dados e contextualização dos temas abordados, visando evitar erros e, por fim, com as informações consolidadas, oportunizar às personalidade checadas manifestação

oficial. Com isto, a agência busca entregar a seus leitores textos objetivos, repletos de *links* e referências que visam auxiliá-los a refazer o caminho percorrido pelo checador e a entender suas conclusões.

No serviço de checagem Aos Fatos, igualmente inaugurado no ano de 2015, o incentivo ao consumo de informações baseadas em fatos comprováveis também é um pilar e a apuração busca considerar a relevância dos fatos e da figura a ser analisada:

Para verificar aquilo que tem risco de ser mentira, profissionais do Aos Fatos conferem a origem da desinformação, analisam seu conteúdo para entender o que há de errado, buscam em fontes confiáveis os subsídios para mostrar o que é factualmente correto sobre aquele assunto e, finalmente, publicam um texto, na maioria das vezes no formato de uma checagem (Aos Fatos, 2024).

A quantidade de compartilhamentos e visualizações nas redes sociais, volume de audiência, quantidade de seguidores e presença em várias plataformas são métricas decisivas para definir quem ou o que passará pela análise da Redação, que adota como método, antes da publicação, o encaminhamento dos materiais para revisão de ao menos dois editores e o estabelecimento de um veredito por parte de todos os jornalistas envolvidos no processo de produção e revisão do material, a respeito do selo que será concedido à informação checada, a saber: FALSO, NÃO É BEM ASSIM e VERDADEIRO.

Deste modo, percebe-se que as metodologias adotadas pelos serviços de checagem de fatos são semelhantes, dada a natureza objetiva e técnica desse tipo de trabalho, e que os critérios de verificação são comuns entre eles, assim como a preocupação com a transparência e imparcialidade do processo, que embora seja um objetivo não totalmente alcançável, dado o fato de que as escolhas editoriais sobre quais conteúdos serão verificados não serem totalmente neutras, assim como o consenso do que são consideradas fontes confiáveis para essas verificações, por exemplo, mas ainda assim serve de direcionamento para a execução de checagens comprometidas com a transparência e consistência em suas metodologias.

No entanto, a simbiose dos métodos não impede que limitações se apresentem como percalços ao longo do processo de checagem. A indisponibilidade pública de informações classificadas como restritas ou confidenciais, por exemplo, dificulta a confirmação ou refutação de certas alegações caso os dados referenciais sejam sigilosos ou privados.

A complexidade, tecnicidade ou ineditismo de alguns temas requer expertise, confiabilidade e atualização de fontes especializadas, o que nem sempre está disponível de maneira rápida e simples, tal como ocorreu durante a pandemia da COVID-19, quando as informações sobre o vírus, sua prevenção, transmissão e tratamento eram, inicialmente, desconhecidos pela ciência, exigiam aceleração dos estudos científicos, atualização dos profissionais e mudavam a todo o tempo.

A velocidade com que as informações circulam nas redes sociais e nas mídias digitais também pode comprometer e dificultar o trabalho de checagem, visto que a disseminação de informações falsas ou enganosas é rápida e pode ocorrer antes que os serviços e seus profissionais tenham tempo suficiente para realizar uma verificação completa e detalhada, o que certamente implica na eficácia da checagem de fatos em sua tentativa de deter a propagação de desinformação.

Essa disseminação rápida faz com que os serviços de checagem, muitas vezes, não consigam aplicar sua metodologia e, em virtude disso, precisem restringir a quantidade de conteúdos potencialmente desinformativos checados, de modo a assegurar a objetividade do processo e manter os critérios estabelecidos internacionalmente.

## 2.2 Desinformação em saúde: conceitos, impactos e estratégias de mitigação

Conforme defendido por Ramos (2017, p.155) “o direito à informação e comunicação é inalienável do direito à saúde. A ausência de informação ou uma comunicação inadequada afeta diretamente esse direito, bem como a igualdade, o acesso e a qualidade em saúde”. Isto evidencia que tanto o acesso à saúde quanto ao conhecimento das questões em torno dela, como formas de prevenção e tratamento de enfermidades, precisam estar disponíveis e acessíveis à sociedade. Todavia, isto requer um lugar de respeito à ciência e ao Estado democrático de direito, pois em situações contrárias a esta, a desinformação em saúde torna-se aliada aos movimentos antidemocráticos e anticientíficos.

Vivemos em uma realidade onde as percepções subjetivas e as emoções muitas vezes têm mais influência nos argumentos e debates públicos do que os dados concretos, e tópicos voltados à saúde relacionam-se diretamente às emoções, medos, ansiedades e crenças das pessoas. A desinformação em saúde explora justamente

estes aspectos emocionais dos indivíduos e se beneficia de uma série de fatores para se alastrar e influenciar as percepções, crenças e decisões dos indivíduos.

Salustiano *et al.* (2022) ressaltam o papel fundamental da informação durante períodos de emergências sanitárias, dada sua capacidade de dirimir dúvidas, esclarecer medidas governamentais para aliviar o sofrimento da população e facilitar a partilha de conhecimento entre cientistas na busca por tratamentos para eliminar ou controlar os impactos adversos das doenças. A pandemia da COVID-19 reforçou essa tese e pôs em evidência o termo Infodemia, conceituado pela Organização Pan-Americana da Saúde (OPAS), como:

[...] um grande aumento no volume de informações associadas a um assunto específico, que podem se multiplicar exponencialmente em pouco tempo devido a um evento específico, como a pandemia atual. Nessa situação, surgem rumores e desinformação, além da manipulação de informações com intenção duvidosa (OPAS, 2020, p.2).

Tais informações, repassadas em formato de notícias, rumores e até mesmo teorias da conspiração, se alastram rapidamente utilizando como meio de disseminação as redes sociais, mensagens de texto, *e-mails* e outros mecanismos, adquirindo alto potencial para propagar desinformação, gerando confusão, medo e pânico nos indivíduos e dificultando a tomada de decisões baseadas em evidências acerca de medidas de saúde pública, prevenção e tratamento de doenças, por exemplo.

As estratégias de desinformação e a pós-verdade buscam oferecer às pessoas informações que se alinham com suas opiniões e ratifiquem suas crenças pré-existentes (Suedde *et al.*, 2023). Para Massarani (2023), tensionamentos políticos e comunicacionais também não se furtam de atingir o campo da saúde, fazendo com que essas crenças e valores individuais do público conversem com suas emoções e influenciem no modo como reconhecem e avaliam a desinformação.

A crescente busca por informações sobre doenças, sintomas, prevenção, condições médicas, tratamentos e medicamentos na *internet* encontra respaldo na conveniência e acessibilidade proporcionada pela rede mundial de computadores. A rapidez com que os conteúdos podem ser acessados e a linguagem simplificada utilizada nas mídias digitais contribuem para que as pessoas recorram a plataformas como o *Google* e às redes sociais para se manterem informadas em saúde. Soma-se

a isto o fato de que grande parcela da população não possui fácil acesso a profissionais ou ao sistema de saúde, sendo levada a procurar soluções para suas mazelas *online*, quando se depara com um lugar propício para todos os tipos de informação.

Como pontua Vasconcellos-Silva (2023, p.1127) “temos que admitir que nas redes digitais da sociedade da desinformação, as convicções têm falado mais alto que os fatos”. A *internet* oferece uma vastidão de informações, desde fontes fidedignas e baseadas em evidências científicas, até conteúdos imprecisos e incorretos:

Diferentes organizações públicas e privadas ou indivíduos produzem informações sobre temas vinculados, de alguma forma, às questões relativas à saúde-doença. Muitas vezes, essas informações são insuficientes, insatisfatórias, desatualizadas, incorretas ou incompreensíveis. Assim, elas podem colocar em risco a saúde do cidadão e da sociedade (Pereira Neto *et al.*, 2022, p.31).

Além disso, nestes ambientes digitais há a possibilidade de se recorrer a grupos, fóruns e redes sociais para compartilhar experiências, obter conselhos e buscar informações sobre condições de saúde, visto que a interpretação de estudos científicos e de evidências médicas pode ser complexa para quem têm uma compreensão insuficiente da ciência e da pesquisa médica. Atualmente, transitamos de um regime de verdade fundamentado na confiança nas instituições para um modelo pautado por dogmas, intimidade e experiência pessoal, sustentado pela radicalização do princípio bíblico “ver para crer” – associado ao personagem Tomé - que se traduz em “viver para crer” e, ainda, em “ter vivido para ser crível”. Nesse cenário, a experiência passa a validar o conhecimento sobre a verdade e ganha destaque um outro tipo de autoridade: a experiencial, que se baseia no testemunho pessoal – “eu vivi, portanto, eu sei” (Sacramento; Paiva, 2020).

O compartilhamento de experiências *online* e a busca e disseminação de desinformação são definidas por Vasconcellos-Silva (2023) como comprometedoras tanto do ponto de vista do sujeito consigo mesmo quanto em sua relação com os pares, pois:

Na Mediosfera da sociedade excitada o poder da convicção tem se tornado bem maior que o da verdade uma vez que a capacidade de percepção é sobrecarregada por estímulos que excitam e anestesiam os sentidos, sobretudo nas comunidades virtuais pautadas por factoides enganosos (Vasconcellos-Silva, 2023, p.1129).

Circula nas mídias sociais uma grande variedade de informações sobre temas relacionados à saúde, que podem ser equivocadas, não comprovadas cientificamente ou totalmente falsas. Estas informações têm o potencial de exercer influência sobre as decisões dos indivíduos e podem resultar em decisões nocivas à saúde, como a adesão a tratamentos ineficazes e terapias alternativas ou a rejeição de cuidados médicos adequados para as enfermidades, colocando sua própria saúde em risco. Valendo-se destas lacunas, a desinformação pode ser propagada como fato científico:

O mecanismo das redes sociais digitais e aplicativos de mensagens estão habitualmente relacionados aos fatores que promovem as *fake news*, devido ao descontrole de conteúdos que ganham força, gerando resultados impensáveis. Dependendo da forma como os *links* são divulgados, a identificação dos conteúdos que são transmitidos na *internet* torna-se prejudicada. Pesquisas reforçam a tese de que as pessoas confiam primeiramente no julgamento das fontes e da mensagem antes de checarem a veracidade de determinado conteúdo, potencializando os entraves que buscam mitigar os impactos negativos (Anjos *et al.*, 2021, p.5-6).

Silva *et al.* (2023, p.746) reforçam que “a disseminação de desinformação é uma séria ameaça à saúde pública” pois mina a confiança nas autoridades de saúde e na ciência, levando a uma diminuição no assentimento a diretrizes médicas e políticas de saúde pública. Isso afeta diretamente os esforços para prevenção e controle de doenças, assim como a resposta a emergências de saúde, como epidemias e pandemias, evidenciando um ceticismo em torno da ciência, apontado por Beck (1992) como um privilégio não mais exclusivo da ciência, mas uma característica generalizada da sociedade. O método científico, antes visto como incontestável, passou a ser disputado na vida cotidiana, reduzindo a diferença entre especialistas e leigos, fazendo com que a crença na ciência seja substituída por um cenário em que diferentes doutrinas, incluindo pseudociências, se reestabelecem e competem com o conhecimento científico (Beck, 1992). Em razão disso, os sistemas de saúde podem ser sobrecarregados em decorrência da proliferação de informações deliberadamente falsas ou enganosas e da excitação gerada por estas, levando a uma demanda excessiva por atendimentos hospitalares.

Os algoritmos de recomendação de conteúdo utilizados pelas plataformas digitais desempenham um importante papel no processo de disseminação da desinformação em saúde, pois tendem a priorizar conteúdos sensacionalistas, controversos ou emocionalmente estruturados, ainda que sejam considerados imprecisos ou enganosos. No entanto, conforme defende Santaella (2018), não é

prudente culpabilizar exclusivamente o poder das redes, afinal, segundo a autora, elas são resultado de nossas mentes, desejos e crenças, portanto, “os algoritmos são baseados nas próprias escolhas que fazemos, desenham as predileções de que damos notícia nas redes” (Santaella, 2018, p.11).

Esse pensamento leva à reflexão sobre os tipos de conteúdo relacionados à saúde consumidos pelas pessoas e como este consumo implica diretamente no conceito de “bolha”, apresentado por Santaella (2018, p.3) como um “ecossistema individual e coletivo de informação viciada na repetição de crenças inamovíveis” que reverberam no fechamento dos indivíduos em “câmaras de eco” centradas na oposição a novas ideias, assuntos e informações importantes.

Essas bolhas informativas, onde as pessoas são constantemente expostas a opiniões e informações que reforçam suas crenças enraizadas, criam a ilusão de que as opiniões repetidas e reafirmadas são mais amplamente aceitas do que realmente são. A tendência a interagir apenas com informações que confirmem suas próprias visões de mundo faz com que as pessoas rejeitem ou ignorem fontes de informação que representem oposição a suas crenças preexistentes, gerando polarização e a falta de diversidade de opiniões, que empobrecem o acesso à informação.

Quando alguém estabelece convicção acerca de um tópico de saúde específico, como a eficácia ou segurança de uma vacina, por exemplo, torna-se automaticamente mais propenso a buscar e acreditar em informações que sustentem essa crença, ainda que representem imprecisão ou mentira. Quando uma comunidade *online* está convencida de que determinada terapia alternativa é efetiva para uma doença em detrimento de tratamentos médicos eficazes, pode desconsiderar ou até mesmo ridicularizar informações científicas que indiquem o contrário, criando assim um ambiente propício para a disseminação de desinformação.

A desinformação em saúde pode ocasionar o agravamento de condições médicas existentes e até mesmo resultar em consequências graves tanto para a saúde individual quanto para a coletiva, como pudemos testemunhar durante a pandemia da COVID-19 através da desconfiança crescente sobre recomendações feitas por organizações e profissionais de saúde, o consumo de medicamentos sem

eficácia comprovada para tratamento da doença, à exemplo da hidroxicloroquina<sup>3</sup> e, posteriormente, quanto à confiabilidade da vacina.

Pereira Neto *et al.* (2022, p.32) apontam que “nas últimas décadas, tem aumentado o número de indivíduos que utilizam as TICs para conhecer mais sobre sua condição de saúde”. Uma pesquisa realizada pelo *Google* e obtida com exclusividade pelo Estadão revelou, com base em dados de buscas e consumo de conteúdos sobre saúde no próprio *Google* e na plataforma do *Youtube*, que o Brasil é o País em que as buscas relacionadas à saúde mais cresceram no mundo no ano de 2019. O índice de cidadãos brasileiros que priorizam o *Google* como primeira fonte de informação para solucionar ou para se informar sobre problemas de saúde já se aproxima da porcentagem de indivíduos que buscam imediatamente um médico. São 26% que têm o mecanismo de busca como primeira opção, contra 35% que recorrem a um médico (Estadão, 2019).

Há grande potencial capacitador na informação em saúde disponibilizada *online*, no entanto, faz-se necessário atentar para o fato de que nem todas estas informações podem ser consideradas confiáveis e dignas de credibilidade por parte dos indivíduos. Ainda que tal comportamento seja justificado pela necessidade individual de autonomia, liberdade de acesso à informação, falta de condições financeiras para busca de tratamentos médicos com profissionais capacitados e facilidade de acesso, é imprescindível a compreensão de que nenhuma delas substitui o diagnóstico profissional, além do estabelecimento de filtros para estas informações:

Informação *on-line* sobre saúde pode ser um recurso importante para o incremento do autocuidado, da autogestão, do empoderamento e da adesão ao tratamento. Para tanto, é necessário que ela tenha qualidade, isto é, seja interativa, compreensível, atual, confiável e cientificamente comprovada (Pereira Neto *et al.*, 2022, p.42).

Conforme pontuado por D'ancona (2018, p.68) “o recuo em relação à ciência se torna perigoso quando ameaça a saúde pública ou a segurança de outros” e a quantidade de desinformação em saúde em circulação, sobretudo *online*, apenas reforça a veracidade desta afirmação e o quanto todos os mecanismos e estratégias

---

<sup>3</sup> **FUNDAÇÃO OSWALDO CRUZ (FIOCRUZ)**. ‘Radis’: negar fatos atrapalha busca por conhecimento da COVID-19. FIOCRUZ, 27 abr.2021. Disponível em: <<https://informe.ensp.fiocruz.br/noticias/5128>> Acesso em: 19 mar.2025

possíveis e disponíveis devem ser utilizados para mitigar sua disseminação e garantir a soberania da ciência, da verdade e, sobretudo, a manutenção da saúde pública.

Quando a checagem de fatos envolve temas relacionados à saúde, a quantidade de estratégias a serem utilizadas para verificar as informações engloba, simultaneamente, mais recursos. As checagens em saúde, em geral, requerem o uso e interpretação de dados estatísticos, consultas à especialistas, manifestações de órgãos governamentais, utilização de estudos científicos, tudo ao mesmo tempo, de modo a refutar com todas as informações possíveis as peças desinformativas.

Um bom exemplo sobre como a checagem de informações em saúde requer mecanismos múltiplos para dissolução de informações falsas pode ser visto em uma verificação realizada pela Agência Lupa sobre um conteúdo que circulou nas redes sociais relacionando a vacina contra a COVID-19 ao aumento dos casos de miocardite<sup>4</sup>, uma inflamação do miocárdio, tecido muscular do coração.

A peça, que após a verificação se provou desinformativa, e que foi elaborada por um profissional de saúde, se utilizou de artigos científicos para supostamente desmentir informação divulgada pelo Ministério da Saúde do Brasil, que afirmava que vacinados contra a COVID-19 têm menos risco de desenvolver miocardite. Percebe-se que o fato do conteúdo ser produzido e disseminado por um profissional de saúde, neste caso, um médico, torna a verificação ainda mais carente de recursos que provem se tratar de uma informação falsa, dada a autoridade pública que este tipo de profissional naturalmente possui no meio social. Além disto, o fato do profissional se utilizar de artigos científicos para endossar suas afirmações implica diretamente na capacidade interpretativa destes estudos, indisponível à grande parcela da população que recebe este tipo de conteúdo e o repassa com rapidez e sem a análise crítica necessária.

A Agência Lupa inicia esta verificação buscando no banco de dados citado pelo médico os artigos científicos que supostamente subsidiaram suas afirmações. A busca, que foi referenciada por meio de *link* direto à fonte, revelou que nenhum dos sete artigos citados pelo médico desmente a informação fornecida pelo Ministério da

---

<sup>4</sup> **AGÊNCIA LUPA.** Artigos citados em vídeo não provam que vacina gera mais casos de miocardite que vírus. AGÊNCIA LUPA, 19 jan.2024. Disponível em: <<https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2024/01/19/artigos-citados-em-video-nao-provam-que-vacina-gera-mais-casos-de-miocardite-que-virus>>. Acesso em 23 mar.2024.

Saúde de que o risco de desenvolvimento de miocardite é menor entre vacinados do que após a infecção pelo *Sars-CoV-2*.

Fez-se necessária, portanto, a leitura e interpretação dos estudos, de modo a comprovar que as afirmações feitas pelo médico eram falsas. A verificação pontuou, com os respectivos *links* diretos para os estudos, os objetivos e conclusões dos artigos, que corroboraram a falsidade da informação. Além disto, a verificação recorreu à manifestações oficiais de órgãos como Organização Mundial da Saúde (OMS), Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), Centro de Controle e Prevenção de Doenças (CDC) dos Estados Unidos e do próprio Ministério da Saúde do Brasil acerca das vacinas e o risco de miocardite. Também foram consultadas as bulas dos imunizantes contra a COVID-19.

Nota-se, deste modo, o grande esforço necessário para checar e desmentir uma única informação que circulou rapidamente nas redes sociais, entre milhares de pessoas, sem a devida acuracidade, e que pode ter influenciado nas percepções, opiniões e decisões de boa parte destes indivíduos quanto ao tema imunização, refletindo diretamente na saúde pública.

Outro assunto que circulou com frequência durante a pandemia da COVID-19 e que continua a ser disseminado nos dias atuais diz respeito à forçada e equivocada correlação entre as vacinas anticovid e o desenvolvimento de AIDS. A agência AFP Checamos verificou, no ano de 2024, conteúdo que afirmava, segundo cientistas de *Cambridge*, que 25% das pessoas vacinadas agora têm AIDS<sup>5</sup>. Tal conteúdo circulou em língua portuguesa, em redes sociais como *Facebook*, *Kwai*, *Telegram* e *X*, mas também teve sua circulação constatada pela agência em inglês, francês, chinês, japonês e árabe.

A despeito de outras alegações infundadas já verificadas pela AFP, segundo as quais a vacinação contra a COVID-19 ocasionaria a destruição do sistema imunológico ou causaria AIDS, sempre que o assunto ressurgir os esforços para desmenti-los permanecem grandiosos e requerem conformidade. A recorrência com que certos conteúdos voltam à cena comprova a complexidade do combate à desinformação e o quanto o trabalho para desfazer os efeitos causados por este tipo de conteúdo é contínuo e cumulativo.

---

<sup>5</sup> **AFP CHECAMOS.** Estudo de Cambridge não prova que 25% das pessoas vacinadas contra a covid desenvolvem aids. AFP CHECAMOS, 15 jan.2024. Disponível em: <<https://checamos.afp.com/doc.afp.com.34EZ3YR>>. Acesso em 23 mar.2024.

No caso da peça desinformativa que circulou no início de 2024 e envolveu a Universidade de *Cambridge*, cabe destacar que seu conteúdo foi compartilhado junto a um texto publicado em 10 de dezembro de 2023 no *site* Tribuna Nacional<sup>6</sup>, que possuía configuração de um portal de notícias. O uso da mentira, camuflada de informação jornalística para demonstrar credibilidade, é mais um artifício utilizado pelos disseminadores de desinformação que intensifica o trabalho das agências de checagem de fatos, sobretudo quando o assunto é relacionado à saúde.

O *site* Tribuna Nacional, segundo decisão judicial obtida pela AFP Checamos e disponibilizada na checagem, foi retirado do ar após a Justiça determinar a remoção de conteúdos com falsas associações entre a vacina contra a COVID-19 e a AIDS. Outras alegações divulgadas neste *site* já haviam sido alvo de checagens por parte da agência.

Portanto, além da busca e disponibilização da decisão judicial que embasou a retirada do *site* desinformativo do ar, a agência precisou se utilizar de outros recursos para comprovar aos leitores que a síndrome de imunodeficiência adquirida durante a vacinação, denominada “VAID” no conteúdo viral, não existia. A matéria ouviu professores de microbiologia e imunologia, imunopatologia e medicina de universidades internacionalmente renomadas, que atestaram a falsidade da correlação. Além disto, recorreu aos estudos citados no conteúdo analisado e aos próprios autores destes estudos, que também atestaram que as conclusões viralizadas foram inventadas.

Cabe ressaltar que os conteúdos desinformativos relacionados à saúde não orbitam apenas em torno de temas como COVID-19 e vacinas. Aborto, transição de gênero, medicamentos, tratamentos e variadas doenças também são alvo de campanhas de desinformação e assuntos frequentes nos serviços de checagem de fatos. Um bom exemplo disto são as abordagens sobre a eficácia de produtos anunciados e vendidos como emagrecedores naturais, constantes objetos de verificação.

Uma das checagens realizadas pela agência Aos Fatos consultou especialistas e estudos científicos para explicar as evidências científicas por trás das substâncias

---

<sup>6</sup> **TRIBUNA NACIONAL.** Cientistas de Cambridge admitem que 25% das pessoas vacinadas agora têm AIDS. TRIBUNA NACIONAL, 10 dez.2023. Disponível em: <<https://web.archive.org/web/20231212004141/https://tribunanacional.com.br/noticia/6233/cientistas-de-cambridge-admitem-que-25-das-pessoas-vacinadas-agora-tem-aids>>. Acesso em 23 mar.2024.

propagandeadas nas mídias sociais como versões naturais do *Ozempic*<sup>7</sup>, medicamento aprovado pela ANVISA no Brasil para tratamento de diabetes tipo 2, mas que se tornou popular entre os que buscam emagrecimento rápido, por proporcionar sensação de saciedade do apetite.

Além da escassez do medicamento, gerada pela alta procura para fins emagrecedores, levantou-se o alerta para os riscos do uso desenfreado do produto. Isso, somado a seu alto custo, faz com que as pessoas busquem por alternativas mais baratas e naturais que imitam os efeitos da medicação. A Aos Fatos elencou 3 substâncias disseminadas como versões naturais do *Ozempic* e buscou junto a entidades médicas, especialistas e em estudos científicos a resposta sobre a real eficácia dessas substâncias, efeitos colaterais e evidências.

Em complemento, a verificação se propõe a oferecer orientações aos leitores, baseadas em fatos científicos e em recomendações de profissionais qualificados para tal, sobre como alcançar o emagrecimento de forma saudável e sem o uso de medicamentos ou receitas milagrosas como o consumo de vinagre de maçã e chá de hibisco e berberina, todas sem evidências científicas relevantes de sua eficácia.

Diante do exposto, resta claro que a checagem de fatos relacionados à saúde se configura como um processo complexo, que demanda recursos significativos, como especialistas em saúde, acesso a fontes confiáveis de informação e a estudos científicos, ferramentas de análise de dados e uma abordagem rigorosa para garantir a precisão e a integridade das informações checadas e disponibilizadas ao público. Pelo fato do campo da saúde ser majoritariamente técnico e científico e suas informações estarem frequentemente sujeitas a atualizações, revisões e novas descobertas, a checagem de fatos relacionados a este campo requer um constante e qualificado acompanhamento para garantir que a refutação de peças potencialmente desinformativas seja feita de modo mais correto e convincente possível para os leitores.

Considerando que a disseminação de desinformação em saúde pode ser deliberada, seja por interesses pessoais, políticos ou comerciais, e que as estratégias utilizadas para tal são variadas e criativas, o trabalho de identificação, refutação e correção de informações falsas ou tendenciosas por parte dos serviços de checagem

---

<sup>7</sup> **AOS FATOS.** O que se sabe sobre a eficácia de produtos vendidos como "Ozempic natural". AOS FATOS, 09 nov.2023. Disponível em: <<https://www.aosfatos.org/noticias/o-que-se-sabe-eficacia-ozempic-natural/>>. Acesso em 23 mar.2024.

de fatos torna-se ainda mais complexo e necessitado de recursos que o façam capaz de tornar inquestionável as contestações oferecidas contra este tipo de informação.

### **3 METODOLOGIA**

Apresenta-se nesta seção a abordagem metodológica adotada na pesquisa, detalhando-se os procedimentos utilizados para alcançar os objetivos propostos. O primeiro tópico diz respeito à caracterização da pesquisa em relação aos seus objetivos, delimitando-se sua natureza e propósito dentro do escopo da investigação. Em seguida, são descritos os métodos e técnicas empregados, justificando-se as escolhas metodológicas para a análise dos conteúdos desinformativos em saúde e apresenta-se o universo e a amostra da pesquisa, explicitando os critérios utilizados para a seleção dos materiais analisados. Por fim, são abordados os procedimentos de coleta e sistematização dos dados, esclarecendo-se as etapas operacionais que garantem a organização e a validade da análise.

#### **3.1 Caracterização da pesquisa**

Considerando que esta pesquisa busca compreender com maior aprofundamento os princípios e teorias que regem o fenômeno da desinformação em saúde, trata-se de uma pesquisa básica, ao classificá-la quanto à sua natureza, pois “objetiva gerar conhecimentos novos úteis para o avanço da ciência sem aplicação prática prevista” (Prodanov; Freitas, 2013, p.51), ou seja, uma investigação motivada pelo interesse em entender os fundamentos dos fenômenos, independentemente de uma aplicação imediata, contribuindo assim para a construção de uma base sólida de conhecimentos (Gil,2002).

Admitindo-se que a compreensão dos princípios e mecanismos subjacentes ao fenômeno aqui estudado é essencial para a construção de um arcabouço teórico que pode ser utilizado em pesquisas futuras e ao desenvolvimento de novas teorias, que podem servir de base para desenvolver e testar intervenções práticas, a caracterização da pesquisa, tanto em relação aos objetivos quanto aos dados coletados, foi realizada sob a ótica da metodologia da pesquisa científica (Prodanov; Freitas, 2013).

### 3.1.1 Quanto aos objetivos

Em se tratando de seus objetivos, a presente pesquisa é caracterizada como exploratória, visto que se propõe a identificar fatores e variáveis que podem ser importantes para contextualização e compreensão do fenômeno estudado e que precisam ser aprofundadas, levantar hipóteses sobre possíveis relações entre variáveis, explicar as relações causais identificadas e investigar como e por que certas variáveis influenciam o fenômeno (Gil,2002).

