

A Fiocruz no mundo virtual: análise das publicações da instituição no Facebook durante a pandemia pela COVID-19

Fiocruz in the virtual world: analysis of the institution's publications on Facebook during the pandemic by COVID-19

João Victor Martins Revoredo

Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca (CEFET/RJ)
jovictor12@gmail.com

Marcelo Borges Rocha

Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca (CEFET/RJ)
rochamarcelo36@yahoo.com.br

Danielle Cristina Duque Estrada Borim

Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca (CEFET/RJ)
danideborim@yahoo.com.br

Resumo

Este trabalho teve como objetivo analisar postagens realizadas pela Fiocruz em sua página no *Facebook*, durante a pandemia da COVID-19. Para isso, foram coletadas 94 postagens no período entre março e maio de 2020. Essas postagens foram analisadas à luz da Netnografia e da Análise de Conteúdo. Estas metodologias possibilitaram observar o conteúdo divulgado e a interação do público. Foi possível observar que a Fiocruz utilizou em suas publicações elementos visuais baseados em vídeos, imagens e ilustrações, apresentando uma linguagem simples e dinâmica, acessível a todos. Os dados demonstraram o interesse da população nas publicações compartilhadas pela instituição, sendo estas formadas principalmente pelas publicações que divulgam informações acerca da doença e do vírus. Os resultados revelaram a importância do uso das redes sociais como forma de aproximar a população e a ciência.

Palavras chave: Facebook, coronavírus, Fiocruz, pandemia, divulgação científica.

Abstract

This work aimed to analyze posts made by Fiocruz on its Facebook page, during the COVID-19 pandemic. For this purpose, 94 posts were collected between March and May 2020. These posts were analyzed in the light of Netnography and Content Analysis. These methodologies made it possible to observe the content disseminated and the interaction of the public. It was possible to observe that Fiocruz used in its publications visual elements based on videos, images and illustrations, presenting a simple and dynamic language, accessible to all. The data showed the

population's interest in publications shared by the institution, which were formed mainly by publications that disseminate information about the disease and the virus. The results revealed the importance of using social networks as a way to bring the population and science together.

Key words: Facebook, coronavírus, Fiocruz, pandemics, scientific disclosure.

Introdução

Desde a sua criação, as redes sociais, também comumente chamadas de mídias sociais, têm se tornado um dos meios de veiculação de informações mais utilizados e importantes, facilitando a exposição e o compartilhamento do conhecimento. Apresentada pela primeira vez em 1954, através da expressão 'Rede Social', foi inicialmente descrita como grupos e comunidades onde todos ou parte da sociedade está imersa, independentemente de sua posição social, interagindo entre si (BARNES, 1972). Já Recuero (2010), afirma que há uma diferenciação entre os termos "rede" e "mídia social", visto que o termo "Rede Social" se refere a grupos sociais e "Mídia Social" seria o conjunto de atividades e dinâmicas realizadas por grupos sociais nas plataformas digitais.

De acordo com a *London School of Economics and Political Science - LSE* (2017), o *Facebook*, plataforma na qual o presente estudo se baseia para coletar as informações de estudo, é um *website* que interliga seus mais de 1 bilhão de usuários, por meio de páginas de perfil, nas quais publicam diversas informações, sejam sobre eles próprios ou não. Barbosa e Souza (2016, p. 285) afirmam que "para cientistas essa rede social é o ponto de partida com o objetivo de ampliar a divulgação. A interatividade promovida por meio de curtidas, compartilhamentos e comentários poderá impulsionar a difusão de informações, dados, anúncios e resultados de pesquisas nas redes sociais com o uso das ferramentas que estão à disposição".

Segundo Braga, Lima e Ribeiro (2019), as redes sociais digitais, em geral, se tornaram uma das ferramentas mais eficientes para dispor e popularizar o conhecimento científico, porém é necessário adaptar e simplificar este conhecimento, de modo que o faça acessível a diferentes públicos, tornando-as, desta maneira, um dos principais meios na Divulgação Científica (DC).

