

**A estratégia da mídia: COVID-19 e Fake News*****The media strategy: COVID-19 and Fake News***

Carla Gonçalves TÁVORA<sup>1</sup>  
Ronan da Silva Parreira GAIA<sup>2</sup>  
Eduardo Martins MORGADO<sup>3</sup>

**Resumo**

A COVID-19 é um vírus global que afeta milhões de pessoas, assim, a Organização Mundial da Saúde promulgou um estado de pandemia. As pessoas recebem informações constantes sobre a situação mundial por meio das mídias, essas informações abrem brechas para as *Fake News*. O objetivo desse estudo é determinar uma estratégia para as mídias em relação ao COVID-19 e as *Fake News*. A metodologia aborda dois eixos dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS), sendo eles “Materiais e Tecnologias” e “Saúde e Bem Estar”, representando uma pesquisa com aspectos bibliográficos e exploratório. Os resultados apresentaram uma pesquisa com 113 pessoas, sobre as mídias e suas funcionalidades com a COVID-19 e as *Fake News*. Portanto, as Notícias Falsas são usadas para aterrorizar, intimidar e obter vantagem financeira sobre as pessoas em plena pandemia e a mídia tem sua responsabilidade na forma de contribuir com as pessoas, proporcionando uma educação sobre o vírus e as *Fake News*.

**Palavras-chaves:** Mídia. Tecnologia. Pandemia. Ciência. *Fake News*.

**Abstract**

The COVID-19 is a global virus that affects millions of people, so the World Health Organization enacted a pandemic state. People receive constant information about the world situation through the media, this information opens loopholes for Fake News. The purpose of this study is to determine a strategy for the media in relation to COVID-19 and Fake News. The methodology addresses two axes of the Sustainable Development Goals (SDGs), namely "Materials and Technologies" and "Health and Wellness",

---

<sup>1</sup> Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia da Universidade Estadual Paulista – UNESP/Bauru. E-mail: carlag.tavora@hotmail.com

~

<sup>2</sup> Mestrando em Ciências pelo Programa de Pós-Graduação em Enfermagem Psiquiátrica da Escola de Enfermagem de Ribeirão Preto da Universidade de São Paulo - EERP/USP.  
E-mail: ronangaia@yahoo.com.br

<sup>3</sup> Professor Doutor na UNESP - Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho – FC - Departamento de Computação – Bauru. Coordenador do LTIA - Lab. de Tecnologias da Informação Aplicada. Laboratório homologado pelo CATI/Sepin-MCT. E-mail: eduardo.morgado@unesp.br

representing a research with bibliographic and exploratory aspects. The results showed a survey of 113 people, about the media and its functionalities with COVID-19 and Fake News. Therefore, Fake News are used in order to terrorize, intimidate and achieve financial advantage over people in full pandemic and the media has a responsibility in the way of contributing to people, providing education about the virus and Fake News.

**Keywords:** Media. Technology. Pandemic. Science. Fake News.

## Introdução

A origem da COVID-19 é um vírus da família do coronavírus, no qual foi identificado na década de 60, onde foi manifestado as variações SARS-CoV e MERS-CoV, foi anunciado pela Organização Mundial da Saúde o alerta da doença em 31 de dezembro de 2019 com acontecimentos na China, pois, a população começou a manifestar pneumonia em Wuhan (G1 GLOBO, 2020a).

A COVID-19 é um vírus que afeta os seres humanos incapacitando a funcionalidade respiratória, precisando de auxílio de respiradores para sua sobrevivência, esse vírus se manifestou em 11 de fevereiro de 2020 no Brasil. Esse vírus se tornou mortal, atingindo mais de 500 mil casos e 29 mil mortes de COVID-19 no Brasil, esses são os registros de 31 de maio de 2020 (G1 GLOBO, 2020b) e esses números tendem a aumentar constantemente.

No meio dessa pandemia, as *Fake News* estão ganhando poder, sendo composta por informações falsas para assustar a população sobre a COVID-19 e se aproveitar financeiramente da população, conforme Cruz (2020):

Os dados revelaram que 65% das informações falsas que circularam no período apresentavam métodos caseiros para prevenir a COVID-19. Já 5,7% estão relacionadas a golpes bancários, 5% citam projetos falsos sobre arrecadações de dinheiro para instituições de pesquisa e, por fim, 4,3% são referentes ao novo coronavírus “como estratégia política”. Um crescimento no volume de *Fake News* questionando a origem do agente responsável pela infecção respiratória COVID-19: o número saltou de 4,3% para 24,6%, de uma etapa para outra.

As *Fake News* corresponde a um termo inglês que significa notícias falsas, ou seja, são criadas notícias que tem seu caráter duvidoso e busca convencer de sua veracidade, as *Fake News* são criadas pelas pessoas, no intuito de atingir um objetivo.

Diante disso, o artigo descrever uma estratégia de atuação da mídia em relação ao COVID-19 e combater as *Fake News*, permitindo um maior entendimento sobre a forma de atuação da mídia em relação à pandemia, utilizando uma pesquisa de opinião com 113 pessoas brasileiras para a contribuição e desenvolvimento do tema. Esse artigo demonstra sua importância, devido apresentar resultados de opiniões, assim, possibilitando o desenvolvimento de uma estratégia que seja eficiente com relação ao vírus e as informações falsas.

## Mídia

A mídia é composta por ferramentas que contribuem para a comunicação social, com o passar dos anos e a evolução da tecnologia possibilitou o aprimoramento nos meios de comunicação, a tecnologia contribui para o desenvolvimento e progresso das mídias, o início da transmissão de informações foram originados pelo jornal impresso, sendo retratados os acontecimentos recentes da região, utilizando a tecnologia para imprimir em maior quantidade, de acordo com Briggs e Burke (2010, p.13):

Foi com a era do rádio que o mundo acadêmico começou a reconhecer a importância da comunicação oral da Grécia antiga e na Idade Média. O início da idade da televisão, na década de 1950, deu surgimento à comunicação visual e estimulou a emergência de uma teoria interdisciplinar da mídia.

A evolução das TIC's iniciou com o rádio, possibilitando a transmissão de informações para diversas pessoas, contribuindo para o desenvolvimento econômico e social, pois, essa transmissão iniciou o processo de interação a distância, demonstrando a importância da comunicação.

“A televisão, assim como o rádio, desde sua criação foram os primeiros meios massivos de comunicação, com objetivo de atingir a mesma mensagem ou informação para o maior número de pessoas possíveis” (CARRIÇO et al., 2011, p.6). A televisão permite que as pessoas possam manter-se informadas sobre acontecimentos, além de entretenimentos, as emissoras disponibilizam programas com imagens e som de qualidade possibilitando a transmissão de entretenimentos e notícias, objetivando continuar esse processo de transmissão de informações.

Com a evolução das mídias, a internet foi o início para os dispositivos digitais moveis que cabem na palma da mão de um ser humano, a televisão cobre uma grande distância, no entanto, é proposto programas gravados ou ao vivo, mas com um maior *delay*, ou seja, atraso, segundo os mesmo autores (2011, p.6):

O veículo de maior alcance hoje e de menor custo é a internet, pois por acesso de milhões de usuários podemos, num planejamento de mídia, trabalhar uma comunicação tanto regional como mundial, num espaço ilimitado de aparições, encontramos como característica um público alvo ativo, que muitas das vezes não espera para ser atingido.

A internet permite uma maior interação e acesso em menor tempo, possibilitando que as pessoas de outros continentes tivessem uma maior troca de informações, assim, contribuindo para os meios comunicacionais mundiais.