A desinformação em saúde é um fenômeno dinâmico e multifacetado, que se transforma constantemente com o avanço das tecnologias digitais, novas plataformas e estratégias comunicacionais. Dessa forma, a pesquisa, que não se limita a testar hipóteses predefinidas, mas sim levantar padrões, relações e tendências dentro do conjunto de dados analisado, busca compreender e mapear esse fenômeno, fornecendo subsídios para futuras investigações mais aprofundadas.

A identificação de seis categorias estruturais a partir da análise dos conteúdos desinformativos indica que a pesquisa não partiu de categorias pré-determinadas, mas sim da exploração empírica dos dados, uma abordagem exploratória que permite revelar padrões não previamente estabelecidos e contribui para a formulação de modelos teóricos aplicáveis ao estudo da desinformação.

É ainda uma pesquisa descritiva, que concentra-se em descrever uma determinada população ou fenômeno, bem como estabelecer relações entre variáveis (Prodanov; Freitas, 2013, p.52) buscando tanto uma compreensão inicial de um fenômeno, neste caso, a desinformação em saúde, quanto uma caracterização detalhada de suas características, o que se pretende ao analisar a estrutura de conteúdos desinformativos. A pesquisa busca descrever sistematicamente os conteúdos analisados, identificando padrões estruturais e estratégias narrativas, organizando e classificando suas características, tornando-a também uma pesquisa descritiva, pois se dedica a mapear, definir e explicar como as estratégias desinformativas são estruturadas.

A descrição dessas categorias permite entender quais são as técnicas predominantes na construção da desinformação em saúde e como elas se manifestam nos conteúdos verificados. Por meio da descrição e listagem das diferentes variáveis presentes nos conteúdos desinformativos, como linguagem, estrutura visual, apelo emocional, fontes utilizadas e estratégias discursivas, o estudo detalha como a

desinformação em saúde é apresentada ao público, permitindo uma análise estruturada do fenômeno.

Portanto, trata-se essencialmente de uma pesquisa exploratória-descritiva, onde visa compreender um fenômeno ainda em construção, identificar padrões emergentes e propor categorias analíticas, além de investigar, classificar e interpretar a forma como a desinformação em saúde é estruturada nos conteúdos verificados por serviços de *fact-checking* e também porque mapeia, analisa e organiza as características dos conteúdos desinformativos em saúde com vistas a compreender e documentar como a desinformação é estruturada, fornecendo um panorama detalhado sobre suas estratégias, contribuindo para o aprofundamento do conhecimento na área da Ciência da Informação ao oferecer um retrato preciso do fenômeno investigado.

Sendo assim, para o cumprimento do objetivo geral desta pesquisa - *Analisar a estrutura de conteúdos desinformativos em saúde que tenham sido verificados por serviços de fact-checking*- buscou-se compor os objetivos específicos com elementos suficientes para viabilizar a discussão proposta, de acordo com os direcionamentos analíticos sintetizados no Quadro 2.

**Quadro 2** - Direcionamento analítico quanto aos objetivos específicos

IDENTIFICAÇÃO	DESCRIÇÃO	DIRECIONAMENTO ANALÍTICO
Objetivo específico “a”	Identificar os temas recorrentes nas peças desinformativas;	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Estabelecer critérios de seleção como: serviços de <i>factchecking</i> analisados, período de análise, temática geral a ser considerada na busca;</li> <li>● Filtrar as verificações relacionadas ao tema saúde;</li> <li>● Realizar a leitura das checagens e das peças desinformativas verificadas para identificar padrões temáticos;</li> <li>● A partir da leitura e da identificação de padrões temáticos, quantificar as peças desinformativas por temas.</li> </ul>
Objetivo específico “b”	Examinar o conteúdo, observando aspectos visuais, linguagem utilizada e discursos defendidos presentes nas peças desinformativas;	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Estabelecer uma metodologia de análise que contemple a observação de aspectos visuais, linguísticos, discursivos e eventuais atravessamentos de ordem político-ideológica, religiosa, publicitária, mercadológica, presentes nas peças desinformativas;</li> <li>● Concentrar a análise na estrutura das peças desinformativas e não mais nas verificações destas;</li> <li>● Ler as peças desinformativas;</li> </ul>

IDENTIFICAÇÃO	DESCRIÇÃO	DIRECIONAMENTO ANALÍTICO
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Registrar as características estruturais identificadas na análise de cada uma das peças a fim de identificar similaridades estruturais entre elas.</li> </ul>
Objetivo específico “c”	Apresentar as principais estratégias desinformativas utilizadas nos conteúdos examinados.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Demonstrar, por meio de exemplos extraídos dos conteúdos analisados, todas as estratégias desinformativas identificadas na estrutura dos conteúdos;</li> <li>• Indicar o modo como as estratégias são efetivadas;</li> <li>• Correlacionar as estratégias com vistas a demonstrar se há coordenação entre elas.</li> </ul>
Objetivo específico “d”	Categorizar as estratégias em comum identificadas nas peças desinformativas analisadas;	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agrupar as estratégias desinformativas identificadas levando em consideração suas similaridades quanto a aspectos estruturais, <i>modus operandi</i>, recursos e objetivos;</li> <li>• Definir as estratégias desinformativas, apresentando sua nomenclatura e aspectos gerais;</li> <li>• Categorizar as estratégias de acordo com suas características e conceituar essas categorias.</li> </ul>

Fonte: Elaborado pela autora.

Após a delimitação dos objetivos, buscou-se reunir os meios mais adequados para demarcar os direcionamentos analíticos propostos e obter os dados suficientes para a pesquisa.

### 3.1.2 Quanto aos métodos e técnicas empregados

O método utilizado para a coleta dos dados é a pesquisa documental. De acordo com Gil (2002, p.45) este método de pesquisa “vale-se de materiais que não recebem ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetos da pesquisa”. As checagens dos conteúdos desinformativos em saúde estão disponibilizadas nos *sites* dos serviços de checagem de fatos e constituem-se como fontes de informação documentais, dada sua relevância para compreensão do fenômeno da desinformação e por se tratar de documentos primários que oferecem dados detalhados e contextualizados que ainda não receberam um tratamento analítico prévio.

Para a análise de dados adotou-se a técnica de análise de conteúdo (Bardin, 1977), metodologia para tratamento de dados que visa obter indicadores para a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção destes dados, e envolve as etapas de pré-análise, onde o material disponível é submetido a procedimentos analíticos, a etapa de exploração deste material, na qual são estabelecidas as unidades de registro e unidades de contexto e, por fim, a fase de tratamento dos resultados, quando ocorre a sistematização das características dos elementos encontrados no material e a concessão de novo significado a estas características. Para Bardin (1977) a Análise de Conteúdo é, portanto:

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos, sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens (Bardin, 1977, p.42).

A técnica de análise de conteúdo foi fundamental para a realização da pesquisa, pois permitiu uma abordagem sistemática e rigorosa dos conteúdos desinformativos analisados para examinar mensagens, identificar padrões e extrair significados latentes ou explícitos nos dados analisados. A técnica proposta por Bardin (1977) possibilitou por meio da sistematização dos conteúdos desinformativos que os dados fossem organizados de forma estruturada, que os elementos comuns na construção das mensagens fossem agrupados por meio da categorização de estratégias e culminou numa compreensão mais aprofundada dos discursos presentes nos conteúdos, analisando como a desinformação é apresentada e disseminada.

O estudo seguiu as etapas tradicionais da análise de conteúdo para examinar as peças desinformativas, garantindo o rigor metodológico, desenvolvendo-se da seguinte forma na primeira etapa de coleta e análise de dados:

- a) pré-análise: Localização de conteúdos desinformativos verificados por serviços de *fact-checking* certificados pela *International Fact-Checking Network (IFCN)*, que foram coletados, organizados e preparados para análise, considerando como critério de seleção temas relacionados à saúde (vacinas, tratamentos alternativos, aborto, medicamentos, pandemia, entre outros);
- b) exploração do material: Verificação de conteúdos recorrentes nas

checagens de peças desinformativas relacionadas à saúde, análise da metodologia e recursos utilizados pelos serviços para checar conteúdos relacionados à saúde, e observação de similaridades e diferenças entre os conteúdos checados pelas agências;

- c) tratamento dos Resultados e Interpretação: Sistematização das checagens de peças desinformativas em saúde por temas estratificados de acordo com o conteúdo central das checagens.

Já a segunda etapa da coleta e análise de dados, ainda seguindo as fases tradicionais de análise de conteúdo, se desenvolveu da seguinte forma:

- a) pré-análise: Seleção entre os temas estratificados daquele que ofereceria maiores oportunidades para exploração e identificação de pontos cruciais da estrutura dos conteúdos desinformativos em saúde, tendo-se escolhido a temática “medicamentos e tratamentos” pela diversidade dos conteúdos e por seu destaque em termos de quantidade de conteúdos na pesquisa;
- b) exploração do material: Exame dos conteúdos em profundidade para identificar padrões estruturais e discursivos contemplando aspectos visuais, linguagem utilizada e narrativas predominantes. Foi nessa fase que emergiram seis categorias principais, representando diferentes estratégias desinformativas utilizadas na construção desses conteúdos;
- c) tratamento dos Resultados e Interpretação: Interpretação dos achados para compreender como a desinformação em saúde é estruturada e disseminada, estabelecimento de relação entre os dados categorizados e estudos sobre desinformação, e oferecimento de subsídios para estratégias de mitigação do problema.

A partir de tal delineamento metodológico, a análise de dados é descrita no tópico dedicado especificamente a este aspecto e à discussão dos dados.

### 3.2 Universo e amostra

O universo de uma pesquisa se refere ao conjunto de elementos com características comuns relacionadas ao objeto de estudo (Vergara, 2016). Dessa forma, configuram-se como universo do presente estudo, o número total de checagens de fatos sobre o tema saúde realizadas pelos serviços de checagem de fatos latino-americanos selecionados.

Considerando os critérios descritos a seguir, foram selecionados intencionalmente os serviços de checagem brasileiros Agência Lupa, AFP Checamos e Aos Fatos, o serviço de checagem de fatos chileno *Fastcheck* e o argentino *Chequeado*, com vistas a delinear o universo da pesquisa:

- a) ser um serviço signatário da *International Fact-Checking Network (IFCN)*, por configurar-se como uma organização reconhecida internacionalmente no estabelecimento de diretrizes para checagem de fatos entre canais de comunicação ao redor do mundo e que possui um código de princípios éticos que orientam os checadores no processo de verificação de notícias;
- b) ser latino-americano, escrito em língua portuguesa ou espanhola, configurando-se um critério de acessibilidade da pesquisadora;
- c) possuir um *site* com ferramenta de busca por assunto ou palavra-chave;
- d) possuir um *site* com ferramenta de refinamento de busca por período; e
- e) possuir checagens realizadas e publicadas dentro do período de análise, que corresponde a 01 de janeiro de 2022 a 31 de janeiro de 2024, como critério de temporalidade.

Em referência ao primeiro critério de seleção, ou seja, de que os serviços de checagem de fatos escolhidos fossem signatários da *International Fact-Checking Network (IFCN)*, cumpre destacar que trata-se de uma decisão que, embora metodologicamente sólida, visto que a organização estabelece padrões rigorosos de transparência, imparcialidade e compromisso com a verificação dos fatos, traz à tona a necessidade de considerações relacionadas a questões geopolíticas, econômicas e epistemológicas, por exemplo. Isso porque a IFCN é uma iniciativa estrangeira e grande parte dos serviços de checagem de fatos certificados opera dentro de uma lógica ocidental de verificação da verdade, o que deve suscitar reflexões acerca de quem define as agendas e os critérios para distinguir o que é ou não verdadeiro, especialmente em contextos globais onde diferentes epistemologias e dinâmicas culturais podem estar em jogo. Além disso, o financiamento estrangeiro em serviços de *fact-checking* pode influenciar prioridades editoriais, ainda que de maneira indireta, reforçando uma hierarquia informacional e, mesmo que o objetivo dos serviços de *fact-checking* seja a imparcialidade, nenhum processo de verificação está completamente isento de viés, pois a escolha dos temas a serem checados já é, por si só, um ato editorial. Portanto, embora a escolha por serviços de checagem certificados pela IFCN seja um critério metodológico legítimo, a discussão também é guiada por uma reflexão

crítica e consciente sobre o imperialismo informacional e os interesses estrangeiros, o que permite uma compreensão mais ampla das dinâmicas envolvidas na produção e checagem de informações em saúde, bem como dos resultados da pesquisa.

Sendo assim, para localizar estes serviços de checagem, foi acessada a lista de signatários disponível no *site* da IFCN e filtrados os serviços de checagem de fatos escritos em língua portuguesa ou espanhola. Após isso, ao acessar cada um dos *sites* que se encaixaram nos critérios inicialmente propostos, verificou-se se estes possuíam ferramentas de busca por assunto ou palavra-chave e de refinamento de busca por período. Considerando o atendimento de todos os critérios, chegou-se à definição dos serviços de checagens brasileiros Lupa, Aos Fatos e AFP Checamos, e sul-americanos *Chequeado*, da Argentina, e *Fastcheck*, do Chile, como base de dados para esta pesquisa.

Para localização dos conteúdos que constituem o universo da pesquisa, foi utilizado o termo “saúde” nas ferramentas de busca disponíveis nos portais dos serviços de checagem brasileiros, em conjunto com refinamento para o período de análise delimitado. O mesmo procedimento foi realizado nos serviços de checagem sul-americanos, no entanto, adaptou-se o termo de busca à língua espanhola, sendo utilizada a palavra “*salud*” como parâmetro, aliado ao filtro por período de publicação.

O período de análise foi definido, de forma estratégica, com vistas a observar a incidência de checagens de potenciais conteúdos desinformativos sobre saúde, desde 2022 quando o Brasil e o mundo ainda enfrentavam a COVID-19 na condição de emergência global mas a população já possuía acesso à imunizantes anti-Covid, passando por 2023, quando a Organização Mundial da Saúde declarou o fim da Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional (ESPII) referente à COVID-19 e chegando à 2024, em que a média móvel de casos e mortes encontrava-se estabilizada.

Para garantir o enquadramento dos conteúdos resultantes das buscas como diretamente relacionados ou não ao tema saúde, foi realizada leitura dos títulos das postagens, bem como, dos *lides*<sup>8</sup> destas. Foram desconsideradas a) pautas institucionais; b) retrospectivas; c) divulgações de eventos ou parcerias e, d) peças que tratavam de profissões da área da saúde, à exemplo de discussões em torno do

---

<sup>8</sup> Segundo Callado (2002, p.46), *lide* “é o primeiro parágrafo de uma notícia e deve narrar, resumidamente, o fato mais relevante da série de fatos que compõem a notícia”.

piso salarial dos profissionais de enfermagem, criações de cursos de nível superior na área de saúde e conteúdos semelhantes, além de publicações que se revelaram totalmente desconectadas do tema após leitura de seu inteiro teor.

A busca nos cinco serviços de checagem, utilizando os parâmetros supracitados, entregou 1.099 publicações ao todo. Após leitura dos títulos e enunciados das publicações, com o objetivo de averiguar se de fato possuíam relação com o tema saúde, constatou-se que 580 das 1.099 publicações puderam ser categorizadas como checagens ou verificações relacionadas ao tema central da busca e, constituindo-se como a primeira seleção da amostra, que pode ser definida como uma parte do universo de pesquisa, escolhida com base em critérios de representatividade (Vergara, 2016). A partir dessa primeira seleção, refinou-se ainda mais a amostra para 72 peças desinformativas, cujas temáticas centrais são medicamentos e/ou tratamentos, por apresentar-se como o segundo tema mais abordado em conteúdos desinformativos relacionados à saúde e verificados pelos cinco serviços de checagem de fatos, pela amplitude demonstrada na variedade de doenças, tratamentos e medicamentos mencionados nas peças, bem como pelas possibilidades de exploração desta temática.

A partir da definição do universo e da seleção da amostra da pesquisa, estabelece-se a base empírica para a análise proposta. Na seção seguinte são detalhados os procedimentos de coleta e sistematização dos dados, abordando as etapas metodológicas empregadas para garantir a rigorosidade da análise.

### 3.3 Coleta e sistematização de dados da pesquisa

Em consonância com a natureza da pesquisa, trata-se de uma abordagem qualitativa em relação aos dados coletados que, de acordo com Gil (2002), é flexível, permite ajustes no decorrer da pesquisa e constitui-se como fundamental para adaptação às descobertas e nuances que surgem no decorrer da pesquisa, o que é conforme com o objeto de estudo e adequado para pesquisas em Ciências Sociais.

Quanto à coleta dos dados, a pesquisa é do tipo documental, sistematizados em alinhamento à técnica de análise de conteúdo proposta por Bardin (1977), que por suas etapas, sistematicidade e codificação, se adequa ao presente estudo.

**Quadro 3** - Etapas de análise de conteúdo nos serviços de checagem de fatos

<b>ETAPA</b>	<b>PROCEDIMENTOS ADOTADOS</b>
Pré-análise	Localizar checagens de conteúdos desinformativos relacionadas ao tema saúde. Eliminar resultados desconectados do tema saúde, pautas institucionais, retrospectivas, divulgações de eventos ou parcerias e checagens que tratavam de profissões da área da saúde;
Exploração do material	Verificar os conteúdos reincidentes nas checagens de peças desinformativas relacionadas à saúde; Analisar a metodologia e recursos utilizados pelos serviços para checar conteúdos relacionados à saúde; Observar similaridades e diferenças entre os conteúdos checados pelas agências
Tratamento dos resultados	Sistematizar as checagens de peças desinformativas em saúde por temas estratificados de acordo com o conteúdo central das checagens.

Fonte: Elaborado pela autora.

A primeira etapa da coleta de dados da pesquisa foi realizada entre os meses de fevereiro e abril de 2024. A análise individualizada das 580 publicações relacionadas ao tema saúde, que compreendeu a leitura de cada uma delas, utilizando-se como parâmetro seus respectivos assuntos centrais, resultou na sistematização das checagens por temas, de modo a verificar e quantificar a recorrência de assuntos tanto do ponto de vista do próprio serviço de *fact-checking* quanto em comparação aos temas abordados pelos outros serviços, estabelecendo-se assim uma percepção dos assuntos que mais são alvos de peças desinformativas em saúde.

A segunda etapa da coleta de dados foi realizada entre os meses de agosto e novembro de 2024, concentrando-se especificamente nas peças desinformativas verificadas pelos serviços Agência Lupa, AFP Checamos, Aos Fatos, *Fastcheck* e *Chequeado* sobre a temática de medicamentos e tratamentos, evidenciada como o segundo tema mais abordado pelos cinco serviços, totalizando 72 checagens, ficando atrás apenas de conteúdos relacionados à Vacina contra a COVID-19. Decidiu-se por identificar e categorizar as estratégias desinformativas presentes nos conteúdos vinculados a esta temática tanto pela recorrência significativa demonstrada no levantamento quanto pela variedade de abordagens e nuances relacionadas à desinformação em torno de assuntos pertinentes a medicamentos e tratamentos, além de possíveis impactos sobre a saúde pública. Considerando que tal temática ficou atrás apenas do tema Vacina COVID-19, a opção por analisar peças a ela relacionadas também levou em consideração que a temática da vacina COVID-19 já vem recebendo amplo destaque em diversos estudos e pesquisas desde a pandemia do coronavírus.

Buscou-se reler cuidadosamente cada uma das 72 peças sistematizadas nesse tema, as quais foram revisitadas e analisadas sob o prisma da técnica de análise de conteúdo, visando identificar formatos, similaridades que pudessem indicar possíveis padrões e estratégias utilizadas na construção das peças desinformativas, de modo a categorizá-las. Foram verificadas as principais características, observando-se: linguagem utilizada, imagens que as ilustravam, discurso defendido, elementos gráficos presentes, figuras públicas mencionadas, fontes referenciadas, meios de disseminação e formato das peças e eventuais atravessamentos de ordem político-ideológica, religiosa, publicitária, mercadológica, presentes nas peças desinformativas com vistas a detectar a presença de estratégias recorrentemente utilizadas e categorizá-las por sua correlação.

**Quadro 4** - Etapas de análise de conteúdo nas peças desinformativas sobre medicamentos e tratamentos

ETAPA	PROCEDIMENTOS ADOTADOS
Pré-análise	Selecionar entre os temas estratificados aquele que ofereceria maiores oportunidades para exploração e identificação de pontos cruciais da estrutura dos conteúdos desinformativos em saúde, tendo-se escolhido a temática “medicamentos e tratamentos” pela diversidade dos conteúdos e por sua relevância quantitativa na pesquisa.
Exploração do material	Verificar todas as peças desinformativas da temática medicamentos e tratamentos para identificar suas principais características estruturais, observando-se: linguagem utilizada, imagens que as ilustravam, discurso defendido, elementos gráficos presentes, figuras públicas mencionadas, fontes referenciadas, meios de disseminação, formato das peças e eventuais atravessamentos de ordem político-ideológica, religiosa, publicitária, mercadológica, presentes nas peças desinformativas; Mapear similaridades na estrutura dos conteúdos desinformativos, com vistas a detectar a presença de estratégias recorrentemente utilizadas e categorizá-las por sua correlação.
Tratamento dos resultados	Interpretar achados para compreender como a desinformação em saúde é estruturada; Estabelecer relação entre os dados categorizados e estudos sobre desinformação; Oferecer subsídios para estratégias de mitigação do problema.

Fonte: Elaborado pela autora.

A partir da identificação das estratégias majoritária e recorrentemente utilizadas em peças desinformativas sobre medicamentos e tratamentos, foi possível elaborar a categorização destas estratégias, levando-se em consideração a correlação entre elas. Tal categorização teve por objetivo mapear a estrutura de conteúdos desinformativos em saúde, suas principais características e como são organizados para atingir o objetivo de disseminação da informação deliberadamente falsa e

culminou na definição de 6 categorias, nas quais as estratégias identificadas foram agrupadas, conforme demonstrado na seção a seguir.

## 4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

Este capítulo apresenta a análise e discussão acerca dos dados coletados nos cinco serviços de *fact-checking* que compõem o universo da pesquisa. O objetivo é compreender a estrutura das peças desinformativas e identificar padrões na construção de informações falsas ou enganosas sobre saúde, com ênfase em conteúdos relacionados a medicamentos e tratamentos.

Inicialmente, são expostos os resultados da análise do material coletado nos serviços de checagem, destacando a natureza e recorrência dos conteúdos verificados. Em seguida, examina-se a estrutura das peças desinformativas associadas a medicamentos e tratamentos, buscando identificar características comuns e possíveis variações. Na sequência, são apresentados os achados gerais sobre as peças analisadas, evidenciando os aspectos predominantes nos conteúdos desinformativos investigados.

A partir desses resultados, o capítulo avança para a sistematização das principais estratégias desinformativas identificadas, detalhando como esses conteúdos são estruturados para gerar engajamento, persuadir audiências e dificultar sua refutação. Por fim, são apresentadas as categorias de estratégias desinformativas, organizadas conforme os padrões observados na análise, com o intuito de contribuir para o aprofundamento do conhecimento sobre as dinâmicas da desinformação em saúde e suas implicações para o combate à circulação de informações falsas.

### 4.1 Resultado da primeira fase da análise do material selecionado nos serviços de checagem

A pesquisa realizada na Agência Lupa resultou em 409 publicações, das quais 172 tratavam especificamente de assuntos vinculados ao tema saúde, apresentando maior recorrência os seguintes conteúdos: Vacina COVID-19 (83), Medicamentos e tratamentos (25) e COVID-19 (22). Já a busca realizada na agência Aos Fatos entregou um total de 247 publicações, das quais 102 possuíam relação direta com o

tema saúde e demonstraram reincidência dos conteúdos: Vacina COVID-19 (27), Medicamentos e tratamentos (23) e Vacinação (12). Em se tratando a AFP Checamos, a busca pelo tema saúde no *site* da agência somou 195 conteúdos, dos quais 171 puderam ser considerados como diretamente ligados ao tema. O refinamento da busca evidenciou que Vacina COVID-19 (64), Medicamentos e tratamentos (18), empatado com Doenças (18), e Vacinação (16) foram os conteúdos mais abordados das peças analisadas.

A coleta de dados realizada nos serviços argentino e chileno demonstrou similaridade com os conteúdos recorrentes encontrados nos serviços de checagem brasileiros. Na *Chequeado*, da Argentina, foram localizados 40 conteúdos relacionados ao tema saúde dentro do período de análise, dos quais 37 possuíam relação direta com o tema e recorrência quanto aos conteúdos: Vacina COVID-19 (12), Outros (6) e COVID-19 (5). Já a agência chilena *Fastcheck* entregou 208 conteúdos relacionados à saúde dentro do período de busca, dos quais 98 possuíam relação direta com o tema. Vacina COVID-19 (29), Outros (16) e Doenças (15) apresentaram predominância nestes conteúdos.

A análise dos conteúdos em sua totalidade demonstrou a recorrência de alguns temas nas peças desinformativas checadas pelos serviços de *fact-checking*. Observou-se que as checagens sobre a Vacina da COVID-19 foram predominantes nos cinco serviços de checagem, totalizando 215 das 580 publicações analisadas. Em seguida, checagens relacionadas a medicamentos e tratamentos (72), doenças (33), vacinação (28), COVID-19 (27) e outros temas diversos relacionados à saúde (22). Esta recorrência demonstra que a formulação e disseminação de conteúdos desinformativos em saúde é focada em determinados assuntos em detrimento de outros, numa espécie de direcionamento sobre quais temas serão alvo de informações enganosas ou deliberadamente falsas, o que certamente é parte importante da estrutura da desinformação, o que pode ser observado no quadro a seguir:

**Quadro 5** – Sistematização dos conteúdos relacionados à saúde nas agências de checagem de fatos

LUPA	AOS FATOS	AFP CHECAMOS	CHEQUEADO ARGENTINA	FASTCHECK CHILE
<b>Temas presentes</b>				
Medicamentos e tratamentos (25)	Aborto (5)	Aborto (2)	Vacina COVID-19 (12)	Aborto (3)
Vacina COVID-19 (83)	COVID-19 (10)	COVID-19 (15)	COVID-19 (5)	COVID-19 (11)
COVID-19 (22)	Diagnóstico (4)	Diagnóstico (6)	Diagnóstico (1)	Diagnóstico (2)

<b>LUPA</b>	<b>AOS FATOS</b>	<b>AFP CHECAMOS</b>	<b>CHEQUEADO ARGENTINA</b>	<b>FASTCHECK CHILE</b>
Vacinação Infantil (1)	Doação de órgãos (3)	Doação de órgãos (1)	Doenças(3)	Doação de órgãos (1)
Saúde Pública (5)	Doenças (4)	Doenças (18)	<i>Fake News</i> (1)	Doenças (15)
Vacinação (14)	<i>Fake News</i> (2)	<i>Fake News</i> (13)	Medicamentos e tratamentos (1)	<i>Fake News</i> (1)
Doação de órgãos (1)	Medicamentos e tratamentos (23)	Medicamentos e tratamentos (18)	Outros (6)	Medicamentos e tratamentos (5)
Transição de Gênero (5)	Saúde pública (7)	Outros (5)	Saúde Pública (2)	Outros (16)
Aborto e legalização da maconha (1)	Transição de Gênero (1)	Saúde Pública (6)	Vacinação (4)	Saúde Pública (9)
Vacina Dengue (1)	Vacina COVID-19 (27)	Transição de Gênero (1)	Vacinação Infantil (2)	Vacina COVID-19 (29)
Diagnóstico (1)	Vacina Dengue (3)	Vacina COVID-19 (64)		Vacinação (5)
Vacina Hepatite B (1)	Vacinação (12)	Vacina dengue (1)		Vacinação Infantil (1)
Vacina Gripe (2)	Vacinação Infantil (1)	Vacina Hepatite B (1)		
Doenças (8)		Vacinação (16)		
<i>Fake News</i> (2)		Vacinação Infantil (4)		
<b>TOTAL: 172</b>	<b>TOTAL: 102</b>	<b>TOTAL: 171</b>	<b>TOTAL: 37</b>	<b>TOTAL: 98</b>

Fonte: Dados da pesquisa, 2025.

