

Fake News e Gestão de Crise: o desafio dos Relações Públicas na sociedade do risco¹

Gabriel Del' Arco Vinhas COSTA²

Cláudia Regina Dantas ARAGÃO³

Universidade do Estado da Bahia - UNEB

RESUMO

O presente texto propõe uma reflexão sobre os desafios enfrentados pelos profissionais de Relações Públicas na gestão de crises e na construção da confiança em contextos marcados pela disseminação de Fake News, especialmente na chamada sociedade do risco. O objetivo central do trabalho é investigar as dificuldades provocadas pela desinformação no trabalho estratégico dos profissionais de comunicação organizacional durante situações críticas. Para isso foi feita uma pesquisa bibliográfica combinada com um estudo de caso no qual se analisou o episódio das notícias sobre a vacina da Covid-19 feita pela Pfizer e suas consequências organizacionais. Como conclusão, destaca-se que os profissionais de Relações Públicas devem adotar, além das técnicas tradicionais, estratégias específicas de combate à desinformação digital visando preservar a integridade e a reputação das organizações diante de crises amplificadas pelas redes sociais.

PALAVRAS-CHAVE: desinformação; crise; relações públicas; comunicação; sociedade do risco

INTRODUÇÃO

A história da humanidade vem sendo marcada por diversos avanços sociais e tecnológicos. Entre elas, destaca-se a descoberta das vacinas, que transformou consideravelmente a vida da sociedade. A primeira vacina foi desenvolvida pelo médico Edward Jenner em 1796, contra a varíola, e até os dias atuais permanece como sendo uma

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho - Estudos em Relações Públicas e Comunicação Organizacional, evento integrante da programação do 24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 3 a 5 de julho de 2025.

² Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Relações Públicas da UNEB, e-mail: bielvinhas@gmail.com.

³ Professora Adjunta do Curso de Relações Públicas da UNEB, e-mail: caragao@uneb.br.

das principais formas de prevenção de doenças (Butantan, 2022). A Organização Mundial da Saúde (OMS) estima que a imunização pelas vacinas impede entre 3,5 e 5 de mortes por doenças como tétano e gripe⁴.

Porém, nos dias atuais, nota-se um aumento considerável de notícias falsas sobre as vacinas. De acordo com André Lemos (2021), durante a pandemia de Covid-19 a veiculação de notícias falsas se tornou também uma infodemia, ou seja, uma epidemia de informações nocivas à saúde pública. No Brasil, a divulgação de Fake News encontrou um terreno bastante promissor. Perante a uma população hiperconectada, polarizada politicamente e que muitas vezes não consegue distinguir notícias falsas de verdadeiras nem fazer uma checagem das fontes, as narrativas forjadas conseguiram ser bastante eficazes.

As Fake News, portanto, para além de um risco à população, impactam diretamente as organizações que foram responsáveis pela produção de imunizantes. Assim, dentro de um cenário crítico, como a pandemia de Covid-19, empresas, como a Pfizer, tiveram de enfrentar não só a crise sanitária em si, mas também o desafio de combater a desinformação. Nesse caso, a comunicação desempenha um papel fundamental, especialmente na atividade de gestão de crises.

Crises, conceitualmente falando, também são situações inesperadas, desestabilizadoras, caóticas que constantemente assolam as organizações. De acordo com Machado:

Toda crise é surpreendente, produzindo um efeito inesperado; é uma situação particular única que depende do contexto e da dinâmica que adquire; é urgente e demanda condução. Também, é desestabilizadora, alterando as relações naturais com o entorno; é caótica pela pressão e urgência; ingressa num estado de incertezas. (Machado, 2020, p. 51)

Em um cenário de crise, as Fake News se tornam um fenômeno que pode agravar essas situações. A rápida propagação de informações falsas, impulsionada pelas redes sociais e aplicativos de mensagens, representa uma ameaça à estabilidade institucional, à reputação de organizações e à segurança pública.

No caso das Fake News elas podem amplificar crises em diversas esferas. No setor público, boatos sobre políticas governamentais podem gerar pânico e desconfiança na

⁴ **ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE.** Vaccines and immunization. Disponível em: https://www.who.int/health-topics/vaccines-and-immunization/#tab=tab_1. Acesso em: 04 maio 2025.

população. No âmbito corporativo, notícias falsas podem manchar a reputação de empresas, afetar suas ações no mercado e comprometer a relação com clientes e investidores, sendo elas culpadas ou não. Dessa forma, a gestão de crise, além de lidar com situações críticas, torna-se um elemento essencial para mitigar os impactos negativos das Fake News.