São sites ou programas que indivíduos com características em comum se relacionam, seja pela busca de informação rápida ou pelo conhecimento de outras pessoas. Conectados à web esta prática já se tornou comum a praticamente todos os usuários da internet, exemplos: Messenger, Orkut, LinkedIn, Skype, ICQ, Twitter, Facebook, YouTube (canal de vídeos), Ficker (para fotos) e muitos outros (CARRIÇO et al., 2011, p.7).

Há 300 milhões de pessoas no mundo utilizam a mídia, o acesso à internet é correspondente a 43 milhões de pessoas no Brasil, essas pessoas têm dentre 12 a 34 anos, tornando a mídia cada vez mais popular (OLIVEIRA et al., 2014).

O avanço tecnológico permite que haja relações entre as pessoas em diferentes locais, assim, os ambientes mantêm conexão possibilitando comunicação e mobilidade, onde há a interligação entre pessoas-maquinas para a propagação dessa interação (LEMOS, 2010), assim, possibilitando a mobilidade com troca de informações.

## **Metodologia**

A pesquisa originou-se de forma qualitativa, apresentando os eixos de “Materiais e Tecnologias” e “Saúde e Bem Estar” dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) desenvolvidos pela Organização das Nações Unidas (ONU). O desenvolvimento dessa pesquisa foi dividida em duas partes, sendo a primeira representando uma pesquisa bibliográfica artigos científicos, livros e site de noticiais, as notícias

encontradas tem o objetivo de contribuir na descrição e explicação da mídia no aspecto das *Fake News* e COVID-19.

A segunda retrata os resultados de um questionário com 113 pessoas por 1 semana, em tempos de quarentena, o questionário foi disponibilizado em uma plataforma virtual para uma maior acessibilidade e flexibilidade na coleta de informações, o questionário totaliza 13 questões. As questões são caracterizadas como abertas e fechadas, há diferença entre duas questões, sendo uma opcional e outra escondida, a segunda direciona as pessoas para outra secção dependendo da resposta que escolheram na 12.

Tabela 1 – Questionário de perguntas

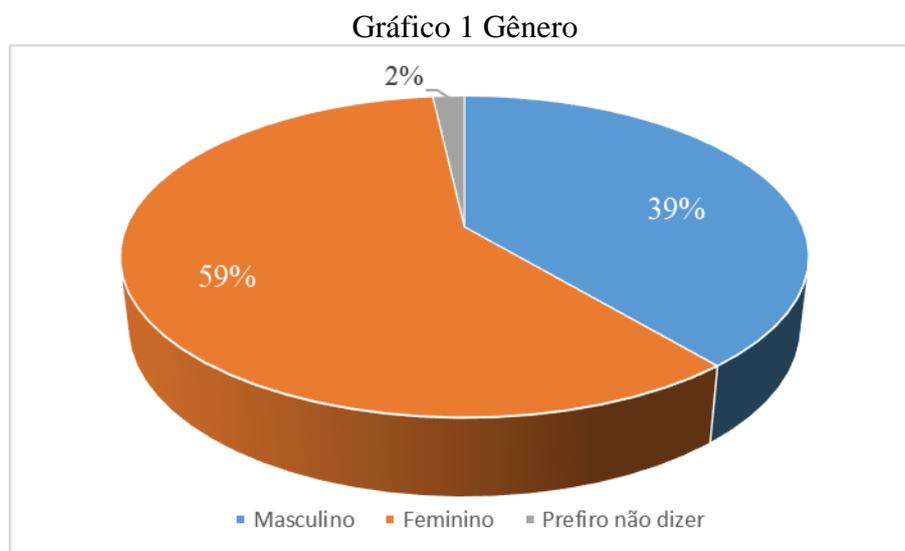
1. Gênero
2. Faixa etária
3. Você recebe informações sobre a COVID-19 por quais meios de comunicação?
4. Qual meio de comunicação você sente mais segurança sobre as informações?
5. Quantas informações sobre a COVID-19 você recebe por semana?
6. Você compartilha todas as informações sobre a COVID-19 que recebe pelos meios de comunicação?
7. Você está ciente sobre a existência das <i>Fake News</i> ?
8. Você acha que a mídia está combatendo as <i>Fake News</i> ?
9. Você tem sugestões sobre como a mídia deveria enfrentar as <i>Fake News</i> ?
10. Você acha que a mídia está mantendo as pessoas informadas sobre a COVID-19?
11. Você acha que a mídia aterroriza as pessoas com as informações da COVID-19?
12. Você verifica a fonte que recebe as informações?
13. Quando você verifica as fontes, quais são essas fontes de informações sobre a COVID-19 que você mais encontra?

Fonte: Os autores.

As questões foram disponibilizadas em uma plataforma do Google gratuita, a questão 9 era opcional e aberta, proporcionando a chance das pessoas em promover sua opinião sobre as mídias e *Fake News*, o restante das questões eram fechadas. A questão 12 abria uma segunda secção dependendo da resposta selecionada, caso a pessoa respondesse “Sim” ou “Às vezes”, era direcionada para uma 13ª questão referente as fontes, senão o questionário era finalizado.

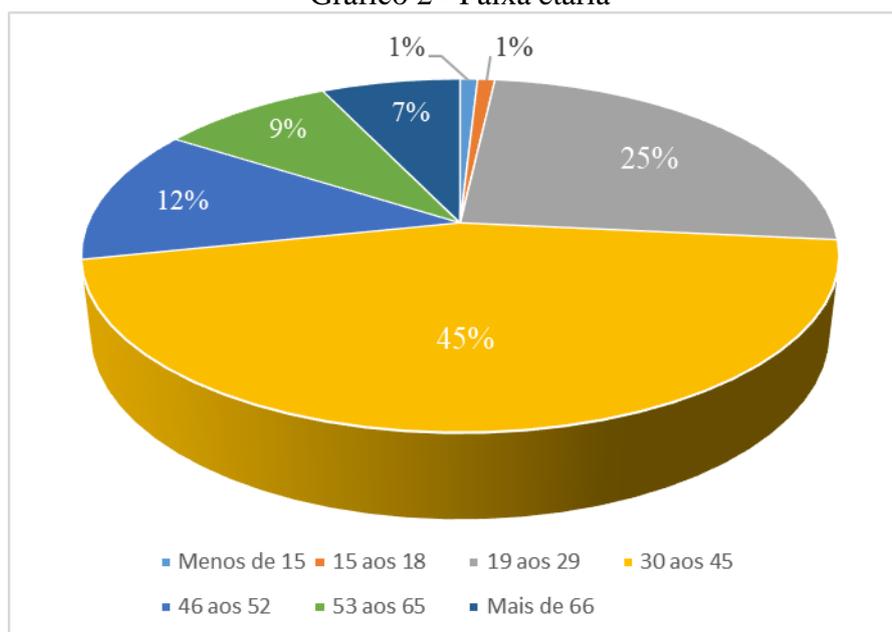
## Resultados

Os resultados serão apresentados por gráficos para a discussão dos dados coletados, demonstrando a opinião de 113 pessoas sob a pandemia que o mundo se encontra. Às duas primeiras questões retratam uma forma de identificação das pessoas, seu gênero e idade, assim, para preservar a privacidade dos participantes e possibilitando avaliar o percentual mais alto de pessoas que responderam o questionário, sem a identificação de nomes.



Fonte: Os autores.