Observou-se ainda que em checagens relacionadas à saúde os serviços de *fact-checking* demandam mais recursos para refutar a desinformação, dada a complexidade do tema. Isso porque há muita informação sobre saúde em circulação na *internet*, conforme frisam Pereira Neto *et al.* (2022), e esta informação frequentemente envolve conceitos científicos avançados, exigindo a consulta a estudos, especialistas e diretrizes de órgãos oficiais para uma refutação embasada, além de explorar medos e esperanças do público, como curas milagrosas, acabando por tornar-se mais persuasivas e difíceis de desconstruir, num retrato do regime de desinformação contemporâneo, destacado por Bezerra e Borges (2021) e da era da pós-verdade (Schneider, 2019). Por essas razões, os serviços de checagem precisam mobilizar múltiplas estratégias para desmontar essas narrativas de forma convincente.

Diante destes primeiros resultados e partindo da decisão metodológica de restringir a segunda etapa da análise de conteúdo a aqueles com maior incidência nos serviços de checagem eleitos para coleta inicial de dados, optou-se por escolher os conteúdos identificados na temática medicamentos e tratamentos pois, além de consolidar-se como o segundo tema mais explorado nas peças desinformativas, totalizando 72 peças, ficou atrás apenas do tema Vacina COVID-19, que já vem

recebendo amplo destaque em diversos estudos e pesquisas desde a pandemia do coronavírus.

Com base nas peças analisadas, observou-se que a desinformação em torno do tema medicamentos e tratamentos configura-se bastante ampla, variada e nociva, abarcando desde conteúdos relacionados a enfermidades e tratamentos médicos até a comercialização de produtos milagrosos e medicamentos sem eficácia comprovada, com potencial de comprometer seriamente a saúde individual e coletiva, dada a abrangência de temas e abordagens.

#### 4.2 Resultados da análise dos aspectos estruturais das peças relacionadas a medicamentos e tratamentos

Partiu-se, inicialmente, da análise individualizada das 72 peças desinformativas que compuseram a temática medicamentos e tratamentos. Tal análise considerou os seguintes elementos para escrutínio de cada uma delas: linguagem e discurso empregados, imagens ilustrativas utilizadas, elementos gráficos escolhidos, formatos e meios de disseminação, fontes referenciadas e possíveis atravessamentos de ordem político-ideológica, religiosa, publicitária ou mercadológica. Decidiu-se por observar esses elementos por entender-se que o emprego desses contribui para tornar a desinformação mais persuasiva e dificultam sua detecção e refutação, amplificando o impacto das mensagens e tem grande potencial de afetar diretamente a percepção do público sobre temas de relevância, como é o caso da saúde.

**Quadro 06** - Aspectos considerados para a análise das peças desinformativas

ELEMENTO ANALISADO	CARACTERÍSTICAS OBSERVADAS
Linguagem e discurso	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Expressões que denotem generalizações e exageros;</li> <li>● Jargões científicos ou termos técnicos fora de contexto;</li> <li>● Tom conspiratório com alegações de censura ou ocultação de informações;</li> <li>● Palavras emocionalmente carregadas;</li> <li>● Se a linguagem é complexa ou de fácil compreensão;</li> <li>● Se dá ênfase a dados que chamam a atenção;</li> </ul>
Imagens	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Imagens sensacionalistas, com cenas de sofrimento, corpos debilitados, pacientes entubados, cruzeiros, caveiras, sangue, etc;</li> <li>● Imagens manipuladas, com montagens, inserção ou remoção de elementos, cortes e descontextualizações;</li> <li>● Montagens e <i>Deepfakes</i>;</li> <li>● Utilização de imagens de figuras públicas;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Prints</i> adulterados de postagens ou notícias inexistentes;</li> </ul>
Elementos gráficos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipografias e cores chamativas;</li> <li>• Infográficos tendenciosos ou manipulados;</li> <li>• Uso indevido de selos e logotipos de órgãos de saúde;</li> </ul>
Formatos e Meios de disseminação	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se por meio de mensageiros instantâneos, como <i>whatsapp</i> e <i>telegram</i>;</li> <li>• Se por meio posts em redes sociais, como <i>facebook</i>, <i>instagram</i> e <i>X</i>;</li> <li>• Se por meio de <i>sites</i> e veículos de comunicação não tradicionais;</li> <li>• Se emprega isca de cliques;</li> <li>• Se através de textos curtos ou longos;</li> <li>• Se conjuga imagens e textos ou apenas um dos elementos;</li> </ul>
Fontes referenciadas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se apresenta fontes para informações propagadas como científicas;</li> <li>• Se as fontes apresentadas são confiáveis;</li> <li>• Se recorre a manifestação de especialistas;</li> </ul>
Atravessamentos ordem político-ideológica, religiosa, publicitária ou mercadológica	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apelo religioso para legitimar práticas não científicas;</li> <li>• Associação de medicamentos ou tratamentos a partidos ou governos;</li> <li>• Linguagem polarizadora;</li> <li>• Interesses comerciais mascarados;</li> </ul>

Fonte: Elaborado pela autora.

Por meio desta observação, elencou-se, ponto a ponto, as características identificadas em cada uma das 72 peças, o que posteriormente foi comparado e confrontado em busca de similaridades nas estruturas dos conteúdos e dos recursos utilizados para construção das peças desinformativas.

#### 4.2.1 Resultado da análise das peças desinformativas

A análise das 72 peças desinformativas relacionadas a medicamentos e tratamentos foi realizada individualmente e sem o auxílio de *softwares* ou programas específicos para condensação de dados. Para tanto, retornou-se a cada uma delas com vistas a observar os elementos descritos no quadro 6, buscando-se as características nele elencadas e registrando-se os pontos estruturais identificados em cada uma das peças. Nas imagens de 1 a 5 demonstra-se, por amostragem, a metodologia utilizada para registro das características que emergiram da análise:

Imagem 1 - Simplificação de resolução de problema de saúde complexo



Fonte: Disponível em: < <https://x.gd/4nVxm> >. Acesso em: 17 mar. 2025.

Características identificadas:

- destaque em vermelho para as palavras “mata” e “câncer” no título da peça;
- criação de senso de urgência e discurso conspiratório por meio da afirmação “Está a ponto de ser proibido porque acaba de demonstrar que mata as células cancerígenas em apenas 1 dia” (tradução nossa), sugerindo que alguém não quer que as propriedades deste azeite sejam conhecidas pela população;
- promessa de cura milagrosa para um problema complexo, o câncer;
- não há apontamento da fonte da informação;
- criação de senso de urgência e interesse comercial mascarado, exposto na frase “Podes encontrá-lo no *link* do perfil antes que o retiremos” (tradução nossa);
- texto curto e objetivo.

**Imagem 2** - Imitação de portais de notícias e uso de imagem de figura pública

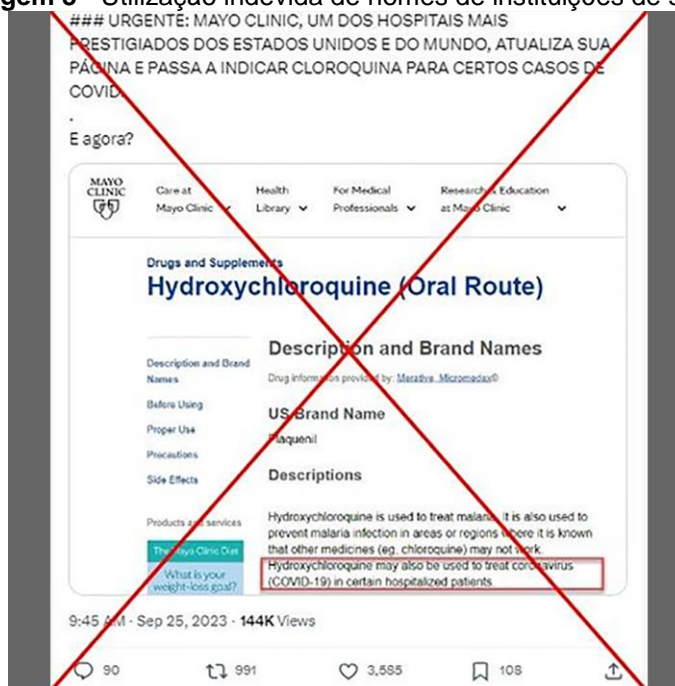


Fonte: Disponível em: < <https://x.gd/YBE1K> >. Acesso em: 17 mar. 2025.

Características identificadas:

- a) destaque em amarelo para a expressão “memória fraca”, chamando a atenção do leitor que busca solução para este problema;
- b) “reportagem do Fantástico”: Utiliza-se da credibilidade de um programa de televisão tradicional para atrair a atenção e sugerir veracidade;
- c) utiliza-se da imagem de uma figura pública renomada da área da saúde para associá-la ao conteúdo, buscando conferir credibilidade;
- d) simula o *layout* jornalístico de um portal de notícias;
- e) interesse comercial mascarado para venda de suplemento;
- f) atribuição de afirmações a pessoa pública que não foram ditas por ela.

**Imagem 3** - Utilização indevida de nomes de instituições de saúde



Fonte: Disponível em: < <https://x.gd/yEtJE> >. Acesso em: 17 mar. 2025.

Características identificadas:

- utilização indevida e descontextualizada de marca de instituição de saúde renomada para conferir credibilidade à informação;
- descontextualização de informações;
- utilização da palavra “URGENTE”, para chamar a atenção;
- post* em rede social, com grande alcance e compartilhamento;
- linguagem polarizadora, caracterizada por dicotomias radicais, ataques à credibilidade de instituições científicas e apelos emocionais que reforçam o antagonismo entre grupos, formalizada por meio da expressão ““E agora?”, para também gerar sentimentos de revolta e comoção;
- a peça sugere que há algo escondido ou que as orientações sobre saúde podem mudar repentinamente, gerando insegurança no público e desconfiança em relação a fontes científicas.

**Imagem 4** - Politização de pautas relacionadas à saúde



Fonte: Disponível em: < <https://x.gd/5SdPm> >. Acesso em: 17 mar. 2025.

Características identificadas:

- a) associação de eficácia de medicamento ao posicionamento de um político;
- b) rede social como meio de disseminação;
- c) imagem de político conjugada a confirmação de viés;
- d) uso de cor chamativa para indicar que “Bolsonaro tinha razão”;
- e) linguagem polarizadora, estabelecendo uma clara dicotomia entre o ex-presidente Bolsonaro e a mídia brasileira, incitando desconfiança sobre a atuação dos veículos de comunicação.

**Imagem 5** – Estímulo a tratamentos alternativos sem evidência científica



Fonte: Disponível em: < <https://x.gd/RGiwc> >. Acesso em: 17 mar. 2025.

Características identificadas:

- a) estímulo a tratamentos alternativos e sem comprovação científico por meio de soluções caseiras e naturais;
- b) não referenciamento das fontes da informação;
- c) tom de urgência e apelo emocional.

A análise demonstrada nas 5 peças acima foi realizada em todas as 72 peças desinformativas pertencentes a temática medicamentos e tratamentos. A comparação entre os aspectos identificados nos conteúdos vinculados a medicamentos e tratamentos possibilitou a identificação de correspondências entre as características presentes na estrutura das peças, demonstrando uma padrão nos conteúdos desinformativos. Tais características receberão aqui a denominação de estratégias desinformativas, ou seja, mecanismos utilizados para atingir o objetivo de disseminação e convencimento, elencadas no quadro abaixo:

**Quadro 07 - Estratégias desinformativas identificadas**

	<b>ESTRATÉGIA</b>
01	Aparência de cientificidade;
02	Referência estratégica a Instituições de saúde;
03	Deturpação/descharacterização de evidências científicas;
04	Factualização de opiniões e crenças;
05	Chamada para ação;
06	<i>Marketing</i> de choque;
07	Apresentação seletiva de depoimentos (prova social);
08	Exploração de espaços publicitários em canais do <i>Youtube</i> ;
09	Estímulo à desconfiança institucional;
10	Descrédibilização das mídias tradicionais;
11	Fomento de teorias conspiratórias;
12	Apelo à desconfiança em tratamentos oficiais;
13	Ausência de fontes confiáveis;
14	Simplificação excessiva de problemas complexos;
15	Falsa aparência jornalística;
16	Uso de imagens de figuras públicas;
17	Utilização de fragmentos de programas de TV e entrevistas/informações descontextualizados;
18	Uso de linguagem sensacionalista e inflamatória;
10	Formato visualmente atraente, direto e de fácil compreensão;
20	Estímulo à viralização;
21	Defesa de ideais bolsonaristas;
22	Polarização de discussões;
23	Desinformação direcionada;
24	Amplificação por meio de <i>hashtags</i> ;

Fonte: Elaborado pela autora.

A observação sistemática de padrões recorrentes nas 72 peças verificadas, que resultou na identificação das estratégias desinformativas, desencadeou a definição de categorias de estratégias desinformativas, permitindo classificar e sistematizar as

principais táticas utilizadas na construção e disseminação da desinformação em saúde, que serão apresentados na seção seguinte.

#### 4.3 Segunda análise das peças desinformativas

Ao todo foram identificadas 24 estratégias desinformativas, as quais foram agrupadas e sistematizadas em 6 macrocategorias, descritas e definidas abaixo:

**Quadro 8 - Categorias de estratégias desinformativas**

CATEGORIA	DEFINIÇÃO	ESTRATÉGIAS ASSOCIADAS
1- Simulação de legitimidade científica;	Configura-se a simulação de legitimidade científica quando há a intenção de conferir credibilidade a um conteúdo falso ou enganoso, buscando imitar ou se apropriar da autoridade da ciência, por meio da reprodução de características associadas ao discurso científico, como linguagem técnica, citações de estudos ou especialistas (reais ou fictícios) e menções a dados manipulados ou retirados de contexto para embasar conclusões enganosas, explorando a confiança social depositada na ciência e misturando elementos verdadeiros com informações falsas para dificultar a identificação da desinformação.	a) Aparência de científicidade; b) Referência estratégica a Instituições de saúde; c) Deturpação/descaracterização de evidências científicas; d) Factualização de opiniões e crenças.
2.Publicidade fraudulenta;	Utiliza-se de conteúdos enganosos ou manipulados para promover produtos, serviços ou tratamentos relacionados à saúde, muitas vezes sem comprovação científica, com o objetivo de atrair consumidores, lucrar ou reforçar crenças inadequadas sobre determinados temas de saúde. Prevalece a intenção de persuadir o público a adquirir ou aderir a algo que, na realidade, contém informações falsas, exageradas ou omitem dados cruciais sobre os riscos ou a eficácia dos produtos ou serviços promovidos. Recorre geralmente a promessas de resultados milagrosos por meio de testemunhos falsos ou manipulados, buscando criar um senso de urgência para promover a compra impulsiva e, em muitas situações, utiliza-se de selos e certificações falsas para transmitir credibilidade.	a) Chamada para ação; b) Apresentação seletiva de depoimentos (prova social); c) Exploração de espaços publicitários em canais do <i>Youtube</i> ; d) <i>Marketing</i> de choque.
3- Descredibilização de instituições e da ciência	Visa minar a confiança do público em instituições oficiais, organizações de saúde, comunidades científicas e seus representantes, estruturando-se de modo a questionar a legitimidade, a competência e a integridade desses agentes, ao explorar narrativas que enfatizam supostos erros, omissões, interesses ocultos ou contradições em suas ações ou discursos. Tende a deslegitimar estudos científicos ou especialistas ao apontar conflitos de interesse,	a) Estímulo à desconfiança institucional; b) Descredibilização das mídias tradicionais; c) Fomento de teorias conspiratórias; d) Apelo à

	manipulação de dados ou vieses ideológicos, recorrendo a teorias da conspiração para atribuir intenções maliciosas às ações de instituições ou cientistas. O objetivo principal dessa estratégia é enfraquecer a autoridade das instituições e da ciência, promovendo a desinformação ao criar um ambiente de incerteza e ceticismo, apresentando conteúdos que exaltam fontes alternativas de informação, como influenciadores digitais, médicos dissidentes ou estudos não revisados por pares, anunciados como isentos de vieses, portanto, confiáveis.	desconfiança em tratamentos oficiais; e) Ausência de fontes confiáveis; f) Simplificação excessiva de problemas complexos;
4- Manipulação visual;	Abrange elementos visuais, como imagens, vídeos, gráficos e infográficos, apresentados de maneira distorcida, seletiva ou descontextualizada para enganar o público e reforçar narrativas falsas ou enganosas relacionadas à saúde. Visa explorar o impacto visual por meio da edição de imagens e vídeos, nos quais são realizadas alterações digitais que modificam o conteúdo original para criar um contexto falso. Além disso, utiliza-se de conteúdos visuais legítimos fora de seu contexto original, atribuindo-lhes significados ou interpretações enganosas e de montagens, que misturam elementos reais e fabricados, criando representações completamente falsas.	a) Falsa aparência jornalística; b) Uso de imagens de figuras públicas; c) Utilização de fragmentos de programas de TV e entrevistas/informações descontextualizadas;
5- Apelo às emoções;	Utiliza-se da exploração de emoções humanas, como medo, indignação, esperança, culpa ou empatia, para influenciar o público e direcionar suas percepções ou comportamentos em relação a temas de saúde. Objetiva reduzir o senso crítico das pessoas quanto às informações, estimulando respostas emocionais que favoreçam a aceitação ou a disseminação da mensagem desinformativa. Utiliza-se ainda de narrativas alarmistas, relatos emocionais, muitas vezes inventados ou exagerados, apresentados como evidências de eficácia ou riscos de tratamentos, vacinas ou condutas médicas, linguagem carregada e repetição de termos impactantes, explorando a vulnerabilidade emocional do público, especialmente em momentos de crise, incerteza ou fragilidade. Além disso, busca incentivar a viralização de conteúdos desinformativos, uma vez que conteúdos emocionalmente carregados são mais propensos a serem compartilhados, ampliando seu alcance e influência.	a) Uso de linguagem sensacionalista e inflamatória; b) Formato visualmente atraente, direto e de fácil compreensão; c) Estímulo à viralização.
6 - Politização excessiva de pautas;	Vinculação de temas de saúde pública a agendas políticas, ideológicas ou partidárias, convertendo discussões técnicas ou científicas em debates polarizados e carregados de conotação política. Promove o deslocamento do foco da análise objetiva dos fatos para um embate de opiniões, interesses ou identidades políticas, o que contribui para a fragmentação da confiança pública e dificulta a tomada de decisões baseadas em informações fidedignas. Utiliza-se de temas de saúde para reforçar divisões entre grupos com posicionamentos políticos	a) Defesa de ideais bolsonaristas; b) Desinformação direcionada; c) Polarização de discussões; d) Amplificação por meio de <i>hashtags</i> .

	ou ideológicos opostos, apresentando determinadas medidas de saúde como parte de uma suposta "guerra cultural", a chamada polarização.	
--	--	--

Fonte: Dados da pesquisa, 2025.

A definição destas 6 categorias, que emergiram a partir da observação sistemática das peças selecionadas, sintetiza as principais estratégias utilizadas na estruturação de conteúdos desinformativos em saúde e não apenas sistematiza as estratégias mais recorrentes, mas principalmente contribui para a compreensão aprofundada do modo como a desinformação em saúde é construída e disseminada. No próximo tópico, explora-se detalhadamente cada uma das 6 categorias e apresenta-se exemplos extraídos das peças analisadas, a fim de ilustrar de maneira concreta as estratégias emergentes.

#### 4.3.1 Categoria 1: Simulação de legitimidade científica

A simulação de legitimidade científica, que se constituiu como a apresentação de informações enganosas ou deliberadamente falsas como baseadas em evidências científicas, demonstrou-se um recurso bastante presente nas peças desinformativas analisadas. Tal associação com a ciência, seja pelo emprego de termos técnicos, do uso de jargões comuns no meio científico ou através da distorção de dados e resultados de estudos e pesquisas, é aplicada pelos produtores de desinformação em saúde para enganar e assim tornar suas mensagens mais confiáveis aos olhos do público, conferindo um *status* de autoridade e credibilidade à informação que está sendo disseminada, além de facilitar o compartilhamento e dificultar sua refutação.

Ao simular legitimidade científica, a desinformação busca imputar nos indivíduos a ideia de que as informações falsas ou enganosas são baseadas em evidências sólidas e aprovadas pela comunidade científica, criando um ambiente de desordem informacional característico do regime de desinformação descrito por Carvalho, Castro e Schneider (2021), em que a autoridade produzida, baseada em informações falsas, têm interesses específicos e, neste caso, é enganar o público mascarando-se da autoridade científica e da credibilidade que esta possui.

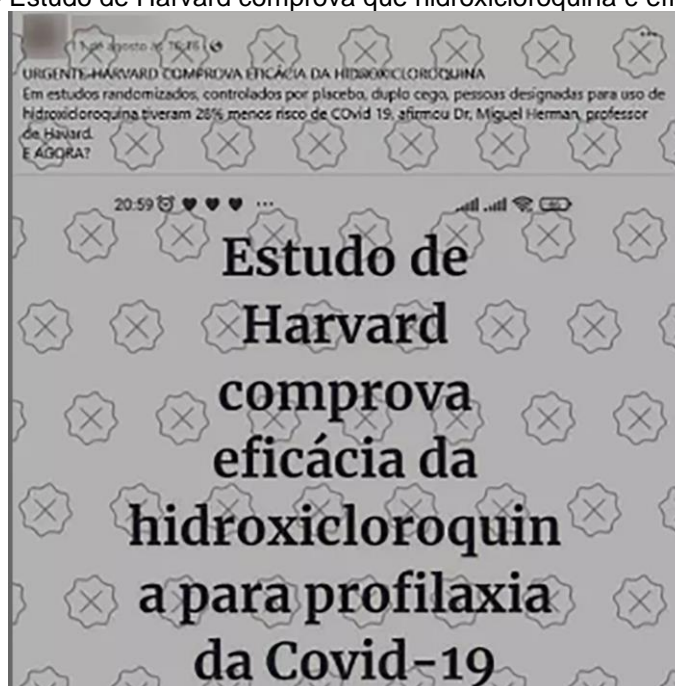
Para atingir o objetivo de camuflar-se de legitimidade científica, criar a ilusão de profundidade e demonstrar conhecimento especializado para promover conteúdos desinformativos como verdadeiros, observou-se o uso de diversas estratégias que,

quando combinadas, configuram-se como fortemente nocivas, com grande potencial de confundir e ludibriar o público. São elas:

- a) aparência de cientificidade;
- b) referência estratégica a Instituições de saúde;
- c) deturpação/descaracterização de evidências científicas;
- d) factualização de opiniões e crenças.

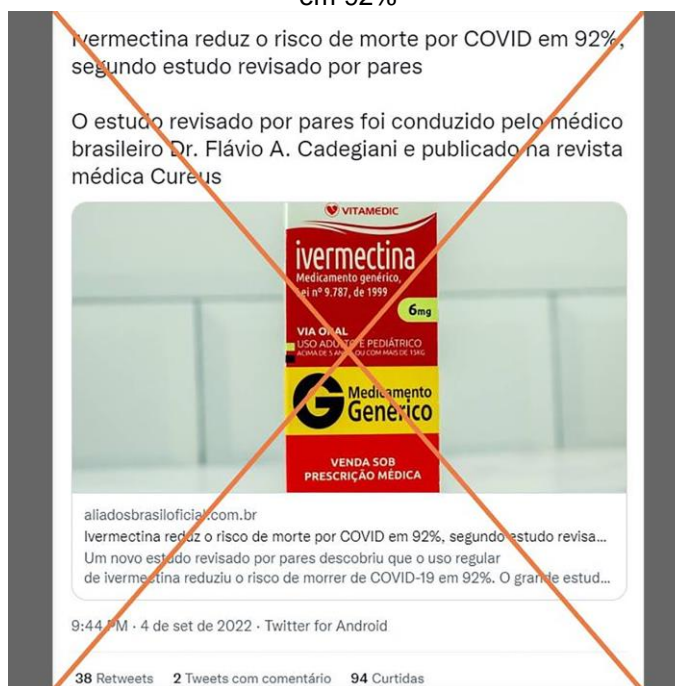
A primeira destas estratégias diz respeito à utilização de termos e sentenças que remetem ao meio científico (aparência de cientificidade) e sugerem que a informação disseminada passou pelo crivo de profissionais e/ou especialistas, explorando a linguagem técnica para mascarar informações falsas ou enganosas como se fossem embasadas na ciência. Demonstrou-se comum nas peças desinformativas analisadas a aparição de expressões como “estudo revisado por pares”, “estudo conduzido por um médico brasileiro”, “testes clínicos provaram”, “ensaios clínicos”, além de menções a periódicos médicos e científicos, cujo objetivo é, além de conferir credibilidade à informação, sustentar afirmações categóricas e sem evidências sólidas, conforme exemplificado nas imagens 6 e 7, expostas a seguir:

**Imagem 6** - Estudo de Harvard comprova que hidroxiclороquina é eficaz contra COVID-19



Fonte: Disponível em: < <https://x.gd/yYqkj> >. Acesso em: 26 fev. 2024.

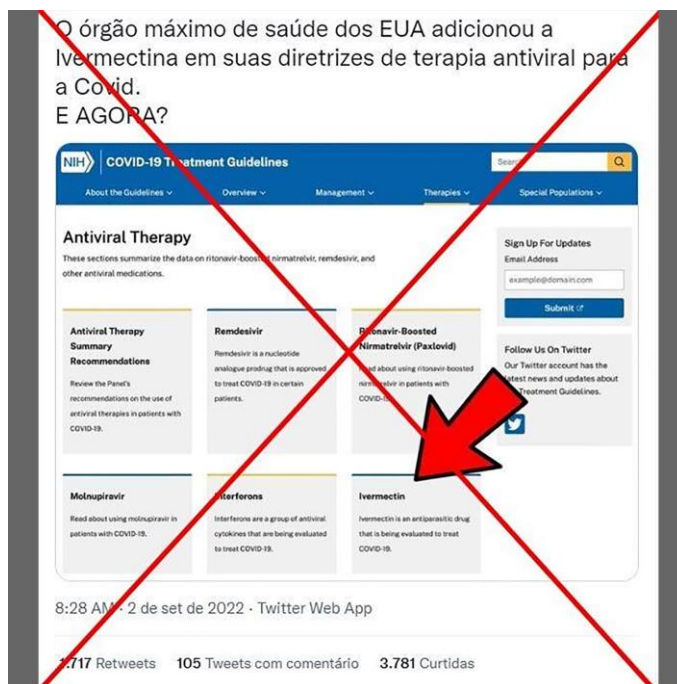
**Imagem 7** - Segundo estudo revisado por pares, ivermectina reduz o risco de morte por COVID-19 em 92%



Fonte: Disponível em: < <https://x.gd/yXh6y> >. Acesso em: 26 fev. 2024.

Outra estratégia presente nas peças desinformativas analisadas diz respeito ao frequente referenciamento a instituições de saúde, por meio do apelo ao uso de nomes, siglas e logotipos de instituições da área da saúde, tanto sul-americanas quanto estrangeiras, a exemplo da Fundação Oswaldo Cruz (FIOCRUZ), Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), Organização Mundial da Saúde (OMS), *Federal Drug Administration (FDA)*, dos EUA, Sistema Único de Saúde (SUS), dentre outras, exemplificada nas imagens 8 e 9:

**Imagem 8** - Institutos norte-americanos indicam ivermectina para tratar a COVID-19 em 2022



Fonte: Disponível em: < <https://x.gd/ZnCpB> >. Acesso em: 28 fev. 2024.

