

Observa ICEPi

Monitoramento de temas da
saúde nas redes sociais

RELATÓRIO #4

período:

29 de agosto a 5 de setembro de 2022

Temática: Fome



GOVERNO DO ESTADO
DO ESPÍRITO SANTO
Secretaria da Saúde



sumário

- Introdução
- Objetivos
- Método
- Os canais de mobilização
- Análise textual
- Imagens da desinformação
- Percepções

introdução

A fome no Brasil é uma temática de caráter histórico, apresentando preocupação relevante no ano de 2022, com a insegurança alimentar. De acordo com a ONU (Organização das Nações Unidas), apenas no ano de 2014 o Brasil saiu do Mapa da Fome. O fato não se prolongou por muito tempo, considerando que um levantamento realizado no ano de 2019 mostrou um aumento significativo da fome no país, agravada nos anos seguintes com a pandemia de COVID-19 e com o alto índice de inflação que a economia brasileira segue enfrentando.

Em uma matéria, do **Jornal Nacional**, publicada no Portal G1 em 2022, entre os anos de 2014 e 2016, cerca de 4 milhões de brasileiros se encontravam em situação alimentar grave, o que no ano de 2021 se mostrou em 15 milhões de pessoas dentro desta realidade e, **em 2022, o número chegou a 33,1 milhões de pessoas**, fazendo o Brasil retornar ao Mapa da Fome.

Entretanto, apesar da fome assolar o país há séculos e ser algo considerado de senso comum, é possível observar que, mesmo com um aumento exponencial na fome em análise dos últimos 5 anos, nas redes sociais do Twitter, Facebook e Instagram e Telegram a temática aparece de forma diferente da realidade.

objetivos

O relatório tem os seguintes objetivos:

- . Mapear as principais pautas e atores envolvidos na circulação das mensagens/informações sobre a fome nas plataformas Telegram, Twitter, Instagram e Facebook;
- . Encontrar padrões e correlações de desordem informacional e circulação de notícias falsas sobre a fome no mês de agosto de 2022.

método

No Twitter foram 213.473 postagens investigadas no período de 29 de agosto a 5 de setembro de 2022. Cerca de 137.910 usuários fizeram parte da coleta.

No Facebook foram analisadas 2.093 postagens circuladas no período entre os dias 29 de agosto a 5 de setembro de 2022, sendo 1.273 perfis os componentes da coleta.

No Instagram foram 2.345 postagens investigadas durante o mesmo período que as demais redes mencionadas, contendo a análise de cerca de 205 perfis.

Para a análise da plataforma Telegram foram estudados 860.894 participantes de 133 canais, 73 grupos e 148 chats, com o total de 149.988 mensagens. O período analisado foi entre 24 a 31 de agosto de 2022.

