

# debate

ESPECIALISTAS COMENTAM OS POSSÍVEIS DANOS DOS BOATOS DIGITAIS SOBRE SAÚDE. SAIBA COMO IDENTIFICÁ-LOS

## Ouvi dizer...

**R**eza o dito popular que “quem conta um conto, aumenta um ponto”. E, em tempos de comunicação instantânea via internet, os boatos “viralizam” e chegam a milhões de pessoas rapidamente, via e-mail, aplicativos de troca de mensagens ou redes sociais. Quando se relacionam ao tema “saúde”, essas farsas tornam-se ainda mais preocupantes. Se não forem desmentidas com rapidez e eficiência, podem causar pânico e até disseminar informações prejudiciais à saúde, como acontece com várias “receitas milagrosas” que, sem nenhuma comprovação científica, prometem a cura de diferentes e graves doenças. Essas mensagens inverídicas, muitas vezes, se valem do nome de profissionais ou instituições com

credibilidade para validar as mentiras virtuais.



Recentemente, o oncologista Drauzio Varella teve seu nome envolvido em um boato. Num vídeo que circulou no aplicativo para celular WhatsApp, uma mulher dizia que o médico teria participado de um programa de TV e afirmara que a incidência do câncer de tireoide estaria aumentando entre as mulheres devido ao excesso de radiação a que são expostas durante mamografias e radiografias odontológicas. Rapidamente, Varella produziu um vídeo desmentindo a falsa informação e, em seu site oficial, declarou: “Nunca gravei nenhum programa afirmando que a mamografia causa câncer de tireoide. Esse tipo de afirmação confunde a população e é um desserviço.”

O boato eletrônico tem algumas características em comum: não é datado, cita o nome de pessoas ou instituições importantes, para dar mais credibilidade, e, em geral, trata de um tema que atrai um grande número de pessoas, além de pedir o compartilhamento. É o que explica o analista de sistemas Gilmar Henrique Lopes, criador do *E-Farsas* ([www.e-farsas.com](http://www.e-farsas.com)), há 14 anos no ar. O site surgiu em 1º de abril (conhecido como o Dia da Mentira) de 2002, com a intenção de usar a própria internet para desmistificar as histórias que nela circulam. Gilmar também fala sobre o tema em um quadro que apresenta no programa *Você é curioso*, na Rádio Bandeirantes.

“Quando eu comecei a usar a internet, pelos idos do ano 2000, recebia e-mails dizendo que uma criança com câncer receberia R\$ 0,05 para seu tratamento a cada vez que a mensagem fossem repassada. Eu passava adiante, achando que estava ajudando.



Até o dia em que resolvi pesquisar e descobri que aquelas histórias eram falsas, e que as empresas citadas nos e-mails não estavam participando da corrente. Então, avisei aos amigos, que começaram a me mandar mensagens desse tipo para eu averiguar a veracidade.”

## FALSAS PROMESSAS

Da desconfiança surgiu a ideia de criar o *E-Farsas*, que tem média de 300 mil visualizações por dia, mas chega a 1 milhão em temáticas mais polêmicas. Quando a mentira digital se refere à saúde, na maioria das vezes, é anunciado um produto muito simples que vai curar uma doença grave. “Há poucos dias, publiquei um desmentido sobre um boato que falava da raiz da planta dente-de-leão, prometendo a cura do câncer em 48 horas”, conta. Pesquisando, Gilmar descobriu que a história foi publicada em setembro de 2015 em um site de língua inglesa, sendo depois reproduzida por outros sites e traduzida para o português. Ele aprofundou a pesquisa consultando a revista *Nature*, publicação de referência na área científica, e a única notícia que encontrou foi a de um teste feito com o extrato da planta, com o objetivo de ajudar no controle da saciedade do apetite. “Veja o perigo desse boato. A pessoa pode abandonar seu tratamento convencional para se tratar com um chazinho, que além de não curar, ainda pode fazer mal a sua saúde.”

Outro texto que circula pela rede – e já tem quatro versões – afirma que o chá da folha da graviola cura o câncer, criando uma falsa esperança aos desinformados. Em uma dessas versões, o autor da mentira chegou a colocar como “avalistas” um médico, que se chamaria Rômulo D’Ávila, a Universidade de São Paulo (USP), um certo Dr. Panuzza e ainda links internacionais para pesquisa. De novo, nada foi encontrado, e mais uma farsa foi desmascarada pelo site.