**Imagem 9** – ANVISA aprova composto de *ora-pro-nóbis* e cúrcuma para tratamento de dores articulares

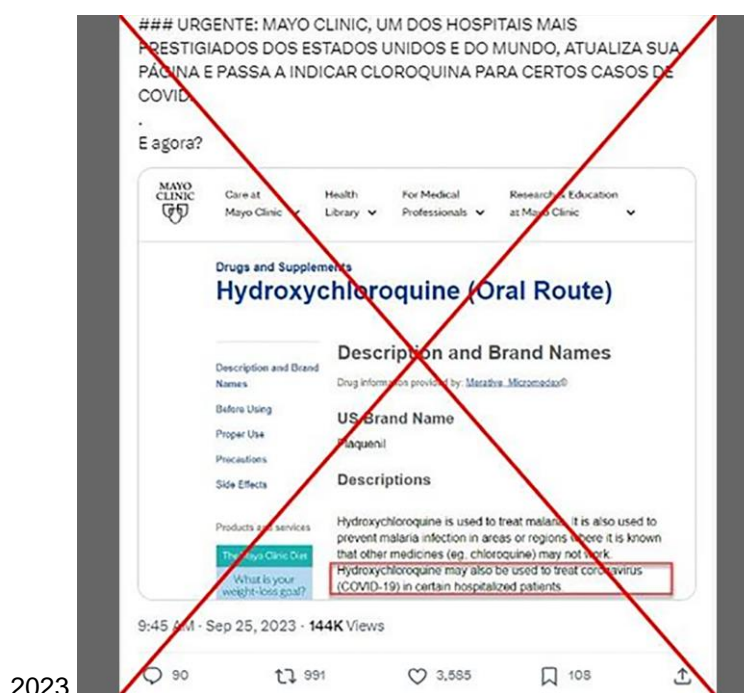


Fonte: Disponível em: < <https://x.gd/ZzcU7> >. Acesso em: 26 fev. 2024.

Ao associar uma peça de desinformação a uma instituição de saúde respeitada, os disseminadores buscam criar a impressão de que aquela informação é proveniente de uma fonte confiável e, portanto, deve ser verdadeira, além de se aproveitarem da confiança que as pessoas depositam nessas organizações, dificultando assim a verificação da informação, já que a fonte nestes casos parece ser legítima, e facilitando seu compartilhamento. Tal associação, como destacam Ferreira e Souza (2022), é estratégica e pode fazer com que o usuário informacionalmente acrítico, ou influenciado pela pós-verdade, seja manipulado pela carga de intenções que estruturam as mensagens, visto que qualquer tipo de conteúdo pode ser usado para causar a desordem informacional. Demonstrou-se recorrente a inclusão de logotipos de hospitais ou instituições de saúde em materiais gráficos, imagens e vídeos, com o objetivo de passar a impressão de que a informação disseminada é endossada por essas instituições.

Também foi possível verificar peças com afirmações associativas, como “Novo extrato de *ora pró-nobis* e cúrcuma aprovada pela ANVISA”, “Líder de mercado nos Estados Unidos, com certificado FDA e alta qualidade chega ao Brasil”, “O órgão máximo de saúde dos EUA adicionou a ivermectina em suas diretrizes de terapia antiviral para a COVID”, “URGENTE: *Mayo Clinic*, um dos hospitais mais prestigiados dos Estados Unidos e do mundo, atualiza sua página e passa a indicar cloroquina para certos casos de COVID”, “*La FDA ha aprobado la ivermectina como tratamiento del COVID*”, cuja intenção ressoa diretamente na tendência ao rápido compartilhamento para maior alcance, dada a credibilidade atribuída a estas instituições, como demonstram as imagens 10 e 11 que seguem:

**Imagem 10** - Mayo Clinic atualiza recomendação para tratar COVID-19 com hidroxicloroquina em



Fonte: Disponível em: < <https://x.gd/XSpd1> >. Acesso em: 07 mar. 2024.

**Imagem 11** - FDA aprova Ivermectina como tratamento contra a COVID-19

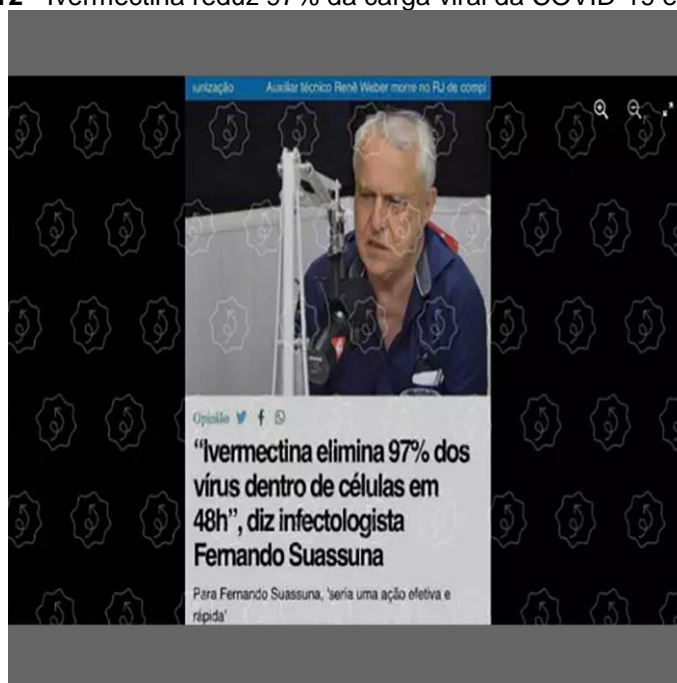


Fonte: Disponível em: < <https://x.gd/l8aUL> >. Acesso em: 06 mar. 2024.

Esta credibilidade também é aproveitada para a deturpação de evidências científicas, através do exagero, distorção ou inversão de dados, levantamentos e resultados de estudos e pesquisas científicas, frequentemente omitindo contextos, ampliando conclusões indevidamente ou interpretando achados de forma

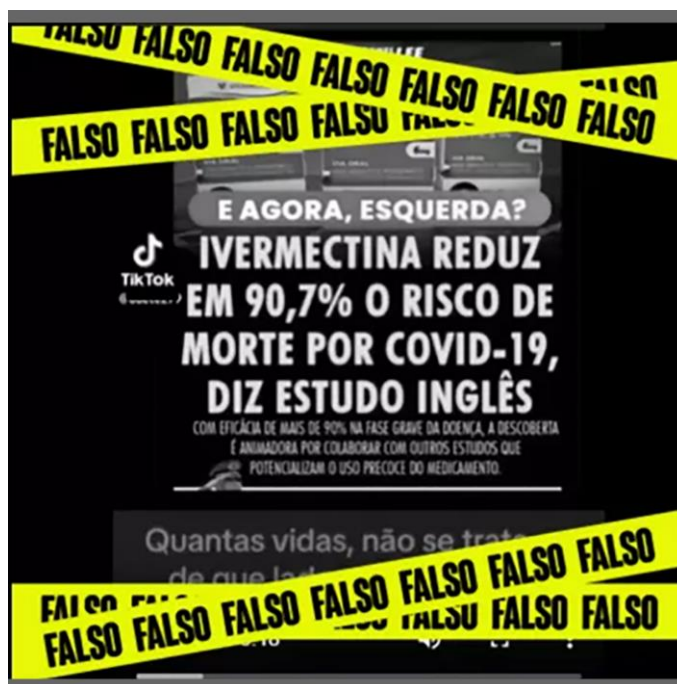
tendenciosa, configurando-se portanto, como mais uma estratégia latente nas peças desinformativas analisadas. O uso isolado de valores percentuais impactantes, sem menções a eventuais limitações ou contextualizações científicas, através do emprego de sentenças como “reduz o risco de morte por COVID em 92%”, “Ivermectina reduz em 90,7% o risco de morte por COVID-19”, “Alívio das dores em até 98%”, “Ivermectina elimina 97% do vírus dentro de células em 48 horas”, visam gerar uma interpretação errônea e inflada de dados, além de reduzir temas científicos detalhados a informações superficiais e impactantes e podem ser observados nas imagens 12 e 13:

**Imagem 12** - Ivermectina reduz 97% da carga viral da COVID-19 em 48 horas



Fonte: Disponível em: < <https://x.gd/glbAA> >. Acesso em: 06 mar. 2024.

**Imagem 13** - Ivermectina reduz risco de morte por COVID-19 em 90,7%



Fonte: Disponível em: < <https://x.gd/iAnzL> >. Acesso em: 07 mar. 2024.

A manipulação de dados em peças desinformativas tem como principal objetivo distorcer e induzir o público a conclusões falsas, propósito da desinformação destacado por Brisola e Bezerra (2018). Ao apresentá-los de forma exagerada, invertida ou deturpada, os disseminadores da desinformação buscam, além de confundir o público, corroborar crenças e opiniões pré-existentes, mesmo que não tenham embasamento na realidade, o que certamente pode influenciar a opinião pública sobre determinados temas e direcionar comportamentos. Tal tendência reflete o mecanismo de confirmação de vieses e fortalecimento de convicções prévias, já previsto na discussão acerca do fenômeno da pós-verdade proposta por Schneider (2019), em que os fatos são superados pela disposição das pessoas em acatar argumentos baseados em suas emoções e crenças o que certamente dificulta o desenvolvimento de um pensamento crítico e favorece a disseminação da desinformação.

Afirmar, por exemplo, que “Ivermectina reduz em 90,7% o risco de morte por COVID-19”, pode levar pessoas a apostarem neste tipo de tratamento, em detrimento de vacinas e medidas preventivas sanitárias, já que o impacto causado pela porcentagem “90,7%” eleva o medicamento quase a categoria de totalmente eficaz. Comercializar e publicizar substâncias sob a promessa de “alívio das dores em até 98%” suscita uma grande possibilidade de adesão e conversão em compra, seja por

curiosidade, esperança ou reforço de crenças que um indivíduo já possui, fortalecidas pela positividade impressa na alta porcentagem propagada que nem sempre reflete informações cientificamente comprovadas.

Apresentou-se, por fim, como estratégia na categoria Simulação de Legitimidade científica, a factualização de opiniões e crenças, elemento bastante presente nas peças desinformativas esmiuçadas. Faz-se importante ressaltar que opinião e fato são coisas distintas. Enquanto a opinião configura-se como a interpretação subjetiva de um acontecimento, o fato é algo verificável e objetivo (Lins da Silva, 2020). Sendo assim, a apresentação de opiniões como verdades absolutas, sem demonstrar aprofundamentos que corroborem a informação que está sendo disseminada, visa puramente influenciar a percepção do público sobre determinado tema e direcioná-lo a uma determinada conclusão.

Ao camuflar opiniões e crenças de fatos, torna-se mais difícil para o público distinguir o que é verdade do que é mera especulação, dificultando a verificação da informação. Quando uma pessoa pública ou um comentarista de TV, por exemplo, expressa uma opinião/crença pessoal como se fosse um fato comprovado, o público pode ser levado a acreditar na veracidade da informação, especialmente se tal pessoa detiver notoriedade pública ou uma imagem de autoridade no assunto, afinal, a credibilidade de uma informação está não só relacionada ao que se diz mas a quem a diz e faz parte de um processo de comunicação que envolve, sobretudo, uma relação de confiança (Fachin; Araújo; Sousa, 2020).

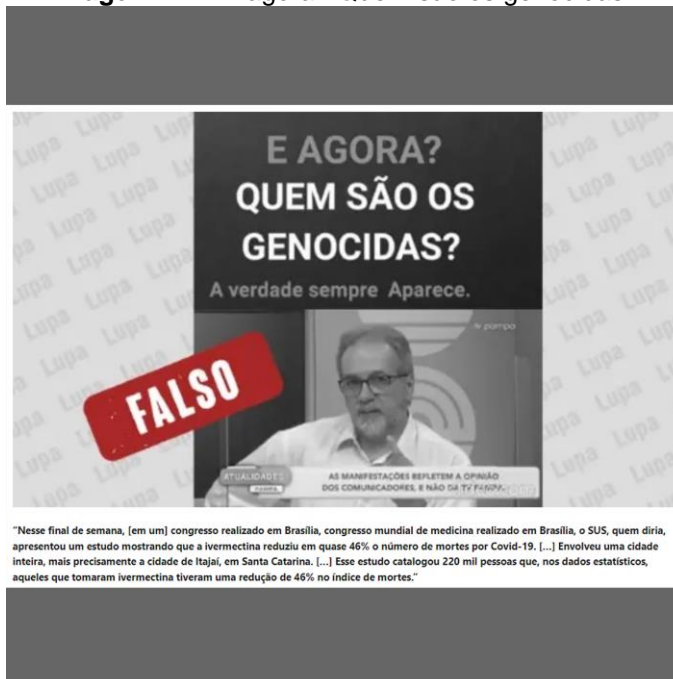
Na peça desinformativa “*E agora? quem são os genocidas? A verdade sempre aparece*”<sup>9</sup>, que pode ser observada na imagem (14), e que foi checada pela agência LUPA, em vídeo, um comentarista da TV Pampa, afiliada da Rede TV no estado do Rio Grande do Sul, afirma: “*Nesse final de semana [em um] congresso realizado em Brasília, congresso mundial de medicina realizado em Brasília*”, o SUS, quem diria, apresentou um estudo mostrando que a ivermectina reduziu em quase 46% o número de mortes por COVID-19. [...] envolveu uma cidade inteira, mais precisamente a cidade de Itajaí, em Santa Catarina. [...] Esse estudo catalogou 220 mil pessoas que, nos dados estatísticos, aqueles que tomaram ivermectina tiveram uma redução de

---

<sup>9</sup> **AGÊNCIA LUPA**. Estudo realizado em Itajaí (SC) não prova que ivermectina reduziu número de mortes por Covid-19. AGÊNCIA LUPA, 07 jan.2022. Disponível em: <<https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2022/01/07/verificamos-estudo-itajai-ivermectina-covid>>. Acesso em: 23 mar.2025.

46% no número de mortes”. Em complemento, no rodapé da tela, vê-se o *disclaimer*: “as manifestações refletem a opinião dos comunicadores e não da TV Pampa”:

**Imagem 14 - E agora? Quem são os genocidas?**



Fonte: Disponível em: < <https://x.gd/OCVuf> >. Acesso em: 07 mar. 2024.

Nota-se no discurso do comentarista que as informações são evasivas: não há especificação sobre o congresso citado, não há menção direta ao estudo que embasou as informações que estão sendo proferidas, de modo a verificá-lo, nem apontamento ao estágio em que este estudo se encontrava (se *pré-print* ou revisado por pares, por exemplo), ou seja, um amontoado de informações superficiais que mais reforçam a crença preexistente do comentarista do que fornecem dados suficientes para localização, apropriação e comprovação das informações.

Percebe-se, portanto, que a desinformação em saúde frequentemente estrutura-se a partir de estratégias que buscam conferir credibilidade ao conteúdo disseminado, tornando mais persuasivo e baseando-se na legitimidade inerente à ciência para sustentar afirmações categóricas sem respaldo em evidências sólidas e induzir o público à aceitação inquestionável da informação, comprometendo sua capacidade de avaliação crítica, um requisito primordial nos ambientes digitais, conforme destacado por Bezerra e Beloni (2019). Esse fenômeno baseia-se em estratégias que visam a construção de uma credibilidade artificial amparada por uma aparência de cientificidade, referenciamentos propositais e mal intencionados a

instituições de renome na área da saúde, deturpações de estudos, pesquisas, metodologias e dados científicos, além da promoção de crenças e opiniões pessoais como verdades factuais.

A análise das peças desinformativas demonstra que abordagens relacionadas a esta categoria não apenas ludibriam a audiência ao mascarar-se de legitimidade científica, mas acabam por comprometer a credibilidade de instituições de saúde tradicionais, minar a confiança na ciência e promover a desordem informacional, o que certamente produz impactos na saúde pública e na percepção coletiva baseada em evidências acerca de temas científicos. O uso deliberado de termos técnicos e jargões mascara conteúdos desinformativos como se fossem fundamentados na metodologia científica. Levar o público a crer que determinado conteúdo tem respaldo institucional de organizações como a OMS, ANVISA ou FDA, por exemplo, amplifica o potencial de disseminação de conteúdos desinformativos e tem a intenção de se aproveitar da confiança social depositada nessas instituições para descontextualizar estudos e dados a fim de validar teses infundadas.

Percebe-se que a disseminação indevida de conclusões, a omissão de limitações metodológicas ou a manipulação de estatísticas para favorecer uma narrativa específica, sintetizadas neste estudo como uma deturpação de evidências científicas, não apenas comprometem a compreensão pública sobre determinado tema, mas reforçam crenças preexistentes e tem potencial para influenciar negativamente decisões vinculadas à saúde tanto individual quanto coletiva, tal qual a proliferação de interpretações subjetivas como se fossem constatações científicas irrefutáveis, que também pode desencadear a adoção de comportamentos nocivos baseados em desinformação.

Sendo assim, refletir acerca da simulação de legitimidade científica como um dos principais recursos utilizados pela desinformação em saúde na estruturação de seus conteúdos demonstra-se urgente para o combate a este fenômeno e para o processo de promoção de informação de qualidade. Possuir conhecimento desta estrutura para ser capaz de identificar a utilização de estratégias como aparência de cientificidade, referenciamento a instituições de saúde, deturpação de evidências científicas e factualização de opiniões e crenças pessoais, amplamente aplicadas para mascarar conteúdos enganosos e dificultar sua contestação, contribui para o fortalecimento do senso crítico da população para identificação de conteúdos desinformativos, para a ampliação do acesso à informação de confiança, mitigar os

efeitos nocivos da desinformação em saúde e preservar a integridade do conhecimento científico.

#### 4.3.2 Categoria 2: Publicidade fraudulenta

A publicidade fraudulenta, especialmente relacionada à área da saúde, representa uma das faces mais nocivas da desinformação atualmente. No contexto da desinformação, a publicidade fraudulenta remete ao uso de estratégias enganosas para promover produtos, serviços ou ideias por meio da manipulação da informação. Essa prática explora a confiança do público ao promover suplementos, medicamentos naturais, dietas e terapias sem comprovação científica, explorando o medo ou a desconfiança da população em relação à medicina convencional. Também estrutura-se para explorar financeiramente indivíduos vulneráveis, comercializando produtos ineficazes a preços ou muito convidativos ou excessivamente elevados, reforçando narrativas enganosas e criando um ambiente informacional contaminado por falsas promessas, distorções científicas e comprometimento da saúde pública, representando um desafio significativo para a sociedade.

Expressões exageradas, promessas milagrosas e uma linguagem alarmista que objetivam persuadir o público, são características geralmente presentes na publicidade fraudulenta, que promove alegações extraordinárias sobre curas rápidas, tratamentos alternativos sem comprovação científica e a descredibilização de práticas médicas estabelecidas. Os anúncios, ferramentas fortemente utilizadas em peças publicitárias fraudulentas, se apoiam em referências a supostas pesquisas, médicos, órgãos de saúde ou cientistas sem credenciais verificáveis, e oferecem grandes riscos à saúde pública, como o agravamento de doenças, o abandono de tratamentos médicos adequados, além da exposição a substâncias potencialmente nocivas. Ao explorar a credulidade e ansiedade das pessoas, por meio de informações intencionalmente falsas ou enganosas, essa prática visa lucrar com a venda de produtos e serviços que, muitas vezes, não possuem qualquer embasamento científico. Como consequência, além do evidente prejuízo financeiro e do adiamento ou abandono a tratamentos médicos convencionais, compromete o Sistema Único de Saúde (SUS), resultando em sobrecarga do sistema, desperdício de recursos e agravamento de condições de saúde pública.

Ignorando os riscos à saúde pública e aproveitando-se da confiança que as pessoas depositam em determinadas fontes de informação, como profissionais de saúde, celebridades ou instituições de saúde renomadas, a publicidade fraudulenta, bastante presente em peças desinformativas relacionadas a medicamentos e tratamentos, busca criar uma aura de credibilidade, que termina por enganar o consumidor ao associar seus produtos a pessoas ou instituições de reputação ilibada. Um trabalho conjunto entre Instituto de Estudos Avançados Polo Ribeirão Preto (IEA-RP) da Universidade de São Paulo - USP e a Rádio USP Ribeirão mapeou, no mês de setembro de 2024, através de ferramentas da plataforma da Meta, anúncios e propagandas de remédios milagrosos no *facebook* e, com isso, identificou 513 publicidades que promoviam produtos sem mostrar comprovação científica e muitas vezes sem autorização dos órgãos reguladores. O levantamento revelou ainda que 96% dos anúncios direcionam os usuários para conversas no *WhatsApp*, onde o vendedor mantém contato direto com a pessoa, aumentando a vulnerabilidade e a possibilidade de golpes (Jornal da USP, 2024).

A promessa de soluções milagrosas e rápidas, de uma vida mais saudável e até mesmo de cura, é predatoriamente explorada pela publicidade fraudulenta e atrai um público desesperado por resultados, convertendo-se em um poderoso motivador para o consumo. O objetivo principal deste mecanismo é o lucro por meio de produtos e serviços de baixa qualidade ou ineficazes, mas travestidos de falsa comprovação científica, eficácia e legalização. A análise realizada pelo IEA-RP e relatada pelo Jornal da USP demonstrou que anúncios relacionados a temas como saúde sexual masculina, diabetes e emagrecimento, por exemplo, dominaram publicidades em circulação no *facebook*, fazendo promessas milagrosas, incentivando o abandono de tratamentos com medicamentos tradicionais em favor de soluções “naturais” e sem eficácia comprovada (Jornal da USP, 2024). Este tipo de publicidade, relacionado a essas temáticas, também ficou evidenciada no presente trabalho, levantando reflexões acerca do impacto desses conteúdos nas atitudes das pessoas em relação à sua própria saúde e sobre quais caminhos optam por seguir para tratamento e cura das mais diversas enfermidades.

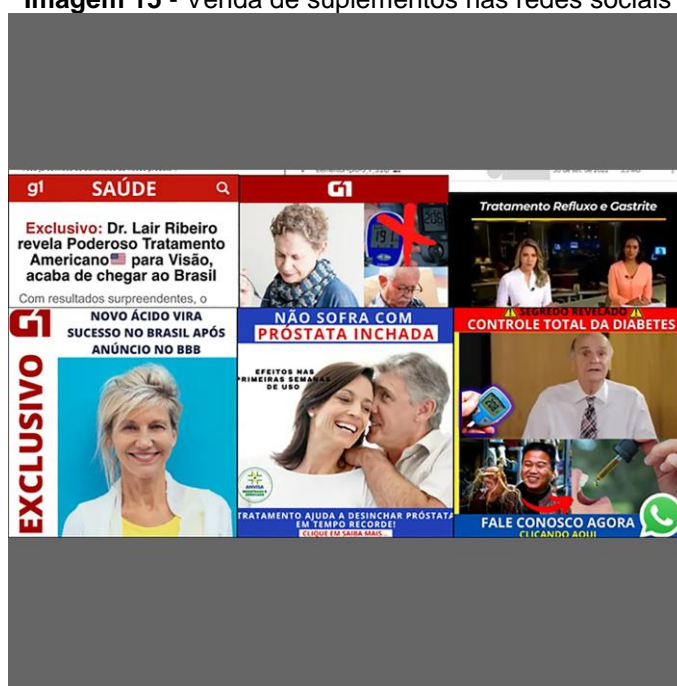
Demonstrou-se comum nas peças desinformativas analisadas na presente pesquisa as seguintes estratégias:

- a) chamada para ação;

- b) *marketing* de choque;
- c) apresentação seletiva de depoimentos (prova social);
- d) exploração de espaços publicitários em canais do *Youtube*;

A primeira estratégia observada diz respeito a chamada para ação, ao utilizar-se de verbos no imperativo acompanhados de chamadas para ação ("Clique em SAIBA MAIS") e *links* ("Fale conosco AGORA clicando aqui"), que redirecionam para páginas de produtos/receitas propagandeados como medicamentos, comercializados sob promessa de cura, tratamento ou manutenção da saúde. Tal estratégia é estruturada para criar um senso de urgência e escassez, incentivando o leitor a tomar uma decisão imediata de comprar o que está sendo anunciado, culminando no tão almejado lucro aos anunciantes, seja pela venda do produto/serviço ou através da quantidade de visualizações geradas pelo anúncio, características que podem ser observadas nas imagens 15 e 16:

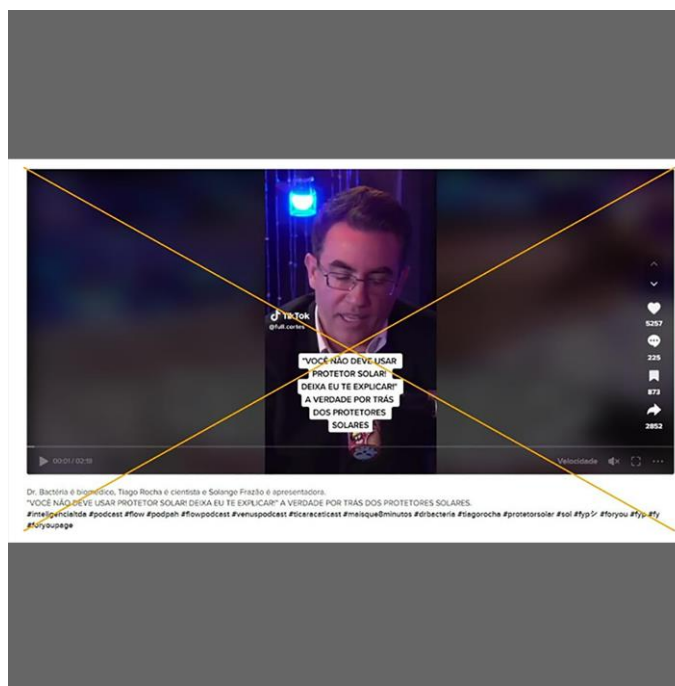
Imagem 15 - Venda de suplementos nas redes sociais



Fonte: Disponível em: < <https://x.gd/yXgqh>>. Acesso em: 10 mar. 2024.



**Imagem 17** - Vídeo recomenda a não utilização de protetor solar



Fonte: Disponível em: < <https://x.gd/BwpWZ> >. Acesso em: 10 mar. 2024.

No trecho de um *podcast*, verificado pela agência AFP checamos, o entrevistado afirma: *“O raio UVA não passa na Terra, não chega na Terra. O UVC, 30 metros embaixo da Terra, ele vai e penetra. E o UVB, ele é mais fraco, por causa das ondas dele. (...) O UVC é quase retilíneo, e é o UVC que dá câncer. (...) Pode me trazer uns dez filtros solares e eu vou mostrar que, no mínimo, nove deles não prestam. Por quê? Porque eu estou protegendo o meu corpo do raio solar que produz a vitamina D, que é o UVB, não é o UVC. O UVB, ele vai deixar a minha pele vermelha, e vai queimar minha pele. Eu não quero ver isso, a indústria produziu um produto que não deixa a minha pele queimada. Está passando tudo quanto é raio solar que eu não posso ter, que é UVC, e eu estou desenvolvendo tumor. Nunca se usou tanto protetor solar e nunca se teve tanto câncer de pele”*.

Ao estimular a não utilização do protetor solar por meio de uma frase categórica como “Você não deve usar protetor solar!”, desperta-se a curiosidade do receptor da mensagem, criando um senso de urgência em descobrir porque o uso de protetor solar não está sendo recomendado visto que, como é amplamente defendido e recomendado no meio médico e científico, o filtro solar figura como item indispensável durante a exposição ao sol. Este senso de urgência, característico da sociedade excitada, descrita por Vasconcellos-Silva (2023), chama a atenção do destinatário e, dada sua característica impactante, aumenta a probabilidade de compartilhamento,

comprometendo o que Aquino (2007) define como capacidade de tomar decisões baseadas no conhecimento.

Uma estratégia que também se destacou na construção de peças desinformativas que envolvem publicidade fraudulenta, dado seu potencial facilitador de compartilhamentos e conversão de vendas, foi a apresentação seletiva de depoimentos, a chamada prova social, quando as pessoas confiam primeiramente no julgamento das fontes e das mensagens antes de checarem a veracidade de um conteúdo (Anjos *et al.*, 2021). Ao apresentar depoimentos de indivíduos que aparentemente são imparciais, confiáveis e que corroboram com a informação que está sendo transmitida, as mensagens se tornam mais persuasivas e tendem a ser aceitas como verdadeiras, levando os indivíduos a utilizá-las para tomar decisões rapidamente, como no exemplo da imagem 18 a seguir:

**Imagem 18** - Supostas usuárias de suplemento para emagrecimento



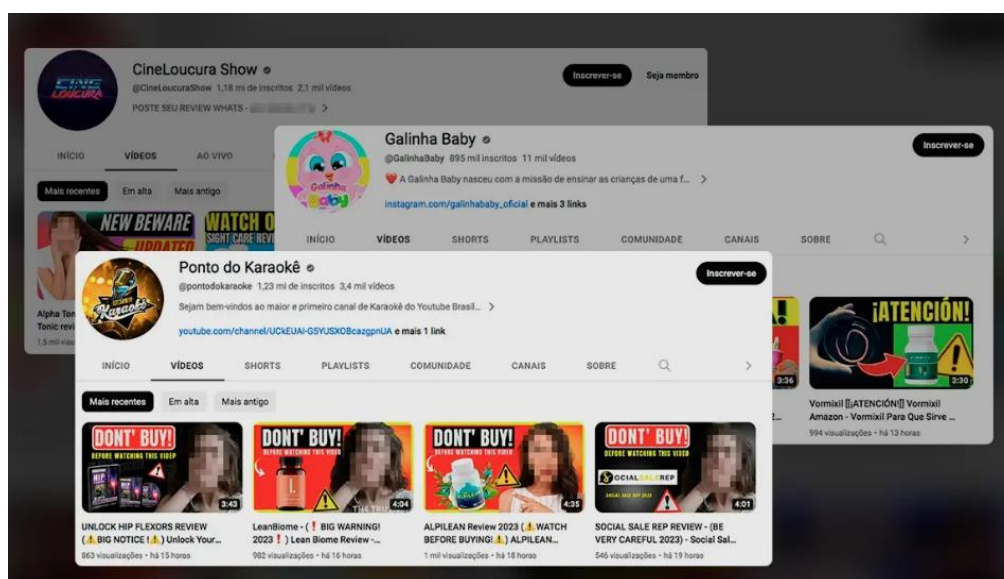
Fonte: Disponível em: < <https://x.gd/Omnpq> >. Acesso em: 16 mar. 2024.