CANAIS DE MOBILIZAÇÃO

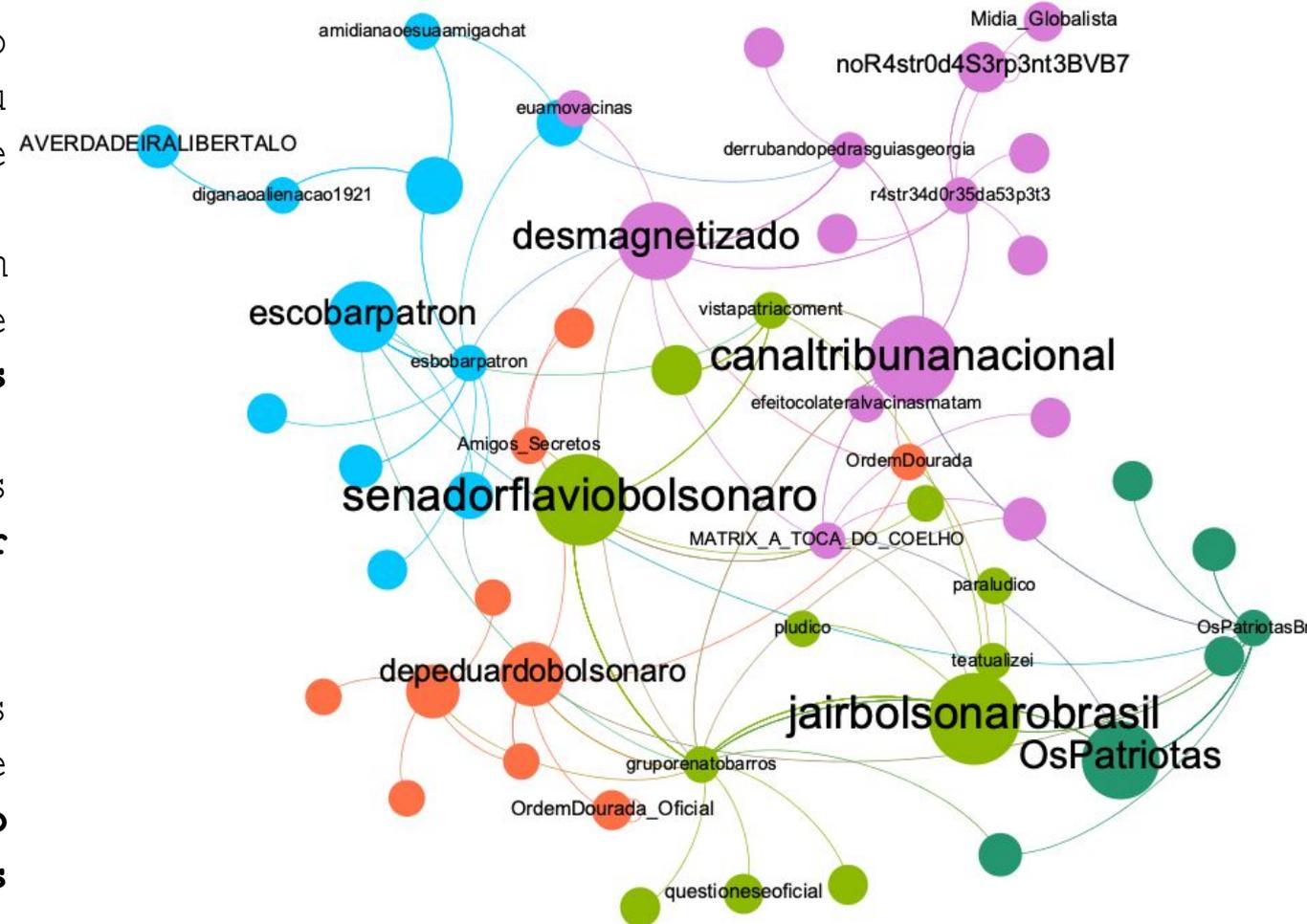
TELEGRAM | INSTAGRAM
TWITTER | FACEBOOK

telegram

Dentre as redes sociais analisadas, o Telegram foi o que mais apresentou especificidades em relação à disseminação de conteúdo relativo à fome no Brasil.

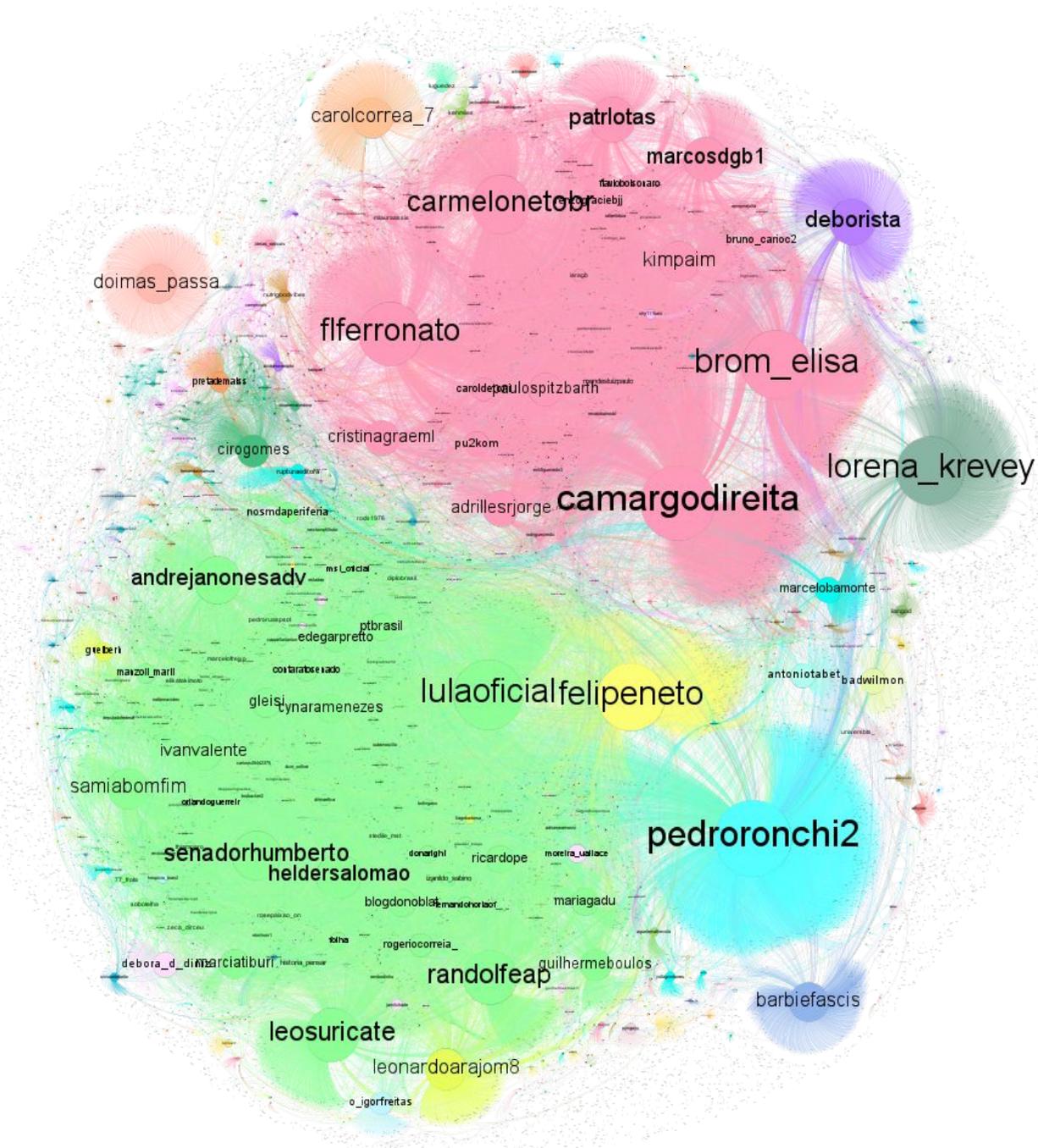
Os principais canais de mobilização com maior fluxo de informações relativas à fome foram **"A verdade irá libertá-lo"**, **"Médicos pela verdade"**, **"Advogados pela Verdade"**, **"Os Patriotas"**, **"Escobar Patrón"**, redes ligadas à menção direta do presidente **Jair Bolsonaro** e a integrantes de sua família.