Bueno (2010), caracteriza a DC, como sendo a área voltada para o grande público (com uso livros didáticos, documentários, campanhas publicitárias ou de educação, palestras de ciências, espetáculos de teatro com a temática de ciência e tecnologia), cumprindo a função de democratizar o acesso ao conhecimento científico, incluindo a população em debates sobre temas que influenciam suas vidas e seus trabalhos. Sendo assim, a DC pode ser considerada uma forma

eficiente de transmissão do conhecimento científico de forma acessível e de fácil entendimento a todos.

Além disso, o autor ainda destaca que a DC possui:

[...] embate permanente entre a necessidade de manter a integridade dos termos técnicos e conceitos para evitar leituras equivocadas ou incompletas e a imperiosa exigência de se estabelecer efetivamente a comunicação, o que só ocorre com o respeito ao *background* sociocultural ou linguístico da audiência. (BUENO, 2010, p.5)

Em períodos como este, onde a ciência se torna um assunto popularmente discutido, tanto por especialistas, quanto pela população leiga, surgem discussões nas quais a ciência é incapaz de prover respostas à população em um curto prazo. Para mais, os medos e as incertezas acabam favorecendo o aparecimento de notícias falsas. Desta maneira, esse quadro reafirma o papel imprescindível da DC, principalmente neste momento, alertando, conscientizando e informando a população sobre determinado assunto. (BUSKO e KARAT, 2019)

Toda a dimensão que as redes sociais possuem e a velocidade de propagação de informação torna difícil o monitoramento de atividades nas redes, dando espaço para que qualquer pessoa crie todo tipo de conteúdo, tendo ele embasamento científico ou não, confrontando fatos cientificamente provados ou áreas da ciência ainda em estudo. Isso acaba por dificultar o entendimento de um determinado assunto por um público sem o acesso a fontes científicas seguras e confiáveis, que tomam esses conteúdos como verdade por serem compatíveis com o que acreditam (SIQUEIRA JÚNIOR e OLIVEIRA, 2019). Logo, dentro desse contexto, nota-se a importância da DC através dos meios digitais e redes sociais no combate a disseminação de informações não-verídicas que chegam ao público em geral.

No recente momento de pandemia pela COVID-19, onde o curto espaço de tempo exigiu uma demanda de estudos e pesquisas, o papel da DC tornou-se ainda mais relevante, principalmente nas redes sociais, as quais se tornam fontes de dúvidas e questionamentos científicos, estimulando discussões e reflexões sobre uma variedade de informações.

Como as discussões científicas tornam-se cada vez mais próximas do cotidiano das pessoas, não ficando restritas apenas ao meio acadêmico e estudantil, se torna perceptível como a falta de formação científica impede que a população diferencie o conhecimento científico de fato, do conhecimento inventado (CUNHA, 2017).

Compreendendo a importância desse momento, diversas instituições de pesquisa, como a Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz), utilizaram suas redes sociais para divulgar informações científicas acerca do vírus Sars-Cov 2 e a doença, aproximando a ciência e a sociedade.

Segundo o seu site oficial, a Fundação Oswaldo Cruz foi fundada em 25 de maio 1900, por Oswaldo Cruz, no bairro de Manguinhos, na cidade do Rio de Janeiro (na época capital do país). Trata-se de uma instituição pública federal de ciência e tecnologia vinculada ao Ministério da Saúde, presente em diversos estados do Brasil, tendo como objetivo a promoção da saúde e o desenvolvimento social, gerando e difundindo conhecimento científico e tecnológico.

A página oficial da Fiocruz na rede social *Facebook* surgiu em 2004 e tem como missão:

Produzir, disseminar e compartilhar conhecimentos e tecnologias voltados para o fortalecimento e a consolidação do Sistema Único de Saúde (SUS) e que contribuam para a promoção da saúde e da qualidade devida da população brasileira, para a redução das desigualdades sociais e para a dinâmica nacional de inovação, tendo a defesa do direito à saúde e da cidadania ampla como valores centrais. (FIOCRUZ, FACEBOOK, 2004)

Assim sendo, o presente estudo teve como objetivo analisar a página oficial da Fiocruz no *Facebook*, buscando compreender as características da divulgação científica em meio a pandemia do COVID-19, analisando as publicações específicas sobre este tema, levando em consideração, a plataforma a ser estudada.