Observou-se que o objetivo principal da utilização da prova social como recurso em peças desinformativas é convencer o consumidor a adquirir um produto ou serviço, mesmo que não haja evidências científicas de sua eficácia. Ao criar a ilusão de que um produto é popular, seguro e eficaz, a publicidade fraudulenta explora a tendência das pessoas de seguirem a multidão e de confiarem na opinião de outras pessoas.

O uso de espaços publicitários no *YouTube* foi um recurso que também demonstrou-se presente nos conteúdos analisados e relacionados a peças desinformativas sobre medicamentos e tratamentos. Aproveitando-se da popularidade de uma das plataformas de vídeo mais acessadas do mundo, a desinformação que se dissemina por meio de conteúdos publicitários fraudulentos que promovem produtos sem eficácia comprovada e falsas avaliações de suplementos, permite que um público vasto e diversificado seja alcançado de forma rápida e eficiente. Verificou-se a veiculação de publicidade fraudulenta em canais de entretenimento, karaokê e até dedicados ao público infantil, o que demonstra uma tentativa de ampliar ainda mais o alcance dos conteúdos desinformativos e atingir um público muito mais amplo, incluindo pessoas que não buscam ativamente por informações sobre saúde, o que aumenta a probabilidade de que a mensagem enganosa seja vista por um número maior de pessoas. A associação de produtos e tratamentos fraudulentos a conteúdos leves e divertidos, podem criar a impressão de que são seguros e eficazes. Além disto, é interessante observar que esta estratégia também busca aproveitar-se da ausência de regulamentação e da omissão das plataformas quanto à identificação, moderação e remoção de conteúdos falsos em tempo real, o que faz com que estes tipos de peças desinformativas associadas à publicidade fraudulenta circule de forma massiva e constante.

Um exemplo que ilustra bem a utilização dessa estratégia pode ser observado no canal do *Youtube* “Galinha *Baby*” que, à época da verificação realizada pela agência Lupa, acumulava 895 mil inscritos. Trata-se de um canal infantil com conteúdo semelhante ao do canal “Galinha Pintadinha”, um fenômeno no segmento infantil, que acumula números expressivos na plataforma. De acordo com dados de outubro de 2024, divulgados pelo *site* da revista *Billboard*, o canal possui mais de 36 milhões de inscritos e soma mais de 34 bilhões de visualizações em seus vídeos publicados (*Billboard*, 2024). No canal “Galinha *Baby*”, em meio a vídeos com canções e animações infantis é possível identificar depoimentos e anúncios de suplementos que prometem curar doenças, com falsos depoimentos e apresentados como certificados, aprovados e testados pela ANVISA, o que não procede. Na próxima página, para melhor compreensão do exemplo, segue a imagem 19:

**Imagem 19** - Utilização de espaços publicitários em canais do *Youtube*



Fonte: Disponível em: < <https://x.gd/ja6iV> >. Acesso em: 12 mar. 2024.

Quando usuários de canais como "Galinha Pintadinha" buscam por seu conteúdo no *Youtube*, a popularidade deste acaba entregando na busca canais similares, como é o caso do canal "Galinha *Baby*" que, aproveitando-se desta vantagem algorítmica que, como destaca Santaella (2018), é endossada pelas escolhas que fazemos *online*, promove desinformação em saúde através de espaços publicitários, onde conteúdos enganosos e inadequados aquele público são explorados, o que é particularmente preocupante, pois além do fato de crianças não possuírem o discernimento necessário para questionar o conteúdo apresentado esses anúncios podem atingir e influenciar os responsáveis que as acompanham durante seu consumo. Observa-se portanto, além da apresentação seletiva de depoimentos, neste caso, falsos, e do uso de mensagens impactantes ("Isso não te contam!"), com o objetivo de atrair curiosidade, a presença da simulação da legitimidade científica por meio do apelo ao nome de instituições de saúde renomadas, visando atribuir credibilidade aos suplementos que estão sendo anunciados.

A publicidade fraudulenta, marcada pela divulgação de produtos, serviços ou informações enganosas, projetadas para induzir o público ao erro, explora a falta de conhecimento técnico e a vulnerabilidade emocional dos consumidores, tornando-se especialmente preocupante ao comprometer a adoção de medidas baseadas em evidências científicas e incentivar escolhas prejudiciais à saúde pública.

A desinformação associada à publicidade fraudulenta frequentemente recorre a estratégias persuasivas que combinam elementos sensacionalistas, apelos

emocionais e exploração de espaços midiáticos alternativos para alcançar um público amplo. Constantemente chamando o público para a ação, emprega mensagens urgentes para criar um senso de urgência artificial, incentivar o consumo irrefletido e pressionar o consumidor a tomar decisões impulsivas, sem tempo para reflexão ou verificação de informações. O destaque exacerbado de benefícios ou riscos de um determinado produto ou tratamento materializa-se por meio de alegações de curas milagrosas, da demonização de medicamentos tradicionais ou pela propagação de medos infundados sobre tratamentos convencionais, um recurso que busca prender a atenção do público e reforçar crenças preexistentes, conforme destaca Santaella (2018), dificultando o pensamento crítico.

O uso de testemunhos individuais também é uma ferramenta poderosa na publicidade fraudulenta. Muitas campanhas desinformativas exibem apenas relatos positivos, depoimentos que criam a ilusão de legitimidade e confiança e omitem evidências científicas exploram a tendência cognitiva humana de valorizar experiências pessoais em detrimento de dados estatísticos. Neste contexto, os ambientes digitais têm sido importantes vetores para a disseminação de publicidade enganosa, o que pode ser observado em canais no *YouTube* que promovem produtos ou tratamentos sem embasamento científico, muitas vezes disfarçados de conteúdo informativo, e se infiltram até mesmo em contextos nos quais usualmente não são explorados, a exemplo dos canais infantis.

Observa-se portanto um ciclo vicioso no qual desinformação e interesses comerciais se retroalimentam, intensificando a circulação de conteúdos enganosos e ocasionando graves consequências à saúde pública. Ao analisar os riscos da publicidade fraudulenta e seus impactos, percebe-se uma grave e constante ameaça sobre a saúde pública e as instituições de saúde, o que chama a atenção para o quanto este tipo de fenômeno amplia-se e ressoa em diversas camadas da sociedade.

A disseminação de informações enganosas sobre produtos, tratamentos e práticas médicas interfere no funcionamento do Sistema Único de Saúde (SUS) e vai além do consumo individual de produtos ineficazes, que por si só já é nocivo, afetando diretamente a gestão dos serviços públicos de saúde, a alocação de recursos financeiros, o acesso a tratamentos adequados e a adesão da população a políticas sanitárias cientificamente embasadas. Quando a desinformação se alia a publicidade fraudulenta e a disseminação massiva deste tipo de conteúdo é efetivada, desencadeia-se não só um efeito dominó sobre os indivíduos, mas também o

comprometimento de um sistema de saúde altamente demandado, que enfrenta superlotação, escassez de investimentos e, apesar disto, constitui-se como pilar para tratamentos de saúde no Brasil, não apenas para populações economicamente desfavorecidas, mas em termos de saúde coletiva e tudo que a ela está associado.

A adesão a tratamentos médicos e produtos alternativos pode gerar aumento da demanda por tratamentos para complicações decorrentes de práticas enganosas, além disto, quando campanhas desinformativas impulsionam o uso de tratamentos ineficazes, o sistema pode ser pressionado a investir em insumos ou protocolos sem comprovação científica, desperdiçando recursos e insumos, impactando inevitavelmente nos gastos públicos. A resistência social a protocolos médicos, a cobertura vacinal e a tratamentos cientificamente comprovados também dificulta a implementação de políticas de saúde pública, favorecendo o reaparecimento de doenças já erradicadas, reduzindo a proteção contra doenças evitáveis e aumentando a incidência de surtos.

Diante desse cenário, a publicidade fraudulenta em saúde configura-se um risco significativo tanto para a saúde individual quanto para o sistema público de saúde, tornando essencial o fortalecimento de estratégias de divulgação científica que se antecipem às práticas nocivas e auxiliem os indivíduos a identificar produtos fraudulentos, tratamentos sem eficácia e promessas impossíveis de serem cumpridas. Somente com uma abordagem integrada será possível minimizar os danos causados pela desinformação e garantir a manutenção do SUS como pilar fundamental da saúde pública brasileira.

#### 4.3.3 Categoria 3: Descredibilização de instituições e da ciência

A descredibilização de instituições tradicionais e da ciência, especialmente no contexto da saúde, é uma prática preocupante que tem sido impulsionada pela disseminação da desinformação. Tal prática dedica-se em minar a confiança do público em instituições como governos, órgãos de saúde, universidades, pesquisadores e, quando alinhada a um discurso de refutação dos conhecimentos científicos, intenta desacreditar o conhecimento estabelecido acerca de determinado tema, opondo seus pressupostos ou buscando substituí-lo por outras explicações da realidade baseadas em outros tipos de saberes considerados não-científicos (Silva; Cendon, 2022). Neste viés, histórias criadas, baseadas em teorias conspiratórias,

testemunhos isolados ou interpretações distorcidas de dados, são construídas para contradizer o consenso científico, utilizando-se de perguntas retóricas para danificar a confiança pública nas autoridades e encorajar o público a buscar informações de fontes alternativas, nem sempre confiáveis, numa transição para regime de verdade pautado por dogmas, intimidade, e experiências pessoais (Sacramento; Paiva, 2020). Observou-se, deste modo, a recorrência das seguintes estratégias nesta categoria:

- a) estímulo à desconfiança institucional;
- b) descredibilização das mídias tradicionais;
- c) fomento de teorias conspiratórias;
- d) apelo à desconfiança em tratamentos oficiais;
- e) ausência de fontes confiáveis;
- f) simplificação excessiva de problemas complexos;

É interessante observar como a desinformação, por meio das estratégias supracitadas, utiliza-se da descredibilização de instituições legítimas e da ciência para se estruturar. Combinando recursos e utilizando-se de subterfúgios, constroi uma falsa autoridade que, ao invés de basear-se em fatos ou na razão, baseia-se na emoção e cria uma bolha de crenças inamovíveis (Santaella, 2018), estimulando nos indivíduos o cultivo de informações viciadas e sentimentos potencializados pela desacreditação no conhecimento científico, na desconfiança em relação a instituições e especialistas, em questionamentos relacionados a credibilidade de meios de comunicação tradicionais, além da apresentação de soluções simplórias para problemas complexos, que favorece a adesão a alternativas de medicamentos e tratamento não comprovados cientificamente.

Por meio do estímulo à desconfiança institucional, primeira estratégia desinformativa a ser explicada nesta categoria, cientistas, médicos e outras autoridades são usualmente descredibilizadas e atacadas, tendo suas credenciais, posicionamentos e até mesmo integridade questionadas. Estas suspeições quanto à validade do método científico, à expertise dos cientistas e as intenções das instituições de saúde, acabam por estimular dúvidas e incertezas, polarizar a opinião pública, criar uma atmosfera que dificulta o diálogo, acirra desigualdades e conflitos e estimula políticas destrutivas em algumas nações (Santos, 2019).

Demonstrou-se comum em peças desinformativas que se utilizam desta estratégia para sua estruturação o uso de expressões como “Nunca foi pela saúde”, “Ué, Não era o remédio proibido? Não era ineficaz?”, “*Fin a las mentiras: ivermectina en EE.UU. reconocida abiertamente por la FDA como fármaco COVID-19*”, sugerindo que essas instituições estariam escondendo a "verdade", manipulando as pessoas e, assim, estabelecendo um tensionamento entre elas e o público em geral, como é possível observar nas imagens 20 e 21:

**Imagem 20** - Rainha Elizabeth II e o suposto uso oculto da Ivermectina



Fonte: Disponível em: < <https://x.gd/VITYf>>. Acesso em: 13 mar. 2024.

**Imagem 21** - Fim das mentiras sobre a eficácia da Ivermectina



Fonte: Disponível em: < <https://x.gd/2ylrG> >. Acesso em: 13 mar. 2024.

Neste ponto, a descredibilização das mídias tradicionais, como jornais, revistas e televisão, apareceu como uma estratégia bastante marcante nas peças desinformativas. Verificou-se certa recorrência na tentativa de suscitar desconfiança em relação à mídia, com uso de sentenças provocativas como “O Globo debochou e atacou o PR”, “Os médicos e organizações que foram enxovalhados pela Folha, Globo e políticos por ‘receitar medicamentos comprovadamente não eficazes’ poderão processá-los?”, “Imprensa brasileira [agora] fala a verdade sobre a cloroquina”, dentre outras, fomentando uma atitude hostil em relação às mídias tradicionais e sugerindo que há uma agenda oculta, conforme demonstra a imagem 22:

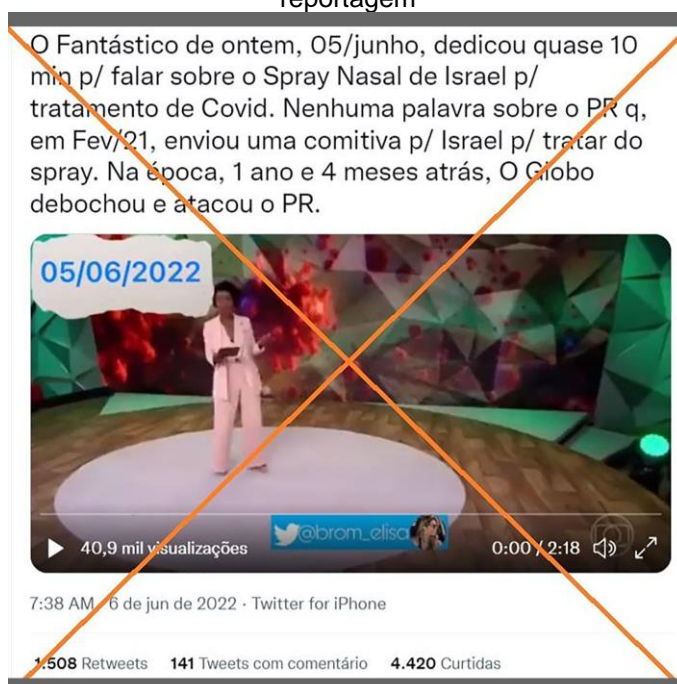


Fonte: Disponível em: < <https://x.gd/3Q3q8> >. Acesso em: 15 mar. 2024.

Estas mídias tradicionais aparecem frequentemente sendo acusadas de assumirem posturas tendenciosas, atitudes manipuladoras e de estarem a serviço de interesses específicos, como de grandes empresas farmacêuticas, ideologias ou governos. Além disso, é constante a associação a teorias conspiratórias e o estabelecimento de comparações entre as informações veiculadas na grande mídia com informações provenientes de fontes não confiáveis, como *blogs* pessoais, redes sociais e grupos de *WhatsApp*, que são apresentadas como mais autênticas e independentes de vieses.

O programa Fantástico, da Rede Globo, é acusado em uma peça desinformativa<sup>11</sup> com mais de 40 mil visualizações de, supostamente, ter falado sobre o uso de *sprays* nasais para o tratamento da COVID-19 sem mencionar que o ex-presidente da república, Jair Bolsonaro, enviou uma comitiva a Israel, em 2021, para saber mais sobre o mesmo produto, assumindo assim uma postura tendenciosa e desfavorável ao então chefe do executivo brasileiro aos olhos do autor do conteúdo, conforme imagem 23 abaixo:

**Imagem 23** - Fantástico acusado de ocultar intenções do então presidente Jair Bolsonaro em reportagem



Fonte: Disponível em: < <https://x.gd/FbEEB> >. Acesso em: 15 mar. 2024.

A peça afirma que quando a alternativa foi apresentada e defendida por Bolsonaro, “O *Globo debochou e atacou o PR*”, no entanto, a verificação realizada pela AFP Checamos, apurou que a atração dominical não falou sobre nenhum fármaco específico, e sim sobre a possibilidade do desenvolvimento de vacinas em formato de *spray*, que seriam capazes de impedir a infecção pelo SARS-CoV-2, enquanto o produto que interessou o governo brasileiro em 2021 não era preventivo, e sim um medicamento em formato de *spray* nasal chamado *EXO-CD24* para tratar a doença.

<sup>11</sup> **AFP CHECAMOS.** Matéria do Fantástico não falou sobre o spray nasal contra covid-19 que Bolsonaro buscou em 2021. AFP CHECAMOS, 07 jun.2022. Disponível em: <<https://checamos.afp.com/doc.afp.com.32C346B>>. Acesso em 03 abr.2024.

Em cenários como este, de desordem informacional, a desacreditação de informações é utilizada para gerar dúvidas e, desta forma, desinformar (Recuero, 2019). Sendo assim, verifica-se que esta estratégia favorece a polarização da opinião pública e pode levar à radicalização em posicionamentos adotados e ao aumento de conflitos sociais, dificultando o debate público e a formação de uma opinião pública esclarecida, visto que a desconfiança em fontes de informação tradicionais dificulta que as pessoas tomem decisões sobre sua saúde embasadas em informações confiáveis.

Outra estratégia bastante empregada diz respeito ao fomento de teorias conspiratórias para estruturação e disseminação de peças desinformativas em saúde, direcionando-se a grupos específicos, através da exploração de suas crenças, medos e insatisfações. Evidenciou-se na análise a construção de histórias convincentes, muitas vezes baseadas em fatos distorcidos ou completamente falsos, com o objetivo de desacreditar órgãos de saúde, governos e cientistas, criando um ambiente de desconfiança generalizada. As teorias conspiratórias baseiam-se no medo, na raiva e na ansiedade das pessoas. Trata-se de uma realidade verdadeira, na qual a desinformação está intrincada, de modo que os fatos centrais deixam de ser factuais e passam a ser distorcidos (Di Domenico; Visentin, 2020, p. 410, tradução nossa). Nas peças analisadas, observou-se a utilização desta estratégia como forma de sugerir que a população estaria sendo enganada por autoridades de saúde, apelando para o senso de "revelação de verdade" ao insinuar que há uma verdade escondida e que foi descoberta, além da sugestão de que a saúde pública é manipulada de acordo com interesses políticos, o que gera desconfiança e apego ao conteúdo enganoso.

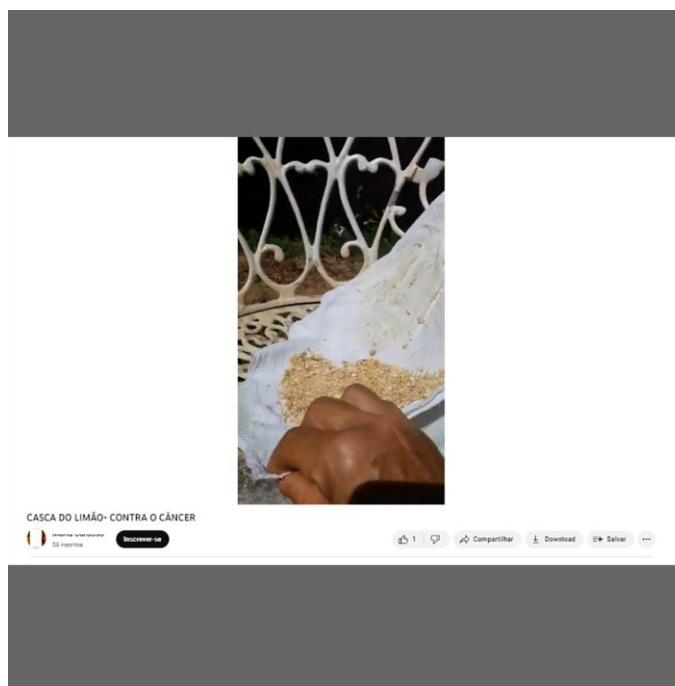
O uso de frases de efeito como "Acham que o povo é abestado mas ACORDOU!", "Quem estava certo?", "Quem vai pedir desculpa?", "A VERDADE POR TRÁS DOS PROTETORES SOLARES", apareceram para reforçar o senso de conspiração e manipulação, incitando o público a revoltar-se contra informações até então veiculadas e defender teorias conspiracionistas que reiterem suas convicções e o faça sentir-se parte de uma comunidade. Este fomento à crença em teorias mirabolantes, além de segmentar e polarizar a sociedade, estimula a resistência e suspeita sobre tratamentos médicos convencionais, colocando a saúde individual e coletiva em risco.

Neste segmento da descredibilização de instituições da ciência, observou-se a constante desacreditação de protocolos médicos como mais uma estratégia de

desinformação utilizada nas peças desinformativas selecionadas. Esta técnica também se baseia na criação de um sentimento de descrença em relação a instituições médicas, governos e profissionais da saúde, incentivando a busca por alternativas não comprovadas e levando a uma diminuição no assentimento a diretrizes médicas e políticas de saúde pública (Silva *et al.*, 2023). Ficou evidenciado o estímulo e exploração da suspeita pública acerca de tratamentos recomendados oficialmente e cientificamente comprovados, como vacinas, quimioterapia e cirurgias, fomentando a desconfiança em relação às políticas de saúde pública e aos protocolos médicos estabelecidos.

Não é incomum encontrar na *internet* conteúdos que sugerem a substituição de medicamentos e tratamentos cientificamente recomendados por receitas caseiras milagrosas, que prometem, por exemplo, cura de câncer através do consumo de uma farinha da casca do limão, evidenciando o cenário de competição entre o conhecimento científico e pseudo ciências pontuado por Beck (1992). No vídeo desinformativo em questão, disponibilizado no *Youtube*, uma mulher desconhecida e que não menciona nenhum tipo de estudo ou fonte da informação, ensina como fazer a receita com a casca do limão que promete curar o câncer e afirma que esta é “*10 mil vezes melhor que quimioterapia*”, o que não é evidenciado cientificamente e levanta suspeitas quanta à real eficácia do tratamento quimioterápico em comparação a uma receita natural, simples, barata e acessível a todos. Segue imagem 24, que exemplifica bem esta estratégia:

**Imagem 24** - Casca de limão para cura do Câncer



Fonte: Disponível em: < <https://x.gd/1pyYI> >. Acesso em: 17 mar. 2024.

Tal desconfiança em tratamentos oficiais apoia-se no não referenciamento de fontes confiáveis, estratégia também bastante utilizada na composição de conteúdos desinformativos em saúde vinculados a medicamentos e/ou tratamentos. Foi evidenciada a apresentação de informações sem indicação de fontes claras, confiáveis e verificáveis, buscando conferir a impressão de que a informação que está sendo disseminada é amplamente conhecida, aceita e que dispensa confirmação ou evidências concretas para suportá-la. Verificou-se o constante não referenciamento a estudos científicos, especialistas, instituições ou publicações confiáveis para corroborar as informações apresentadas, que aparecem de modo superficial e generalista, sem aprofundamento e detalhes específicos, o que torna a verificação da informação um processo complexo e pode desestimular muitas pessoas a investigarem a origem da informação, ignorarem a falta de evidências e repassar o conteúdo adiante sem a devida criticidade ou checagem.

Vê-se claramente o uso desta estratégia na peça desinformativa checada pela agência chilena *Fastcheck* e intitulada “*Este aceite mata qualquer cancer en un dia*”. A imagem 25 de uma massa escura e disforme aparece acompanhada do seguinte texto: “O *shilajit*, um azeite natural de planta, está prestes a ser proibido porque acaba de demonstrar que mata as células cancerígenas em apenas 1 dia. Esta substância incrível é rica em mais de 96 minerais e vitaminas essenciais que o corpo precisa para

uma saúde ótima. Podes encontrá-lo no *link* do perfil antes que o retiremos” (tradução nossa).

**Imagem 25** - O azeite que elimina o câncer em um dia



Fonte: Disponível em: < <https://x.gd/MFbRm> >. Acesso em: 17 mar. 2024.

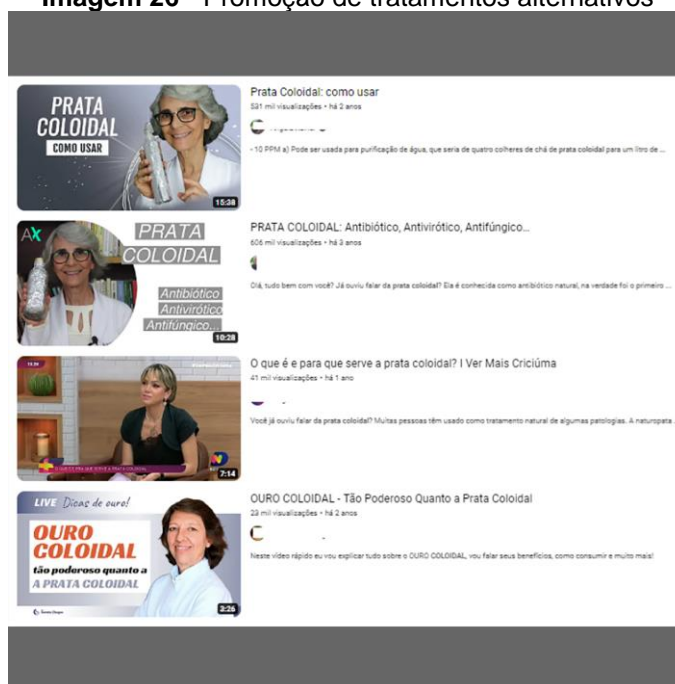
O conteúdo não apresenta nenhuma fonte confiável que corrobore a informação, não cita estudos científicos que tenham chegado a esta conclusão ou acrescenta opiniões de especialistas que ratifiquem as afirmações feitas, o que certamente torna a informação vulnerável e praticamente irrastrável pelo público.

O somatório de todas estas estratégias, que objetivam imprimir em peças desinformativas a descredibilização de instituições e da ciência, é gravemente amplificado pelo último recurso que compõe esta categoria: a simplificação excessiva de problemas complexos. Esta estratégia consiste em reduzir questões multifacetadas, com várias nuances e camadas, a explicações e soluções simples e lineares, muitas vezes estereotipadas ou maniqueístas. Neste viés, observamos uma marcante característica da era pós-verdade, na qual crenças infundadas são priorizadas em detrimento de evidências e argumentos racionais, exercendo maior influência na formação da opinião pública (Schneider, 2019). Seu principal objetivo é influenciar comportamentos, buscando atribuir a problemas de saúde complexos a uma única causa, ignorando outros fatores relevantes, propor soluções fáceis e

rápidas para problemas que exigem ações mais complexas e de longo prazo e se conectar com as pessoas por meio de fortes emoções, como medo e esperança.

Foi possível constatar a disseminação de conteúdos desinformativos relacionados a medicamentos e tratamentos, sob o formato de receitas caseiras e produtos naturais, apresentados e vendidos como mais acessíveis economicamente, seguros, milagrosos, não invasivos e com potencial de “salvar vidas”, resolver problemas de saúde ou curar alguma enfermidade. Nenhum desses conteúdos apresenta evidências científicas, se aprofunda nos temas abordados ou oferecem qualquer tipo de comprovação de que o que está sendo dito ou ofertado é, de fato, eficaz no que se propõe, como demonstram as imagens 26 e 27 a seguir:

**Imagem 26 - Promoção de tratamentos alternativos**



Fonte: Disponível em: < <https://x.gd/diaZ3> >. Acesso em: 17 mar. 2024.