A respeito da fome, os participantes ativos desses grupos se dividem em duas frentes de conteúdo, sendo a primeira o **negacionismo** e, a segunda, a **culpabilização das vítimas da fome pela sua condição**.



twitter

Ao analisar os principais atores dos canais de mobilização do Twitter sobre fome, o grafo mostra nas partes em **verde, amarelo e azul** que os assuntos são amplamente disseminados por parte de perfis verificados e oficiais, como o do ex-presidente **Lula**, do influencer **Felipe Neto** e de outros atores ligados à militância da esquerda política, como o professor de Geografia **Pedro Ronchi**. Estes perfis possuem como base de seus discursos a exposição de números sobre a fome no Brasil, bem como o posicionamento em relação a fatores como inflação do atual governo e políticas públicas. Já as partes em **rosa** do grafo mostram o contraponto às demais, apontando os atores que disseminam conteúdos de **contestação e negação** ao mapa da fome.

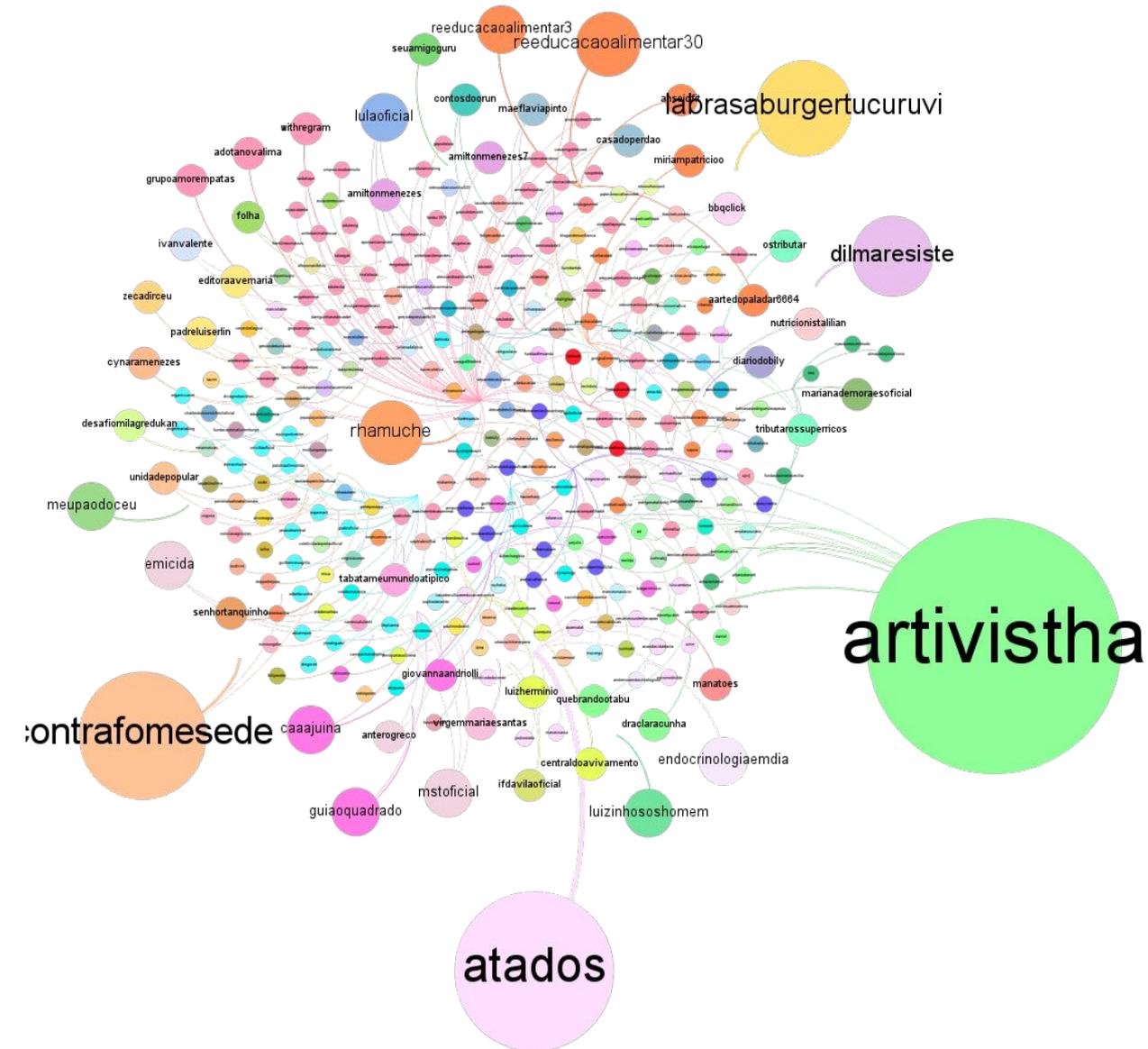


facebook

Analisando os canais de mobilização do Facebook é possível visualizar que, diferente das demais redes, quase nada direciona as narrativas à fome em seu formato de fenômeno social.

Os principais canais são referentes à nutrição e estabelecimentos comerciais, como hamburguerias, por exemplo.

Portanto, os conteúdos difundidos no Facebook a respeito de fome não se encaixam em discussões políticas de forma majoritária, se direcionando a falas e narrativas cotidianas de seus usuários, não relacionando-a com a insegurança alimentar.