Metodologia

O atual estudo se caracteriza como uma pesquisa quali-quantitativa, de caráter exploratório/descritivo. Baseando-se nas definições de Gil (2008), as pesquisas exploratórias proporcionam maior familiaridade com o problema, aprimorando ideias e construindo hipóteses. Já as pesquisas descritivas, descrevem características de determinada população ou fenômeno, levantam opiniões e identificam e estabelecem relações entre variáveis. A pesquisa quali-quantitativa se define como, uma análise conjunta dos dados estatísticos com a compreensão do fenômeno observado e o estudo da qualidade das informações coletadas. O autor defende o método, afirmando que “os dados estatísticos fornecem uma importante complementação às conclusões adquiridas” (Gil, 1999, p. 35).

Na análise da página oficial da instituição no *Facebook*, foi utilizado o método de Netnografia na observação da interação do público com a instituição no meio virtual. Kozinets (2014) afirma que a Netnografia utiliza comunicações realizadas no meio digital para chegar à compreensão e a representação etnográfica de um fenômeno cultural na Internet.

Para melhor análise dos resultados, o método netnográfico foi associado à Análise de Conteúdo (BARDIN, 1977) com o objetivo de melhor organizar, estudar e analisar os dados coletados. Segundo Rocha e Deusdará (2005), a “Análise de Conteúdo se define como um conjunto de técnicas de análise das comunicações que aposta grandemente no rigor do método como forma de não se perder na heterogeneidade de seu objeto” (ROCHA e DEUSDARÁ, 2005, p. 308).

Por se encontrarem em uma plataforma dinâmica, com a possibilidade de os dados sofrerem alterações frequentes, foi estabelecido um período de coleta, que ocorreu entre os dias 03 a 05 de julho de 2020.

Nos dias indicados foram selecionadas as publicações feitas pela Fiocruz, bem como as interações postadas entre 1º de março e 1º de maio de 2020. Dentro deste recorte temporal, escolhido a partir do primeiro caso registrado no Brasil, foram coletadas 94 postagens relacionadas à pandemia do coronavírus, assim como informações referentes ao número de curtidas, comentários e compartilhamentos

Buscando uma melhor análise e organização destas postagens, este período foi dividido em quatro grupos denominados quinzenas, e a observação foi realizada acompanhando o crescimento das informações divulgadas sobre o vírus.

Resultados e Discussões

- Tratamento dos dados

Ao realizar a coleta dos dados, as postagens relacionadas ao COVID-19 foram categorizadas em três tipos de publicações, as quais são informadas a seguir, sendo posteriormente separadas em quinzenas:

- Informativos - Divulgações de informações acerca da doença, como formas de transmissão e prevenção (Imagem 1).

FIGURA 1: 'Informativos'



Fonte: Facebook da Fiocruz

- Notícias - Informações divulgadas relacionadas a testes para COVID-19, pesquisas em torno de vacinas, números de casos, dentre outros (Imagem 2).

FIGURA 2: 'Notícias'



Fonte: Facebook da Fiocruz

- Eventos - Atividades organizadas pela instituição, como cursos, palestras e transmissões ao vivo (Imagem 3).

Figura 3: ‘Eventos’



Fonte: Facebook da Fiocruz

Por meio do processo e métodos citados, ao se analisar o conteúdo destas postagens, foi elaborado um gráfico (Gráfico 1) com as categorias formadas, para análise quantitativa dos números de postagens durante todo o período.