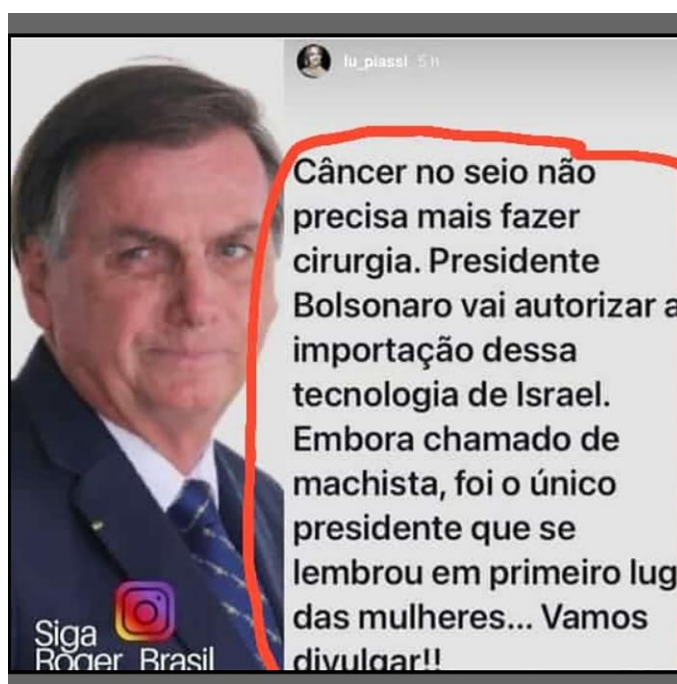
Imagem 27 - Soluções simples para problemas de saúde complexos



Fonte: Disponível em: < <https://x.gd/yL9o9> >. Acesso em: 17 mar. 2024.

Demonstrou-se frequente a aparição de afirmações simplistas nos títulos das peças desinformativas, tais como: “VOCÊ NÃO DEVE USAR PROTETOR SOLAR”, “DOUTOR REVELA COMO ELIMINAR OS PROBLEMAS”, “Câncer no seio não vai mais precisar fazer cirurgia”, “Mata qualquer câncer em um dia”, que reduzem problemas de saúde complexos, como câncer de mama, câncer de pele, diabetes e problemas cardiovasculares, por exemplo, a tratamentos alternativos, pílulas milagrosas, receitas caseiras, uso de chás e produtos naturais como a solução, a saída, a cura tão buscada por milhões de pessoas, sem dor, sofrimento, gastos financeiros excessivos ou necessidade de consulta com profissionais especializados, como evidenciam os exemplos dispostos nas imagens 28 e 29 em sequência:

**Imagem 28** - Tratamento alternativo para câncer de mama



Fonte: Disponível em: < <https://x.gd/9ihf3> >. Acesso em: 17 mar. 2024.

**Imagem 29** - Pílula do câncer

Fonte: Disponível em: < <https://x.gd/SilKm> >. Acesso em: 27 mar. 2024.

Estratégias que minam a confiança do público em fontes oficiais e distorcem evidências científicas demonstraram-se preocupantes ao analisar-se a desinformação em saúde. O desgaste da credibilidade institucional, que busca enfraquecer a confiança em órgãos reguladores, instituições científicas e entidades governamentais,

promovendo a ideia de que tais organizações atuam com interesses ocultos merece destaque nessa categoria por seu potencial de levar indivíduos a rejeitarem vacinas, interromperem tratamentos médicos ou ignorarem alertas de saúde pública, o que pode agravar crises sanitárias e comprometer a segurança coletiva. Paralelamente, a deslegitimação das mídias tradicionais incentiva a concepção de que veículos jornalísticos estabelecidos são tendenciosos ou que trabalham exclusivamente com informações manipuladas, fazendo com que as pessoas recorram a fontes alternativas, geralmente não confiáveis e carregadas de viés ideológico.

Nota-se que o fomento de teorias conspiratórias por meio de narrativas que desafiam consensos científicos e atribuem a determinados grupos a intenção de manipular informações ou ocultar verdades cria um ambiente de desconfiança e ceticismo quanto a evidências cientificamente comprovadas, o que também observa-se na estratégias de descredibilização de protocolos médicos que, ao promover a rejeição a tratamentos oficialmente recomendados, incentiva a adoção de práticas não comprovadas ou até prejudiciais à saúde individual e coletiva. Além disso, a não referência a fontes confiáveis contribui para a omissão ou distorção de dados, estudos e pesquisas científicas, dificultando a verificação da veracidade dos conteúdos disseminados e simplificando excessivamente problemas complexos, ao reduzir questões científicas que exigem explicações e compreensões detalhadas a informações superficiais e sensacionalistas, favorecendo a aceitação de falsas soluções e narrativas simplificadas que ignoram nuances fundamentais da ciência e da medicina. Tais estratégias, ao atuarem de maneira interligada, contribuem para a desordem informacional, dificultam a tomada de decisão baseada em evidências e reforçam discursos que enfraquecem a confiança na ciência e na saúde pública e seu reconhecimento é essencial para o desenvolvimento de táticas de mitigação e enfrentamento da desinformação em saúde.

#### 4.3.4 Categoria 4: Manipulação visual

A manipulação visual é uma ferramenta utilizada na estrutura de conteúdos desinformativos com o objetivo de distorcer a realidade e influenciar a percepção do público, seja para promover uma ideologia, atacar um indivíduo ou instituição, ou simplesmente gerar confusão. Por meio da manipulação de imagens, vídeos, elementos gráficos ou cores vibrantes, os criadores de peças desinformativas buscam

criar associações e legitimar a informação enganosa de acordo com a mensagem que intenta ser transmitida. Especificamente abordando a área da saúde, o recurso da manipulação visual aparece nas peças analisadas aproveitando-se das seguintes estratégias:

- a) falsa aparência jornalística;
- b) uso de imagens de figuras públicas;
- c) utilização de fragmentos de programas de TV e entrevistas/informações descontextualizados;

A reprodução de *sites* e portais de notícias que imitam layout, fontes, logotipos e cores de veículos de comunicação legítimos, além da produção de notícias falsas, artigos e reportagens que tentam reproduzir o estilo jornalístico impregnam as redes sociais, em escala simultaneamente massiva e direcionada (Schneider, 2019). Esta estratégia, característica do fenômeno sócio-informacional da pós-verdade, demonstrou-se bastante presente na estruturação dos conteúdos desinformativos analisados, onde a imitação da aparência e estrutura de veículos de comunicação legítimos foi utilizada para promover e comercializar produtos para tratamento de doenças, com o objetivo de enganar o público e fazer com que informações falsas parecessem verdadeiras.

Esta tática pode ser denominada como falsa amplificação ou amplificação inautêntica, cuja intenção é atribuir maior relevância a determinada ideia ou conteúdo do que aquela que realmente possui, utilizando-se da representação, seja fazendo-se passar por outra pessoa de maior fama, credibilidade e legitimidade ou por uma empresa tradicional de mídia sem efetivamente sê-lo e cujos efeitos os efeitos produzidos são duradouros (Silva; Cendón, 2022).

As informações aqui analisadas foram estruturadas em formato de banners para as redes sociais, com logomarca, cores e fontes similares a de grandes *sites* de notícias, principalmente o portal G1, do Grupo Globo. A simulação também se apresentou em formato de matérias jornalísticas, que imitam o estilo de reportagem de grandes portais e se utilizam de imagens que parecem autênticas para corroborar a informação falsa. Uma peça desinformativa que ilustra bem esta estratégia foi identificada no conteúdo verificado pela agência Lupa, que simula uma matéria jornalística publicada no *site* GShow e estampa a seguinte chamada: “*Exclusivo no*

*GShow: Depois de Anos de Polêmicas, Preta Gil Finalmente Revela o Motivo de Perder Tanto Peso e Afirma Como Fez "Não fiz nenhum exercício ou Dieta"*<sup>12</sup>. Segue imagem 30:

**Imagem 30** - Imitação do *site* de notícias Gshow



Fonte: Disponível em: < <https://x.gd/XXV7sU> >. Acesso em: 04 abr. 2024.

Na peça desinformativa em questão verifica-se que todo o conteúdo, apresentado num layout idêntico ao do site *GShow*, foi forjado como uma reportagem jornalística, contendo manchete, *lide* e imagens da cantora Preta Gil para ilustrar a informação, o que confere legitimidade ao conteúdo perante o leitor. Observa-se que já no lide da matéria é atribuída à Preta Gil a declaração: “*Eu precisei tomar 1 ml disto por dia, e a minha gordura começou a derreter, perdi 17kg em 7 dias (totalmente grátis)*”. A suposta reportagem estrutura-se em torno de uma falsa entrevista na qual, por meio da atribuição de falas à cantora, são descredibilizadas medidas tradicionais para o tratamento da obesidade, como dietas, exercícios físicos e medicamentos, é prometido emagrecimento rápido e “sem muito esforço”, redução de níveis de gordura, colesterol e aceleração do metabolismo, melhora da flora intestinal dentre outros

<sup>12</sup> **AOS FATOS**. O que se sabe sobre a eficácia de produtos vendidos como ‘Ozempic natural’. AOS FATOS, 09 Nov.2023. Disponível em: <<https://www.aosfatos.org/noticias/o-que-se-sabe-eficacia-ozempic-natural/>>. Acesso em 23 mar.2024.

supostos benefícios que culminam na propaganda do produto Lipozepina, anunciado como um emagrecedor natural.

O anúncio que finaliza a reportagem forjada e utiliza inclusive uma fotomontagem de Preta Gil segurando a embalagem do produto, contém a maioria das estratégias já apontadas neste estudo na categoria Publicidade Fraudulenta: chamada para ação (“É importante comprar no site oficial: *lipozepina-oficial.com*, eu sempre compro por lá. Somente neste site tenho 100% de certeza de receber as Amostras Grátis da Lipozepina original”), marketing de choque (“Quer mudar de Vida e Emagrecer? Estoque extremamente limitado”) e prova social, como imagens de mulheres desconhecidas segurando o produto em mãos, insinuando-se que são usuárias do produto, exemplificada na imagem 31 e na imagem 18, exibida na categoria Publicidade Fraudulenta:

**Imagem 31** - Marketing de suplemento para emagrecimento em reportagem falsa

**LIPOZEPINA**  
FORMULA BIOTÉCNICA, 100% NATURAL  
Laranja, Morça, Café Verde, Alta Catequina  
60ML

**PEÇA AGORA SUA AMOSTRA GRÁTIS DO LIPOZEPINA**  
ULTIMAS UNIDADES

**ESTOQUE EXTREMAMENTE LIMITADO!**

**EU QUERO EMAGRECER!!**

QUALIDADE 60 dias GARANTIA  
SEGURA CERTIFICADO COMPROVADO

(E receba em casa de forma segura em menos de 7 dias com garantia de satisfação!)

Quer mudar de Vida e Emagrecer?

**Sim! Eu Quero EMAGRECER!**

Fonte: Disponível em: < <https://x.gd/wYE6C> >. Acesso em: 04 abr. 2024.

O adendo, neste ponto, é a manipulação visual utilizando-se da credibilidade de uma figura pública para atribuir veracidade às promessas sem nenhuma comprovação científica do produto que está sendo anunciado. O uso de imagem de figuras públicas como políticos, celebridades e especialistas e posterior associação a informações falsas ou distorcidas, no caso específico da desinformação em saúde, pode ser estabelecida tanto com objetivo de promover determinadas narrativas quanto

de desacreditar essas figuras, o que é comum em peças que visam a polarização política, a confirmação de vieses preexistentes e a criação de controvérsias e discórdias. Personalidades como o ator Tony Ramos, o apresentador Silvio Santos e as cantoras Preta Gil e Alcione figuraram em peças desinformativas tendo sua imagem utilizada indevidamente para fins enganosos. Também foi possível identificar a utilização de citações de pessoas públicas retiradas de contexto para dar a entender que elas defendem uma ideia que, na verdade, não defendem, como é o caso da peça desinformativa exposta na imagem 32 abaixo:

**Imagem 32** - Utilização de imagem de figura pública para fins enganosos



Fonte: Disponível em: < <https://x.gd/Nr05l> >. Acesso em: 04 abr. 2024.

O político Flávio Dino teve uma de suas entrevistas retiradas de contexto na peça desinformativa intitulada "*Agora já se pode usar remédios preventivos contra a CODIV (sic)? Bolsonaro sempre teve razão. 02/02/2023*"<sup>13</sup>. O vídeo, exemplificado na imagem abaixo e verificado pela Aos Fatos, foi originado de uma entrevista concedida à TV Mirante, é de 2020, mas voltou a circular, fora de contexto, no ano de 2023, conforme imagem 33:

<sup>13</sup> **AOS FATOS**. É de 2020 vídeo em que Flávio Dino afirma que médicos podem receitar cloroquina. AOS FATOS, 03 mar.2023. Disponível em: <<https://www.aosfatos.org/noticias/video-flavio-dino-cloroquina-2020/>>. Acesso em 02 mar.2024.

**Imagem 33** - Entrevista fora de contexto

Fonte: Disponível em: < <https://x.gd/QNaCb> >. Acesso em: 07 abr. 2024.

Nele, o atual Ministro do Supremo Tribunal Federal do Brasil, e então governador do Maranhão, afirma que médicos têm liberdade para receitar remédios que se provaram posteriormente ineficazes para prevenir ou tratar a COVID-19, como a cloroquina e a ivermectina. A descontextualização tenta fazer crer que o governo Lula agora seria favorável e recomendaria o uso desses medicamentos para prevenir ou tratar a doença, corroborando a posição que o ex-presidente Jair Bolsonaro defendeu durante toda a pandemia. O trecho da entrevista original, que foi gravada nos primeiros meses de pandemia, é utilizado de modo a gerar controvérsias e estimular a polarização, omitindo do público, além da data real em que foi concedida, o fato de que à época ainda não havia um consenso entre cientistas sobre a ineficácia desses medicamentos e que os protocolos de saúde nacionais e internacionais inclusive autorizavam o uso das drogas em fases graves da doença, o que foi desaconselhado por diversos estudos com a evolução da pandemia

Outro exemplo de figura pública que tem sua imagem recorrentemente explorada em peças desinformativas, sobretudo relacionadas à publicidades fraudulentas, é o médico e oncologista Drauzio Varella, amplamente conhecido por popularizar informações médicas no Brasil através de aparições em programas de TV, como Fantástico e Mais Você, da Rede Globo de televisão. Na análise realizada foi

possível observar o uso da imagem de Varella em diversos conteúdos, que vão desde entrevistas forjadas até venda de produtos que prometem cura milagrosa para problemas de saúde como disfunção erétil, artrite, artrose, diabetes e perda de memória, atribuindo ao médico recomendações e afirmações que não foram ditas por ele para validar uma suposta eficácia de suplementos.

A peça desinformativa intitulada “*URGENTE!! Todo homem deveria ficar sabendo disso! 12 gotas e dure 5x mais!!*”, checada pela Aos Fatos, utiliza indevidamente a imagem do médico por meio de um vídeo manipulado, onde o áudio original é substituído por uma imitação da voz de Drauzio Varella com o intuito de fazer crer que o profissional concedeu entrevista para promover um medicamento supostamente natural que promete a cura da disfunção erétil, tal qual demonstra a imagem 34:

**Imagem 34** - Utilização indevida de imagem de Drauzio Varella com manipulação vocal



Fonte: Disponível em: < <https://x.gd/TUgQq> >. Acesso em: 07 abr. 2024.

Observa-se, portanto, um alto grau de elaboração na estruturação deste tipo de conteúdo, o que hoje é amplamente conhecido como *deepfake*, fenômeno que não possui palavra específica na língua portuguesa para descrevê-lo, mas que em tradução livre significa “falsidades profundas”. Com o auxílio da inteligência artificial, imagens áudios e vídeos fraudulentos são gerados a partir da troca de rostos, transformação da aparência, substituição ou sobreposição de vozes e invenção de

diálogos, de modo a levar as pessoas a crerem em algo que não ocorreu, o que é o caso da peça em questão (Supremo Tribunal Federal, 2024).

A associação de figuras públicas, políticos, profissionais de saúde e cientistas a conteúdos desinformativos também demonstrou-se amparada na estratégia de descontextualização de conteúdos audiovisuais. Este recurso aparece nas peças analisadas estruturando-se na escolha de trechos curtos de vídeos utilizados isoladamente e/ou de forma descontextualizada, que podem ser interpretados de forma a corroborar uma determinada narrativa, mesmo que essa interpretação esteja incorreta. Ao utilizar-se de trechos de programas de TV, a desinformação camufla-se com a aura de legitimidade e veracidade que a televisão carrega, enganando o público. Fragmentos tirados de seu contexto original podem ser manipulados para transmitir uma mensagem completamente diferente daquela originalmente intentada e nesta configuração, uma frase isolada, por exemplo, pode ser usada para atribuir uma opinião a alguém que nunca a teve e ser utilizada para atacar a reputação de pessoas ou instituições, descredibilizando suas ideias e ações.

O conteúdo intitulado “*Bolsonaro tinha razão. Imprensa brasileira fala a verdade sobre a cloroquina*” é uma demonstração de como a descontextualização é uma ferramenta que age em favor da desinformação em saúde. O vídeo em questão reúne diferentes trechos de notícias veiculadas em jornais da Band, da CNN, da Record, do SBT e da TV Cultura sobre o uso da cloroquina no tratamento da COVID-19, onde a imprensa é colocada como apoiadora da “verdade”, neste caso, da eficácia do medicamento, entretanto, as matérias originais, em seu conteúdo integral, mostram que não há comprovação científica da efetividade do tratamento com esta medicação. A extração, edição ou rearranjo de trechos de vídeos, entrevistas e programas de televisão, de modo a alterar seu significado original, levando a interpretações equivocadas e promovendo narrativas enganosas, influencia opiniões e decisões, reforça crenças preexistentes, dificulta o acesso a informações precisas, enfraquece a credibilidade de especialistas e veículos de comunicação confiáveis e amplifica conteúdos nocivamente desinformativos, representando um desafio complexo para a sociedade por exigir, usualmente, uma análise mais técnica e detalhada sobre o conteúdo original completo, encontrar dificuldade para verificação e correção imediata, além da falta de rigor das plataformas digitais para identificação e embarreamento da disseminação de conteúdos audiovisuais descontextualizados e manipulados deliberadamente.

A desinformação em saúde já provou assumir múltiplas formas e estratégias para ampliar seu alcance e influenciar a opinião pública. Quando aborda-se a manipulação visual e o uso distorcido de elementos gráficos, imagens e vídeos para conferir credibilidade a conteúdos enganosos e induzir a interpretações equivocadas, o impacto vai além da simples adulteração de imagens, que influencia percepções, crenças e comportamentos do público. No contexto dos ambientes digitais, onde conteúdos visuais possuem alto poder de persuasão e viralização, esse comprometimento é efetivado por meio de estratégias que exploram a credibilidade da mídia, a autoridade de personalidades reconhecidas e a descontextualização de conteúdos, sobretudo audiovisuais, para conferir legitimidade a narrativas enganosas.

A falsa aparência jornalística, que estrutura-se na construção de conteúdos que simulam o formato e a estética de veículos de comunicação legítimos utiliza elementos como logotipos, manchetes sensacionalistas e linguagem típica do jornalismo para enganar o público, induzindo-o a acreditar que se trata de uma reportagem autêntica. Para tornar ainda mais crível os conteúdos desinformativos, é comum a apropriação da imagem de figuras públicas, em que a credibilidade de especialistas, médicos, cientistas ou celebridades é explorada, muitas vezes sem o consentimento destes. Declarações destas pessoas podem ser manipuladas ou retiradas de contexto para sugerir apoio a determinadas ideias desinformativas, reforçando narrativas enganosas ao associá-las à reputação de indivíduos reconhecidos, tornando a desinformação mais persuasiva e de difícil contestação.

Por sua vez, a descontextualização de conteúdos audiovisuais baseia-se na edição seletiva, reorganização de falas e omissão de informações essenciais para alterar o sentido original de um discurso ou evento. Vídeos antigos podem ser rerepresentados como recentes, trechos de entrevistas podem ser rearranjados, *deepfakes* podem ser elaboradas e legendas enganosas podem ser inseridas para direcionar a interpretação do espectador. Essa tática é particularmente eficaz na era digital, em que conteúdos visuais possuem grande apelo e podem ser compartilhados amplamente sem que os usuários verifiquem sua autenticidade. Estes recursos dificultam a distinção entre conteúdos legítimos e manipulados, prejudicam ou favorecem as pessoas públicas envolvidas, sem consentimento, nas manipulações, interferem negativamente na reputação dos veículos de comunicação simulados, estimulam a circulação de informações distorcidas e exigem esforços profundos e

contínuos por parte de pesquisadores, verificadores de fatos, plataformas digitais e dos próprios cidadãos para promover a transparência informacional.

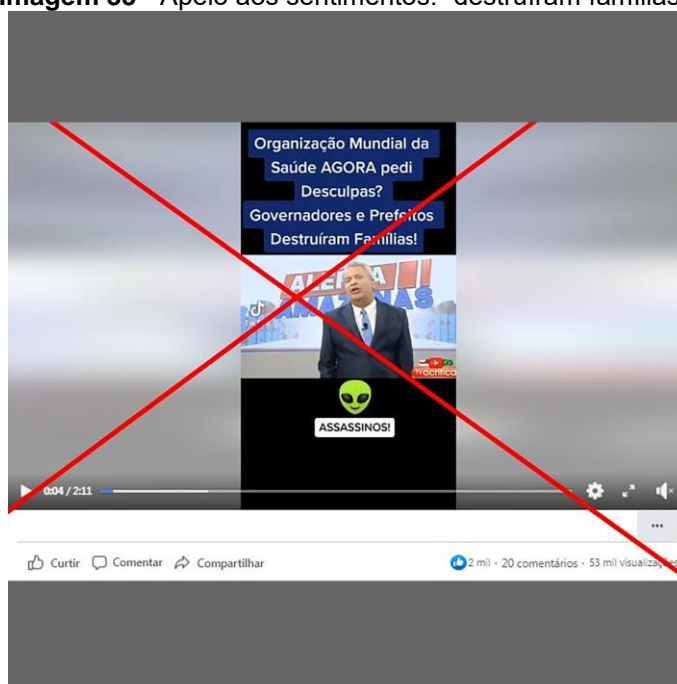
#### 4.3.5 Categoria 5: Apelo à emoção

A primazia das emoções sobre os fatos, elemento crucial do fenômeno da pós-verdade, demonstrou-se como uma estratégia bastante explorada na construção de peças desinformativas em saúde. A prevalência de emoções e crenças pessoais sobre fatos objetivos apresenta uma concepção de verdade moldada para se adequar a narrativas que geram maior impacto emocional.

A desinformação tende a focar em temas sensíveis, com alto potencial de polarização social, capaz de despertar emoções intensas e aumentar a probabilidade de compartilhamento (Comissão Europeia, 2020) e está totalmente relacionada à prevalência das emoções presente na era da pós-verdade, que culmina nas bolhas de conteúdo, onde uma determinada narrativa é legitimada e reverberada massivamente, gerando uma câmara de eco que apaga e desconsidera novas narrativas (Santaella, 2018). O apelo à emoção demonstrou-se uma ferramenta poderosa utilizada na desinformação em saúde para manipular a opinião pública e influenciar as decisões das pessoas sobre os cuidados com a saúde. Trata-se de uma técnica que busca atingir este objetivo por meio da evocação de fortes sentimentos, como medo, raiva, esperança ou novidade, para que as pessoas aceitem informações sem questioná-las.

Expressões como "destruíram famílias", "Quem vai ter humildade de pedir desculpas às famílias que perderam seus entes queridos?", "Quantas vidas poderiam ter sido salvas se não fosse a maldade do ser humano, egoísmo e sede de poder", "Organização Mundial da Saúde AGORA pedi(sic) desculpas? Governadores e prefeitos destruíram famílias!" foram utilizadas nas peças desinformativas analisadas com o claro intuito de atrair simpatia, provocar indignação, causar pânico e gerar medo, sentimentos intensos que podem impedir que o público avalie a informação de forma crítica, levando-o a aceitar informações sem resistências e passá-las adiante sem a devida criticidade, motivados pela emoção. Seguem na próxima página imagens 35 e 36 que refletem esta característica:

**Imagem 35 - Apelo aos sentimentos: “destruíram famílias!”**



Fonte: Disponível em: < <https://x.gd/eLdNI> >. Acesso em: 06 abr. 2024.

**Imagem 36 - Clamor por desculpas**



Fonte: Disponível em: < <https://x.gd/ETisJ> >. Acesso em: 06 abr. 2024.

Esse apelo à emoção foi concretizado por meio de algumas estratégias. São eles:

a) uso de linguagem sensacionalista e inflamatória;

- b) formato visualmente atraente, direto e de fácil compreensão;
- c) estímulo à viralização.

A estratégia de utilização de uma retórica sensacionalista e inflamatória consiste no emprego intencional de palavras, frases e expressões que visam evocar fortes reações emocionais no público, a fim de manipular suas crenças e comportamentos em relação a temas de saúde. Os fatos são distorcidos ou apresentados de forma a maximizar o impacto emocional, utilizando superlativos, adjetivos fortes e generalizações amplas, criando-se um senso de urgência e pânico ao enfatizar os perigos e as consequências negativas de determinada situação. Constatou-se na análise das peças o emprego de letras maiúsculas e de palavras impactantes nos enunciados (“ASSASSINOS”, “URGENTE!!”, “ATENÇÃO”, “BOMBÁSTICA”), o uso de expressões sarcásticas (“NÃO ERA INEFICAZ?”, “E AGORA?”, “E AGORA, QUEM SÃO OS GENOCIDAS?”, “Tudo pela ciência!”), termos pejorativos (“raça ruim desgraçada”, “fdp”) e promessas (“Viva mais tempo”, “matar células do câncer”, “o cobre é muito saudável para os humanos e protege você”, “EFICÁCIA COMPROVADA”, “Mata qualquer câncer em um dia”), cujo propósito de gerar falsas expectativas, despertar indignação, sentimentos de traição, revolta e choque entre os leitores, além de incitar reações impulsivas para promover o compartilhamento movido pela emoção, foi efetivado por meio da linguagem e pode ser comprovado pela quantidade de vezes que tais peças foram compartilhadas nas redes sociais. As imagens 37, 38 e 39 servem como exemplos desta estratégia:

**Imagem 37** - Linguagem sensacionalista e inflamatória



Fonte: Disponível em: < <https://x.gd/V2Vr1> >. Acesso em: 06 abr. 2024

**Imagem 38** - Linguagem apelativa ao senso de vingança



Fonte: Disponível em: < <https://x.gd/XeOUK> >. Acesso em: 06 abr. 2024.

**Imagem 39** - Linguagem sensacionalista para causar revolta

Fonte: Disponível em: < <https://x.gd/9PEzJ> >. Acesso em: 10 abr. 2024.

O apelo à emoção demonstrou-se reforçado por meio de peças desinformativas estruturadas em designs atraentes e em uma comunicação direta. A linguagem visual é universal e tem a capacidade de transmitir informações de forma mais rápida e direta do que textos longos e complexos, aumentando a propensão ao compartilhamento nas redes sociais e, conseqüentemente, o alcance da mensagem. O uso de imagens associadas a textos curtos, escritos em linguagem simplória, coloquial e, em alguns casos, até com erros gramaticais, facilita a compreensão, sobretudo para pessoas com pouco conhecimento acerca de temas científicos e relacionados à área da saúde. Notícias falsas e desinformativas frequentemente vêm acompanhadas de imagens ilustrativas relacionadas ao tema que não oferecem qualquer evidência que comprove a veracidade de seu título (Newman; Zhang, 2020), e isto ficou evidenciado com frequência nas peças desinformativas relacionadas ao tema medicamentos e tratamentos através da presença de fotos e vídeos impactantes, representativos ou manipulados, utilizados para causar um forte impacto emocional no público.

Uma das peças desinformativas analisadas, verificada pela AFP Checamos, tenta associar o rápido desenvolvimento de vacinas à talidomida, uma droga da década de 1950 que causou problemas congênitos em crianças cujas mães tomaram-na durante a gravidez, conforme imagem 40 a seguir:

**Imagem 40** - Imagens impactantes para atrair atenção



Fonte: Disponível em: < <https://x.gd/PSMQa> >. Acesso em: 06 abr. 2024.

