



Comunicação e Historicidade na Crise

Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC - Florianópolis - SC

ISSN: 2448-3370

Jornalismo e Teoria dos Grafos: aproximações contemporâneas no registro de fatos durante a Covid19¹

Rita de Cássia Romeiro PAULINO²

Marina Lisboa EMPINOTTI³

Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC

Instituto Federal de Santa Catarina, Palhoça, SC

Resumo

O ano de 2020 foi marcado pela propagação da Covid19 no mundo. Nenhum outro assunto teve tanta notoriedade na mídia quanto a evolução cotidiana de casos de contaminação e morte. A situação se tornou um desafio comunicacional global. Através das lentes das mídias tradicionais e das mídias sociais, esta pesquisa compara a atuação de governantes do Brasil e do Canadá no combate à Covid19. Combinamos uma abordagem etnográfica digital feita nos principais veículos de notícias e técnicas de Análise de Redes Sociais (ARS) para verificar se a atuação ativa no combate a pandemia percebida nas mídias tradicionais se refletiu em protagonismos nas mídias sociais. Usamos imagens em grafos a partir das mensagens postadas nas redes sobre o momento da pandemia para registrar o panorama comunicacional em ambas as mídias, para os dois países analisados.

Palavras-chave: jornalismo; grafos; análise de redes sociais; comunicação; Covid19

Introdução

Grafos são objetos combinatórios que servem de bons modelos para muitos problemas em vários ramos da matemática, da informática, da engenharia e da indústria. O desenvolvimento de uma teoria dos grafos começa no século XVIII e, até os dias de hoje, teve-se um "grande desenvolvimento teórico e aplicado" (JURKIEWICZ, 2009, p.2), incluindo a expansão de suas fronteiras para outras áreas do conhecimento.

¹ Trabalho apresentado no GT História da Mídia Digital integrante do Alcar Sul 8 – 8º Encontro Regional Sul de História da Mídia.

² Doutora em Engenharia do Conhecimento. Professora do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da UFSC, email: rcpauli@gmail.com

³ Doutora em Comunicação. Professora de Comunicação Visual do IFSC, email: marinaempinotti@gmail.com



Comunicação e Historicidade na Crise

Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC - Florianópolis - SC

ISSN: 2448-3370

"Muitos dos problemas sobre grafos tornaram-se célebres porque são um interessante desafio intelectual e porque têm importantes aplicações práticas" (FEOFILOFF et al., 2011, p. 5). É precisamente onde esses objetos se tornam relevantes para o estudo do jornalismo contemporâneo. Para Paulino (2020 p.46) [...] as imagens que são produzidas em grafos a partir do processo de Análises de Redes Sociais representam diversas opiniões, preocupações, sentimentos e posicionamentos políticos diante de fatos que foram publicados na mídia tradicional sobre o momento da pandemia. Através de sua captação e divulgação, complementa-se o cenário midiático e registra-se um momento histórico e são criadas marcas para a posteridade que possivelmente passariam despercebidas diante da grande oferta informativa atual.

Se pensarmos no alcance das Redes Sociais, o Facebook atualmente, tem 2,7 bilhões de contas ativas, sendo 130 milhões brasileiras⁴. O Twitter está no segundo grupo de Mídias Sociais mais acessadas como fonte de informações sobre a Covid19. 67% dos entrevistados que consomem informações afirmaram que “às vezes” ou com “mais frequência” se informam pelo Twitter. (Gruzd & Mai. 2020 p.08)

A movimentação dos usuários nas redes (curtidas, compartilhamentos, comentários...) deixa rastros que são coletados para diversos fins, de segurança à propaganda direcionada, e tais dados se tornaram também um grande desafio à Comunicação, e às Ciências Sociais de forma geral. Recuero et al. (2018) apontam para o uso da teoria dos grafos associada a técnicas de Análise de Redes Sociais (ARS) e de sociometria⁵ como solução adequada para estudos de redes sociais na internet.

Objetivos

Na perspectiva de registro histórico através dos grafos, este estudo tem como objetivo mapear e verificar a atuação dos governantes na mídia tradicional e compará-la com a atuação no Twitter, em assuntos relativos ao combate à Covid19.

Metodologia

Este estudo foi realizado no período de novembro a dezembro de 2020 e adotou uma abordagem mista: a etnografia digital para identificar componentes culturais que podem mostrar as singularidades, contrastes e padrões na comunicação nas mídias locais sobre a Pandemia. Aplicam-se técnicas de Análise de Redes Sociais (ARS) para visualizar e registrar em grafos o momento da pandemia no Brasil e Canadá.

⁴ Dados retirados de <https://resultadosdigitais.com.br/blog/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/#:~:text=A%20rede%20social%20triplicou%20a,total%20de%20impressionantes%2038%20mil%C3%B5es.> Acesso em 15/04/2021.

⁵ Para Moreno (1972), a sociometria é um instrumento para construção da estrutura das relações intergrupais nos grupos sociais.