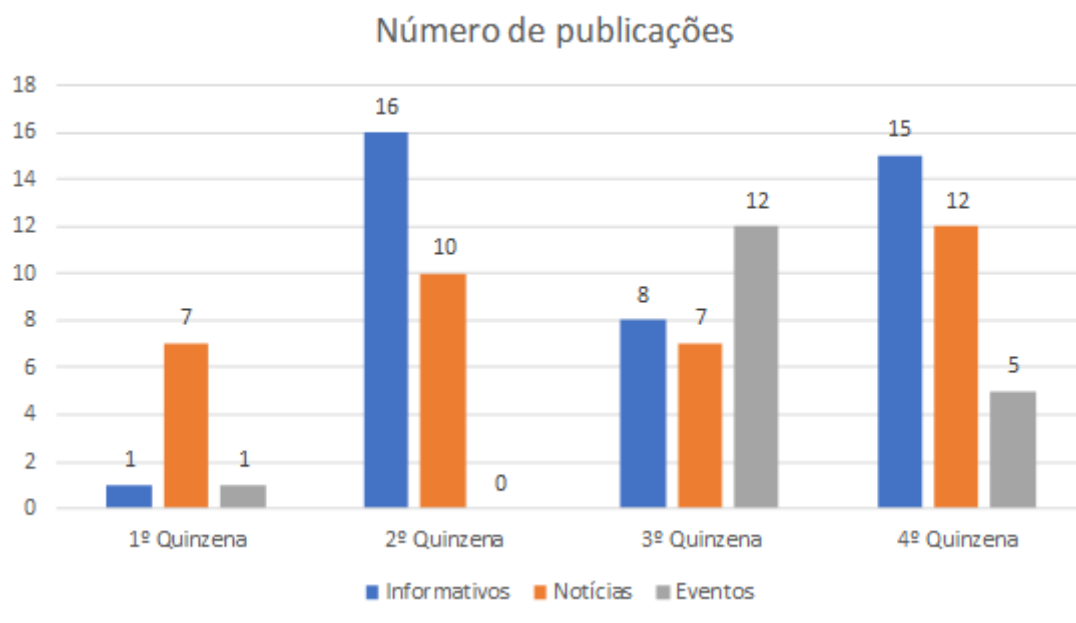


Gráfico 1: Número de publicações

Fonte: Dados da pesquisa

É possível observar que durante os quatro períodos, os níveis de quantitativos de publicações não é totalmente crescente, visto que há algumas quedas durante alguns períodos. A categoria “Informativos” obteve a maior quantidade de postagens publicadas, somando 40 publicações, representando 47% do total de publicações.

▪ **Quanto às curtidas, comentários e compartilhamentos:**

Segundo Recuero (2014), as ações de “curtir”, “comentar” e “compartilhar” possuem uma série de funções conversacionais. O ato de “curtir” um conteúdo em uma rede social sempre foi observado como um ato positivo, sendo um apoio a uma mensagem passada ou uma demonstração de interesse ao conteúdo compartilhado. O “compartilhar” possui a função de dar visibilidade a algum conteúdo, sendo uma ferramenta usada para a transmissão e divulgação de algo que o público ache relevante.

Já os comentários são práticas visivelmente conversacionais, sendo mensagens destinadas ao autor e a outros comentaristas que não indicam apenas participação, mas uma contribuição para a conversa sobre determinado assunto. Considera-se como uma participação ativa e efetiva, acontecendo quando um usuário tem algo a dizer sobre o assunto. A autora também defende que a hiper conexão da população, proporcionada pelo Facebook, faz com que diferentes grupos sociais entrem em contato direto, levando diferentes contextos para a conversação, havendo a possibilidade de que o ambiente virtual se torne agressivo em certas discussões.

Na categoria ‘Informativos’ observada no dia 03/07/2020, os dados observados foram transcritos no gráfico 2, no qual é possível notar o crescimento no número de curtidas entre a 1ª e 3ª quinzenas, passando de 494 para 15.000, aproximadamente, tendo um crescimento de 14,9%; número este que se manteve estável entre a 3ª e 4ª quinzena. Os números de comentários também obtiveram um crescimento constante passando de apenas 19 na 1ª quinzena para 10.000, aproximadamente na 4ª quinzena com um crescimento de 8,9%. Quanto aos compartilhamentos, também há um crescimento entre 1ª e 3ª quinzenas, passando de 943 para 10.000, aproximadamente, obtendo 9,6%. Se mantendo estável entre a 3ª e 4ª quinzenas.