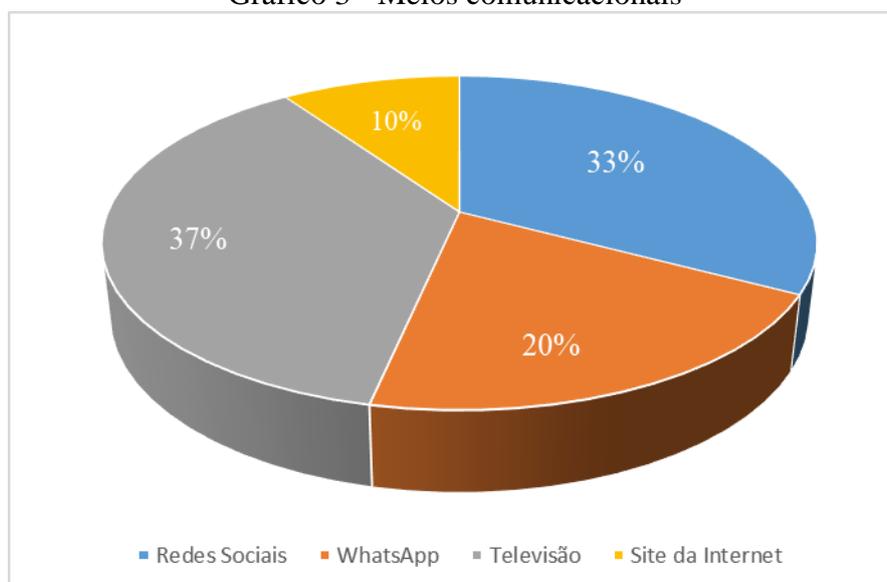
Gráfico 2 - Faixa etária



Fonte: Os autores.

Os dados dos gráficos 1 e 2 condiz com a identidade da maior parte das pessoas que responderam o questionário, sendo mais de 50% são mulheres dentre 19 aos 45 anos, essas perguntas identifica a idade e gênero das pessoas que mais responderam o questionário.

Gráfico 3 - Meios comunicacionais

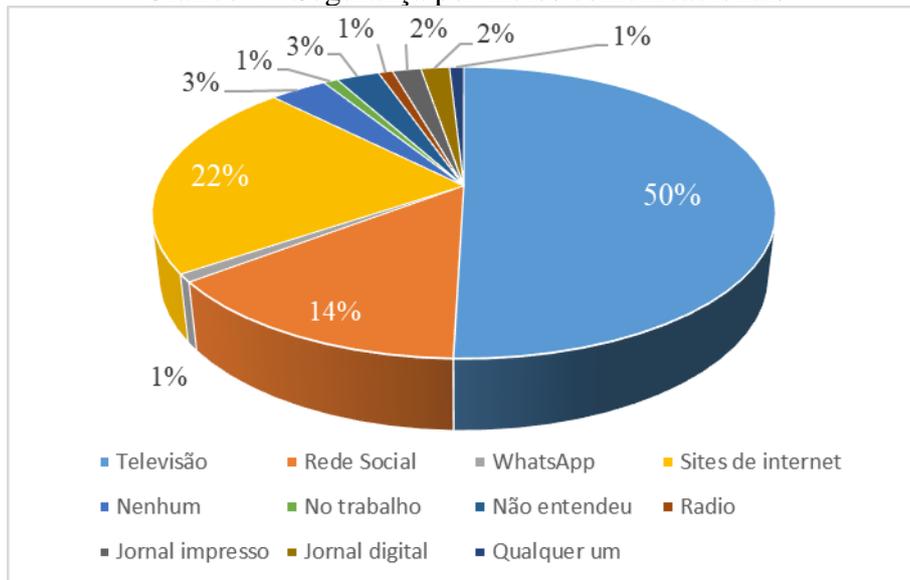


Fonte: Os autores.

O gráfico 3 retrata a questão sobre os meios de comunicação que as pessoas recebem informações sobre a COVID-19, nesta questão era possível selecionar quantos itens quisessem e acrescentar novos que não estivessem, as opções oferecidas na questão eram: Redes Sociais, WhatsApp, Televisão e Site da Internet, sendo a televisão e as redes sociais as mais escolhidas com uma diferença de 10 votos, sendo os meios de comunicação mais fácil para encontrar informação.

Há 5 pessoas que propuseram outros itens que não estavam na pergunta, são eles: trabalho (1 pessoa), jornal impresso (2 pessoas), e-mail (1 pessoa) e rádio (2 pessoas), a pessoa que indicou o trabalho demonstra que sua coleta de informações sobre a COVID-19 é com base na notícia que outras pessoas contam; jornal impresso e o rádio são opções pouco encontradas atualmente, devido aos avanços da Tecnologia de Informação e Comunicação (TIC's) que possibilitou o acesso de informação constante. O e-mail (endereço eletrônico) representa as notícias que chegam por meio desse meio comunicacional, no entanto, para a realização dessa ação, a pessoa precisa cadastrar seu e-mail em sites de notícias para receber informações atualizadas.

Gráfico 4 - Segurança por meios comunicacionais

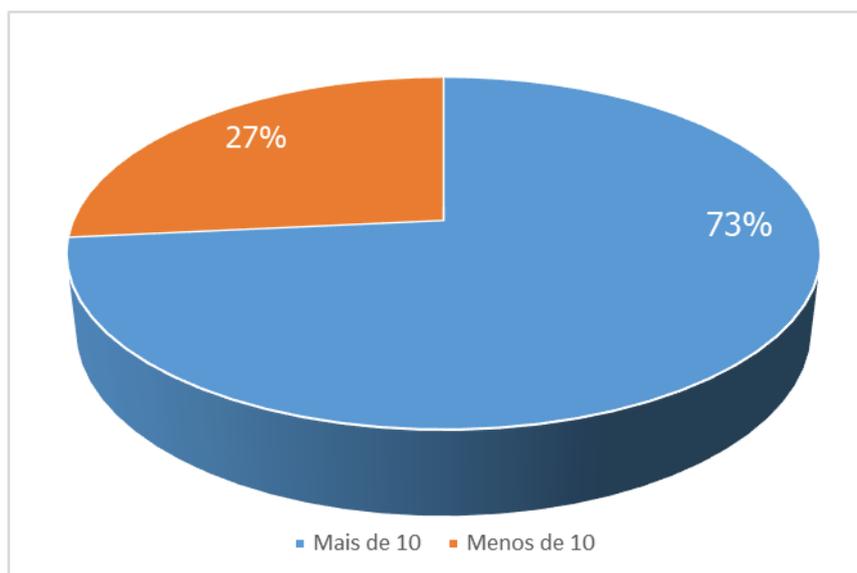


Fonte: Os autores.

O gráfico 4 contém os dados de segurança que as pessoas têm em meios de comunicação, onde elas visualizam as notícias e acreditam se verificar a eficiência, a questão oferecia 3 opções: Televisão, Rede Social, WhatsApp e Site da internet, além da possibilidade da pessoa em preencher caso as alternativas sugeridas não fossem suficientes.

A televisão foi o meio comunicacional mais escolhido, em segundo e terceiro lugar sites de internet em geral e as redes sociais, apenas 1 pessoa selecionou o WhatsApp, as outras opções indicadas pelas pessoas foram: trabalho (1 pessoa), nenhum (4 pessoas), radio (1 pessoa), jornal impresso (2 pessoas), jornal digital (2 pessoas), qualquer um (1 pessoa) e não entenderam (3 pessoas).