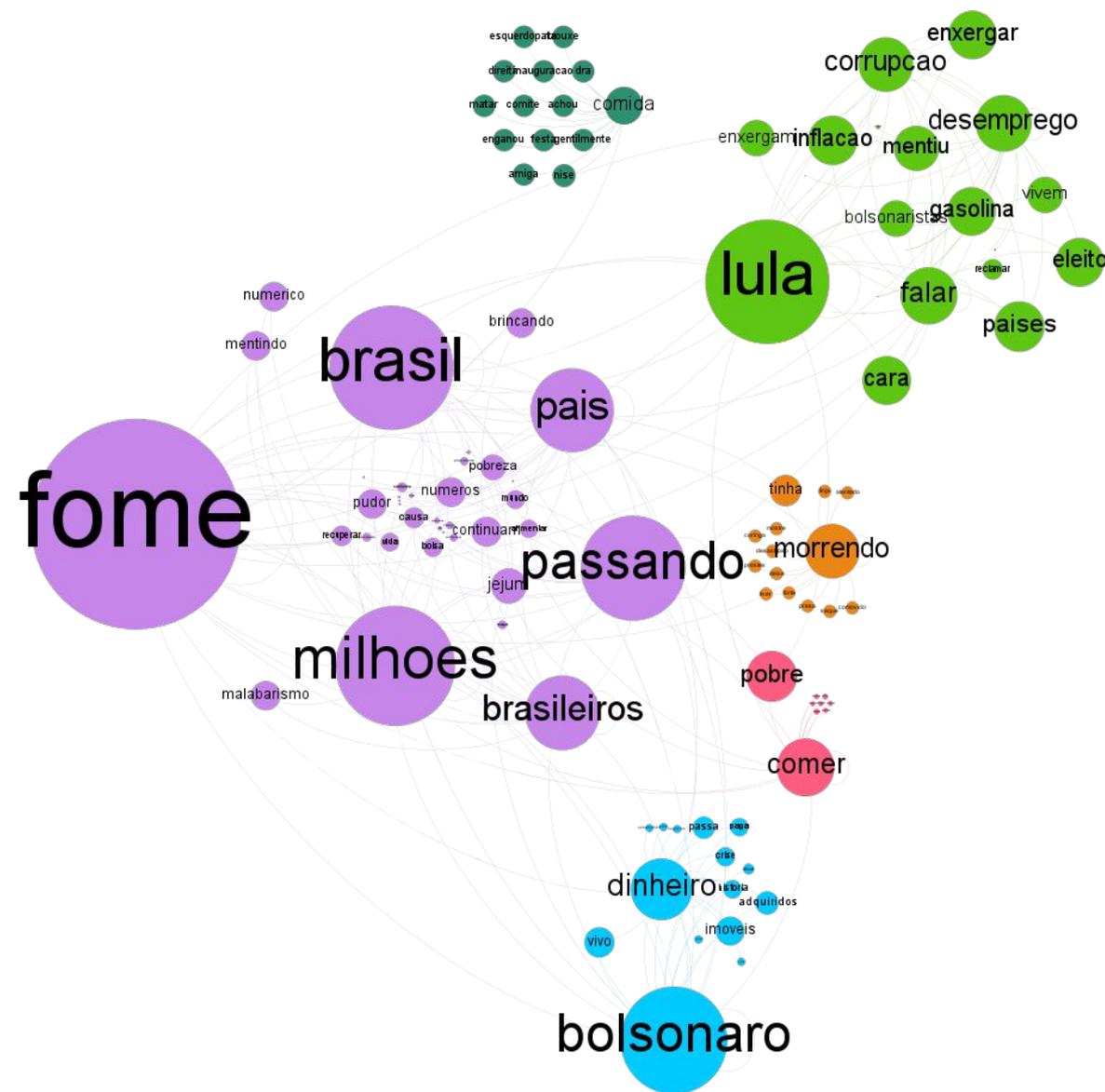
ANÁLISE TEXTUAL

TELEGRAM | INSTAGRAM
TWITTER | FACEBOOK

twitter

Como analisado na parte de canais de mobilização, as maiores redes de disseminação de informação no Twitter relativas à fome possuem direcionamento expositivo, reforçando os números do mapa da fome do Brasil e cobrando o governo sobre suas políticas sociais para o combate à fome. Outro aspecto é sobre a alta da inflação, que interfere nos preços dos alimentos e, conseqüentemente, torna-os menos acessíveis à população geral, principalmente, a de baixa renda. O Twitter, apesar de possuir uma circulação ampla sobre o tema, não trata a fome como problema de saúde pública, situando-a como uma questão exclusivamente social.

Em contraponto, outros canais de mobilização, também muito compartilhados, seguem no questionamento dos números da fome no Brasil, apontando uma suposta fraude dos veículos oficiais de mídia e pesquisa.