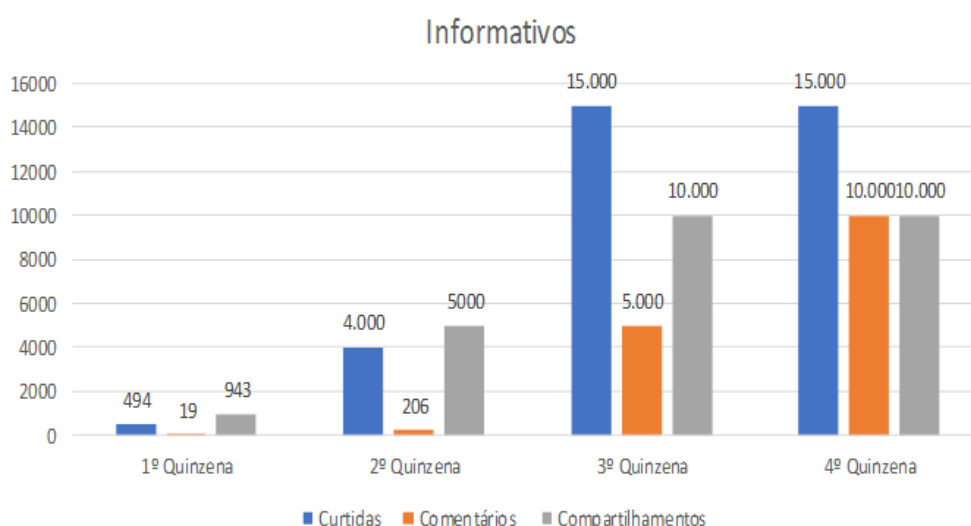


Gráfico 2: Categoria Informativos, dados coletados no dia 03/07/2020

Fonte: Dados da pesquisa

Quanto à categoria ‘Notícias’ observada no dia 04/07/2020, nos dados colocados no gráfico 3 é

possível notar o crescimento no número de curtidas entre a 1º e 4º quinzenas, passando de 560 para 15.000, aproximadamente, com um crescimento de 25.7%. Os números de comentários também possuem um crescimento constante passando de 145 na 1º quinzena para 5.000, aproximadamente, na 4º quinzena, crescendo 4,9%. Quanto aos compartilhamentos, entre as 1º e 2º quinzenas, os valores se mantêm em número aproximado a 5.000, tendo um crescimento entre as 2º e 3º quinzenas, passando para 10.000, aproximadamente. Se mantendo num crescimento entre a 3º e 4º quinzenas, chegando a 15.000 compartilhamentos, aproximadamente, crescendo 14,9% no total.

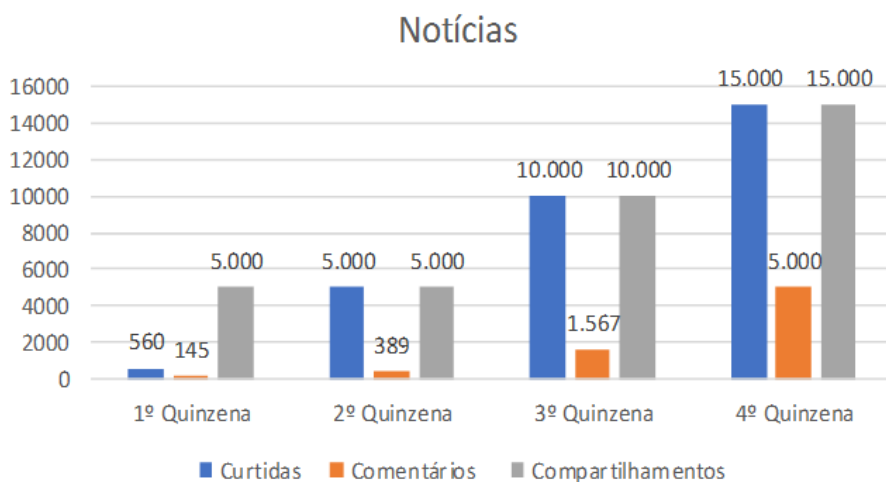


Gráfico 3: Categoria Notícias, dados coletados no dia 04/07/2020
Fonte: Dados da pesquisa