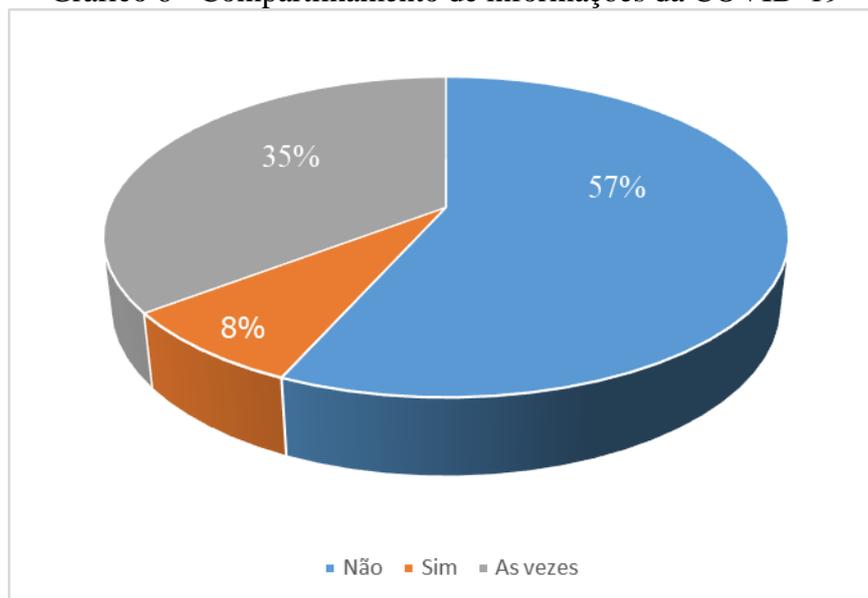
Gráfico 5 - Quantidade de informações recebidas sobre a COVID-19



Fonte: Os autores.

O gráfico 5 representa que as pessoas recebem em seus aparelhos eletrônicos notícias sobre a COVID-19 mais de 10 vezes na semana, esse número de informações podem envolver as *Fake News*. Há um grande fluxo de informações sobre a pandemia na internet, rede social, televisão, whatsapp, etc., dentro dessas informações pelo menos uma é *Fake News*, diante disso, é importante avaliar o próximo gráfico.

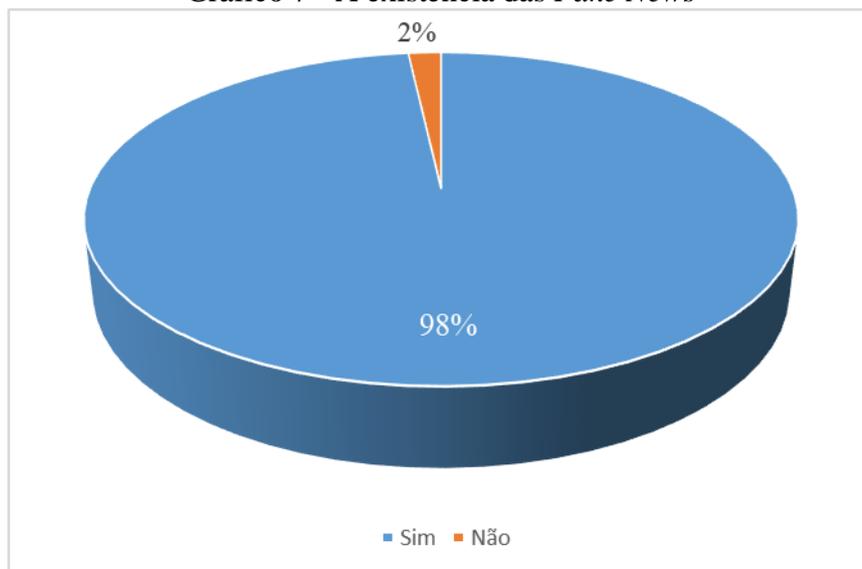
Gráfico 6 - Compartilhamento de informações da COVID-19



Fonte: Os autores.

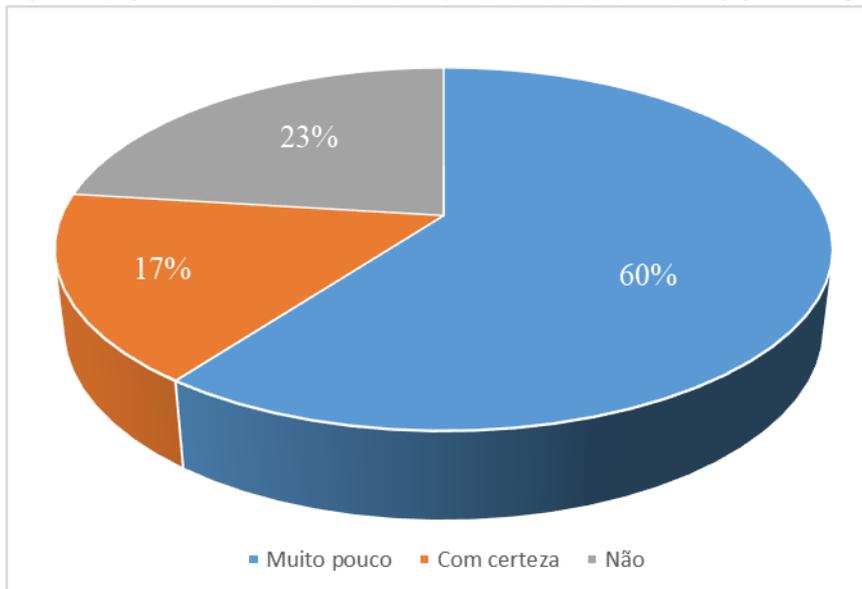
O gráfico 6 retrata a questão de compartilhamento das informações que as pessoas recebem na semana, sendo mais de 10 a opção mais escolhida, mais de 50% indicam que não compartilham informações recebidas.

Portanto, das mais de 10 informações recebidas, essas 64 pessoas não continuam a corrente de informações sobre a COVID-19, assim, diminuindo a chance de compartilhamento de *Fake News*. As 40 pessoas que “às vezes” compartilham e as 8 pessoas que sempre compartilham, estão contribuindo com as *Fake News*, lembrando que o site de notícia G1 Globo, indica que as *Fake News* são meio de se aproveitar e aterrorizar as pessoas, com proposta de soluções para o vírus, golpe de doações, etc.

Gráfico 7 - A existência das *Fake News*

Fonte: Os autores.

O gráfico 7 demonstra que as pessoas sabem que muitas das informações recebidas tem a possibilidade de ser uma *Fake News*, assim, é importante verificar a fonte da notícia para avaliar sua veracidade, esse gráfico é de suma importância, pois, demonstra que as pessoas permanecem cientes sobre os riscos da internet.

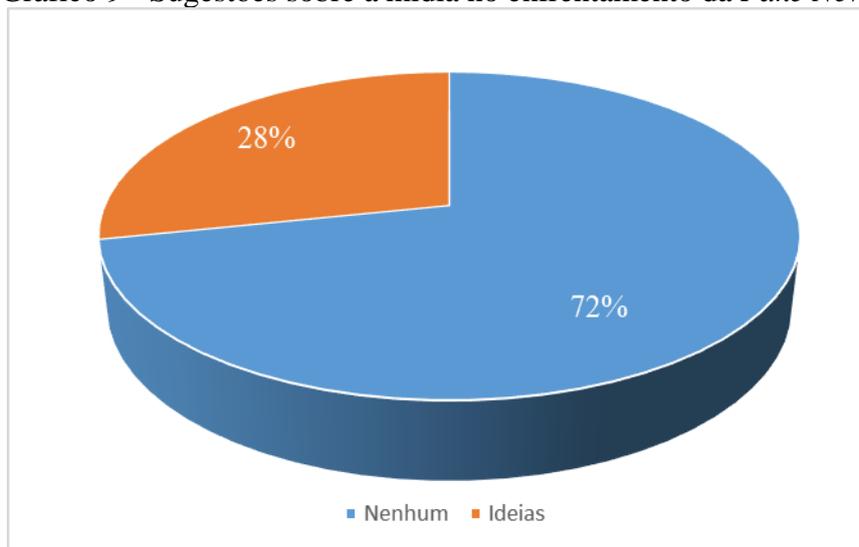
Gráfico 8 - Mídia no combate das *Fake News* sobre a COVID-19

Fonte: Os autores.

