

DOSSIÊ

PANDEMIA E DEMOCRACIA: DISPUTAS DE SENTIDO E DESINFORMAÇÃO SOBRE A COVID-19 A PARTIR DO TWITTER DO EX-PRESIDENTE JAIR BOLSONARO

*PANDEMIC AND DEMOCRACY:
DISPUTES OF MEANING AND
MISINFORMATION ABOUT COVID-19
FROM THE TWITTER OF FORMER
PRESIDENT JAIR BOLSONARO*

Carolina Dantas de Figueiredo *



Otávio Temóteo de Oliveira Neto **



* Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Artes e Comunicação, Recife, PE, Brasil.

E-mail: carolina.figueiredo@ufpe.br

** Universidade Federal do Maranhão, Departamento de Comunicação, Imperatriz, MA, Brasil.

E-mail: oliveira.otavio@discente.ufma.br

RESUMO

Dada a utilização de redes sociais por políticos em um novo regime de comunicação com a sociedade, este artigo analisa a conta do Twitter do ex-presidente Jair Bolsonaro durante os sete primeiros meses da pandemia de covid-19 para verificar se recursos de desinformação foram utilizados enquanto estratégia política e narrativa. Utilizamos a análise de mídias para redes sociais de Recuero e a análise da *timeline* discursiva de Malini *et al.* para investigar os textos por meio de disputas de sentidos e associações vocabulares. Constatamos que os *tweets* foram construídos de maneira a minimizar a doença, associar a hidroxicloroquina à cura, vincular o vírus a uma questão política e retirar do governo o ônus das medidas restritivas. Foi possível demonstrar a incidência discursiva na rede do ex-presidente para a construção de uma narrativa política com ênfase na viralização de desinformação danosa à saúde pública.

Palabras clave: Políticas Públicas; Covid-19; Redes; Desinformação.

ABSTRACT

Given the use of social networks by politicians in a new regime of communication with society, this article analyzes the Twitter account of former president Jair Bolsonaro during the first seven months of the COVID-19 pandemic to verify whether information disorders were used as a political strategy and narrative. We used Recuero's media analysis for social networks and Malini et al.'s discursive timeline analysis to investigate the texts through disputes over meanings and vocabulary associations. We found that the tweets were constructed in a way to minimize the disease, associate Hydroxychloroquine with the cure, link the virus to a political issue, and to remove the burden of restrictive measures from the government. It was possible to demonstrate the discursive incidence in the former president's network for the construction of a political narrative with emphasis on the viralization of harmful misinformation to public health.

Keywords: Public Policies; COVID-19; Networks; Misinformation.

INTRODUÇÃO

Reunidos sob a interface digital dos perfis nas redes sociais, usuários mimetizam a ideia de discussão, controvérsia, disputas, segmentação de interesses e posições em textos curtos. O uso dessas redes sociais como forma de comunicação em massa surgiu no contexto da ascensão de novos regimes de discussão pública em que laços e indivíduos estão unidos na conexão que forma o tecido social e, portanto, refletem os padrões da sociedade atual (RECUERO, BASTOS e ZAGO, 2018). É nesse ambiente que atores políticos utilizam as redes sociais como forma de alternar entre a institucionalidade e a pessoalidade como canal direto com seus eleitores.

Nesse contexto, as mensagens compartilhadas e curtidas por autoridades, eleitores e militantes buscam influenciar a construção de ecossistema midiático para fora das redes. Logo, os *tweets* que recebem mais visibilidade e compartilhamentos refletem a capacidade de certos grupos se destacarem para o mundo off-line. Dessa maneira, a expectativa é que os discursos políticos que constituem e são constituídos pela opinião pública circulem e tenham impactos diferentes nessas ferramentas (RECUERO, 2009, p. 160).

Atores políticos disputam o arco narrativo de contendas surgidas muitas vezes por meio de fenômenos de desinformação, alterando o foco inicial da mídia e contribuindo para a artificialização do debate. Ao pensar sobre a atuação de autoridades e políticos nas redes sociais, alguns questionamentos podem ser feitos: o discurso de determinado ator político pode influenciar o debate público a ponto de contornar uma realidade sanitária imposta por uma epidemia? É possível para a Comunicação e para a Ciência Política exprimir a relação entre a influência de um texto na internet e a capacidade de mobilização social de determinados grupos no mundo real? Ou como esse fenômeno impacta todo o ecossistema midiático do país?

Tais preocupações traduzem o esforço de entender os retrocessos democráticos mundiais a partir da utilização das redes sociais por determinados atores políticos; além disso, outros fatores elencam essa questão em sua complexidade para além do mundo virtual, em especial a partir da erosão de valores universais como justiça, bem público, saúde e liberdade de expressão. A partir do problema posto no uso das redes sociais por políticos, nosso objetivo é analisar as postagens do ex-presidente Jair Bolsonaro por meio da análise de mídia e *timeline* discursiva para identificar o fio da narrativa utilizado na rede social para informar a população e se houve instrumentalização da rede para influenciar o debate sobre a crise sanitária. Ao

sistematizar os conteúdos publicados pela conta de Twitter do usuário @jairbolsonaro e as mensagens mais compartilhadas por seus seguidores, é possível entender como se deu a construção narrativa sobre a pandemia da covid-19 pela rede social mais utilizada pelo então presidente do Brasil (2018-2022), e é possível também adentrar nos tópicos que foram mais vistos enquanto resultado do alcance dos retuítes e compartilhamentos do discurso de Jair Bolsonaro na rede social Twitter.