Já na categoria ‘Eventos’, é possível observar nos dados expostos no gráfico 4 valores inconstantes durante os períodos. No número referente a curtidas, entre a 1º e 3º quinzenas, há um crescimento passando de 77 para 367 com um crescimento de 3.7%, não havendo nenhum valor durante a 2º quinzena pela falta de publicações. Porém, há um caimento de 58% nos números entre as 3º e 4º quinzenas, indo para 152 curtidas. Os números de comentários se mantêm nulos durante as 1º e 2º quinzenas, tendo um crescimento na 3º quinzena de 49 comentários, porém, caindo novamente na 4º quinzena para apenas 17 comentários. Quanto aos compartilhamentos, entre as 1º e 3º quinzenas, os valores possuem um crescimento, de 58 para 125 compartilhamentos, caindo novamente entre a 3º e 4º quinzenas, para apenas 84 compartilhamentos.

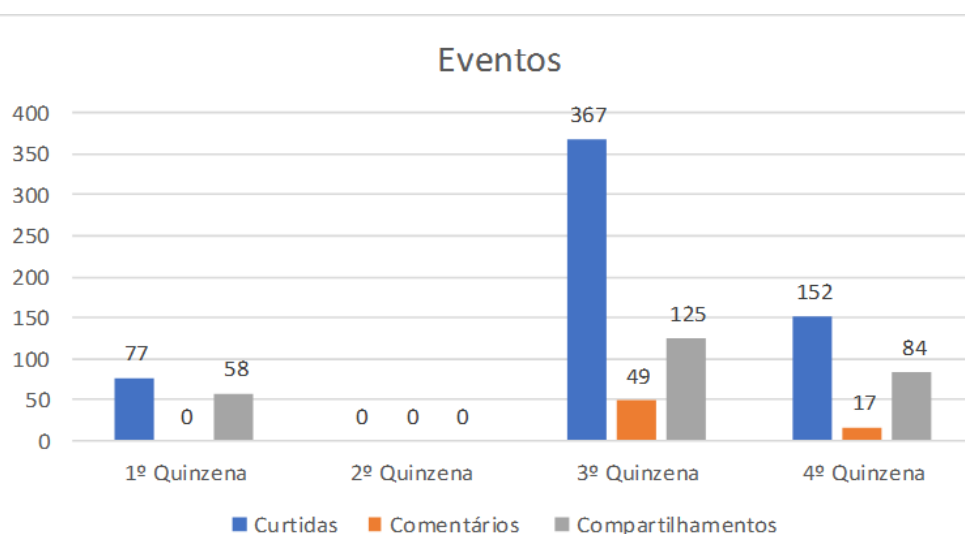


Gráfico 4: Categoria Eventos, dados coletados no dia 05/07/2020
Fonte: Dados da pesquisa

Considerações finais

A partir da análise do material coletado, pode-se notar que a Fiocruz, através de suas publicações compartilhadas contendo informações científicas necessárias e utilizando elementos visuais baseados em vídeos, imagens e ilustrações, apresenta a quem realiza o acesso à sua página no Facebook uma linguagem simples e dinâmica, sendo acessível a todos os públicos, responsabilizando-se por divulgar, informar e conscientizar a população acerca do estado de pandemia atual.

A metodologia selecionada permitiu compreender o comportamento do público no meio virtual e com a observação dos dados coletados é possível notar que, com o decorrer do período e com o crescimento de números de casos, os seguidores da instituição demonstraram diferentes níveis de interação com o conteúdo compartilhado, interagindo mais com as publicações da categoria 'Informativos' durante o período analisado, indicando crescente interesse nas informações científicas divulgadas pela instituição.