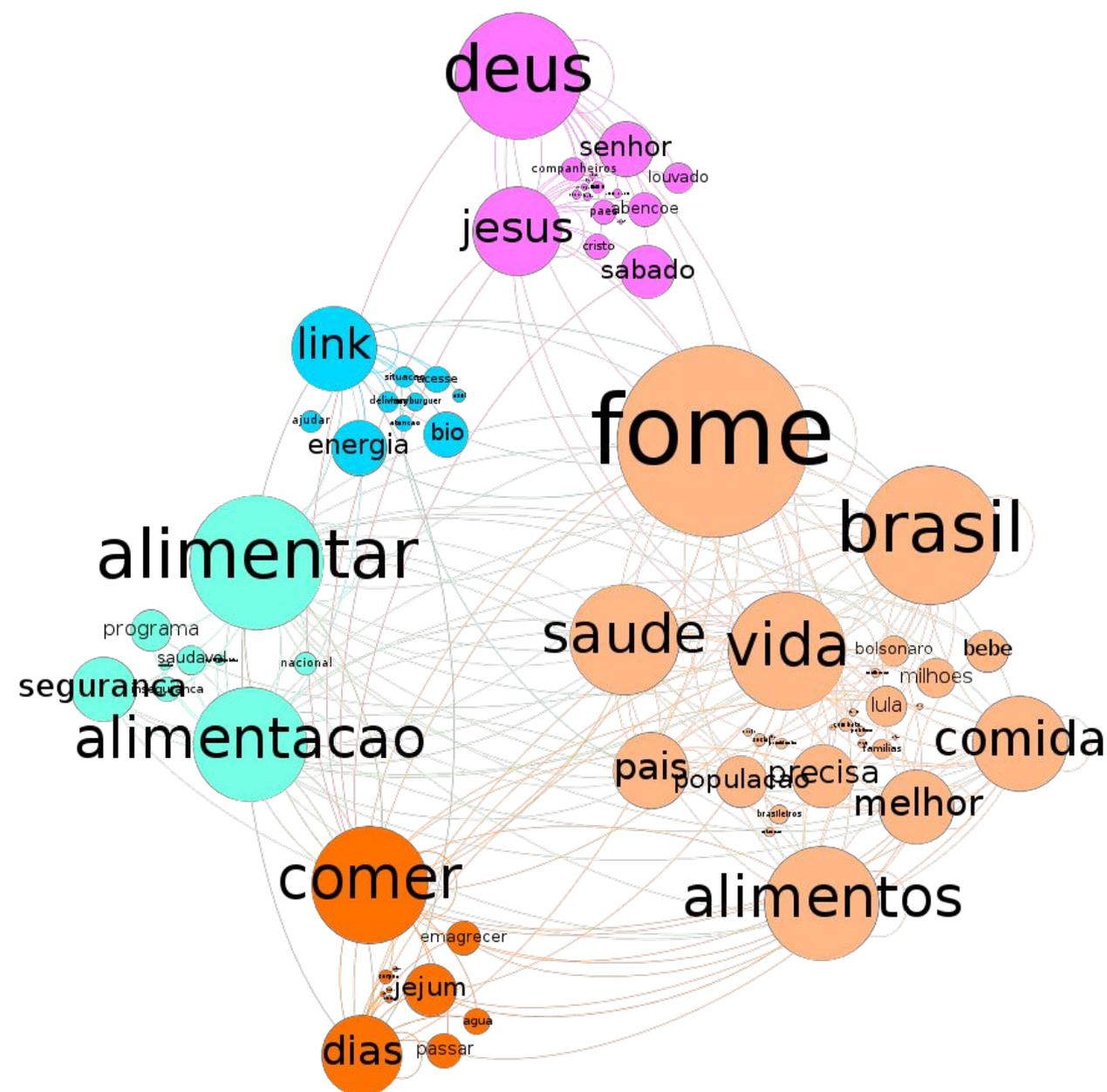


instagram

A análise textual do Instagram mostra que o direcionamento das principais discussões trata da fome enquanto problema de saúde pública e como fenômeno social, em exposição dos assuntos que circundam o fato em si, como qualidade de vida e segurança alimentar, como é exposto no grafo nas partes azul e laranja claro.

Além disso, a associação ao tema também é presente nos canais de nutrição e outras frentes em assuntos corriqueiros, distantes da temática associada à saúde, como mostrado nas partes em rosa e laranja escuro.