Dessa forma, o objetivo deste texto é discutir os desafios enfrentados pelos profissionais de Relações Públicas na gestão de crises agravadas por Fake News, com foco no caso das notícias falsas direcionadas à vacina contra a Covid-19 desenvolvida pela Pfizer. Para isso, serão acionados alguns autores como Ulrich Beck (2010), André Lemos (2021) e Jones Machado (2020), bem como analisadas publicações e comentários no perfil oficial da Pfizer no Instagram e conteúdos desmentidos por plataformas de checagem de fatos como o site Boatos.org⁵.

A DISSEMINAÇÃO DE FAKE NEWS NOS CENÁRIOS DE CRISE

Quando se pensa em crise há um componente de imprevisibilidade e de surpresa em seu decorrer. As causas podem ser diversas, erros de gestão, má comunicação ou até eventos naturais extremos e suas consequências podem gerar grandes prejuízos. Por isso é necessário um profissional que dedique tempo e esforço para analisar os entornos e preparar a organização para enfrentar ameaças e administrar conflitos (Machado, 2020).

Porém, observando eventos recentes, como a pandemia de Covid-19, fica evidente que existe um agravante nessas situações críticas. O conceito de “sociedade do risco” proposta pelo sociólogo Ulrich Beck (2010) demonstra que para além dos perigos, as percepções desses riscos têm um potencial sociopolítico e podem ser manipulados de acordo com interesses particulares. Ou seja, catástrofes naturais, conflitos armados, acidentes químicos e crises econômicas, são situações. Difíceis de perceber ou entender. Portanto, baseiam-se em suas interpretações, só são percebidos a partir do conhecimento que se tem sobre, por isso, podem ser manipulados, alterados, diminuídos ou dramatizados, por isso ganham um potencial também sociopolítico (Beck, 2010).

Nesse cenário de manipulação da percepção dos riscos, as Fake News surgem como ferramenta estratégica para construção de narrativas favoráveis a determinados interesses. Ou seja, já que a existência dos riscos depende da interpretação e têm impacto político, torna-se essencial o uso de mecanismos para influenciar a percepção pública,

⁵ Disponível em: <https://www.boatos.org/> Acesso em 03/05/2025

Diante desse cenário, nota-se que as Fake News se consolidam como uma ferramenta poderosa e hoje amplamente utilizada para tentar manipular a opinião pública e distorcer a percepção sobre riscos e ameaças. Sendo assim uma forma de moldar riscos de acordo com interesses privados e impedir a população de ter real noção das ameaças. De acordo com Vosoughi et al. (2018) as notícias falsas viralizam mais e alcançam mais pessoas do que as verdadeiras. Ainda que os algoritmos não tenham o intuito de distribuir desinformação, mas as Fake News são especificamente construídas para se conectar emocionalmente com as pessoas, gerando mais engajamento.

Então, para além disso, em tempos de hiperconectividade e insegurança informacional as organizações já encontram desafios crescentes para lidar com as crises por si só. A comunicação organizacional, portanto, torna-se indispensável para lidar com riscos e crises. No entanto, se a própria crise já apresenta um grande desafio, a desinformação propagada por meio das Fake News agrava ainda mais esse cenário, tornando a atuação estratégica das organizações ainda mais complexa.

Fake News e a Vacina do Covid

Durante a pandemia de Covid-19, diversas narrativas forjadas ganharam visibilidade nas redes sociais, especialmente no que se refere à vacinação. Nesse contexto, diversas farmacêuticas estiveram no centro de uma das maiores mobilizações científicas do século. Diante de todo o cenário de insegurança, a vacina foi desenvolvida em tempo recorde a fim de conter o avanço do vírus. Porém, apesar do desenvolvimento do imunizante notou-se um aumento na resistência à vacinação e uma escalada exponencial da quantidade de Fake News.

