

Análise longitudinal da discussão sobre desinformação no Facebook: considerações iniciais e estratégias para abordar o debate público em redes sociais¹

Gabriel Herkenhoff Coelho Moura²

Fabio Luiz Malini de Lima³

Fabio Goveia⁴

RESUMO

Esta pesquisa aborda as percepções sobre desinformação presentes em redes sociais. Aqui, apresentamos um estudo do debate público no Facebook, analisando mensagens publicadas entre 2016 e 2023 na plataforma. Para tanto, utilizamos um método digital experimental, inspirado no modelo *two step flow* e na teoria da cauda longa, para compreender as dinâmicas de formação de opinião em redes sociais.

PALAVRAS-CHAVE

Desinformação; redes sociais; opinião pública; métodos digitais.

Introdução

A recente virada de século foi um momento de expectativa em relação às transformações sociais ocasionadas pela comercialização da internet e pelo alastramento das novas tecnologias de informação e comunicação no cotidiano (Castells, 1996; Levy, 2003). A noção de “sociedade da informação” funcionava então como uma síntese do horizonte vislumbrado. Na última década, entretanto, acompanhou-se um deslocamento de perspectiva: o otimismo deu lugar à preocupação com a desorientação decorrente das mudanças no ecossistema informacional, algo simbolizado pelo crescimento das discussões sobre “desinformação” a partir de 2016.

¹Trabalho apresentado no GP Comunicação e Desinformação, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduado em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal do Espírito Santo. Doutor em Filosofia pela Universidade Federal do Paraná. Realiza estágio pós-doutoral no Programa de Pós-Graduação em Saúde Coletiva da Universidade Federal do Espírito Santo. Pesquisador auxiliar no Laboratório de Internet e Ciência de Dados da Universidade Federal do Espírito Santo (Labic/Ufes). E-mail: gabriel.herkenhoff@gmail.com

³ Professor vinculado ao Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Espírito Santo. Doutor em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Coordenador do Laboratório de Internet e Ciência de Dados da Universidade Federal do Espírito Santo (Labic/Ufes). E-mail: fabiomalini@gmail.com

⁴ Professor vinculado ao Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Espírito Santo. Doutor em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Coordenador do Laboratório de Internet e Ciência de Dados da Universidade Federal do Espírito Santo (Labic/Ufes). E-mail: fabiogv@gmail.com

Esta pesquisa insere-se nesse contexto, investigando as percepções sobre desinformação presentes nas plataformas de redes sociais. O problema colocado é: como se desenvolveu a discussão no Brasil e quais visões sobre desinformação têm predominado nas redes sociais? O objetivo é identificar posições influentes acerca do assunto e compreender as transições do debate na *esfera pública digital* (Habermas, 2023). Aqui, apresentamos resultados da análise de publicações realizadas no Facebook com os termos ‘desinformação’ e ‘fake news’ entre 2016 e 2023.

Metodologia

A estratégia adotada foi cruzar análise de conteúdo com análise de redes sociais (ARS), visando abordar tanto as mensagens com maior influência quanto a massa de conteúdos com menor capacidade individual de retenção da atenção. Trata-se de uma abordagem que adapta o modelo do *two step flow* a fim de compreender o processo de circulação de opinião nas redes sociais. Para tanto, os *datasets* foram organizados pelo total de interações das postagens e, então, separados com inspiração na teoria da *cauda longa* (Anderson, 2006), com o intuito de comparar as percepções do centro e das periferias da rede.

A primeira parte dos *datasets* é composta pelas 25 postagens com mais interações em cada ano, que foram analisadas qualitativamente. A segunda, correspondente à “cauda” dos *datasets*, é o conjunto de postagens de menor engajamento, mas que igualam o “topo” na soma de interações. Para analisar essas “caudas”, empregamos a ARS, utilizando a estatística “modularidade” do software Gephi para mapear os focos de discussão.

Principais resultados

Os resultados preliminares mostram que, nas mensagens com mais interações, 49,5% das publicações (99) utilizam ‘desinformação’ e ‘fake news’ para desqualificar o

campo político adversário. Além disso, 28,5% das mensagens (57) associam tais termos à mídia tradicional. Por fim, 22% das publicações (44) são de conscientização ou checagem de desinformação. Os atores políticos foram os mais influentes no período, dentre eles, perfis abertamente ligados ao campo ultraconservador foram os que tiveram mais mensagens (105) entre as mais influentes no período analisado.

Essa tendência à politização do debate sobre desinformação é observada também quando olhamos para a “cauda” dos *datasets*. Em uma análise das redes semânticas, tal tendência parece abarcar cerca de 50% das publicações até 2019, passando a dividir o foco com as discussões sobre desinformação em saúde a partir de 2020. Três diferenças notáveis quando se compara o “topo” e a “cauda” são: os conteúdos que ligam a desinformação ao ultraconservadorismo ficam sempre acima dos 25% a partir de 2017; as mensagens de conscientização e checagem ficam entre 25% e 40% em todo o período; e a vinculação da desinformação à mídia compôs apenas de 4% a 7% das publicações.

Considerações finais

Esses resultados sugerem que, embora os atores centrais influenciem o debate, a capacidade deles de direcionar a discussão pública precisa ser relativizada. O debate nas plataformas é atravessado por outros mediadores que, em conjunto, mostram-se cruciais para a circulação de informação, de modo que o estudo de diferentes estratos da rede pode contribuir para uma melhor compreensão do processo de formação de opinião.

REFERÊNCIAS

ANDERSON, C. **A cauda longa**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999

HABERMAS, J. **A New Structural Transformation of the Public Sphere and Deliberative Politics**. New York: Polity Press, 2023.

LÉVY, P. **A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço**. São Paulo: Loyola, 2003.