O artigo busca descrever meios da mídia combater as *Fake News* sobre a COVID-19, assim, esse gráfico demonstra a eficiência da atuação da mídia nesse combate e contribuição.

O gráfico 8, aponta que 68 pessoas indicam que a mídia atua “muito pouco” e 26 pessoas afirmam que “não” há atuação da mídia, ou seja, 80% das opiniões representam que a mídia precisa estabelecer uma nova estratégia que auxilie no combate as *Fake News* e assim, contribuindo com a pandemia. Com 80% das pessoas indicando que a mídia não está realizando uma ação satisfatória para todos, o próximo gráfico permite que as pessoas propõem suas opiniões de como a mídia podia atuar.

Gráfico 9 - Sugestões sobre a mídia no enfrentamento da *Fake News*

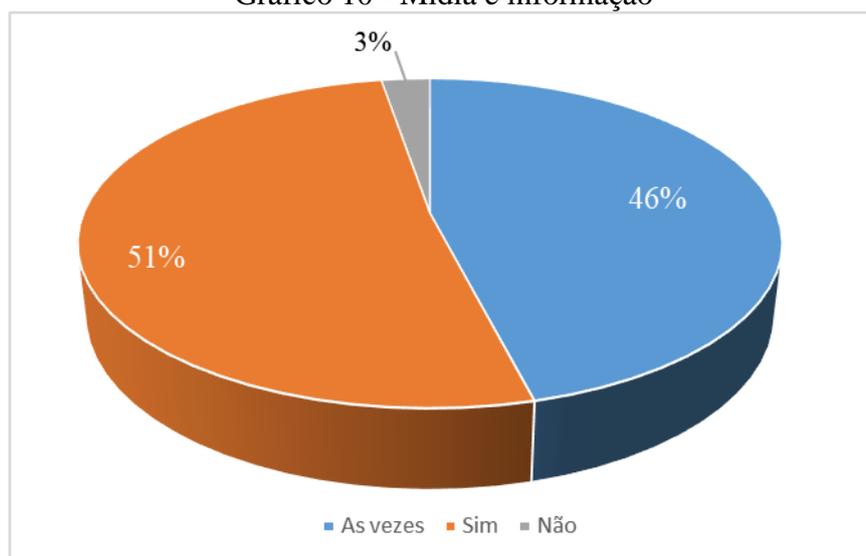


Fonte: Os autores.

Apenas 28% das pessoas propuseram ideias para a melhora na atuação da mídia no combate das *Fake News*, são elas: analisar as fontes; desmentir; focar na notícia verdadeira; análise crítica de cada notícia; expondo e analisando as *Fake News*; buscando melhores as informações; um especialista no assunto deveria dar as informações sobre o vírus para se ter maior credibilidade nas notícias; propõe uma política de fiscalização das *Fake News*; conscientização; divulgar as fontes daquela notícia; mineração de dados; não compartilhar; divulgar apenas notícias boas; não apontar apenas números, mas embasamento; Sleeping Giants Brasil.

Essas ideias são importantes para determinar uma estratégia eficaz para o combate das *Fake News*, entende-se que analisar e verificar a fonte de informação é um meio inicial nesse combate.

Gráfico 10 - Mídia e informação

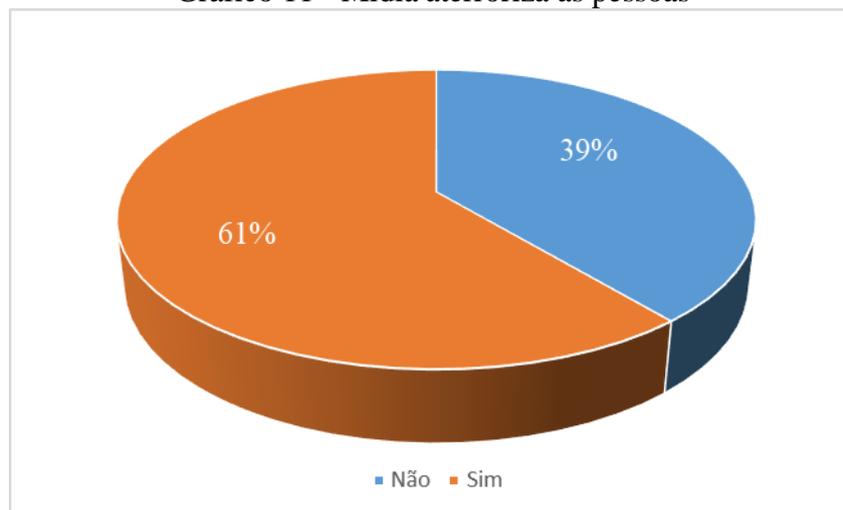


Fonte: Os autores.

A questão das informações que propagam na internet e televisão, com o envolvimento das *Fake News* surgiu a pergunta sobre a opinião das 113 pessoas sobre como esses meios comunicacionais citados estão contribuindo para a divulgação das informações.

Há uma diferença de 6 pessoas entre “às vezes” e “sim”, isso significa que a parte de abordar sobre a pandemia, onde aponta os números de casos, mortes e saudáveis; e explicar meios de prevenção estão sendo eficazes. A mídia aborda o assunto COVID-19 constantemente, sendo o assunto número um mundial, devido aos riscos que o vírus provoca, assim, resulta em muitas informações dentro de 1 hora, no qual agrega para o medo da população.

Gráfico 11 - Mídia aterroriza as pessoas

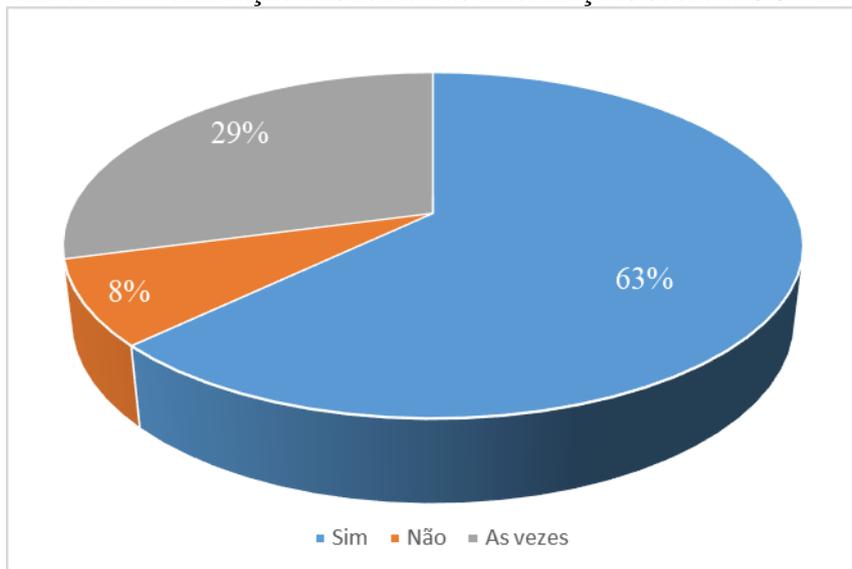


Fonte: Os autores.