Resultados, discussão e análises

Faz-se necessário salientar o contexto do Brasil e do Canadá no combate à pandemia e a atuação de seus governantes para depois refletir sobre os resultados desta pesquisa. De forma resumida, vamos apresentar as formas de governanças de cada país e citar alguns momentos divulgados pelas mídias tradicionais que marcaram a trajetória no combate à Covid19. Todas estas informações foram largamente divulgadas nas mídias sociais e nas mídias tradicionais e online.

Sob impacto da Covid19, podemos observar nos gráficos comparativos da Figura 1 o número total de mortes e a média relativa a um milhão de habitantes. O Canadá tem uma população de 37.742.157 e uma média de 356,39 mortes por milhão de habitantes. O Brasil tem uma população de 212.559.409 e uma média de 853,42 mortes por milhão de habitantes. Se observarmos a média por milhão de habitantes, o Brasil tem mais do que o dobro de mortes do Canadá no período de março a dezembro de 2020.



Figura 1. Mortes por Covid19 e média por milhão de habitantes. Fonte: Data Repository by the Center for Systems Science and Engineering (CSSE) at Johns Hopkins University, 2020.

No Brasil, as ações de controle da pandemia foram acompanhadas por medidas controversas como uso de remédios para tratamento precoce ainda sem confirmação científica e questionamento acerca da eficácia de algumas vacinas. Sakamoto (2020) lembra que a Covid19 foi chamada de “gripezinha” pelo presidente no começo do ano de 2020.

A divulgação de informações no Twitter pelo Ministério da Saúde (MS) sobre as medidas de combate a Covid19, como pode ser visto na Figura 2 (a) e (b), teve casos de mensagens divulgadas e posteriormente apagadas. Houve desencontro de informações que incentivavam o isolamento social e outras incitando o tratamento precoce.



Comunicação e Historicidade na Crise

Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC - Florianópolis - SC

ISSN: 2448-3370

No grafo semântico da Figura 2 (c) podemos verificar a falta de foco em divulgar medidas de enfrentamento à doença, retratada nos termos mais recorrentes. Vemos o destaque a outras doenças nos tweets do MS: *Mosquito*, *Combate ao Mosquito e Malária*. Destacamos também os termos *Tratamento e Paciente*, que nos remete à campanha que o Governo fez e faz sobre o Tratamento Precoce da Covid19.

Por outro lado, o Canadá esteve alerta na primeira fase da Covid19 e o Primeiro Ministro Justin Trudeau e o Ministério da Saúde do Canada e Departamentos de Saúde das províncias mantiveram comunicação ativa nas mídias tradicionais. A sinergia entre governos, cidadão, empresas de mídia e mídias sociais continuou na segunda onda da doença. Vamos nos referir muitas vezes no estudo à província de Ontário, por ter sido uma das mais atingidas pela Covid19. No artigo completo apresentaremos os resultados dos gráficos para os tweets dos perfis oficiais do Canadá.

Considerações Finais

Observamos em nosso estudo que um dos pontos chave no combate à pandemia é a forma como os governos se organizaram para combater a desinformação e disseminar dados com embasamento científico. Pretendemos mostrar contrastes e similaridade comunicacionais dos governos canadense e brasileiro. Observamos, no período de novembro a dezembro de 2020, as estratégias e agentes governamentais que foram mais eficazes para orientar e distribuir informações sobre a Covid19 em perfis no Twitter. Fica evidente que é importante haver sintonia entre as informações oficiais divulgadas pelos diferentes perfis oficiais (presidente/primeiro ministro, ministérios, órgãos de saúde), mídias tradicionais e mídias sociais. Assim se transmite segurança à população sobre o que é crível em um momento de excessiva oferta informativa.

REFERÊNCIAS

FEOFILOFF, Paulo; KOHAYAKAWA, Yoshiharu; WAKABAYASHI, Yoshiko. Uma introdução sucinta à teoria dos grafos. 2011.

GRUZD & MAI. Inoculating against an Infodemic: A Canada-wide COVID-19 News, Social Media, and Misinformation Survey. Ryerson University Social Media Lab., 2020. DOI:10.5683/SP2/JLULYA

JURKIEWICZ, Samuel. Grafos—uma introdução. São Paulo: OBMEP, 2009.

MORENO, Jacob. Levy. Fundamentos de La sociometria. Buenos Aires: Paidós, 1972.

RECUERO, Raquel; BASTOS, Marco; ZAGO, Gabriela. Análise de redes para mídia social. Editora Sulina, 2018.



Comunicação e Historicidade na Crise

Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC - Florianópolis - SC

ISSN: 2448-3370

PAULINO, Rita. A interpretação de Grafos como imagens complexas em tempos de pandemia de Covid-19 no Brasil. ASAS DA PALAVRA (UNAMA), v. 17, p. 43, 2020.

SAKAMOTO, Leonardo. Focado em si, Bolsonaro ameaça a democracia e abandona o Brasil à covid19. 2020. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/colunas/leonardo-sakamoto/2020/05/28/focado-emsobreviver-bolsonaro-ameaca-democracia-e-potencializa-a-pandemia.htm>>. Acesso em: 26 jun. 2020.