REDES SOCIAIS E POLÍTICOS: UM DEBATE ENTRE O PERFIL INSTITUCIONAL E O PESSOAL

Um dos fatores que podemos citar para a mudança de padrão entre o perfil pessoal e o perfil institucional de órgãos de governo e políticos em exercício de cargos eletivos é a própria intermediação que as redes proporcionam, levando mensagens diretamente aos seus públicos, sem a atuação de uma mídia corporativa ou a necessidade de cobertura jornalística profissional, no que Malini (2010) define como a perda do monopólio narrativo que anteriormente pertencia aos grupos editoriais e de comunicação.

De início, é preciso distinguir os fenômenos de desinformação, seus empregos e métodos. *Fake news*, *misinformation* e *disinformation* são termos comuns na literatura sobre redes sociais e política na atualidade. Autores como Figueiredo (no prelo) compreendem esses fenômenos como categorias que agrupam conteúdos falsos em geral. Em termos simples, *misinformation* ocorre quando há “má informação”, desobrigada de atos de intenção, quando uma pessoa compartilha uma notícia falsa por falta de conhecimento, sem ciência dos fatos. Já *disinformation*, traduzido como desinformação, é marcado pela intencionalidade. Valente (2019) aponta uma terceira categoria, a chamada *malinformation*, em que conteúdos verdadeiros são espalhados para causar prejuízo.

O uso das redes sociais para fins políticos tem sido um fenômeno global. Muito se discute sobre o modelo de comunicação oficial de governos, políticos e sobre a personificação de perfis institucionais por agentes públicos. Nesse sentido, a judicialização das discussões contribui para manter o debate em evidência. De acordo com Rosseto, Carreiro e Almado (2013), o Twitter é o local em que as questões políticas se desdobram e encontram eco na discussão pública.

Uma decisão do Superior Tribunal Federal (STF) reflete a dicotomia presente na conceituação do uso de redes sociais públicas ou privadas por parte das autoridades. No entendimento do ministro Marco Aurélio de Mello (ANGELO, 2020), em julgamento sobre o direito do presidente de bloquear perfis de opositores, o magistrado entendeu que o perfil de Jair Bolsonaro é um perfil público de autoridade e que “[...] o Presidente da República utiliza as redes sociais não apenas para tratar de temas de índole pessoal, uma vez que assuntos tratados são de relevância pública e muitas vezes, atos oficiais são comunicados”. Assim, utilizamos esse precedente para tratar neste artigo como comunicação oficial os conteúdos sobre a pandemia publicados pelo ex-presidente Jair Bolsonaro em sua conta pessoal do Twitter.

Ainda nesse sentido, o documento assinado por Marco Aurélio de Mello (ANGELO, 2020) sintetiza questões relativas ao direito à informação, à liberdade de opinião, de expressão e às consequências geradas por essas prerrogativas que, se consideradas no contexto específico do combate à pandemia e de retrocessos democráticos, podem, disfarçadas de opinião, implicar informação conflituosa entre os interesses do ex-presidente da República e de autoridades de Saúde, criando narrativas que evidenciem aspectos político-ideológicos em detrimento das questões epidemiológicas.

A atuação em rede social de acesso público, na qual veiculado conteúdo de interesse geral por meio de perfil identificado com o cargo ocupado – Presidente da República –, revela ato administrativo praticado no exercício do Poder Público. [...] A comunicação entre política e cidadania é levada a efeito, contemporaneamente, acompanhando as transformações ocorridas na tecnologia, por meios digitais, a robustecerem a democracia participativa. O ambiente virtual, utilizado tanto pelos cidadãos, para se comunicarem uns com os outros, como pelos representantes, para veicularem informações, fortalece o processo democrático. Essa conexão de valores, práticas e utilidades pode denominar-se “democracia digital”. (MELLO in ANGELO, 2020).

Habermas (2014) defende que a integração entre sociedade e Estado por meio de uma estrutura de esfera pública moderna modificou os fluxos comunicacionais e a própria distinção em relação aos critérios de “público” e “privado” estabelecidos há, pelo menos, um século. Logo, a questão central sobre a viralização de conteúdos de desinformação voluntários ou involuntários nas redes do presidente Jair Bolsonaro, diz respeito também ao princípio de publicidade que forma a esfera pública, o que, no sentido habermasiano, implica o direito ao conhecimento do público daquilo que é discutido nas esferas privadas dos governos.

Em questionamento feito à Procuradoria Geral da República, por meio de um mandado de segurança, instrumento jurídico para a indagação dos atos do então presidente da República (2019–2022), o procurador-geral Augusto Aras destacou que o uso de mandado de segurança para explicações sobre o uso do Twitter pelo presidente não é adequado para tratar do tema, uma vez que o recurso pressupõe a utilização do cargo nas manifestações oficiais, e a rede social do presidente é pessoal, o que não configura ato administrativo de responsabilização do chefe do Executivo (BOLSONARO..., 2020). Para Aras:

É certo que a distinção entre esfera pública e privada não é estanque, principalmente quando se trata do ambiente virtual. Contudo, o mero fato de as publicações do impetrado repercutirem no meio social não constitui fundamento idôneo para sua caracterização como ato administrativo. Apesar de a conta pessoal do Presidente da República ser utilizada para informar os demais usuários da rede social acerca da implementação de determinadas políticas públicas ou da prática de atos administrativos relevantes, as publicações no Twitter não têm caráter oficial e não constituem direitos ou obrigações da Administração Pública. (BRASIL, 2019).