Para ilustrar a enganosa associação foram utilizadas fotografias de crianças com deformidades nos braços, com o intuito de chocar os leitores e apelar primeiramente a suas emoções para aderirem a um posicionamento anti vacinal e contestatório dos processos para aprovação a comercialização de medicamentos e imunizantes, sem considerar as alterações nos procedimentos científicos deste tipo de protocolo e as mudanças de orientação para consumo de medicamentos, populações de risco, etc.

Experimentos empíricos realizados por Newman e Zhang (2020) corroboram a eficácia desta estratégia ao considerar os processos mentais que influenciam na tendência dos indivíduos a admitir a verdade de uma informação com base na imagem que a subsidia. Os autores evidenciam a confiabilidade inerente às fotografias, a capacidade de distorção das crenças das pessoas por meio do que chamam de fluência cognitiva, que facilita o processo de assimilação do que está escrito, e o potencial contido nas fotos de criar uma ilusão de evidência como possíveis fatores que fazem com que esta estratégia seja tão comumente utilizada pela desinformação. A linguagem simples e direta também facilita a compreensão do conteúdo que está sendo disseminado por parte de um público mais amplo, incluindo pessoas com menor grau de escolaridade e aproxima o emissor do receptor da mensagem, gerando uma sensação de familiaridade e confiança. A peça intitulada “A pílula do câncer está no

mercado”, checada pela agência Lupa, na qual um homem desconhecido narra: “[A pílula do câncer] age nas células cancerosas como marcadores, é como se as cápsulas colocassem sinalizadores nas células doentes, fazendo com que elas fiquem mais visíveis para o sistema imunológico (...) Ele [fosfoetanolamina] está sendo comercializado como suplemento vitamínico, só que a pessoa toma e se tiver tumor: ‘babal’ [elimina o tumor]. FOSFOETANOLAMINA ORIGINAL® USP é líder de mercado nos Estados Unidos, com certificado FDA e alta qualidade chega ao Brasil” exemplifica bem como a simplificação linguística é utilizada como instrumento da desinformação em saúde e segue exposta na imagem 41:

**Imagem 41** - Linguagem coloquial para facilitar a compreensão

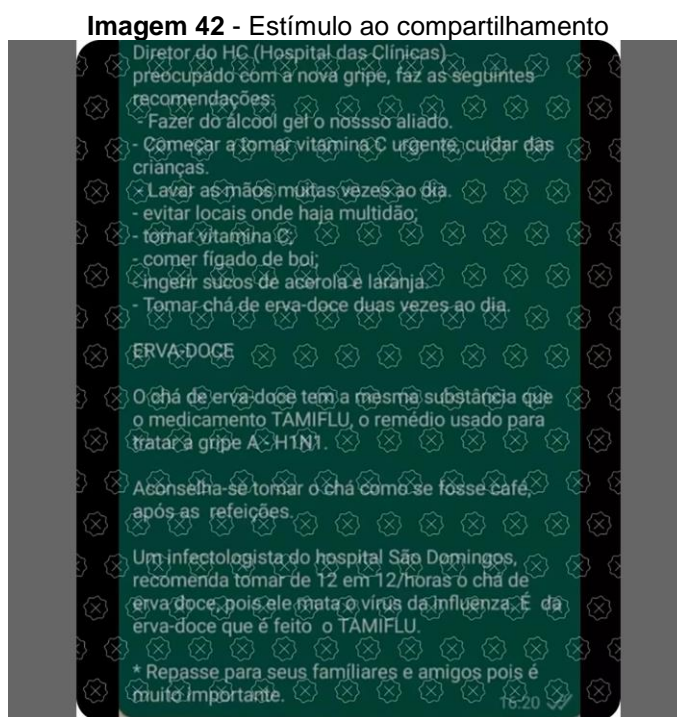
Fonte: Disponível em: < <https://x.gd/FL44N> >. Acesso em: 07 abr. 2024.

Ao afirmar que a “pílula do câncer” age nas células como marcadores e traduzir para o leitor que esses marcadores agem como sinalizadores que tornam as células doentes mais visíveis, o produtor do conteúdo está simplificando a linguagem, tornando-a mais coloquial e acessível, para facilitar a compreensão por parte do leitor sobre como funciona a pílula propagandeada e utiliza-se de uma expressão popular, “babal”, para explicar seu suposto potencial de eliminar tumores, fazendo-se compreensível e aumentando as chances de convencimento para compra do produto.

Todas essas estratégias combinadas demonstraram-se frequentes em peças desinformativas relacionadas à área da saúde e tornam compreensíveis o

compartilhamento massivo destes conteúdos, visto que além do apelo emocional por meio da linguagem, imagens e da escrita de fácil compreensão, os conteúdos desinformativos incluem o estímulo à viralização, que incitam seu compartilhamento com o maior número possível de pessoas por aparentar por frequentemente utilidade pública (Silva; Cendón, 2022).

Ficou evidenciado o uso de comandos como “Depois de ler, compartilhe com os outros para espalhar o amor”, “Vamos divulgar”, “RT a msg e salve vidas”, “Repasse para seus familiares e amigos pois é muito importante”, cuja intenção é disseminar massivamente a informação falsa ou enganosa, como exemplifica a imagem 42 abaixo:



Fonte: Disponível em: < <https://x.gd/N5GIM> >. Acesso em: 07 abr. 2024.

Esta massificação, segundo Silva (2018), é uma forte característica da pós-verdade, visto que quanto mais uma informação é curtida e compartilhada, mais a pós-verdade se alimenta e ganha contornos, pois o seu principal projeto é competitividade proveniente de uma conquista em uma discussão ou decisão político-cultural (Silva, 2018) e, além disto, cabe destacar a validação social presumida quando uma informação atinge um grande número de pessoas, criando uma interpretação de que determinado conteúdo, por sua popularidade, é automaticamente verossímil.

Conclui-se, portanto, que o apelo à emoção é uma estratégia que baseia-se na exploração de sentimentos como medo, indignação, esperança e compaixão para influenciar a percepção e o comportamento do público. Ao invés de recorrer a evidências científicas e argumentos racionais, mobiliza reações emocionais para gerar engajamento e impulsionar a viralização de informações, muitas vezes sem qualquer embasamento. A retórica sensacionalista e inflamatória, estruturalmente presente em conteúdos desinformativos relacionados à área da saúde, caracteriza-se pelo uso de linguagem alarmista, carregada de apelos emocionais e expressões exageradas, com o intuito de provocar reações imediatas no público, cujo objetivo é despertar medo, indignação ou sentimento de urgência, reduzindo a capacidade crítica do receptor para que realize o compartilhamento impulsivo da informação.

Já o *design* frequentemente atraente e a comunicação direta e simplificada são recursos a quem a desinformação recorre para aumentar a acessibilidade e a persuasividade da mensagem. Nesta estratégia é comum o uso de elementos gráficos impactantes, textos curtos e linguagem de fácil compreensão, favorecendo assim a rápida assimilação do conteúdo e tornando-o mais convidativo ao público, sobretudo em plataformas digitais, onde a atenção do usuário é disputada em meio a uma grande quantidade de informações. Por fim, o estímulo à viralização configura-se como um recurso primordial na estruturação de conteúdos desinformativos, utilizando-se de chamadas diretas para compartilhamento e de gatilhos emocionais que impulsionam a circulação do conteúdo, a exemplo de expressões como “compartilhe antes que apaguem” ou “divulgue para salvar vidas”, que criam um senso de urgência que comove os usuários para replicarem a mensagem sem questioná-la.

O apelo emocional na desinformação imprime consequências significativas na percepção pública acerca da ciência e da saúde. Conteúdos que priorizam emoções sobre fatos dificultam a análise objetiva das informações e levam o público a tomar decisões baseadas em reações impulsivas, e não em evidências científicas. Este recurso também reforça convicções pessoais, estimulando a manutenção de bolhas de conteúdo e tornando mais difícil a aceitação de correções e a consideração de informações verificadas que contradigam a narrativa emocionalmente envolvente. Embora o apelo à emoção seja uma ferramenta legítima de comunicação, quando utilizada estrategicamente em conteúdos desinformativos torna-se um fator de risco para a sociedade, visto que a distorção de evidências científicas por meio da

exploração emocional favorece a polarização, dificulta o combate à desinformação e tem grande potencial corrosivo de discursos médicos e científicos.

#### 4.3.6 Categoria 6: Politização excessiva de pautas

A politização de temas relacionados à saúde possibilita a mobilização de determinados grupos da população, fortalecendo bases e até mesmo influenciando resultados eleitorais. Ao vincular questões de saúde a debates ideológicos e partidaristas, a desinformação visa manipular a opinião pública e induzir as pessoas a adotarem determinadas posições políticas, adquirindo um caráter mais complexo e difícil de combater, visto que, torna-se uma arma tanto pelo poder simbólico quanto pela hegemonia de determinadas narrativas (Bourdieu, 1992).

Associar políticas de saúde a determinada ideologia, partido ou opiniões pessoais de políticos, a desinformação pode descredibilizar adversários, minar a confiança da população em suas propostas e influenciar diretamente nas decisões dos indivíduos acerca de tratamentos médicos, vacinação, medicações e cuidados com a saúde de modo geral, interferindo diretamente na saúde individual e coletiva, bem como no posicionamento político. Esta manipulação da opinião pública em favor de grupos dominantes por meio da distorção de fatos, da criação de falsas narrativas e deslegitimação de discursos críticos e opositores demonstra uma importante característica da pós-verdade enquanto fenômeno político-cultural, que é a satisfação de interesses hegemônicos em detrimento da justiça social, inibindo a coexistência entre ambos (Silva, 2018), o que termina por dificultar o diálogo e o consenso, aprofundando as divisões sociais e fortalecendo a posição de grupos dominantes, minar a confiança nas instituições democráticas e nos processos eleitorais, e promover uma visão única e homogênea da realidade, suprimindo a diversidade de opiniões e perspectivas. Estes objetivos demonstram-se concretizado por meio das seguintes estratégias:

- a) defesa de ideais bolsonaristas;
- b) desinformação direcionada;
- c) polarização de discussões;
- d) amplificação por meio de *hashtags*.

A análise das peças desinformativas demonstrou a constante presença de conteúdos vinculados a ideologias de extrema direita, utilizando-se da estratégia de propagação de narrativas bolsonaristas. O bolsonarismo é um fenômeno político vinculado ao ex-presidente do Brasil, Jair Bolsonaro e seu governo, que destaca-se por sua liderança no estilo populista, postura autoproclamada como antissistema, abordagem econômica neoliberal, ênfase em questões de segurança pública e frequentes posicionamentos polêmicos acerca de questões sociais, sobretudo machistas e racistas (Nobre, 2022).

A frequente utilização da desinformação para deslegitimar instituições como governos, órgãos de saúde e a mídia, abrindo espaço para narrativas conspiratórias, foram reforçadas com peças que carregavam sentenças como “*Bolsonaro tinha razão*”, “*depois de deixarem morrer milhões pelo não uso [remédios preventivos contra a COVID] – era Bolsonaro - , agora tá liberado!!!*”, “*E agora, esquerda?*”, “*Presidente Bolsonaro vai autorizar a importação dessa tecnologia de Israel. Embora chamado de machista, foi o único presidente que se lembrou em primeiro lugar das mulheres*”, “*BOLSONARO SEMPRE TEVE RAZÃO*”, exemplificadas nas imagens 43 e 44 a seguir:

**Imagem 43** - Deslegitimação da ciência por meio de defesa do bolsonarismo



Fonte: Disponível em: < <https://x.gd/Qdk1V> >. Acesso em: 07 abr. 2024.

**Imagem 44** - Polarização entre o público e a ciência por meio da defesa de ideais bolsonaristas



Fonte: Disponível em: < <https://x.gd/1YgWV> >. Acesso em: 16 abr. 2024.

Jair Messias Bolsonaro, presidente do Brasil entre os anos de 2018 e 2022, é uma figura que aparece recorrentemente em peças desinformativas relacionadas à promoção de tratamento precoce contra a COVID-19 com ivermectina ou hidroxicloroquina e campanhas anti vacinais. A peça desinformativa legendada com a seguinte frase “*E no final das contas, ele mais uma vez tinha razão*” foi publicada numa página do *facebook* nomeada “Direita Tamborilense”, que estampa em seu plano de fundo uma fotografia de Jair Bolsonaro sobreposta à bandeira do Brasil, acompanhada da frase: “Deus acima de tudo, Brasil acima de todos”, um dos bordões do ex-presidente (imagem 43). O conteúdo destaca que uma farmacêutica japonesa anunciara que a ivermectina havia demonstrado “efeito antiviral” contra a variante ômicron, reiterando deste modo, um posicionamento defendido constantemente por Bolsonaro acerca do medicamento. Apesar de conter um *link* para acesso ao conteúdo da matéria completa, referente ao jornal Gazeta do Povo, a postagem no *facebook*, que já contava com 1.000 compartilhamentos, não menciona que a pesquisa mostrou o efeito antiviral apenas *in vitro*, e não em humanos, fato esclarecido e corrigido tanto pela agência *Reuters*, que publicou a matéria primeiramente, quanto pela farmacêutica citada na manchete da reportagem, portanto, não condiz com a afirmação de que Bolsonaro tinha razão ao defender o uso de ivermectina para tratamento da COVID-19.

A disseminação dessas ideias bolsonaristas por meio de conteúdos desinformativos relacionados à área da saúde é realizada para promover agendas políticas da extrema direita, à exemplo da oposição a políticas de saúde pública respaldadas cientificamente. Os conteúdos analisados frequentemente demonstraram-se baseados em teorias da conspiração, na negação de fatos científicos comprovados, como a eficácia das vacinas, com o intuito de promover a resistência à vacinação e a descredibilização de instituições de saúde e da mídia tradicional. O incentivo a estas crenças e a este tipo de comportamento serve como um catalisador para mobilizar e unificar grupos de pessoas que compartilham valores e crenças semelhantes, fortalecendo a base de apoio a ideologias de extrema direita e dividindo a sociedade, gerando um clima de inimizade e desconfiança entre diferentes grupos.

Esta estratégia é utilizada para fortalecer identidades políticas e culturais, criando um senso de pertencimento a um grupo e reforçando as divisões sociais. O que nos leva inevitavelmente ao recurso da desinformação direcionada, estratégia que também ficou evidenciada na análise, definida por Silva e Cendón (2022, p.31) como uma estratégia de criação de contexto, na qual “atores mal-intencionados adaptam suas campanhas de mensagens a características do público almejado, direcionando seus esforços para alvos avaliados como sendo de maior potencial de sucesso”.

O meio pelo qual essa estratégia se concretiza operacionalmente, segundo os autores, é através do encaminhamento de conteúdos direcionados a determinados perfis de usuários de mídias sociais, o que reflete a intencionalidade na disseminação da desinformação. Observou-se a presença de peças desinformativas construídas para ressoar entre um público específico, que já possui certa tendência a acreditar em certos tipos de conteúdo, possui desconfiança nas mídias tradicionais e posicionamentos políticos conservadores, confirmando vieses pré-existentes e tornando a mensagem mais persuasiva.

Para embasar estes conteúdos desinformativos direcionados, verificou-se a utilização de veículos de informação que corroboram com o viés político da ideia defendida como apontada nas peças, à exemplo da Revista Oeste, que além de não ser especializada em ciência, possui viés declaradamente liberal-conservador. O conteúdo da postagem intitulada “*Bolsonaro sempre teve razão. Medicamentos da Pfizer e MSD tem ação igual à da ivermectina, afirma especialista*”, afirma que os medicamentos contra a COVID-19 desenvolvidos pelas farmacêuticas Pfizer

(Paxlovid) e MSD (Molnupiravir) têm ação igual à da Ivermectina. A revista Oeste, citada como fonte da informação, destaca que os medicamentos em xeque, ao contrário da ivermectina e da hidroxicloroquina, não encontraram resistência em sua divulgação por parte da mídia tradicional, um discurso convencional entre os bolsonaristas e conservadores, e polariza a discussão ao conduzir a entrevista com uma especialista em fisiopatologia médica em torno de comparações com a ivermectina. A verificação da Agência Lupa concluiu que os fármacos citados têm compostos com estruturas químicas e mecanismos de ação diferentes dos da ivermectina, tornando assim o conteúdo tanto da revista Oeste quanto da postagem viral, desinformativos.

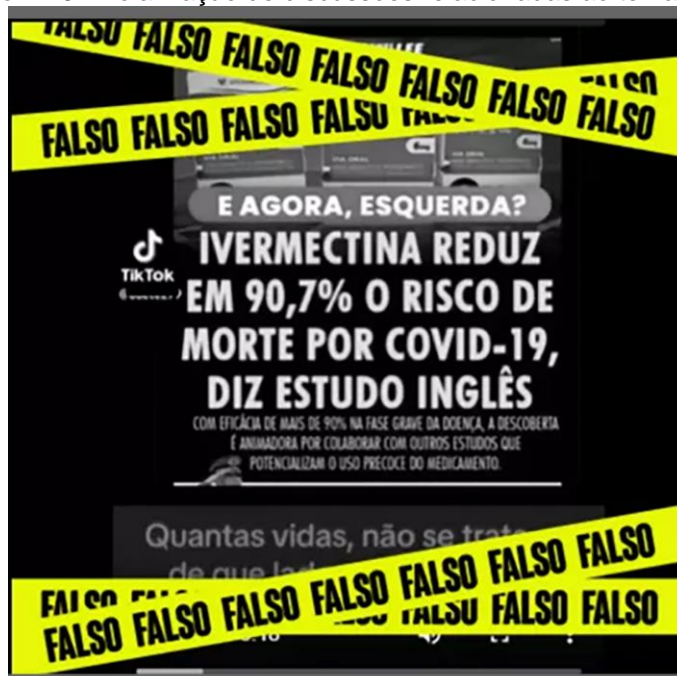
A tendência à polarização de discussões foi uma estratégia que demonstrou-se evidente nesta categoria. Silva e Cendón (2022, p.27) defendem que “no contexto do ambiente digital, o estímulo à polarização pode ocorrer por meio de tentativas deliberadas de expandir a lacuna entre a esquerda política e a direita política e afastar as pessoas do centro político” o que se alinha ao fenômeno polarização afetiva apresentado por Marques (2023) e reflete as consequências negativas disso sobre a democracia e aceitação sem questionamento de conteúdos desinformativos.

Observa-se a pauta saúde sendo constantemente inserida em uma disputa política e cultural que diz respeito à necessidade de adoção de um combo de comportamentos e posicionamentos por parte dos indivíduos para demonstrar apoio a determinado político ou ideologia e assim pertencerem a um grupo, fenômeno que no Brasil ficou evidente ao longo das eleições de 2018, quando uma parcela considerável de eleitores foi atingida pela polarização e tornou-se progressivamente mais favorável às investidas de fechamento do regime protagonizadas pelo candidato Jair Bolsonaro, (Marques, 2023), e que perpetuou-se durante sua gestão na presidência do país, ressoando até os dias atuais.

Demonstrou-se uma insistência de polarização de discussões relacionadas principalmente ao tratamento da COVID-19, colocando aqueles que acreditam na eficácia da hidroxicloroquina de um lado e os especialistas que contestam essa afirmação de outro, e naquelas ligadas à vacinação, onde há a contraposição entre aqueles que defendem a imunização e aqueles que acusam as vacinas de insegurança, efeitos colaterais não comprovados cientificamente e desestimula a adesão ao imunizante, por exemplo, num claro conflito que representa

posicionamentos da direita e da esquerda no contexto político brasileiro. Segue imagem 45 que exemplifica esta tentativa de polarização:

Imagem 45 - Polarização de discussões relacionadas ao tema saúde



Fonte: Disponível em: < <https://x.gd/lol7j> >. Acesso em: 10 abr. 2024.

Os disseminadores de desinformação empregam estratégias que intensificam a polarização, tornando suas mensagens mais persuasivas em grupos com visões homogêneas. Nesse contexto, a desinformação é mais facilmente aceita por determinados públicos e, ao mesmo tempo, contribui para aprofundar as divisões existentes, gerando um efeito dominó em que a polarização alimenta a desinformação e vice-versa (Silva; Cendón, 2022). Observou-se constante tentativa de mobilizar grupos de pessoas em torno de uma determinada causa, a favor ou contra determinada medida de saúde pública. É frequente o apelo a valores e identidades, buscando criar um senso de pertencimento a um grupo e reforçando as divisões sociais, por meio de uma linguagem extremista, reforçando a ideia de que existe apenas uma verdade absoluta.

A combinação destas estratégias é acompanhada ainda do uso de *hashtags*, estratégia utilizada para aumentar o alcance de publicações e, neste caso, manter unida uma comunidade que possui as mesmas crenças e viés político, visto que são utilizadas para mobilizar grupos de pessoas em torno de causas específicas, como o bolsonarismo, o antivacinismo ou o negacionismo da COVID-19. As *hashtags*,

ferramentas comuns nas redes sociais, têm se mostrado poderosas aliadas na disseminação da desinformação em saúde e apesar da aparente simplicidade, cumprem diversas funções e contribuem significativamente para a propagação de informações falsas, comportando-se como etiquetas que categorizam os posts e facilitam a busca por conteúdos específicos. Observou-se a utilização de *hashtags*: #bolsonaro2022, #bolsonaropresidente, #BolsonaroTemRazão, #STFVergonhaMundial, que evidencia a defesa e propagação de ideais de extrema direita e do bolsonarismo, afinal, as *hashtags* ajudam a criar comunidades *online* onde a desinformação é compartilhada e reforçada, criando um ecossistema de crenças e informações falsas. Além disso, este recurso incentiva a interação entre os usuários, permitindo que eles comentem, curtam e compartilhem os conteúdos, ampliando ainda mais o alcance da desinformação.

A politização excessiva de pautas revela-se na área da saúde por meio da conversão de debates técnicos em disputas político ideológicas, esmaecendo evidências científicas e lançando-as a segundo plano no debate público, desvirtuando a compreensão dos fatos ao favorecer narrativas polarizadas que dificultam a adoção de posicionamentos baseados no consenso científico. No contexto da desinformação, a politização de pautas atua como uma estratégia para manipular a opinião pública e fortalecer visões ideológicas, distanciando a população de informações verificadas e confiáveis. A concretização da politização excessiva de pautas segue um padrão que envolve diversas estratégias desinformativas, a exemplo da propagação de narrativas bolsonaristas, que, no campo da saúde, frequentemente ataca instituições científicas, promove desconfiança em vacinas e tratamentos, e exalta soluções ineficazes ou alternativas sem respaldo científico. Esse tipo de narrativa se insere em um contexto mais amplo de descredibilização institucional e rejeição ao conhecimento acadêmico, fomentando uma visão conspiratória sobre a atuação de especialistas e órgãos reguladores.

A desinformação direcionada se insere nesse processo ao ser utilizada para reforçar determinados posicionamentos políticos, adaptando-se ao público-alvo e explorando suas crenças e percepções prévias. Deste modo, conteúdos manipulados são distribuídos estrategicamente para grupos ideologicamente alinhados, criando uma bolha informacional (Santaella, 2018) que impede o acesso a fontes divergentes e amplifica a radicalização de opiniões e posicionamentos. Tal abordagem vincula-se diretamente à polarização de discussões, que reduz temas complexos a um embate

binário, no qual qualquer posicionamento divergente é interpretado como ameaça ou ataque à identidade política dos indivíduos, transformando discussões técnicas e racionais em debates carregados de antagonismo e resistência ao diálogo e flexibilidade. Todas estas estratégias são potencializadas pelo uso coordenado de *hashtags*, que possibilita que determinados discursos ganhem visibilidade, impulsionando publicações e inserindo desinformação em ambientes digitais de grande alcance.

As consequências da politização excessiva de pautas são profundas e abrangentes. No âmbito da saúde, pode levar ao descrédito de campanhas de vacinação, ao boicote de medidas sanitárias e à adoção de tratamentos ineficazes, já da perspectiva social, reforça a fragmentação entre os indivíduos e dificulta a construção de consensos, tornando o debate público refém de disputas ideológicas em vez de análises baseadas em evidências, representando um grande desafio para a disseminação de informações confiáveis e para o fortalecimento do pensamento crítico na sociedade.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A presente pesquisa teve como objetivo analisar a estrutura de conteúdos desinformativos em saúde verificados por serviços de *fact-checking* com vistas a identificar os temas presentes nas peças desinformativas, detectar padrões e características da desinformação em saúde, fornecendo evidências e alternativas para fortalecer e aprimorar as práticas proativas de combate à desinformação, aumentar a confiança pública na ciência, fornecer subsídios para conscientização sobre o tema, e assim fortalecer a saúde pública, além de contribuir para a construção de uma base de conhecimento mais robusta acerca deste fenômeno. A análise dos conteúdos desinformativos revelou padrões recorrentes tanto nos assuntos abordados nas peças quanto nos mecanismos utilizados para disseminação e convencimento, demonstrando que a desinformação em saúde não ocorre de maneira isolada e aleatória, mas segue padrões estratégicos bem definidos. Ela molda-se de acordo com a interação entre tecnologia e sociedade, reformulando narrativas para ganhar credibilidade, utilizando-se de uma linguagem pseudocientífica para simular autoridade, aproveitando-se de crises sanitárias e eventos emergentes para gerar pânico e alinhar-se às novas descobertas científicas e às preocupações do público, e

valendo-se dos modelos de negócio das plataformas digitais, baseados em engajamento e sistemas algorítmicos, que priorizam conteúdos virais e favorecem a formação de comunidades segmentadas em bolhas informacionais e câmaras de eco para sua disseminação.

As verificações realizadas pelos serviços de checagem de fatos escolhidos, dentro do período delimitado para observação, evidenciaram similaridades quanto aos temas centrais das peças desinformativas, o que indica que determinados temas dentro da área da saúde são mais suscetíveis a serem distorcidos ou falsamente apresentados e são frequentemente explorados devido ao seu impacto direto na saúde pública e pelo interesse significativo que geram, o que conseqüentemente os torna mais verificados pelos serviços de checagem de fatos. Isso se deve ao fato de que a desinformação na área da saúde não se espalha de maneira homogênea. Determinados temas são mais propensos a distorções, falsas alegações e apropriações enganosas, sendo frequentemente explorados por agentes desinformativos, devido a fatores como a complexidade científica e dificuldade de compreensão pelo público leigo, exploração de contextos de alta carga emocional, polarização, a lógica algorítmica das plataformas e o engajamento com conteúdos sensacionalistas, além do interesse comercial e monetização da desinformação.

A recorrência de checagens sobre temas como vacina COVID-19, medicamentos e tratamentos e doenças demonstrada na pesquisa, considerando sobretudo o período delimitado para análise e sua escolha estratégica, evidencia a exploração de emoções e receios dos indivíduos, por meio da disseminação de conteúdos desinformativos que, muitas vezes, se aproveitam de emoções como medo, ansiedade e desconfiança para ganhar credibilidade ou viralidade e são particularmente propensos aos mecanismos da desinformação. O estudo também destacou que a desinformação sobre medicamentos e tratamentos apresenta um caráter especialmente nocivo, abrangendo desde falsas promessas de cura até a comercialização de substâncias sem eficácia comprovada, numa dinâmica que compromete gravemente a saúde pública, uma vez que tais narrativas muitas vezes resultam na adoção de práticas prejudiciais por parte da população.

Neste ponto, analisando sob a perspectiva brasileira, cabe salientar os desdobramentos que essas atitudes acarretam no Sistema Único de Saúde - SUS. A disseminação de informações falsas sobre curas milagrosas, terapias alternativas sem comprovação científica e desinformação sobre vacinas, por exemplo, pode levar

indivíduos a negligenciarem tratamentos médicos convencionais e eficazes. Esse comportamento resulta em agravamento de quadros clínicos que poderiam ter sido controlados precocemente, aumentando a demanda por serviços de urgência e internações hospitalares no SUS. Pacientes que inicialmente poderiam ter sido tratados em atenção primária acabam necessitando de intervenções mais complexas, elevando os custos e a pressão sobre o sistema.