Gilmar lembra que um dos assuntos que mais “bombaram” no *E-Farsas* foi a polêmica sobre a fosfoetanolamina sintética, que se propunha a ser a promessa da cura completa de qualquer tipo de câncer. Em 2015, quando publicou um artigo explicando que a substância não parecia cumprir o que prometia, recebeu cerca de 700 comentários em seu site. “A maioria foi de leitores indignados, que diziam que estávamos tirando a esperança de quem dependia desse ‘remédio’. A fosfatoetanolamina ficou famosa porque vinha em forma de comprimido, era fabricada numa universidade e dava a impressão de que era bem-feita, mas até o momento não há

nenhuma comprovação científica dos seus benefícios contra o câncer”, afirma.

Outro caçador de mentiras na internet é o jornalista Edgard Matsuki. Ao lidar com a rede mundial de computadores, quando atuava como editor de tecnologia do portal UOL, ele percebeu que a quantidade de notícias falsas circulando online era imensa; por outro lado, o número de páginas criadas para desmentir essas histórias não era tão grande. Foi assim que, em 2013, criou o site *Boatos.org* ([www.boatos.org](http://www.boatos.org)). Três anos depois, ele diz que ainda se surpreende, pois não imaginava que as mentiras contadas na internet significassem tanto. “De 2013 até hoje, o site já desmentiu 1.500 notícias falsas”, revela.

O jornalista diz não ter dúvidas de que, ao lado dos boatos de crimes atribuídos a pessoas inocentes, os que se relacionam à saúde são os mais perigosos. “Nos nossos desmentidos, seguimos uma linha muito firme: só consideramos uma informação verdadeira se ela foi comprovada pela ciência em estudos respeitados. Fala-se muito em métodos alternativos para a cura de doenças graves – do câncer, especificamente, desde limão congelado até a pílula milagrosa –, mas é no mínimo imprudente atestar a eficácia de qualquer substância sem estudos aprofundados”, afirma Matsuki.

O *Boatos.org* tem cerca de 1,3 milhão de visualizações e 920 mil visitantes mensais – números que chegaram a 2 milhões e 1,5 milhão, respectivamente, em outubro. O jornalista crê que o aumento da

“Boa parte do grupo que compartilha não escolhe racionalmente replicar essas informações. Isso acontece porque, de alguma maneira, esses conteúdos tocam num sentimento da pessoa, que acha que está ajudando.

Não existe má-fé”

**GIOVANI MIGUEZ**, mestre em Ciência da Informação e gestor público do INCA

“Fala-se muito em métodos alternativos para a cura de doenças graves, mas é no mínimo imprudente atestar a eficácia de qualquer substância sem estudos aprofundados”

**EDGARD MATSUKI**, jornalista e criador do *Boatos.org*

audiência esteja relacionado à inclusão da análise de boatos difundidos pelo WhatsApp e também à credibilidade que o site vem conquistando. “Nosso objetivo não é a audiência pela audiência. Talvez nosso site tenha mais ou menos tráfego do que páginas que espalham boatos populares, por exemplo. Creio que a chegada do público ao site é só uma consequência do trabalho e nos ajuda a mensurar o quanto estamos sendo eficientes no alcance.” A previsão é de que em novembro o site alcance entre 2,5 milhões e 3 milhões de visualizações.

No início, Edgard trabalhava sozinho. Depois, chegou a ter uma equipe com 13 pessoas, mas precisou enxugá-la por motivos logísticos. Hoje trabalha com duas jornalistas: Hellen Bizerra e Carol Lira. O critério de seleção para a investigação de uma história é justamente a sua circulação. “Conseguimos aferir [o alcance de uma história] pelo número de pessoas que nos enviam sugestões e pelo monitoramento de redes”, explica.

A metodologia adotada pelo *Boatos.org* é checar a notícia suspeita em fontes confiáveis e procurar saber de onde a informação saiu. O jornalista diz que, em alguns casos, isso é possível por uma busca temporal no Google (notícias publicadas até uma determinada data). No caso de redes sociais, é mais complicado descobrir a página ou perfil de origem, mas ainda é viável. No WhatsApp é quase impossível. “Nossa linha editorial tem o propósito de atacar os boatos, e não quem os escreve. Muitas vezes, sabemos de onde surgiu a mentira, mas não revelamos. Só colocamos a fonte se for relevante para o desmentido.”