A discussão jurídica atual busca entender se postagens do presidente e manifestações de autoridades e políticos nas redes sociais são caracterizadas como atos oficiais, motivados pelo cargo, ou de natureza pessoal. Prova do estado atual da discussão sobre a oficialidade dos atos de atores políticos nas redes sociais é a controvérsia existente entre legisladores e o Poder Judiciário, para a qual não há consenso formado até o momento. O que está em discussão não é meramente o direito constitucional à liberdade de expressão nas redes sociais, mas a possibilidade de responsabilização das autoridades e políticos ao utilizarem as mídias, sejam elas quais forem, para informar a população. Por outro lado, a discussão ganhou também destaque nos inquéritos em vigor que tratam da atuação das milícias digitais no período eleitoral de 2022 e nos inquéritos que utilizam as redes sociais para investigar os atos antidemocráticos do dia 08 de janeiro de 2023 (BRÍGIDO, 2023).

A ministra do Supremo Tribunal Federal (STF) Carmen Lúcia Rocha, por outro lado, afirma que a maneira informal das redes e a privatividade não desnaturalizam a oficialidade das postagens do presidente em plataforma digital, e ressalta que as manifestações, “[...] ainda que de natureza política, quando incontroverso terem sido proferidas pelo mandatário maior da nação”, são comportamentos do estado atual da governança no Brasil e que permitem a configuração do virtual como esfera de atuação estatal enquanto “[...] novo figurino no qual o e-gov é realidade administrativa inegável” (In: FALCÃO e VIVAS, 2020).

Sendo assim, o voto proferido pela ministra aponta que a natureza política das manifestações se desdobra na responsabilização quanto à oficialidade da mensagem propagada por meio das redes sociais de autoridades. Logo, a tendência do Judiciário brasileiro, embora haja opiniões contrastantes, é perceber a desinformação como ato político e de responsabilidade das autoridades.

Ainda que o debate não esteja concluído na esfera jurídica, é preciso se debruçar sobre outros campos para compreender as reverberações dos textos produzidos pelo presidente da República e compartilhados por milhares de pessoas nas redes sociais. No campo filosófico, Habermas (2014) aponta que o poder dos discursos públicos incide sobre a sociedade como um todo: interpretam valores, produzem novos e desvalorizam outros. No caso de opiniões que implicam decisões corporativamente constituídas, a imputabilidade institucional conduz decisões ou opiniões que têm consequências graves na sociedade. Segundo Habermas (2014, p. 80) “[...] os discursos produzidos não dominam e não produzem um poder administrativo, mas podem influenciá-lo e dar ou retirar legitimação de algum campo de sentido”, daí a relevância dos conteúdos produzidos por agentes governamentais e veiculados em diferentes plataformas, formais ou informais, incluindo-se, obviamente, as digitais.

A NARRATIVA POLÍTICA DA EPIDEMIA

A análise de redes para mídia social (RECUERO, BASTOS e ZAGO, 2018) compreende ao mesmo tempo o público reestruturado na rede e os atores e nós (pontos na rede) como características principais desses espaços de interação. Recuero, Bastos e Zago (2018) apontam ocorrências que possibilitam o estudo das redes para mídia social. O primeiro fator que emerge desse cenário de estudo é a permanência das interações na rede, uma vez que ali estando, permanecem. No caso do Twitter, por exemplo, as postagens, a não ser que sejam apagadas pelos usuários, permanecem no site. O segundo fator é a própria buscabilidade dessas interações, práticas e discursos no que se refere à capacidade de registros recuperáveis. Em terceiro, a replicabilidade dessas interações por meio de retuítes, compartilhamentos e likes. Por último, deve-se considerar o potencial de escalabilidade dessas mensagens, o que permite que a informação tome conta de todo um ecossistema nas redes.

Para entendermos o padrão da viralização das mensagens é necessário compreendermos como a viralização ocorre na rede e como os algoritmos funcionam nessa aparelhagem, na qual são impelidos e multiplicados através de uma ação que os coloca em contato com o restante dos nós que formam a rede. A viralização da

desinformação das redes acontece a partir da “[...] possibilidade de replicar uma informação [que] deve-se, principalmente, a sua permanência, ou seja, ao fato de que aquilo que é publicado permanece no ciberespaço, sendo passível de ser visto e replicado” (RECUERO, BASTOS e ZAGO, 2018, p. 31).

O processo de multiplicação das mensagens diz respeito também à própria estrutura da rede e ao entendimento dos fenômenos de desinformação no contexto político moderno. A Organização Mundial da Saúde (OPAS, 2020) alertou para o processo que ficou conhecido como “infodemia”, em que a velocidade e espalhamento de notícias sobre a pandemia da covid-19 levam à manipulação de informações e mesmo a confusões causadas por informações verdadeiras divulgadas sem checagem por autoridades de saúde no mundo todo. A respeito especificamente da pandemia da covid-19 no Brasil, Malini (2020) se refere ao que chama de “o vírus e a viralização”. Nesse cenário, os textos do perfil @jairbolsonaro emergem como metáfora do processo em que estão envolvidas as teias entre instituições, redes sociais e o público, por meio da construção narrativa sobre a pandemia no Twitter do ex-presidente. Nele é possível investigar como a construção do entendimento a respeito da pandemia no Brasil se deu nas redes bolsonaristas e como isso implicou, efetivamente, a desinformação a respeito do coronavírus, agravando a pandemia e dificultando o seu combate.

Para compreendermos essa construção, é necessário explicar como se dão as narrativas em rede e como elas se multiplicam nessa lógica viral. Fachine (2020) deixa claro que Jair Bolsonaro utiliza a “retórica da desinformação”, representada pelas mais variadas estratégias empregadas pelo presidente para convencer seus milhões de seguidores nas redes sociais a aderir ao seu negacionismo e anti-cientificismo frente à pandemia de covid-19.