O gráfico 11 é a respeito das informações que a mídia proporciona constantemente para a população, a ponto de causar possíveis reações adversas que podem prejudicar a vida dos seres humanos, como o medo. Mais da metade das pessoas responderam que “sim”, há terror com as informações que a mídia proporciona, o número crescente de mortes e a falta de uma cura para a situação, assim, inicia as *Fake News*.

O medo é o jeito mais fácil das *Fake News* se propagar, ela é composta por informações falsas que convence o leitor que: a situação do COVID-19 é impossível de vencer; há uma cura caseira, fazendo as pessoas comprarem; há uma criança com COVID-19 e precisa de doações ou uma instituição de pesquisa de cura; etc. Por meio desses exemplos, observar-se as *Fake News* como uma ação no intuito de atingir as pessoas, manter a população aterrorizadas ao ponto de utilizarem o dinheiro como forma de solução.

Gráfico 12 - Verificação das fonte das informações sobre a COVID-19

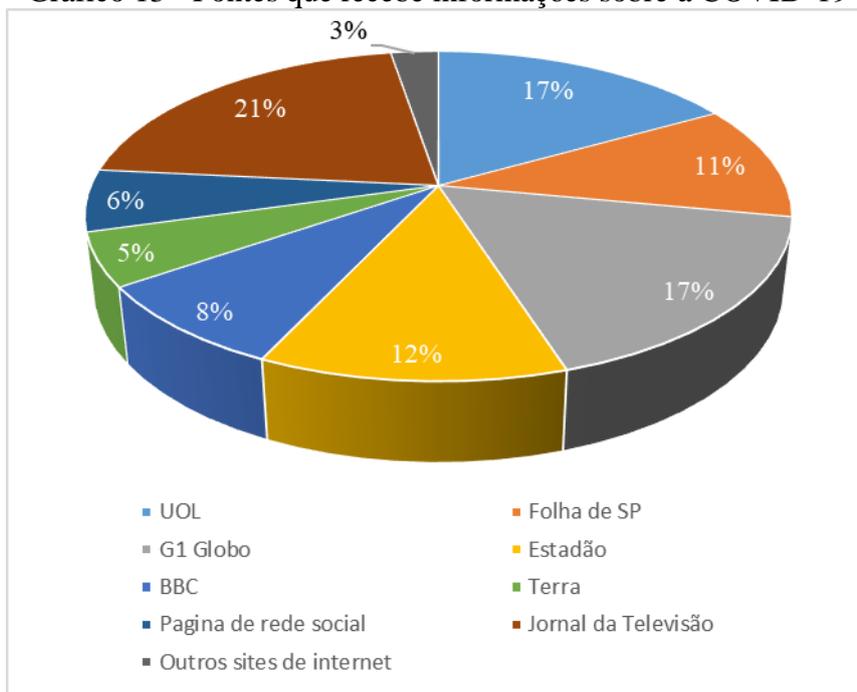


Fonte: Os autores.

Diante dos exemplos citados no gráfico 11, o gráfico 12 é a questão se as pessoas que recebem informações constantes de COVID-19, verificam as fontes para não cair em golpes e aumentar seu medo.

Das 113 pessoas que responderam à questão, 71 afirmaram analisar a veracidade da informação, 33 indicam “às vezes” e 9 não verificam, o começo pelo combate as *Fake News* é a verificação e análise da fonte, sendo um meio da população contribuir coletivamente para que a situação de todos não piorem, na questão do medo. As 9 pessoas que responderam “não”, não seguiram para a última pergunta do questionário, apenas as 104 pessoas que verificam as informações que recebem ou “às vezes” verificam tem a possibilidade de responder à questão 13.

Gráfico 13 - Fontes que recebe informações sobre a COVID-19



Fonte: Os autores.

O último gráfico é baseado na resposta do gráfico 12, no qual diz respeito a verificação da fonte de informações que recebe em meios comunicacionais, neste gráfico as pessoas responderam os meios que mais encontram as informações que recebem.

Neste gráfico é apontado as fontes que as pessoas que verificam recebem mais informações, podendo selecionar mais de 1, devido ao grande fluxo de informações que eles recebem em uma semana, foram selecionados UOL, Jornal da televisão, G1 Globo, Estadão e Folha de São Paulo, além de indicar outras opções, como sites de internet e outros Jornais Digitais (1 pessoa). Um ponto importante nesse gráfico é que 21 pessoas responderam página de rede social, as outras respostas são fontes verídicas e confiáveis, já a página de redes sociais não tem o mesmo critério e essas pessoas indicam que recebem informações dessa fonte.

## Discussão

A pesquisa demonstrou que a mídia que mais aborda sobre a COVID-19 é as Redes Sociais, a Televisão e WhatsApp, demonstrando que a importância da mídia no aspecto das Fake News.

Na questão de segurança de informação, a Televisão, Rede Social e Site de Internet foram as mais escolhidas, houve mídias sugeridas pelas pessoas, como jornal impresso e radio como mídias confiáveis, essas pessoas são dentre 46 a 65 e mais de 66 anos. As 83 dessas pessoas recebem informações sobre a COVID-19 constantemente durante uma semana, assim, cada local de mídia é responsável por essas transmissões de informações, assim como pelas *Fake News*, conforme Neto et al., (2020, p.3):

Muitas informações e notícias foram postadas nas mídias sociais, o que conduziu a diversos compartilhamentos, criando uma rede com conteúdo e pseudoinformações, conhecidas como *Fake News*. Em tempos de avanços tecnológicos, estas notícias falsas são veiculadas nas redes, de forma rápida e multiplicada entre a população, que, em linguagem metafórica, pode-se entender como um vírus que contamina a comunicação e promove ações e comportamentos contrários às orientações das autoridades técnicas no campo da saúde.

A propagação das *Fake News* é por meio do compartilhamento de informações em mídias, como 83 pessoas afirmaram receber mais de 10 informações sobre a COVID-19, há um grande fluxo de compartilhamento de *Fake News*, mesmo que 64 pessoas afirmam não compartilhar informações sobre a COVID-19, a preocupação é com o restante das pessoas que afirmaram “Sim”, “Às vezes” e as que não participaram do questionário, sendo bilhões no mundo.

As 98% das pessoas têm a consciência sobre a existência das *Fake News*, apenas 2 pessoas responderam que não, apontando que há pessoas que não sabem sobre a existência das *Fake News*.

Em relação à mídia combatendo essas *Fake News*, 83% indica que a mídia não está realizando um papel eficiente nessa relação, diante disso, as mídias por propagarem informação são as primeiras responsáveis nesse combate, secundamente a população.

Com base nas sugestões propostas por 28% dos participantes, entende-se que a verificação da fonte, expor as *Fake News* e desmenti-las, minerar a busca por fontes, divulgar as fontes utilizadas, análise crítica de cada notícia; não compartilhar; a política de fiscalização das *Fake News*; divulgar apenas notícias boas; são meios de início nessa etapa de combate.

Essas sugestões são ações que a mídia e a população são capazes de aplicar, onde a população individualmente realiza o papel de verificar e analisar as fontes, se caso for fonte duvidosa não compartilhar, enquanto, a mídia expõe e aponta as mentiras encontradas e divulga as fontes utilizadas. Outro aspecto importante nessas sugestões, são as pessoas que sugeriram: um especialista no assunto deveria dar as informações sobre o vírus para se ter maior credibilidade nas notícias; *Sleeping Giants* Brasil e conscientização.