Alguns boatos, segundo Edgard, conseguem ser desmentidos à primeira vista. Um bom exemplo de uma história falsa que sempre se modifica e aparece em versões variadas, desde o ano 2000, é a que acusa bebidas de largo consumo de serem

# Será verdade?

Confira dicas dos caçadores de boatos para reconhecer histórias falsas na internet

## De modo geral, o boato...

Oferece, por exemplo, uma solução simples para a cura de uma doença grave (que, segundo os divulgadores do boato, “a indústria farmacêutica não quer que seja divulgada”)

Cita o nome de pessoas ou instituições importantes, para dar mais credibilidade

Trata de um assunto polêmico, que atrai um grande número de pessoas

Inventa termos e dados técnicos, para confundir o leitor

Tem erros de ortografia e concordância

Pede compartilhamento

É contraditório e possui tom alarmista

É anônimo e não é datado

Não possui fontes



Na dúvida, não compartilhe

“As áreas de comunicação e assessoria de imprensa precisam estar vigilantes acerca de divulgações que envolvam a instituição, dando uma resposta rápida à população no caso de notícias falsas”

**RONALDO CORREA**, oncologista e sanitarista do INCA e editor-científico da *RBC*

responsáveis por danos aos rins e surgimento de tumores. Numa versão, o vilão são os refrigerantes (<http://www.boatos.org/saude/nao-beba-fanta-uva-fanta-laranja-e-coca-cola-aponta-alerta-falso.html>); noutra, uma marca de cerveja (<http://www.boatos.org/saude/skol-causa-cancer-e-tumores-no-reto-nao-beba-diz-alerta-falso.html>).

## TRANSMISSÃO PERIGOSA

Mas o que levaria as pessoas a espalhar essas histórias fantasiosas no mundo digital? Para Edgard Matsuki, há o que ele classifica de “excesso de boa vontade”, ou seja, a pessoa vê uma informação que considera útil, “compra” a história como verdadeira e encaminha, pois acredita que pode ajudar alguém. “Infelizmente, a vontade de ajudar só contribui para disseminar o boato”, atesta.

Gilmar Lopes concorda e diz que a melhor forma de derrubar a lorota virtual é não passando adiante. “Recomendo que a pessoa faça uma pesquisa. Eu sei que dá um pouco de trabalho, mas é só abrir uma janelinha ao lado da notícia e pesquisar o nome dos envolvidos e da instituição citada para descobrir a mentira. Os boatos sempre existiram, mas não tinham a força que têm com a internet.”

De um modo geral, o desmentido não tem tanta força como o boato, atesta o criador do *E-Farsas*, e, em determinadas situações, ainda motiva reações inusitadas. “Algumas pessoas ficam até com raiva e dizem que você é um ‘vendido’, que a indústria farmacêutica te comprou e que você está recebendo milhões para desmentir”, diverte-se, explicando que precisa de dois empregos para se sustentar.

## REFLEXÃO E AÇÃO

O oncologista e sanitarista do INCA Ronaldo Correa, editor-científico da *Revista Brasileira de Cancerologia (RBC)*, acredita que a sociedade deve aprender, ao ler uma informação, a avaliá-la com senso crítico. “É preciso saber qual é a fonte, quem está falando, o que essa pessoa representa e à qual instituição pertence. E ainda que argumentos utiliza – se ela não disser quais são esses argumentos e em que está baseada, parece uma fofoca.”

Para Correa, as mentiras digitais são um reflexo da sociedade. “Refletimos menos sobre a qualidade das informações que recebemos. A pessoa fala alguma coisa e você passa adiante. Não sabe se é certo ou errado, verdadeiro ou falso, mas repassa de qualquer maneira. Às vezes leva tempo, dá trabalho para a pessoa refletir, procurar olhar as fontes e ver a credibilidade daquela informação”, avalia.

“Não educamos as pessoas para que saibam se informar, e aí talvez esteja o maior erro dos formuladores de saúde. Se você fizer uma busca rápida no Facebook, vai perceber gente com bom nível de escolaridade propagando boato. Mas por quê? Por que aquela pessoa assume que aquilo é verdade? Ela entende que a fonte que lhe passou a informação tem legitimidade, mas de fato não tem”, reforça o gestor público do INCA Giovanni Miguez.

Miguez acrescenta que, quando o boato se refere à saúde, principalmente o câncer ou outra doença grave, as pessoas, por estarem emocionalmente impactadas por aquela informação, a retransmitem. “Boa parte do grupo que compartilha não escolhe racionalmente replicar essas informações. Isso acontece porque, de alguma maneira, esses conteúdos tocam num sentimento da pessoa, que acha que está ajudando. Não existe má-fé”, acredita.

Mas como combater essa rede de mentiras? Para Miguez, que possui mestrado em Ciência da Informação, as instituições precisam ter uma estratégia efetiva de atuação nas redes sociais (Twitter, Facebook, Instagram), com monitoramento constante e mapeamento permanente dos boatos, além de manter páginas nessas redes, o que lhes garantiria agilidade nas respostas. Ele também recomenda que os órgãos ajam proativamente, interagindo com pequenos veículos, como rádios comunitárias e jornais de bairro, e dialogando com blogueiros. Só assim, em sua opinião, terão mecanismos para não perder essa guerra de informações falsas.