A Pfizer, uma das farmacêuticas responsável pela produção das vacinas distribuídas no Brasil foi alvo de diversas Fake News. Desde generalizações dos seus efeitos colaterais sem relevância estatística, até teorias da conspiração sobre chips sendo implantados em seres humanos. Essas notícias criaram um cenário de incerteza e desconfiança, impactando diretamente a imagem da empresa, mesmo ela não sendo culpada, ou as vezes nem tendo relação. De acordo com Galhardi et al., os fatores que estão associados à disseminação dessas informações foram:

No caso da COVID-19 a crença de que as vacinas não foram suficientemente estudadas, tendo em vista o tempo rápido de seu desenvolvimento, é um dos fatores associados à hesitação vacinal, ao que se acrescentam a desconfiança quanto à origem da vacina e fatores políticos-ideológicos. (Galhardi et al., 2022, p. 3)

Somado a isso, discursos de importantes figuras públicas, como do presidente da república, reforçavam ainda mais o cenário de incerteza. Dessa forma, além dos riscos de lançar em larga escala um novo imunizante, da crise global do causada pela covid, a Pfizer teve que dedicar esforços para superar a campanha de desinformação enfrentada.

No perfil do Instagram da empresa, observou-se uma mobilização constante para a divulgação de informações científicas, não só sobre a vacina, mas sobre todo o protocolo de combate ao vírus. Dessas postagens, se destaca as hashtags “#FakeNewsNao” e “#VacinasSãoSeguras”⁶, que estiveram presentes em diversas publicações informações científicas, vídeos explicativos com médicos e cientistas, além de parcerias com outros influenciadores digitais.

Porém, mesmo depois da pandemia, ainda é possível perceber que as Fake News não pararam e que ainda existe um impacto na reputação da empresa. Em busca pelo nome “Pfizer” no site de checagem de notícias Boatos.org, mostra que, até o final de 2023, haviam notícias sendo desmentidas. Analisando também o perfil da empresa no Instagram de forma mais geral, ainda é possível encontrar alguns comentários negativos, embora sua frequência tenha diminuído bastante com o passar do tempo.

Considerações Finais

Em uma sociedade marcada pelas incertezas, as crises organizacionais já são um desafio por si só, no entanto as Fake News podem amplificar os danos causados à reputação e à confiança dos públicos. Como destaca Jones Machado (2020, p. 9) “Em um cenário de hipervisibilidade midiática, não estar presente significa estar apartado das relações sociais mediadas pelas tecnologias digitais”. Nesse sentido, a comunicação estratégica desempenha papel essencial na gestão de crises, especialmente quando estas são ampliadas pela desinformação nas redes sociais.

A adoção de práticas como o planejamento estratégico de comunicação, a atuação ativa nas mídias digitais, o monitoramento contínuo e a construção de uma reputação sólida, são fundamentais para a sustentabilidade das organizações. Estratégias tradicionalmente utilizadas por profissionais de Relações Públicas — como planos de crise, comitês especializados e posicionamentos transparentes — são cruciais em contextos de incerteza e devem ser adaptadas ao ambiente digital.

⁶ Disponível em: <https://www.instagram.com/pfizer.brasil/> Acesso em: 04/05/2025

Cada crise possui suas particularidades, e cabe ao profissional de Relações Públicas identificar as melhores estratégias para cada caso. Porém, em um cenário no qual a desinformação e as crises são potencializadas pelas redes sociais, a comunicação organizacional não pode se limitar apenas com técnicas tradicionais. Combater Fake News não é apenas uma vantagem competitiva, mas uma necessidade para garantir a segurança institucional e a confiança dos públicos.

REFERÊNCIAS

BECK, Ulrich. **Sociedade de risco**: Rumo a uma outra modernidade. Editora 34: São Paulo, 2010

BUTANTAN. **O mundo antes e depois das vacinas**: a história comprova que o caminho para a erradicação de doenças é a imunização. São Paulo: Portal do Butantan, 2022.

GALHARDI, Cláudia Pereira et al. **Fake news e hesitação vacinal no contexto da pandemia da COVID-19 no Brasil**. Ciência & Saúde Coletiva, v. 27, n. 05, p. 1849-1858, 2022.

LEMOS, André. **A tecnologia é um vírus**: pandemia e cultura digital. Porto Alegre: Sulina, 2021

MACHADO, Jones. **Gestão Estratégica da Comunicação de Crise**. Santa Maria: UFSM, 2020

VOSOUGHI, Soroush; ROY, Deb; ARAL, Sinan. **The spread of true and false news online**. science, v. 359, n. 6380, p. 1146-1151, 2018.