Posto que o empenho do presidente se deu em linhas gerais para manter uma narrativa alternativa aos fatos científicos, o discurso empregado obedece a uma lógica que muitas vezes recorre ao cálculo político ao invés da questão sanitária. É nesse contexto que a construção de um sentido para o embate ao coronavírus na rede social do presidente passa mais por uma instrumentalização eleitoral-ideológica do que propriamente por medidas efetivas de combate à pandemia.

INSTRUMENTALIZAÇÃO POLÍTICA DA COVID-19

O Twitter assume um papel inédito nas relações sociais contemporâneas diante da publicização e circulação de narrativas e contra-narrativas criadas pelos próprios

usuários e pela capacidade de alcance para outros formatos, além da mobilização da discussão pública (PASSOS e PIRES, 2019). Por outro lado, é preciso recuperar o conceito de capital social, uma vez que nem todos têm a capacidade de reverberar sua voz no ambiente digital. Segundo Recuero (2009), a multiplicação epidêmica das informações on-line e off-line se dá pela utilização do capital social por alguns atores. Assim, o capital social pode influenciar a difusão de informações, e é justamente nos laços fracos de identificação, como nos *clusters* ou câmaras de eco, em que essas mensagens circulam mais.

Muito da discussão em torno das redes bolsonaristas se dá no contexto de entender como o ex-presidente e seus apoiadores utilizam as redes sociais. É importante ressaltar o papel fundamental da construção narrativa por parte desses atores, uma vez que, para convencer seus milhões de seguidores e movimentar sua base aliada, é utilizada uma espécie de verdade plástica, que molda as narrativas de acordo com os acontecimentos que surgem ao longo do período analisado. Malini *et al.* (2020, p. 7) definem narrativas em rede como:

A palavra narrativa é um linguajar comum entre os usuários das redes sociais. Virou um termo nativo desse ambiente. É o berço do narrativismo, o ato de construir experiências on-line que, ao ganharem impulso, abafam a individualidade em um sonambulismo coletivo. Da mesma forma surge a “contranarrativa” para “emplacar” o contrafluxo. Em outras palavras, a tentativa de fazer com que os usuários da rede “embarquem” nela e alimentem o ponto de vista, “abraçando” uma certa visão sobre um determinado acontecimento.

No trabalho de cartografia das narrativas de redes sociais surgidas na pandemia da covid-19, os autores chegaram à conclusão de que o medo nos usuários causou a maior parte da desinformação dos discursos propagados pelas redes. No campo oposto, é preciso também analisar o que precede o surgimento das narrativas de desinformação por meio dos formadores de opinião ou de autoridades, dada a importância de se estudar a origem da desinformação sobre a covid-19 como o fio condutor para emoldurar sentidos que vão desde como evitar a doença até os possíveis tratamentos.

A narrativa oficial do governo Bolsonaro passou pelos canais da presidência, pelas redes sociais de governistas, blogs simpatizantes e pelo próprio perfil do ex-presidente no Twitter – uma ecologia que já está em uso desde os governos petistas, que alçaram os blogs independentes ao posto de coautores da narrativa governista na década passada. A literatura chamou o fenômeno de “conversão à esquerda” da

comunicação oficial na América Latina, vide o movimento que ocorreu por meio do Kirchnerismo na Argentina e do Lulismo no Brasil (CARVALHO, 2020). Carvalho (2020) ainda acrescenta que o financiamento desse sistema na era petista representava uma possibilidade de “perspectiva democrática” de renovação da mídia, mas o fluxo de redistribuição financeira aumentou o poder dos grandes conglomerados, que tiveram papel ativo na derrocada sofrida pelo partido a partir do segundo mandato da presidenta Dilma Rousseff. Para Nunes (2019), esse processo só foi viável com a junção de jornalistas profissionais e militantes históricos que emolduraram uma base que mais tarde veio a ser usada pelos bolsonaristas.

A novidade agora é que a própria dinâmica das redes mudou, e o ex-presidente Jair Bolsonaro soube utilizá-las e mobilizá-las de modo favorável, com atos e declarações que pautam o noticiário semanal sem necessariamente passar pelo crivo da imprensa oficial, em que muitas das vezes é atacado e desacreditado (OLIVEIRA, 2021). A própria narrativa de acusações feitas pelo presidente Jair Bolsonaro contra a mídia tradicional esmiúça o desgaste que o petismo sofreu ao insistir na cooperação com os grandes conglomerados como uma forma de participação e de comunicação popular (CARVALHO, 2020). Além disso, as manifestações do ex-mandatário no sentido de atacar o financiamento público federal para as grandes empresas da mídia corporativa brasileira foram frequentes. Segundo levantamento da Fenaj (EM NOVE MESES..., 2020), foram proferidos 295 ataques contra jornais e jornalistas no primeiro semestre de 2020, com inúmeras citações do financiamento de jornais e TVs pelo governo federal em tom acusatório.

Na contramão da dinâmica formalista fomentada pelo petismo – em que efetivamente foi feito um investimento em canais oficiais da presidência, redes sociais de governistas, blogs simpatizantes e perfil dos presidentes – o bolsonarismo investe na característica ciberativista e informal das redes (NUNES, 2019). Assim, diferentemente do apoio que a mídia alternativa dava ao petismo, vê-se ativismo aliado a um discurso prático e coeso em que a capacidade de mobilização serve para pressionar decisões ou referendar discursos e práticas do presidente, como no caso da covid-19, em que as redes bolsonaristas atuam como uma espécie de voz única da presidência, no que Malini (2020) chama de “[...] a fabricação e viralização sincronizada de ações e relatos propagandísticos, veiculados em sites de notícias próprios, para agitar e dar direção à agenda das conversações públicas”.