A respeito do especialista que se trata das informações, há a probabilidade de haver uma pessoa se passando por um especialista e criando mais *Fake News*; o *Sleeping Giants* Brasil busca expor “empresas que anunciam em site de internet que propagam a *Fake News*” (UOL, 2020), a conscientização tem relação com as *Fake News* e medo.

A mídia transmite muitas informações sobre o COVID-19, mas nestas informações os participantes apontaram que mantém a população informada constantemente e “às vezes mantem”, como apontado por uma pessoa nas sugestões, a mídia divulga muitos números e menos embasamento, a mídia deveria demonstrar informações de como o COVID-19 reage nas pessoas até a um sintoma pior, surgimentos, a história da família coronavírus, além da prevenção.

Essas transmissões de informações apresentam segurança para a população, onde eles se sentem conscientes sobre todos os aspectos que envolve o vírus, a falta de uma maior informação resulta no medo, 69 pessoas apontam que a mídia e suas informações aterrorizam a população, assim, as *Fake News* aproveita.

As *Fake News* propõe meios de garantir o medo nas pessoas, assim, a reação a esse medo é buscar uma solução de cura ou remédio, envolvendo dinheiro, por exemplo: “sintomas, diagnóstico e tratamento do vírus, estatísticas falsas, os impactos na sociedade e no meio ambiente, e sobre a repercussão econômica causada pela pandemia” (LEITE, 2020), além de arrecadações de empresas e instituições que estão estudando o vírus para uma possível cura.

Como já citado, as fontes são o melhor jeito da população contribuir com a não aterrorização em relação à pandemia e às *Fake News*, nesta perspectiva, 104 pessoas indicam que permanecem na ação de verificação das fontes, sendo o caminho inicial nesse aspecto.

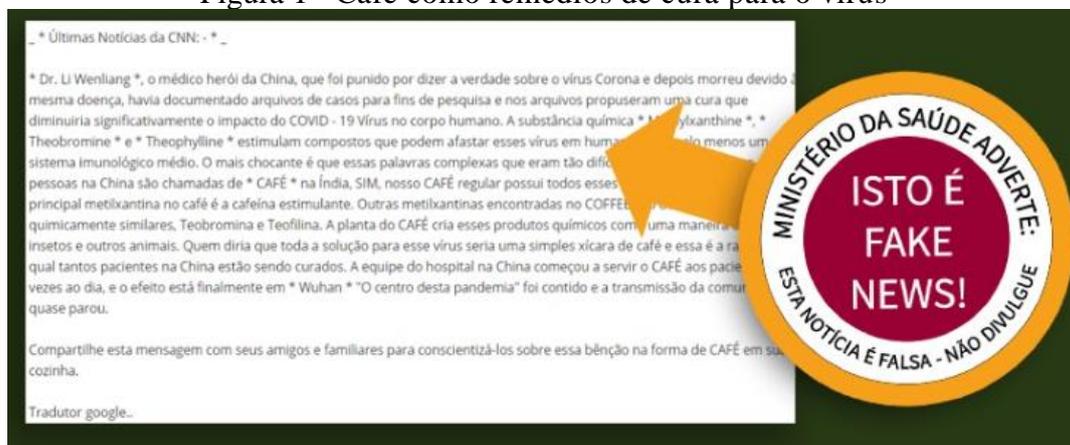
O último gráfico da pesquisa indica as fontes que as pessoas mais recebem, sendo site de internet mais conhecidos, como: UOL, Folha de SP, G1 Globo, Estadão, BBC, Terra, CBN, Jornal de Televisão e outros Jornais Digitais, as opções “Página de rede social” e internet são as principais fontes que precisa de uma análise crítica, por meio de sites desconhecidos e páginas de rede social que a *Fake News* mais propaga.

As mídias precisam adotar meios de garantir a não propagação, ou seja, conscientizar as pessoas sobre suas atitudes com relação à pandemia, onde as pessoas precisam ajudar em coletivo, prevenindo o aumento do medo.

As mídias podem adotar propagando em sites de internet e televisão sobre as Fake News incentivando as pessoas a realizarem a verificação e análise das fontes que recebem informações sobre a COVID-19, além das fontes a data da notícia é de suma importância.

Há compartilhamento de informações que foram postadas a anos e assim, criando desentendimento e as Fake News, é recomendável a verificação das fontes e datas das notícias, pois, segundo o Ministério da Saúde apontou que as notícias sobre café como remédios de cura para o vírus; vacina da gripe aumenta chances de contrair o vírus; receita de coco cura o vírus; a COVID-19 torna os homens inférteis são *Fake News*.

Figura 1 - Café como remédios de cura para o vírus



Fonte: Ministério da Saúde (2020a).

Figura 2 - Vacina da gripe aumenta chances de contrair o vírus



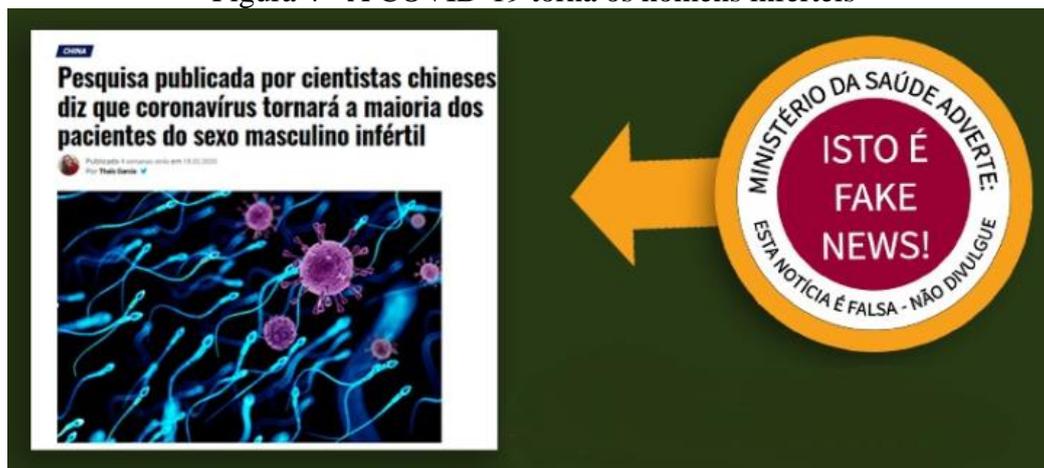
Fonte: Ministério da Saúde (2020b).

Figura 3 - Receita de coco cura o vírus



Fonte: Ministério da Saúde (2020c).

Figura 4 - A COVID-19 torna os homens inférteis



Fonte: Ministério da Saúde (2020d).

As *Fake News* é um meio da página de notícia chamar a atenção das pessoas, resultando em visualização e lucro, essas notícias são compostas por títulos, fotos e vídeos chamativos, além de apresentar uma notícia com poucas informações.

As *Fake News* busca prejudicar a saúde emocional e financeira dos seres humanos, as figuras 1 e 3 são meios de chamar atenção e conseguir reações das pessoas em comprar café e ingredientes, a figura 2 representa a vacina da gripe que contribui para a imunidade, prejudicando a saúde humana e a figura 4 é aterrorizar a população, fazendo propagar mais as informações, todas as figuras resultam em lucro de visualização no *site web*.

O Ministério da Saúde está desmentindo as publicações de *Fake News* em seu próprio *site web*, no entanto, há poucas pessoas que sabem que estão desmentindo as publicações, assim, cabe a mídia contribuir neste aspecto, propagar mais informação sobre as *Fake News*.