Em parte, o Instagram é palco de discussões sobre a fome, suas causas e consequências, porém, também dá espaço aos assuntos populares do dia-a-dia, como agradecer pelo almoço, acompanhado de uma foto dele.

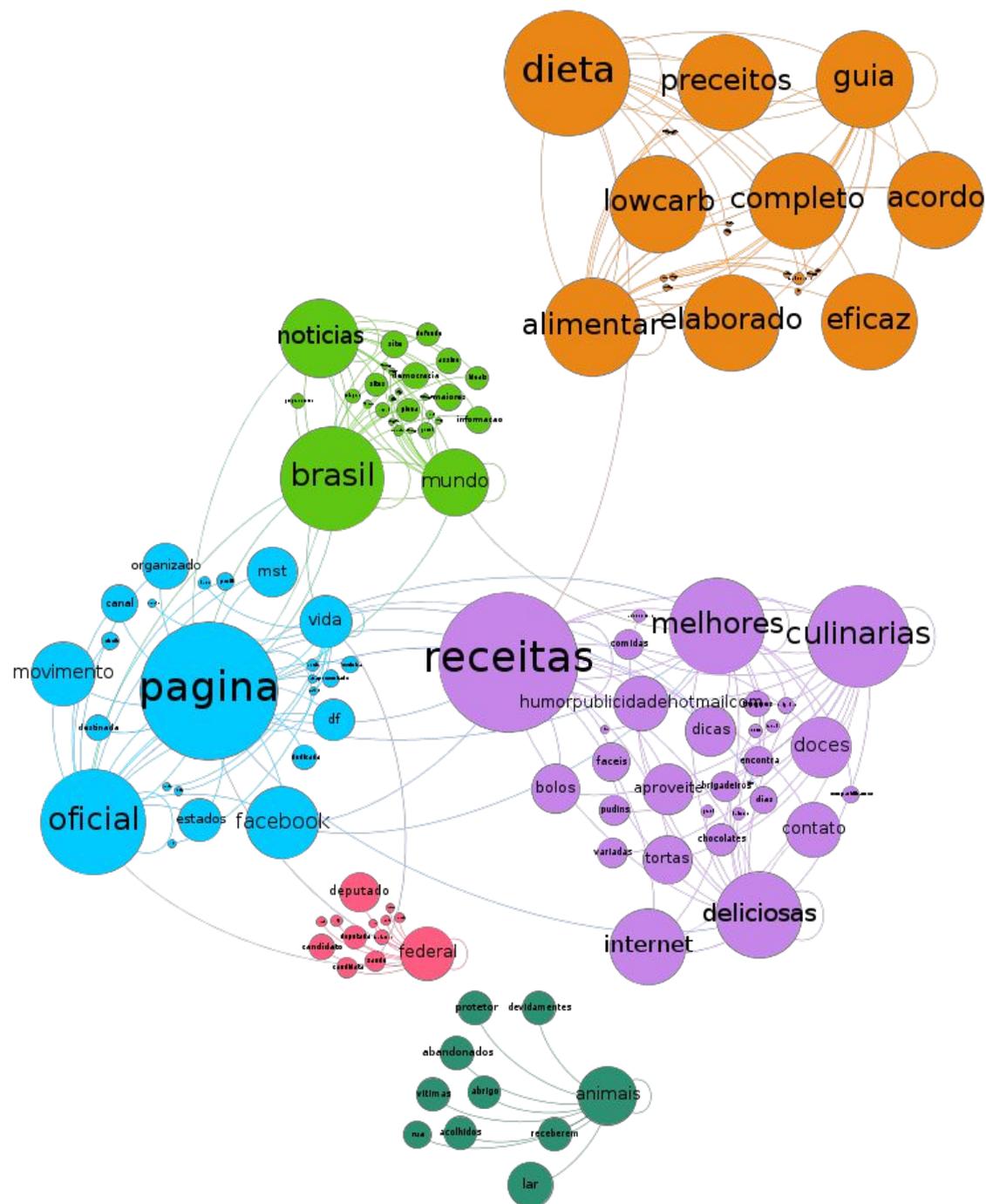


facebook

Estabelecendo relação com a análise dos canais de mobilização, o Facebook dentro da discussão sobre a fome se apresenta como a rede social com menos informações sobre tal conteúdo.