Notou-se também que dentre as três ferramentas disponíveis na plataforma, as curtidas possuíam valores maiores do que os observados nos comentários e compartilhamentos. O que pode ser explicado pela simplicidade da ação, mesmo não sendo uma ferramenta tão expressiva quanto o ato de comentar e compartilhar, as curtidas ainda assim demonstram o interesse e agrado do público pelo conteúdo compartilhado pela instituição.

Os comentários, mesmo sendo menores na maior parte do período, possuem um crescimento que expressa que o público não só se interessou pelas informações compartilhadas, mas participou cada vez mais de uma conversa fomentada pela instituição, sendo ela positiva ou não. Já os valores presentes nos compartilhamentos mostram o quão importante é, que não apenas a instituição, mas também o público se comprometa a repassar uma informação vinda de uma fonte segura para outras pessoas. Os grandes valores de crescimento nos dados durante o período mostram como o aumento de informações divulgadas influenciou na interação do público com as postagens publicadas pela instituição.

Desta maneira, ressaltamos que os resultados encontrados podem ser importantes no entendimento do comportamento social digital da população em torno da DC, destacando assim a necessidade da continuidade deste estudo, na expansão da busca pela compreensão da interação entre a população e ciência no meio digital.

Referências Bibliográficas

BARBOSA, C.; SOUZA, J. P. Comunicação da Ciência e Redes Sociais: Um Olhar Sobre o Uso do Facebook na Divulgação Científica. p, 279-289. 2016

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70; 1977.

BARNES, J. A. Social networks, **Addison-Wesley modular publications**, AddisonWesley Publishing Company, 1972.

BRAGA, D. V. V.; LIMA, L. F. D.; RIBEIRO, A. J. Biólogos na Rede: Utilização da Tecnologia Virtual para Comunicação e Divulgação das Ciências Biológicas, p. 46 - 58. 2019

BUENO, W. C. Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais. **Informação & Informação**, p. 1-12, 2010.

BUSKO, P. S.; KARAT, M. T. Ensino de ciências: O vírus zika e as ‘fake news’ – Proposições para uma prática docente. **Revista Teias**, p. 332-347, 2019.

CUNHA, R. B. Alfabetização científica ou letramento científico? Interesses envolvidos nas interpretações da noção de letramento científico. **Rev. Bras. Educ.**, Rio de Janeiro, p. 169-186, 2017.

FIOCRUZ, 2020. Disponível em: <https://portal.fiocruz.br/> Acesso em: 17 set 2020

FIOCRUZ, 2004. Facebook. Disponível em: https://pt-br.facebook.com/pg/oficialfiocruz/about/?ref=page_internal Acesso em 17 set 2020

GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. 4. ed. São Paulo: **Atlas**, 2008.

GIL, A. C. Métodos e técnicas de pesquisa social. 3. ed. São Paulo: **Atlas**, 1999.

KOZINETS, Robert. V. Netnografia: Realizando pesquisa etnográfica online. **Penso**, 2014.

RECUERO, R. **Verso e Reverso**, vol. XXVIII, 2014.

RECUERO, R. Mídia x rede social. Raquel Recuero, 2010 Disponível em http://www.raquelrecuero.com/arquivos/midia_x_rede_social.html. Acesso em: 03 jun 2020.

ROCHA, D; DEUSDARÁ, B. Análise de Conteúdo e Análise do Discurso: aproximações e afastamentos na (re)construção de uma trajetória. **ALEA**, p. 305-322. 2005.

SIQUEIRA JÚNIOR, E. R; OLIVEIRA, R. C. Liberdade de expressão, pós-verdade e hermenêutica fenomenológica: limites hermenêuticos à disseminação de Fake News. II Congresso do Conhecimento, 2019.

Social Media Platforms and Demographics. London School of Economics and Political Science, 2017. Disponível em: <https://info.lse.ac.uk/staff/divisions/communications-division/digital-communications-team/assets/documents/guides/A-Guide-To-Social-Media-Platforms-and-Demographics.pdf> Acesso em: 05 out 2020

Educação em Espaços não-formais e Divulgação Científica