A estratégia a respeito do papel da mídia nos aspectos *Fake News* e COVID-19 é pela promoção de uma educação, onde a mídia promoverá o ensino-aprendizagem do não-compartilhamento de *Fake News* por meio do incentivo da verificação das fontes e datas; expondo exemplos de *Fake News* e explicando como as *Fake News* são e funcionam.

A educação neste sentido é manter a população informada a respeito da existência das *Fake News*, ensinar as formas de prevenção, onde precisam analisar as fontes e datas das notícias, promover o ensino-aprendizagem do funcionamento,

significado e motivos que levam o surgimento das *Fake News*, a conscientização surge com o entendimento da população sobre as relações que envolve as *Fake News*.

A mídia precisa entender seu papel nessa pandemia, a propagação de uma educação sobre a COVID-19 e as *Fake News* resulta em uma população consciente sobre a real situação, a falta de informação e o número de *Fake News* assusta as pessoas.

Nesta perspectiva, a mídia deveria apresentar informações constantes sobre a COVID-19 com explicações sobre sua história, prevenções, transmissão, formas de melhorias, pessoas que se recuperaram e processo da doença no corpo humano, pois, com as pessoas capazes de analisar as fontes terão um maior compartilhamento de informações verídicas e necessárias sobre o vírus e não apenas números.

A mídia não pode apenas apresentar números de mortes, casos e pessoas saudáveis, as mídias diariamente anunciam mais números, a propagação de uma educação a respeito da COVID-19 e as *Fake News*, representa uma população informada sobre sua situação e conscientes sobre suas ações.

A mídia deveria começar pela educação das *Fake News*, no qual contribui para a realização da autoaprendizagem sobre o COVID-19 com uma maior segurança, entendendo sobre os riscos de encontrar notícias falsas, avaliando-as e compartilhando as informações verídicas, assim, diminuindo a propagação das *Fake News*.

## Conclusão

A pesquisa buscou apresentar dados sobre a atuação da mídia em relação ao COVID-19 e as *Fake News*, analisando sua eficiência com base na opinião de 113 pessoas, identificando que a mídia precisa adotar uma estratégia que contribua com a população.

A educação é um meio de solução para manter as pessoas informadas e ensina-las meios de reconhecer as *Fake News*, sendo a forma mais prejudicial em tempos de pandemia, a mídia precisa propagar informações sobre o COVID-19 e as *Fake News*, essas informações precisam estarem embasadas e explicadas para um maior entendimento.

Ensinar as pessoas como identificar as *Fake News* é o começo para a prevenção de golpes, propagação de mentiras e aumento do medo, a mídia precisa apresentar exemplos como o Ministério da saúde para demonstrar o funcionamento, motivo e significado das notícias falsas.

Com as pessoas cientes sobre as formas de verificar e analisar as notícias antes de compartilhar, possibilita a segunda etapa da estratégia, onde as mídias proporcionam informações embasadas sobre o COVID-19, assim, as pessoas realizam a autoaprendizagem e compartilham as informações verídicas sobre o vírus pela mídia.

Essa educação contribui para a construção de conhecimento de todos igualmente, onde as *Fake News* serão analisadas e não haverá o compartilhamento de informações duvidosas, educando pessoas conscientes sobre suas ações e conhecimentos.

## Referências

BRIGGS, Asa e BURKE, Peter. **Uma história social da mídia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, Edição 3, 2016.

CARRIÇO, Bárbara. JORGE, Rodrigo Alves. OBERHERR, Vanessa Carolina. FACURY, Fulvia Nassif Jorge. Novos meios de comunicação. In: **Revista Eletronica de Comunicação**, v.6, n.1, 2011.

CRUZ, Ricardo P. **Fake news relacionadas à covid-19 crescem no Brasil, diz estudo**. 2020. Disponível em: <<https://noticias.r7.com/saude/fake-news-relacionadas-a-covid-19-crescem-no-brasil-diz-estudo-21052020>> Acesso em: 01 de jun 2020.

G1 GLOBO. **Qual é a origem do novo coronavírus?** 2020a. Disponível em: <<https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/02/27/qual-e-a-origem-do-novo-coronavirus.ghtml>> Acesso em: 01 de jun 2020.

G1 GLOBO. **Brasil registra 29.314 mortes e 514.849 casos confirmados de Covid-19, diz ministério**. 2020b. Disponível em: <<https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/05/31/brasil-tem-29314-mortes-e-514849-casos-confirmados-por-covid-19-diz-ministerio.ghtml>> Acesso em: 01 de jun 2020.

LEITE, H. **Pandemia de fake news: Estudo lista principais boatos sobre Covid-19**. Correio Braziliense, 2020. Disponível em: <[https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/mundo/2020/05/05/interna\\_mundo,851477/pandemia-de-fake-news-estudo-lista-principais-boatos-sobre-covid-19.shtml](https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/mundo/2020/05/05/interna_mundo,851477/pandemia-de-fake-news-estudo-lista-principais-boatos-sobre-covid-19.shtml)> Acesso em: 03 jun 2020.

LEMOS, A. Celulares, funções pós-midiáticas, cidade e mobilidade. In: **Urbe - Revista Brasileira de Gestão Urbana**, 2, n. 2, p. 155-166, 2010.

MINISTERIO DA SAUDE. **Café previne o Coronavírus – é fake news**. 2020a. Disponível em: <<https://www.saude.gov.br/fakenews/46705-cafe-previne-o-coronavirus-e-fake-news>> Acesso em: 03 jun 2020.

MINISTERIO DA SAUDE. **Vacina da gripe aumenta risco de adoecer por Coronavírus – é fake news**. 2020b. Disponível em: <<https://www.saude.gov.br/fakenews/46967-vacina-da-gripe-aumenta-risco-de-adoecer-por-coronavirus-e-fake-news>> Acesso em: 03 jun 2020.

MINISTERIO DA SAUDE. **Receita de coco cura Coronavírus – É fake news**. 2020c. Disponível em: <<https://www.saude.gov.br/fakenews/46479-receita-de-coco-que-cura-coronavirus-e-fake-news>> Acesso em: 03 jun 2020.

MINISTERIO DA SAUDE. **Pesquisa publicada por cientistas chineses diz que Coronavírus tornara a maioria dos pacientes do sexo masculino infértil – É fake news**. 2020d. Disponível em: <<https://www.saude.gov.br/fakenews/46580-pesquisa-publicada-por-cientistas-chineses-diz-que-coronavirus-tornara-a-maioria-dos-pacientes-do-sexo-masculino-infertil-e-fake-news>> Acesso em: 03 jun 2020.

NETO, Mercedes. GOMES, Tatiana de Oliveira. PORTO, Fernando Rocha. RAFAEL, Ricardo de Mattos Russo. FONSECA, Mary Hellem Silva. NASCIMENTO, Julia. **Fake News no cenário de pandemia de COVID-19**. Cogitare enferm. [Internet]. 2020.

OLIVEIRA, E. D.S.; MEDEIROS, E.; LEITE, J.E.R.; ANJOS, E.G.; OLIVEIRA, F.S. **Proposta de um modelo de cursos baseado em mobile learning: Um experimento com professores e tutores no WhatsApp**. - ESUD 2014 – XI Congresso Brasileiro de Ensino Superior a Distância.

UOL. **"Cansei de ver fake news vencer a batalha", diz autor do Sleeping Giants BR**. 2020. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2020/05/23/cansado-de-ver-noticias-falsas-ganharem-diz-criador-sleeping-giants-brasil.htm>> Acesso em: 03 jun 2020.