Seu direcionamento abrange “fome” como termo em tom de brincadeiras e memes. As narrativas encontradas por meio da coleta apontam para a palavra em postagens de receitas de dietas e canais de alimentação e nutrição, como mostrado nas partes azul, laranja e roxa.

O fato não exclui postagens de abordagem política e social sobre a temática, porém, como encontrado na parte em verde no grafo, tal discussão é muito menos relevante que as demais.



IMAGENS DA DESINFORMAÇÃO

TELEGRAM | TWITTER
INSTAGRAM

telegram

Ao analisar as imagens, percebemos que os atores do Telegram possuem foco em desqualificar a fome enquanto fenômeno político, social e econômico, direcionando seus discursos e narrativas em **duas frentes**:

1 - A invalidação dos veículos de mídia oficial e instituições de pesquisa qualificadas;

2 - A culpabilização das vítimas da fome pela situação que se encontram.

O *print* ao lado mostra o compartilhamento de uma imagem associada à figura do presidente Jair Bolsonaro. Nela há um gráfico produzido por uma instituição de pesquisa não oficial como forma de questionar os números relativos à fome no Brasil, como se o fenômeno fosse falso.

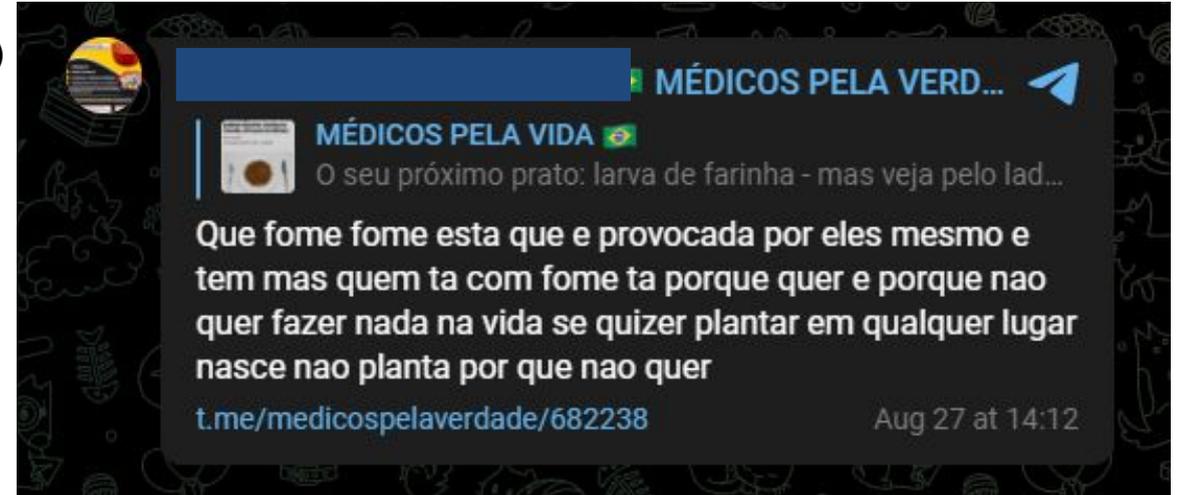


telegram

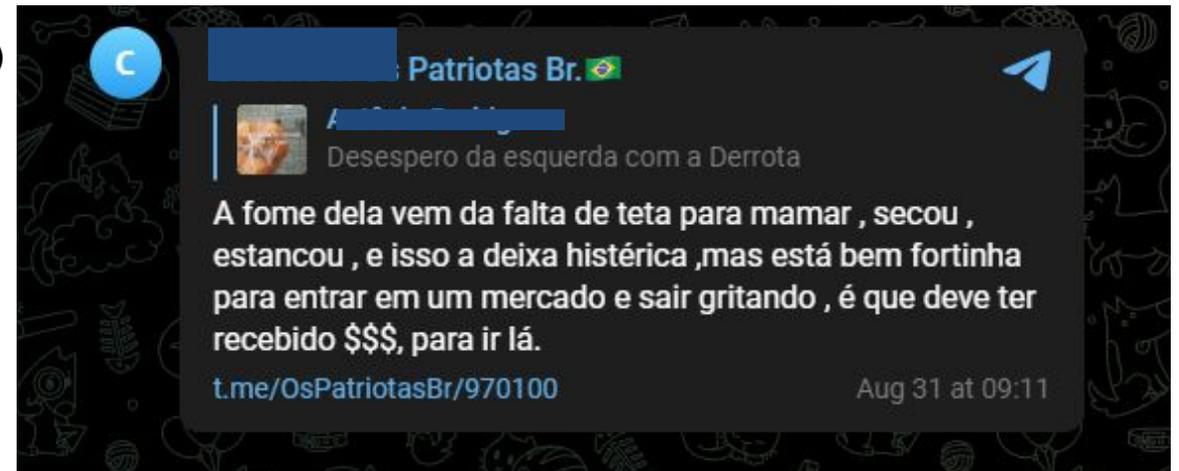
A imagem 1 mostra a analogia realizada por um dos atores, que justifica a fome por “falta de vontade de trabalhar”, como se as vítimas da fome fossem, necessariamente, ociosas.