Em complemento, é sabido que o SUS já enfrenta desafios financeiros e orçamentários decorrentes da alta demanda por atendimentos médicos e da escassez de recursos públicos. Quando a população adere a produtos e tratamentos promovidos pela publicidade fraudulenta promovida pela desinformação em saúde, muitas vezes ocorre a necessidade de assistência médica para tratar complicações, reações adversas ou intoxicações derivadas do uso inadequado de substâncias não regulamentadas, um cenário que evidencia o remanejamento de recursos que poderiam ser utilizados para o tratamento de outras enfermidades e para o fortalecimento de programas e campanhas de prevenção. Os efeitos disso não se limitam ao consumo de produtos enganosos, que por si só já se configura como uma grande ameaça à saúde coletiva, mas se estende no formato de deslegitimação de recomendações médicas e de diretrizes do próprio SUS. A disseminação de discursos que promovem desconfiança em vacinas, por exemplo, pode reduzir as taxas de imunização e favorecer o retorno de doenças erradicadas ou controladas, como sarampo e poliomielite, comprometendo a efetividade das políticas de saúde pública e ampliando a necessidade de campanhas emergenciais para reverter os danos causados pela desinformação, que nem sempre surtem os efeitos esperados e necessários. Quando informações falsas desencadeiam comportamentos individuais prejudiciais, como o abandono de tratamentos médicos convencionais ou o uso indiscriminado de substâncias sem comprovação científica, há um efeito coletivo que compromete o bem-estar da população. Um exemplo claro é a recusa vacinal, fomentada por campanhas de desinformação, que reduz a imunidade coletiva e permite surtos de doenças evitáveis.

A proliferação de conteúdos desinformativos enfraquece a comunicação oficial do SUS e também de outros órgãos vinculados à saúde pública. A resistência da população às recomendações sanitárias pode dificultar a implementação de campanhas de prevenção, comprometendo a eficácia de ações governamentais. Isso ficou evidente durante a pandemia de COVID-19, quando discursos baseados em

desinformação influenciaram a adesão às medidas de proteção, contribuindo para a disseminação do vírus e agravamento da crise sanitária, levando ao sobrecarregamento do sistema e milhões de mortes por todo o país. Sendo assim, o Sistema Único de Saúde (SUS), por ser a principal rede de assistência à saúde no Brasil, é impactado direta e fortemente pelas consequências da desinformação.

Os avanços e contribuições do Sistema Único de Saúde (SUS) são alvos frequentes da desinformação. Importante frisar que o SUS representa uma das maiores conquistas sociais do Brasil, garantindo acesso universal e gratuito à saúde para milhões de brasileiros. A desinformação que o ataca não apenas compromete a confiança da população no sistema público de saúde, mas também contribui para o sucateamento de suas estruturas e a deslegitimação de suas políticas. Compreender a estrutura e combater a desinformação em saúde implica, portanto, em defender a robustez e a importância do SUS, promovendo informação baseada em evidências e fortalecendo sua imagem como um instrumento essencial para a saúde pública no Brasil.

Os achados da pesquisa revelaram ainda que os serviços de *fact-checking* necessitam fazer uso de múltiplos recursos para refutar as informações falsas, empregando evidências científicas, depoimentos de especialistas e referências institucionais para embasar suas verificações. A checagem de fatos relacionados à área da saúde é bastante trabalhosa e complexa, visto que geralmente seus temas envolvem conceitos complexos, que exigem conhecimentos e habilidades especializados para serem compreendidos e avaliados corretamente e para embasar uma checagem e refutação de fatos precisa, o que faz com que na maioria dos casos a consulta à especialistas, órgãos e dados específicos nessas áreas seja necessária para se obter uma avaliação completa e precisa. Verificou-se que a checagem de conteúdos desinformativos em saúde envolve, simultaneamente, declarações de órgãos oficiais, estudos científicos, busca reversa, exposição de dados, consulta a especialistas, etc, para garantir uma análise completa, precisa e contextualizada das informações. A utilização concomitante de múltiplos recursos se dá devido à complexidade e à natureza crítica das informações envolvidas, tais como diversidade de fontes, necessidade de validação científica, exposição de dados e transparência, interpretação e contextualização, dentre outras particularidades.

A quantidade de conteúdos desinformativos em saúde evidenciadas na coleta de dados ressalta a insistência e rapidez na disseminação de desinformação e a

postura reativa dos serviços de checagem de fatos frente à a velocidade e alcance das plataformas de mídia social, que facilitam a circulação rápida de informações propositalmente falsas ou enganosas no campo da saúde, antes que agências de checagem de fatos possam responder eficazmente. A disseminação massiva de conteúdos desinformativos na área da saúde não é um fenômeno isolado e tem potencial para influenciar comportamentos individuais e coletivos, pois diferentemente de outros tipos de desinformação, a que trata de saúde afeta diretamente a experiência pessoal dos indivíduos, tornando-os mais propensos a buscar, consumir e compartilhar informações que ressoem com suas preocupações e crenças.

O exame das peças desinformativas possibilitou a identificação de padrões recorrentes nos discursos, fazendo emergir 24 estratégias desinformativas utilizadas que, por sua correlação, puderam ser organizadas em 6 macrocategorias, denominadas da seguinte forma: simulação de legitimidade científica, publicidade fraudulenta, descredibilização de instituições e da ciência, manipulação visual, apelo às emoções e politização excessiva de pautas. Observou-se nos conteúdos desinformativos analisados, no que tange à simulação de legitimidade científica, o uso de estratégias que buscam conferir aparência de autoridade e credibilidade aos conteúdos desinformativos por meio do uso de linguagem técnica, citações falsas de estudos ou instituições científicas, ou ainda pela apropriação de símbolos e jargões da ciência. As peças analisadas frequentemente simulam artigos científicos, mencionam dados estatísticos fora de contexto ou fabricados, ou citam profissionais com títulos falsos ou sem respaldo técnico, o que tem como objetivo enganar o leitor ao apresentar a informação como resultado de consenso científico, dificultando sua refutação, especialmente entre públicos com menor letramento científico.

Em se tratando da categoria publicidade fraudulenta, constatou-se a presença de estratégias típicas de *marketing* enganoso, utilizadas para promover produtos, tratamentos ou práticas pseudocientíficas, muitas vezes com promessas milagrosas de cura, emagrecimento ou prevenção de doenças. As peças desinformativas demonstraram apelo a testemunhos falsos ou exagerados, supostos resultados imediatos e frequentes ataques a medicina convencional, apresentando a desinformação como ferramenta comercial, que mascara interesses econômicos sob a aparência de recomendações espontâneas ou baseadas em evidências. Observou-se também a utilização de estratégias que visam minar a confiança do público em autoridades sanitárias, organizações científicas e profissionais da saúde. As

mensagens desinformativas exploraram narrativas de conspiração, censura ou corrupção, sugerindo que instituições ocultam “a verdade” por interesses políticos ou financeiros, o que certamente enfraquece o papel dessas entidades na mediação do conhecimento científico e favorece a disseminação de conteúdos alternativos, muitas vezes sem qualquer respaldo.

O uso de manipulação visual também demonstrou-se frequente e, por este motivo, foi promovido a uma categoria específica, que agrupa estratégias que envolvem a adulteração ou uso intencionalmente equivocado de recursos visuais, como imagens, gráficos e vídeos. Foram identificadas peças desinformativas que se utilizaram de fotografias fora de contexto, edição de vídeos para alterar seu sentido original, e criação de infográficos com estética científica, mas com dados falsificados ou conclusões incorretas, o que certamente contribui para a viralização de conteúdos desinformativos e reforça sua suposta veracidade diante do público. O apelo a narrativas emocionais, como medo, indignação, esperança ou empatia, também demonstrou-se frequente na tentativa de capturar a atenção do leitor e influenciar seu julgamento, muitas vezes à revelia de uma análise crítica. Sentenças comoventes ou alarmantes construídas para engajar afetivamente o público, tem a capacidade de torna-lo mais suscetível à aceitação da desinformação e à sua propagação.

Também foi possível identificar conteúdos que instrumentalizam temas de saúde pública, como vacinas ou medidas sanitárias, dentro de disputas ideológicas ou partidárias, numa politização excessiva de pautas. A desinformação demonstrou-se sendo utilizada para reforçar identidades políticas e polarizar o debate, muitas vezes contrapondo ciência e liberdade individual, o que compromete a adesão a recomendações baseadas em evidências, deslocando o debate técnico para o campo da disputa moral ou ideológica.

Essa sistematização contribui para uma compreensão mais aprofundada dos mecanismos que sustentam a confecção propagação de conteúdos desinformativos em saúde, fornecendo subsídios para o desenvolvimento de ferramentas mais eficazes de identificação e combate a esse fenômeno. A pesquisa atendeu ao problema inicialmente proposto ao demonstrar como a compreensão das estratégias narrativas da desinformação em saúde pode subsidiar a mitigação desse fenômeno. Ao identificar padrões de estruturação e disseminação das narrativas desinformativas, este estudo contribui para a formulação de estratégias mais assertivas de verificação de fatos, letramento informacional e divulgação científica. No campo da Ciência da

Informação, os achados reforçam a importância de se investigar os fluxos informacionais envolvidos na propagação de desinformação, bem como os fatores cognitivos e socioculturais que influenciam sua recepção e compartilhamento pelo público.

No que se refere às contribuições, este trabalho amplia o entendimento sobre os padrões de produção e disseminação da desinformação em saúde, oferecendo uma sistematização das estratégias desinformativas presentes nos conteúdos verificados. Esses achados podem ser utilizados para aprimorar as metodologias de verificação adotadas pelos serviços de *fact-checking*, assim como para o desenvolvimento de políticas públicas voltadas ao combate à desinformação. Além disso, os resultados desta pesquisa podem auxiliar na elaboração de materiais educativos que promovam o letramento midiático e informacional da população, contribuindo para uma sociedade mais resiliente frente à propagação de conteúdos falsos.

Por fim, como perspectiva futura, sugere-se que pesquisas subsequentes investiguem formas proativas de combate a desinformação, explorando estratégias que possam minimizar seu impacto antes mesmo de sua disseminação. A utilização dos padrões identificados nesta pesquisa para o desenvolvimento de modelos preditivos e heurísticas automatizadas também constitui um caminho promissor para aprimorar os métodos de identificação precoce da desinformação. Dessa forma, este estudo não apenas contribui para o aprofundamento teórico e metodológico da temática, mas também abre espaço para novas investigações e iniciativas voltadas à construção de um ecossistema informacional mais confiável e sustentável.

## REFERÊNCIAS

- ADAIR, B. É verdade! É fraude! Revista de Jornalismo ESPM, ano 7, n. 22, p. 48-49, jul./dez. 2018. Disponível em: <https://arquivo.espm.br/revista/jornalismo/2018-jul-dez/48-49/#zoom=z>. Acesso em: 30 abr. 2024.
- ALLCOTT, H.; GENTZKOW, M. Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, v. 31, n. 2, p. 211–236, 2017. Disponível em: <https://www.nber.org/papers/w23089>. Acesso em: 17 mai. 2025.
- ANJOS, A. S. M. *et al.* As fake news e seus impactos na saúde da sociedade. *Pubsaúde*, v. 5, a141, 2021. Disponível em: <https://pubsaude.com.br/revista/as-fake-news-e-seus-impactos-na-saude-da-sociedade/>. Acesso em: 28 mar. 2024.
- AOS FATOS. Política editorial. 2024. Disponível em: <https://www.aosfatos.org/politica-editorial/>. Acesso em: 07 maio 2024.
- AQUINO, M.D. A. A ciência da informação: novos rumos sociais para um pensar reconstrutivo no mundo contemporâneo. *Ci. Inf.*, Brasília, v. 36, n. 3, p. 9-16, set./dez. 2007. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ci/a/6p7KdGL7FfB8CWsNYsdFkfg/?lang=pt>. Acesso em: 21 mar. 2024.
- BARDIN, L. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 1977. Disponível em: <https://ia802902.us.archive.org/8/items/bardin-laurence-analise-de-conteudo/bardin-laurence-analise-de-conteudo.pdf>. Acesso em: 01 jul. 2024.
- BECK, U. *Risk society: towards a new modernity*. Londres: Sage, 1992. Disponível em: <http://www.riversimulator.org/Resources/Anthropology/RiskSociety/RiskSocietyTowardsAnewModernity1992Beck.pdf>. Acesso em: 21 fev. 2025.
- BELLUZZO, R. C. B. Competências na era digital: desafios tangíveis para bibliotecários e educadores. *ETD – Educação Temática Digital*, Campinas, v. 6, n. 2, p. 30-50, jun. 2005. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/267994837\\_Competencias\\_na\\_era\\_digital\\_desafios\\_tangiveis\\_para\\_bibliotecarios\\_e\\_educadores](https://www.researchgate.net/publication/267994837_Competencias_na_era_digital_desafios_tangiveis_para_bibliotecarios_e_educadores). Acesso em: 07 jun. 2024.
- BEZERRA, A. C.; ALMEIDA, M. A. de. Rage against the machine learning: a critical approach to the algorithmic mediation of information. *Brazilian Journal of Information Studies: Research Trends*, v. 14, n. 2, p. 06–23, abr.–jun. 2020. Disponível em: <https://revistas.marilia.unesp.br/index.php/bjis/article/view/9934>. Acesso em: 23 fev. 2025.
- BEZERRA, A. C.; BELONI, A. Os sentidos da “crítica” nos estudos de competência em informação. *Em Questão*, Porto Alegre, v. 25, n. 2, p. 208-228, maio/ago. 2019.
- BEZERRA, A. C.; BORGES, J. Sleeping Giants: a ofensiva moral dos gigantes adormecidos contra o novo regime de desinformação. *Revista Eptic*, v. 23, n. 1,

jan./abr. 2021. Disponível em:

<https://periodicos.ufs.br/eptic/article/view/15348/11594>. Acesso em: 02 jul. 2024.

BILLBOARD. Os números de Galinha Pintadinha, que completa 18 anos. 2024.

Disponível em: <https://billboard.com.br/galinha-pintadinha/>. Acesso em: 11 fev.2025.

BINI, L. M. Viés de confirmação e publicação científica. *Jornal da UFG, Goiânia*, n. 81, 29 jul. 2016. *Caminhos da Pesquisa*.

BOURDIEU, P. O poder simbólico. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1992.

BRASIL. Guia ilustrado contra as deepfakes. Supremo Tribunal Federal; Data Privacy Brasil. Brasília: STF, Coordenadoria de Combate à Desinformação, 2024.

Disponível em:

[https://portal.stf.jus.br/desinformacao/doc/Guia%20ilustrado%20Contra%20DeepFakes\\_ebook%20\(1\).pdf](https://portal.stf.jus.br/desinformacao/doc/Guia%20ilustrado%20Contra%20DeepFakes_ebook%20(1).pdf). Acesso em: 10 fev. 2025.

BRISOLA, A.; BEZERRA, A. C. Desinformação e circulação de “fake news”: distinções, diagnóstico e reação. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 2018, Londrina. Anais [...]. Londrina: ENANCIB, 2018. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/102819>. Acesso em: 13 mar. 2024.

BRITO, M. P. de; PINTO, V. B; OLIVEIRA, H. P. C. de. A pós-verdade como ação de desinformar. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 2019, Florianópolis. Anais [...]. São Paulo: ANCIB, 2019.

BUFREM, L; PRATES, Y. O saber científico registrado e as práticas de mensuração da informação. *Ciência da Informação, Brasília*, v. 34, n. 2, p. 9-25, maio/ago. 2005. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/ci/a/Z4hZ66NGY7mYdpgWgCNvTKK/abstract/?lang=pt>.

Acesso em: 06 jul. 2024.

BUFREM, L. S.; FREITAS, J. L. Interdomínios na literatura periódica científica da ciência da informação. *Datagramazero*, v. 16, n. 3, ago. 2015. Disponível em:

<https://www.brapci.inf.br/index.php/article/download/50746>. Acesso em: 27 jun. 2024.

CALLADO, A. A. O texto em veículos impressos. In: CALDAS, Álvaro (org.). *Deu no jornal: o jornalismo impresso na era da internet*. 4. ed. São Paulo: Loyola, 2002. p. 41-58.

CARVALHO, P. R.; CASTRO, P. C.; SCHNEIDER, M. A. F. Desinformação na pandemia de Covid-19: similitudes informacionais entre Trump e Bolsonaro. *Em Questão, Porto Alegre*, v. 27, n. 3, p. 15-41, jul./set. 2021. Disponível em:

<https://seer.ufrgs.br/index.php/EmQuestao/article/view/106529>. Acesso em: 21 mar. 2024.

CASTRO, J. C. L. de. Controle via agência em plataformas algorítmicas. *Galáxia* (São Paulo), n. 44, p. 144-157, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1982-25532020244064>. Acesso: 20 fev. 2025.

COMISSÃO EUROPEIA. Tackling misinformation: lessons from the COVID-19 pandemic. Luxembourg: European Court of Auditors, 2020. Disponível em: [https://www.eca.europa.eu/lists/ecadocuments/ap20\\_04/ap\\_disinformation\\_en.pdf](https://www.eca.europa.eu/lists/ecadocuments/ap20_04/ap_disinformation_en.pdf). Acesso em: 18 fev. 2025.

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

DI DOMENICO, G.; VISENTIN, M. Fake news or true lies? Reflections about problematic contents in marketing. *International Journal of Market Research*, v. 62, n. 4, p. 409–417, jul. 2020.

ESTADÃO. Brasil lidera aumento das pesquisas por temas de saúde no Google. 2019. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/saude/brasil-lidera-aumento-das-pesquisas-por-temas-de-saude-no-google/#:~:text=O%20levantamento%2C%20obtido%20com%20exclusividade,outros%20categorias%20dentro%20do%20Brasil>. Acesso em: 11 jun. 2024.

FACHIN, J.; ARAÚJO, N. C.; SOUSA, J. C. Credibilidade de informações em tempos de COVID-19. *Revista Interamericana de Bibliotecología (Colômbia)*, v. 43, 2020. Disponível em: <https://brapci.inf.br/v/145925>. Acesso em: 19 fev. 2025.

FALLIS, D. A conceptual analysis of disinformation. Paper presented at the i Conference, 2009. Disponível em: <https://www.ideals.illinois.edu/items/15210>. Acesso em: 22 mar. 2024.

FERREIRA, J. R. S.; SOUZA, E. D. Transparência da informação: as redes sociais como ambientes de desordem. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO (ENANCIB), 2022. Disponível em: <https://enancib.ancib.org/index.php/enancib/xxii/enancib/paper/view/1110/633>. Acesso em: 21 fev. 2025.

GALHARDI, C. P. *et al.* Fake news e hesitação vacinal no contexto da pandemia da COVID-19 no Brasil. *Ciência & Saúde Coletiva*, v. 27, n. 5, p. 1849-1858, 2022. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/csc/a/PBmHtLCpJ7q9TXPwVZ3kGH/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 15 mai. 2025.

GASQUE, K. G. D.; TESCAROLO, R. Sociedade da aprendizagem: informação, reflexão e ética. *Ciência da Informação*, Brasília, v. 33, p. 35-40, 2004. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ci/a/K64JvNG35sDCT3Q6xsZh7xk/?lang=pt>. Acesso em: 07 abr.2024.

GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002. Disponível em:

[https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/150/o/Anexo\\_C1\\_como\\_elaborar\\_projeto\\_de\\_pesquisa\\_-\\_antonio\\_carlos\\_gil.pdf](https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/150/o/Anexo_C1_como_elaborar_projeto_de_pesquisa_-_antonio_carlos_gil.pdf). Acesso em: 06 jun. 2024.

JORNAL DA USP. A desinformação em propagandas on-line é o mais novo desafio na área da saúde. 2024. Disponível em: <https://jornal.usp.br/campus-ribeirao-preto/a-desinformacao-em-propagandas-on-line-e-o-mais-novo-desafio-na-area-da-saude/>. Acesso em: 19 fev.2025.

LINS DA SILVA, C.E. Distinguir fato de opinião é imprescindível para a democracia. RADIO USP, São Paulo, 29 jun.2020. Disponível em: <https://jornal.usp.br/radio-usp/distinguir-fato-de-opiniao-e-imprescindivel-para-a-democracia/>. Acesso em: 22 fev.2025.

MARQUES, P. H. A polarização afetiva explica a adesão autoritária de parte dos eleitores bolsonaristas?. In: ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS, 2023. Anais eletrônicos. Disponível em: <https://biblioteca.sophia.com.br/terminal/9666/acervo/detalhe/6551?guid=1743789806496&returnUrl=%2fterminal%2f9666%2fresultado%2flistar%3fguid%3d1743789806496%26quantidadePaginas%3d1%26codigoRegistro%3d6551%236551&i=1>. Acesso em: 15 fev. 2025.

MASSARANI, L.; RAMALHO, M. (Org.). Monitoramento e capacitação em jornalismo científico: a experiência de uma rede ibero-americana. Rio de Janeiro: Museu da Vida, 2012.

MASSARANI, L. Impacto da desinformação e do ceticismo na ciência no campo da saúde. [S. l.: s. n.], 2023. 1 vídeo (1h). Canal Academia de Ciências da Bahia. YouTube. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=EvxTNCnyilQ>>. Acesso em: 20 mai. 2025.

MELLO, F.C.O. de. Autorreflexão, reflexão e ética: o papel da competência crítica em informação na defesa contra a desinformação. In: BEZERRA, Arthur Coelho; SCHNEIDER, Marco. Competência crítica em informação: teoria, consciência e práxis. Rio de Janeiro: Ibict, 2022. p. 87-96. Disponível em: <https://ridi.ibict.br/handle/123456789/1200>. Acesso em: 03 mai. 2024.

NASCIMENTO, G. F. *et al.* Estratégias de combate à desinformação: relatos de experiências de ações na perspectiva da pedagogia crítica da informação. Revista Conhecimento em Ação, v. 9, 2024. Disponível em: <https://brapci.inf.br/v/321132>. Acesso em: 19 mar. 2025.

NEWMAN, E. J.; ZHANG, L. Truthiness: How non-probative photos shape belief. In: GREIFENEDER, R. et al. (Eds.). The Psychology of Fake news: Accepting, Sharing, and Correcting Misinformation (1st ed.). Routledge: Londres, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.4324/9780429295379>. Acesso em: 23 dez. 2024.

NOBRE, Marcos. Limites da democracia: de junho de 2013 ao governo Bolsonaro. São Paulo: Todavia, 2022.

OLIVEIRA, M.L. P.de. Competência crítica em informação e fake news: das metodologias de fact-checking à auditabilidade do sujeito comum. 2020. 191 f. Tese (Doutorado) - Curso de Ciência da Informação, Centro de Ciências Sociais e Aplicadas, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2020. Disponível em: <https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/123456789/18200>. Acesso em: 02 abr. 2024.

O'NEIL, C. Algoritmos de destruição em massa: como o big data aumenta a desigualdade e ameaça a democracia. Santo André: Rua do Sabão, 2020. 342 p.

ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE (Washington). Organização Mundial da Saúde. Entenda a infodemia e a desinformação na luta contra a Covid-19. 2020. Disponível em: [https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52054/Factsheet-Infodemic\\_por.pdf](https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52054/Factsheet-Infodemic_por.pdf). Acesso em: 17 jun. 2024.

PEREIRA NETO, A. *et al.* Avaliação da qualidade da informação de sites sobre Covid-19: uma alternativa de combate às fake News. Rio de Janeiro, v. 46, n. 132, p. 30-46, jan.-mar. 2022. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/sdeb/a/LbTryTXyZT9wLt4tkZxG89k/?format=html#>. Acesso em: 06 jun. 2024.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

RAMOS, N. Comunicação em saúde, interculturalidade e competências: desafios para melhor comunicar e intervir na diversidade cultural em saúde. In: RANGEL-S, Maria Ligia; RAMOS, Natália (org.). Comunicação e saúde: perspectivas contemporâneas. Salvador: Edufba, 2017. p. 149-172. Disponível em: <https://repositorioaberto.uab.pt/handle/10400.2/7872>. Acesso em: 22 mai. 2024.

RECUERO, R. da C. Disputas discursivas, legitimação e desinformação: o caso Veja x Bolsonaro nas eleições brasileiras de 2018. Comunicação, Mídia e Consumo, v. 16, n. 47, p. 432–458, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.18568/cmc.v16i47.2013>. Acesso em: 03 mar.2025.

SACRAMENTO, I.; FALCÃO, H.; MONARI, A. C. (Des)informação em saúde: na perspectiva das mediações. Rio de Janeiro: Mauad X, 2023.

SACRAMENTO, I.; PAIVA, R. Fake news, WhatsApp e a vacinação contra febre amarela no Brasil. Matrizes, v. 14, n. 1, p. 79–106, 2020. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v14i1p79-106>. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/160081>. Acesso em: 20 fev. 2025.

SALUSTIANO, S.; CARVALHO, P. R.; GOUVEIA, F. C.; RAMOS, M. G. Desordem informacional e saúde: estudo bibliométrico de 50 anos na Scopus. Brasília, 2022: Disponível em: <https://brapci.inf.br/#/v/200662>. Acesso em: 13 jun. 2024.

SANTAELLA, L. A Pós-Verdade é Verdadeira ou Falsa? (Interrogações) (Portuguese Edition) (Locais do Kindle 20-22). Estação das Letras e Cores. Edição do Kindle.

SANTOS, S. (orgs). As fake news e a nova ordem (des) informativa na era da pós-verdade. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra, 2019.

SCHNEIDER, M. Competência crítica em informação (em 7 níveis) como dispositivo de combate à pós-verdade. In.: BEZERRA, A. C. et al. (org.). *Ikritika: Estudos críticos em informação*. Rio de Janeiro: Garamond, 2019. p. 73-116. Disponível em: [https://www.garamond.com.br/wp-content/uploads/2020/06/iKr%C3%Adtika\\_Livro.pdf?thwepof\\_product\\_fields=](https://www.garamond.com.br/wp-content/uploads/2020/06/iKr%C3%Adtika_Livro.pdf?thwepof_product_fields=). Acesso em: 06 abr. 2024.

SILVA, D. L.; MEDEIROS, P. M. Desordem informacional e os limites da intencionalidade em estudos empíricos. In: SEMINÁRIO DE INFORMAÇÃO, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO, 2024. Anais [...] VI Seminário de Informação, Tecnologia e Inovação, 2024. Disponível em: <https://brapci.inf.br/v/324636>. Acesso em 19 mar.2025.

SILVA, G. M. *et al.* Desafios da imunização contra COVID-19 na saúde pública: das fake news à hesitação vacinal. *Ciência & Saúde Coletiva*, v. 28, n. 3, p. 739-748, 2023. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/csc/a/dVVfKrCWD7sPp8TNp8xcngN/?lang=pt>. Acesso em: 26 mar. 2024.

SILVA, J. L. C. Pós-verdade e informação: múltiplas concepções e configurações. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 2018. Anais [...] XIX Encontro Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Ciência da Informação, 2018. Disponível em: <https://brapci.inf.br/v/103784>. Acesso em: 27 jan.2025.

SILVA, M. M.; CENDON, B. V. Análise da produção e divulgação de desinformação científica no meio digital. *Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação e Biblioteconomia*, v. 17, n. 4, 2022. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/bibliocanto/article/download/27527/15630/95549>. Acesso em: 10 fev. 2025.

SUEDDE, S. S. F. *et al.* Implicações da pós-verdade no comportamento informacional e em informações de saúde. *Revista Fontes Documentais*, v. 6, n. ed., 2023. Disponível em: <https://brapci.inf.br/v/299300>. Acesso em: 15 mai. 2025.

TARDÁGUILA, C. As eleições estão logo ali. Os checadores? Bem aqui. *Revista de Jornalismo ESPM*, São Paulo, ano 7, n.22, jul-dez. 2018, p. 48- 50. Disponível em: <http://arquivo.espm.br/revista/jornalismo/2018-jul-dez/>. Acesso em: 4 de jun.2024.

THE INTERNATIONAL FACT-CHECKING NETWORK. The commitments of the Code of Principles. 2024. Disponível em <https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/the-commitments>. Acesso em 21 mar.2024.

VASCONCELLOS-SILVA, P. R. O consumismo da desinformação em saúde: os abjetos objetos do desejo. *Ciência & Saúde Coletiva*, v. 28, n. 4, p. 1125-1130, 2023. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/csc/a/9qJdQ6MKZsVJXTWnpDs9bmd/?lang=pt>. Acesso em: 28 mar. 2024.

VERGARA, S. C. Projetos e relatórios de pesquisa em administração. 16. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2016. 94 p.

WARDLE, C.; DERAKHSHAN, H. Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Published by the Council of Europe, 2017. Disponível em: <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-researc/168076277c>. Acesso em: 13 mar. 2024.