Parece óbvio, mas a narrativa bolsonarista foi a narrativa governista, que em certos momentos atacou, inclusive, recomendações de seu próprio Ministério da Saúde,

configurando aquilo que chamamos aqui de “verdade plástica” e que molda a performance narrativa do ex-presidente nas redes de acordo com interesses específicos do momento. O que neste trabalho chamamos de “verdade plástica” pode ser entendido como a necessidade de adequação de um discurso a uma realidade conveniente e conivente com os interesses do ex-chefe do Executivo. Para o pesquisador Rodrigo Nunes, em entrevista à BBC, mesmo antes da *alt-right* americana tornar-se mundialmente conhecida, Bolsonaro já utilizava do radicalismo, enquanto parlamentar, sempre no sentido de “desviar o rumo da conversa” (VALLONE, 2020). No caso específico do coronavírus, outro elemento dessa performance política que molda as narrativas está relacionado ao fato de que o presidente: “[...] coloca-se em oposição às medidas de isolamento social, suposto autoritarismo de governadores e técnicos, posando ao mesmo tempo como paladino de liberdades individuais”, ou até mesmo o auxílio emergencial, que pode ser entendido como um avanço do Congresso Nacional em oposição ao Executivo, mas que rendeu frutos ao presidente em termos de popularidade, reforçando a plasticidade do seu discurso. “Bolsonaro jogou simultaneamente em duas posições opostas – ainda que em parte por pressão da sociedade civil repercutida no Legislativo” (FORÇA DA NARRATIVA..., 2020).

Nesta pesquisa, nota-se que já a primeira manifestação do ex-presidente no Twitter sobre a covid recorre ao recurso da plasticidade. Na ocasião ele mencionou o alto custo de repatriar os brasileiros que estavam em Wuhan (RODRIGUES e NETTO, 2020), na China, mas ignorou a relevância de questões sanitárias e humanitárias no sentido de trazer os indivíduos de volta ao país. Em material postado na rede social Twitter no dia 31/01/2020, o ex-presidente afirmou que o transporte dos brasileiros seria muito caro para o poder público e indicou que o país não tinha lei atualizada de quarentena. Em um segundo momento, por meio da mesma rede social, no dia 02/02/2020, Bolsonaro informou em texto os detalhes da busca dos brasileiros na China, sem maiores explicações sobre a mudança de opinião, apenas postando um texto assinado por ele em que se apresenta o plano de repatriação dos brasileiros.

Essa dimensão da narrativa que se molda aos fatos é uma característica marcante das postagens do ex-presidente no Twitter, e é nesse caminho que apontamos que a ideia de narrativa é estabelecida paralelamente à própria desinformação por *fake news* e outros fenômenos. Em um ambiente em que líderes políticos utilizam de pseudociência para manter, negar ou distorcer os fatos, ao ex-presidente pareceu proveitoso estruturar uma narrativa dirigida diretamente para a sua base ideológica

e eleitoral, mesmo que isso implicasse publicar dados não validados ou mesmo ajustar e remodelar conteúdos.

Figueiredo (no prelo), em análise das postagens do presidente na rede social Twitter entre os meses de janeiro e abril de 2020 chega à conclusão de que as informações e opiniões emitidas pelo governante parecem ser uma estratégia político-ideológica que busca reforçar a função da câmara de eco e seu alinhamento ao público. O fenômeno das câmaras de eco, potencializado pelas novas mídias, possibilitou não só o aparecimento de movimentos de polarização política, mas o recrudescimento da controvérsia enquanto lugar de discussão pública da política. Recuero, Bastos e Zago (2018) sintetizam a origem das câmaras de eco no fenômeno de grupabilidade das redes, em que o grau de ligação entre os nós tende a aproximar grupos coesos, e a capacidade de ser criada uma nova conexão é reduzida. Assim, quanto mais pessoas compartilham e seguem determinados atores, mais coeso é o grupo e menores são as chances de novas informações circularem nesta rede específica, pois a dinâmica da grupabilidade trabalha de modo a construir uma visão de mundo indexada às preferências de cada usuário. Ainda para a autora, a ecologia do texto no Twitter permite que, quanto mais retuites um determinado texto receba, mais visível ele se torne e mais retuites receba de volta. Nessa lógica de adesão por compartilhamento, quanto mais um texto com desinformação ganha compartilhamentos, mais ele circula e mais é visto em seus determinados agrupamentos.

Outro exemplo desse tipo de atuação por narrativas moldáveis na rede social bolsonarista é o caso da medida provisória determinada pelo chefe do Executivo no dia 23/03/2020. A medida foi divulgada no Diário Oficial da União e no Twitter do presidente, caracterizando aquilo que os ministros Cármen Lúcia e Marco Aurélio de Mello entenderam como governabilidade virtual e o uso institucional da conta. No primeiro texto, o ex-presidente escreveu: “esclarecemos que a referida MP, ao contrário do que espalham, resguarda ajuda possível para os empregados. Ao invés de (sic) serem demitidos, o governo entra com ajuda nos próximos 4 meses, até a volta normal das atividades do estabelecimento, sem que exista a demissão do empregado”. Esse dia parece ser marcado pela narrativa da retomada econômica e a volta às atividades regulares. O ex-presidente mesmo sugeriu que em quatro meses tudo estaria resolvido e as atividades liberadas, e, com isso, terminaria a validade da medida provisória. Contudo, horas mais tarde, novamente através do Twitter, ele anunciou um novo desdobramento de sua narrativa: a revogação da medida tomada horas antes. Ele escreveu: “Determinei a revogação do art.18 da MP 927 que permitia

a suspensão do contrato de trabalho por até 4 meses sem salário”. Ambas as publicações contavam até o momento da coleta com mais de 10.000 retuítes.