Na imagem 2, o ator divulga um vídeo de uma pessoa em um mercado e reclamando dos preços dos alimentos. A relação estabelecida na narrativa que acompanha o vídeo coloca a pessoa que aparece como histérica por sentir fome, dizendo que isso ocorre por “falta de teta para mamar” – alusão às políticas sociais de combate à fome. Tal fala se sustenta no elo entre política social e oportunismo por parte do beneficiado, linha de raciocínio muito difundida entre os atores dessas redes.

1)



2)



instagram

O Instagram mostra-se como uma rede social bem dividida, sendo parcela de seu conteúdo referente à fome como palavra corriqueira de uso cotidiano e a outra, aparecendo em temas políticos.

Apesar de postagens com informações nutricionais ou culinárias ser muito relevante, há um viés político também. Este é marcado por postagens críticas ao Governo Federal.

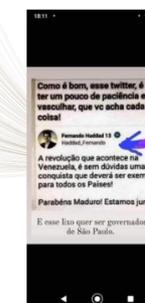
Observamos que o Instagram possui um viés menos conservador ideologicamente. Como exemplificado no *print* ao lado, as publicações relacionam os escândalos com a situação de grande parte dos brasileiros, que convivem com o drama da fome. A imagem ao lado mostra um outdoor com a frase **"fome para o povo, mansão para os filhos"**, com uma foto do presidente ao centro.



twitter

Observamos a partir do grafo das imagens que a temática é relevante para os candidatos. Porém não é uma pauta de saúde pública. Também não há evidências de que a fome apareça na rede social como notificação de saúde.

Os usuários do Twitter travam um embate entre direita e esquerda, sendo que a percepção sobre a fome como um tema relevante está mais alinhado com as publicações da oposição ao Governo Federal.



twitter

Um olhar mais detido sobre as imagens revela ainda como alguns atores usam a temática da fome para promoção da desordem informacional. Ao lado observamos tal posicionamento. O usuário questiona os números da fome, alegando que o programa social Auxílio Brasil é acessível a todos, portanto, os 33 milhões de brasileiros vítimas da fome são um número inexistente.

Esse discurso reproduz narrativas, muitas vezes, falsas, referentes às falas do presidente Jair Bolsonaro e, com base nelas, tentam desacreditar os veículos de mídia oficiais e as instituições de pesquisa qualificadas, em tentativas de encobrir os déficits do Governo Federal atual.



[Redacted] @Bruno... · 31 ago. :
Não entendo por que essas "30 milhões" de pessoas que passam **fome no Brasil** não se inscrevem no Auxílio Brasil do Gov. Federal já que está pagando \$600 e é acessível a TODOS ou esse número aí não existe?



11



37



130



Percepções

- A percepção geral do monitoramento sobre a temática da fome é que há um caráter mais informativo nas páginas mais relevantes do **Instagram**, mesmo que a rede social em questão apresente de forma recorrente a fome com uma temática voltada à alimentação e à nutrição. Em relação ao **Facebook**, a discussão sobre a fome aparece direcionada a estabelecimentos comerciais alimentícios e brincadeiras, memes, etc. Já o **Twitter** e o **Telegram** apresentam-se como redes sociais cuja temática da fome circula de forma massiva, sendo a primeira uma rede que apresenta conteúdo crítico e a segunda apresenta conteúdo negacionista.
- A opinião pública digital sobre o tema tem se revelado dissociada da saúde pública, no aspecto da insegurança alimentar, se apresentando como fator isoladamente social. Não houve referência da fome às determinações sociais de saúde ou de notificação no SUS.
- Também houve a percepção de que no Twitter e no Instagram, o público usuário apresentou um viés menos conservador nas opiniões e postagens sobre a fome, tornando-se redes informativas e críticas a respeito do assunto.



ICEPI

**Instituto Capixaba de Ensino
Pesquisa e Inovação em Saúde**

 <https://icepi.es.gov.br/>

 icepi_sesa