Ronaldo concorda: “Os órgãos, geralmente, contam com as áreas de comunicação e assessoria

de imprensa, que precisam estar vigilantes acerca de divulgações que envolvam a instituição, dando uma resposta rápida à população no caso de notícias falsas.”

## ESPECULAÇÕES QUE DESINFORMAM

Em relação a boatos eletrônicos que viralizam e colocam em risco uma estratégia de saúde pública, o Ministério da Saúde, por meio de nota, explicou que “preza pela divulgação de informações seguras e atestadas por sua equipe técnica”.

A nota diz ainda que “a disseminação de boatos é irresponsável e representa um desserviço à população. As especulações em nada contribuem para o esclarecimento. Para isso, o órgão trabalha de forma

transparente, informando a população sobre o andamento do seu trabalho.”

O ministério utiliza diversos meios para estabelecer uma comunicação clara e transparente com a população. Entre as ferramentas utilizadas estão a assessoria de imprensa, o Portal Saúde ([www.saude.gov.br](http://www.saude.gov.br)) e perfis em diversas redes sociais, como o Facebook ([www.facebook.com/minsaude](http://www.facebook.com/minsaude)), entre outras.

Um dos casos recentes de boatos disseminados na internet foi a associação da vacinação contra a rubéola e o sarampo durante a gestação e os casos de microcefalia. Ação do ministério para desmobilizar o rumor contou com notas à imprensa e postagens nas redes sociais, explicando, por meio de fontes renomadas, que não havia nenhuma evidência científica que comprovasse essa teoria. ■

# Bzzz, bzzz, bzzz

Os boatos espalhados via internet (e-mail, aplicativos de troca de mensagens ou redes sociais) são chamados de *hoax* e alcançam um número gigantesco de pessoas em alta velocidade. O jornalista Edgard Matsuki, do site *Boatos.org*, diz que nem todo boato “viraliza”, mas todo *hoax* é viral. É fato que as pessoas não compartilham informações que não lhes interessam, então, para conseguir viralizar, os *hoaxes* utilizam um conteúdo fortemente apelativo, tanto para chamar a atenção como para convencer o indivíduo a repassar a mensagem.

Imagens de pessoas e animais acidentados ou que sofrem de doenças graves são recorrentes na rede e servem para comover os internautas, que, na intenção de ajudar ou alertar amigos e parentes, acabam repassando esses *hoaxes*. Vale lembrar que essas notícias de teor duvidoso apresentam informações incompletas e, na maioria das vezes, sem nenhuma verdade. Fazendo uma comparação, o *hoax* é quase como um *spam* (mensagens não solicitadas enviadas por e-mail a várias pessoas).

Em março deste ano, uma história em tom alarmista, ilustrada por uma foto de um homem com os olhos vermelhos, dizia que ele havia tido câncer de olho por usar celular à noite. A “explicação”, segundo o que se difundiu em diversos sites e blogs, é que estudos científicos teriam comprovado que a luz verde da tela do celular afeta a visão e que acaba por resultar na morte das células da retina do ser humano.

Tudo falso. O site *E-Farsas* aponta que chamava a atenção a falta de detalhes para comprovar a veracidade da história: “Qual o nome do homem? Quando e onde o fato teria ocorrido?”

Os sites e blogs que publicaram essa notícia em português citam como fonte o blog de língua inglesa *Health Advisor Group*, que, por sua vez, tem como fonte um blog chamado *The Collective Intelligence*. Esse último também não oferece nenhuma prova do fato e cita como fonte o blog *Hair Styles9*, que, de acordo com o *E-Farsas*, não prova nada. E para encerrar a fantástica história, a fotografia usada nada tem a ver com câncer de olho por uso prolongado de smartphone à noite. Ela foi publicada em 2013, em um site chinês, que explicou que o rapaz estava com conjuntivite.

O câncer é o chamariz de uma mensagem que apareceu pelo aplicativo WhatsApp em setembro. O boato sobre os “ventiladores cancerígenos”, no entanto, alertava para o perigo de um vídeo que “hackearia” o celular de quem o abrisse em apenas 10 segundos e não poderia ser removido de modo algum. O site *E-Farsas* desmentiu mais esse boato eletrônico explicando que o WhatsApp não aceita o envio de arquivos executáveis. “E pra quem ficou em dúvida, não, os ventiladores não causam câncer”, esclarece o site.

Em 2014, um *hoax* que ganhou destaque propagava “que as mulheres que usavam desodorante antitranspirante tinham mais chance de desenvolver câncer de mama”. O site *Boatos.org* foi atrás da verdade e derrubou mais essa farsa, destacando que “órgãos de renome no País, como a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) e o INCA, esclareceram que não há relação direta entre uma coisa e outra”.