Dessa forma, o uso de narrativas e contra-narrativas foi constantemente renovado nas redes de Jair Bolsonaro. É nesse sentido que identificamos a dimensão retórica e performativa do ex-presidente no Twitter ao longo dos sete primeiros meses da pandemia no Brasil. Para Malini *et al.* (2020):

A natureza efêmera das redes cria a necessidade de constante validação dos tópicos, orquestrada pelos narrativistas, para que ela, a narrativa, não se canse, não seja “desmontada”, “aglutinada” ou até “quebrada” nas conversações. Caso isso aconteça, é o fim da narrativa. Para ser mais preciso, o fim não é o encerramento da história, mas a saturação de “performá-lá”. Por isso, para aqueles que buscam a manutenção de uma ideologia hegemônica, o indicado é “corrigir ou mudar a narrativa”, “recuperar o controle dela”, transformando o sentido compartilhado em uma narração conveniente.

É importante ressaltar que esse padrão se repetiu várias vezes durante o período da pandemia, no que Malini *et al.* (2020) chamam de “saturação da narrativa”, que acontece quando a narrativa é aglutinada ou moldada para um fim específico, como no caso da discussão pública em torno da vacinação contra a covid-19. No momento em que o ex-presidente parece ater-se ao fato de que a opinião pública esperava por uma campanha de vacinação e que o governador de São Paulo foi visto por 46% da população brasileira como mais atuante contra a pandemia do que o presidente (GIELOW, 2020), ele redirecionou a própria atuação do governo federal, na tentativa de retomar o protagonismo no que se refere à imunização no país (MAIA, 2021).

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Dado que o discurso na rede de determinado político pode enviesar o pensamento da militância, usamos neste trabalho o conceito de “opinião pública” associado ao de “esfera pública”, ou seja, a rede social de modo análogo àquele da “esfera pública” de Habermas (2014). Neste caso, compreendemos a “opinião” como um constructo social e do imaginário, mas determinados enunciados mantêm, polarizam e impõem discursos que circulam com mais força pelo ecossistema social, seja ele real ou virtual.

Para entender como o ex-presidente do Brasil construiu a narrativa sobre a covid-19, faz-se necessária uma abordagem qualitativa a partir da análise de conteúdo, e, como técnica dentro desta investigação, utilizamos o conceito de *timelime* discursiva como

instrumento para interpretar os *posts* e construir um fio temporal entre os discursos e suas implicações na política e na saúde durante a pandemia.

Para isso foi feita a coleta manual dos textos da conta oficial do presidente @jairbolsonaro que apresentassem opiniões ou qualquer tipo de desinformação sobre a covid-19. O recorte escolhido para esta pesquisa foi feito a partir da primeira postagem do presidente sobre a covid-19, no dia 31 de janeiro de 2020, seguindo até o dia 25 de julho de 2020. Da coleta dos tuítes foram desconsiderados (01) posts que o presidente retuitou de outros agentes; (02) informações checadas como verdadeiras por agências e fontes externas de verificação; e (03) mensagens oficiais de órgãos do governo publicadas na página do presidente. Considerando a capacidade de registro e multiplicação na rede de um mesmo texto por meio dos retuítes, escolhemos analisar o *corpus* coletado a partir dos textos mais retuitados/compartilhados pelos seguidores do ex-presidente, assumindo a lógica da viralização de uma mensagem na rede.

Como procedimento para pesquisa utilizamos um método misto que consiste na análise de mídias para redes sociais para elencar a ecologia de um tuíte a partir da sua inscrição no ciberespaço até reprodução em escala (RECUERO, BASTOS e ZAGO, 2018), combinado com a análise da *timeline* discursiva (MALINI *et al.*, 2020), método que sistematiza a investigação dos discursos na rede do ponto de vista da construção cronológica, a partir do efeito das narrativas temporais, por meio de disputas de sentidos, termos gerados e associações vocabulares, cujo efeito final é estabelecer um fio condutor para uma narrativa hegemônica por determinados atores ou pontos de vista.

Para evitar distorções quanto ao parâmetro de escolha dos textos mais retuitados, a solução encontrada foi estabelecer um número padrão mínimo de compartilhamentos. Assim, foram analisados textos do presidente que receberam no mínimo 5 mil compartilhamentos até a data da coleta. É, portanto, analisando a multiplicação de retuítes que observamos a viralização de desinformação e a construção da narrativa presente no discurso bolsonarista.

Neste trabalho, a proposta de investigar a viralização de desinformação e a criação de uma narrativa se dá exclusivamente por meio de mensagens do presidente na conta @jairbolsonaro que contenham imprecisões, opiniões pessoais ou desinformação sobre a covid-19. A partir dessas informações, construiremos o que Malini *et al.* (2020) classificam como genealogia de um discurso na rede, que é explicitada pelo léxico comum de um determinado ator que, ao encontrar reverberação na rede, passa

a construir um discurso operacional. Por extensão, destacamos os tuítes com as palavras mais reproduzidas e que se relacionam à pandemia, o que nos possibilitará traçar a narrativa do presidente sobre o tema.

ANÁLISE E RESULTADOS

Para uma melhor visualização das informações coletadas e da análise dos resultados, representamos no Quadro 1 os textos mais compartilhados e seu número de reproduções até o momento em que a coleta foi feita; em seguida, tomamos as palavras mais reproduzidas nos discursos viralizados como um léxico presente na conversação do presidente para verificar a construção da linha do tempo (*timeline*) discursiva proposta na metodologia; e, por último, construímos um quadro que ordena cronologicamente a inserção de cada termo encontrado de modo a construir o discurso.

Quadro 1. Tuítes mais compartilhados com opiniões, desinformação ou imprecisões sobre a covid-19

Texto	Data, links e compartilhamentos
Isso se chama precaução. O medicamento é barato e caso venha a ser comprovada a eficácia no combate à Covid-19, estaremos preparados para atender a todos os brasileiros rapidamente. Enquanto uns seguem buscando o caos , seguimos buscando soluções para proteger a nossa nação!	Data: 21/03/2020 https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1241546261435727873 9 mil compartilhamentos
Ainda que os testes do medicamento apresentem ineficácia no tratamento específico ao coronavírus, ele já é comprovadamente eficaz no combate a outros tipos de doença, como a malária, constando, inclusive, no guia de vigilância epidemiológica atualizado.	Data: 21/03/2020 https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1241546357455847424 10.4 mil compartilhamentos
38 milhões de autônomos já foram atingidos. Se as empresas não produzirem não pagarão salários. Se a economia colapsar os servidores também não receberão. Devemos abrir o comércio e tudo fazer para preservar a saúde dos idosos e portadores de comorbidades.	Data: 25/03/2020 https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1242758000718340097 11 mil compartilhamentos
O tratamento da COVID-19, a base de Hidroxiquina e Azitromicina, tem se mostrado eficaz nos pacientes ora em tratamento . Nos próximos dias, tais resultados poderão ser apresentados ao público, trazendo o necessário ambiente de tranquilidade e serenidade ao Brasil e ao mundo.	Data: 25/03/2020 https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1242881753162940419 13.5 mil compartilhamentos

O vírus no Japão. – Se a política de isolamento continuar teremos o caos e o vírus juntos.	Data: 27/10/2020 https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1242786257354309632 5.4 mil compartilhamentos
Cada vez mais a Hidroxicloroquina demonstra ser um remédio eficaz contra o Covid-19.	Data: 27/03/2020 https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1243683282656559104 10.2 mil compartilhamentos
A Hidroxicloroquina cada vez mais demonstra sua eficácia em portadores do COVID-19. – Tenho recebido relatos de todo o Brasil nesse sentido. – Preservar vidas e empregos .	Data: 29/03/2020 https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1244399453093724169 11.1 mil compartilhamentos
Nesta manhã tive contato telefônico com o Presidente dos EUA, @realDonaldTrump. Trocamos informações sobre o impacto do covid-19, bem como experiências no uso da hidroxicloroquina . – Na oportunidade, reafirmamos a solidariedade mútua entre os dois países.	Data: 01/04/2020 https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1245358462953050115 6.5 mil compartilhamentos
O médico David Uip tomou, ou não, HIDROXICLOROQUINA para se curar?	Data: 07/04/2020 https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1247455251013214209 13.1 mil compartilhamentos
Há 40 dias venho falando do uso da Hidroxicloroquina no tratamento do COVID-19 . Sempre busquei tratar da vida das pessoas em 1º lugar, mas também se preocupando em preservar empregos . Fiz, ao longo desse tempo, contato com dezenas médicos e chefes de estado de outros países.	Data: 08/04/2020 https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1247841684584640512 14.1 mil compartilhamentos
Cada vez mais o uso da Cloroquina se apresenta como algo eficaz . Dois renomados médicos no Brasil se recusaram a divulgar o que os curou da COVID-19. Seriam questões políticas , já que um pertence a equipe do Governador de SP ?	Data: 08/04/2020 https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1247841886917791745 6.9 mil compartilhamentos
– Dr. Kalil Filho: "Eu usei ... vale a pena o uso da HIDROXICLOROQUINA em pacientes infectados pelo coronavírus."	Data: 08/04/2020 https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1247914924665438209 8.4 mil compartilhamentos
– Além do vírus, agora também temos o desemprego , fruto do "fecha tudo" e "fica em casa", ou ainda o "TE PREENDO".	Data: 12/04/2020 https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1249404019845541894

- Para toda ação desproporcional a reação também é forte. O Governo Federal busca o diálogo e solução para todos os problemas , e não apenas um.	12.2 mil compartilhamentos
"Documento e declaração de que vai trabalhar"... Se não tem desce. Assim o povo está sendo tratado e governado pelo PCdoB/MA e situações semelhantes em mais estados. O chefe de família deve ficar em casa passando fome com sua família. Milhões já sentem como é viver na Venezuela.	Data: 10/05/2020 https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1259457190773088257 12.9 mil compartilhamentos
Hidroxicloroquina e, mais uma vez, grande parte da mídia é desmascarada sobre o uso do cartão corporativo. Lixo! Mentem 24 horas ao dia!	Data: 11/05/2020 https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1259301707873497091 6.1 mil compartilhamentos
Na guerra ao vírus a desinformação foi uma arma largamente utilizada. O pânico foi disseminado fazendo as pessoas acreditarem que só tinham um grave problema para enfrentar.	Data: 12/07/2020 https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1282710338585100289 5.2 mil compartilhamentos
@FoxNews mostra estudos sobre a eficácia da Hidroxicloroquina no combate ao Coronavírus.	Data: 18/07/2020 https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1284421441446973440 8.5 mil compartilhamentos
É importante lembrar que o uso off label (fora da bula) de medicamentos é consagrado na medicina, desde que haja clara concordância do paciente. - E que, sem a prática do off label, diversas doenças ainda estariam sem tratamento .	Data: 20/07/2020 https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1285212068426153984 7 mil compartilhamentos

Fonte: Elaborada pelos autores com base na coleta manual dos textos do Twitter do ex-presidente.

Quadro 2. Léxico relacionado à pandemia no discurso político do ex-presidente

Vocabulários recorrentes	Datas das ocorrências
Hidroxicloroquina	25/03/2020
	29/03/2020
	01/04/2020
	07/04/2020
	08/04/2020
	11/05/2020
	18/07/2020
Tratamento	25/03/2020
	08/04/2020
	20/07/2020
Caos	21/03/2020
	27/03/2020
Isolamento	27/03/2020
Remédio	27/03/2020
Vidas e Empregos	29/03/2020
	08/04/2020
Medicamento	21/03/2020

	20/07/2020
Economia	21/03/2020
Desemprego	12/04/2020
Casa passando fome	10/05/2020
Eficaz	08/04/2020
	18/07/2020

Fonte: Elaborada pelos autores com base na coleta manual dos textos do Twitter do ex-presidente.

O levantamento das postagens e do seu léxico permitiu compreender como a desinformação circulou pelas redes por meio do compartilhamento de textos da conta oficial do ex-presidente da República. Elencados os tuítes a partir de um recorte temporal, percebemos que há um alinhamento no discurso que circula como desinformação, que se adequa aos fatos, modificando discursos científicos para corroborar uma possível cura como estratégia-chave da disputa narrativa em torno da crise iniciada pela covid-19 no Brasil. Com ênfase na associação da hidroxicloroquina com os termos encontrados, podemos perceber que a narrativa da cloroquina foi associada à solução definitiva da pandemia (já que é indicada como profilaxia e tratamento). No entanto, os textos postados por Bolsonaro não são necessariamente compostos por informações fabricadas e sem nenhuma evidência, ao contrário; muitos têm amparo em informações reais, manipuladas de modo a construir um discurso conveniente ao público desejado. Além da questão da cloroquina, foi possível perceber a ênfase da narrativa contra o isolamento social, que é associado ao caos, graves problemas e ao desemprego.

Percebe-se como estratégia narrativa a respeito do coronavírus, nos sete meses pesquisados, a multiplicação de retuítes que tratavam especificamente de um discurso de cura como uma espécie de panaceia brasileira que solucionaria o problema do vírus e da economia. Não associamos imediatamente a capacidade dos retuítes a um movimento de concordância ou aceitação dos fatos pelos seguidores do presidente no Twitter, uma vez que as mensagens podem ser compartilhadas por pessoas de fora do ecossistema bolsonarista, mas ao processo de disseminação de informações e, no caso estudado, de informações com discursos de cura.

Em termos de engajamento, um exemplo do potencial de viralização das mensagens com discursos de cura é o *post* do dia 25/03/2020, que tem 13,3 mil compartilhamentos, em que o presidente fala explicitamente sobre a cura da doença: “O tratamento da COVID-19, a base de Hidroxicloroquina e Azitromicina, tem se mostrado eficaz nos pacientes ora em tratamento. Nos próximos dias, tais resultados poderão ser apresentados ao público, trazendo o necessário ambiente de tranquilidade e serenidade ao Brasil e ao mundo”. A título de comparação da

viralização dessa mensagem, ela teve mais compartilhamentos do que o anúncio do auxílio emergencial pelo presidente no Twitter, feito no dia 01/04/2020, em que diz: “Sancionei o projeto que prevê auxílio emergencial de R\$ 600/mês p/ trabalhadores informais, autônomos, microempreendedores individuais e outros afetados pelos efeitos da pandemia de Covid-19 por 3 meses. Benefício atende até 2 membros da mesma família, podendo chegar a R\$ 1200”. A postagem teve apenas 6,8 mil retuítes.

Dentre os nossos resultados, também é possível apontar a estruturação dos discursos enquanto dotados de uma lógica interna que se repetiu ao longo dos dias, de modo a configurar uma repetição perseverante de um mesmo texto (MALINI *et al.*, 2020). No caso estudado, percebe-se que a palavra *cloroquina* esteve entre os assuntos mais compartilhados pelos seguidores do presidente nos dias 25/03/2020, 29/03/2020, 01/04/2020, 07/04/2020, 08/04/2020, 11/05/2020 e 18/07/2020, podendo ser essa entendida como a narrativa mais duradoura ao longo do período estudado.

A narrativa envolvendo a palavra “tratamento” foi evidenciada em três ocasiões. A primeira no dia 25/03/2020, o mesmo dia em que aparece o discurso da hidroxicloroquina. A segunda data em que o termo aparece nos tuítes mais compartilhados foi no dia 08/04/2020. E, por último, no dia 20/07/2020. É nesse sentido que entendemos a desinformação nas redes, a partir dos retuítes do perfil analisado, como resultado de uma narrativa que utilizava de fenômenos desinformativos para moldar um discurso para seus seguidores durante a condução da crise do coronavírus no Brasil.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo partiu da coleta de textos públicos postados na conta pessoal do Twitter do ex-presidente do Brasil publicados de janeiro a julho de 2020. Buscamos explorar como a comunicação sobre o coronavírus foi realizada, primeiro como parte de um projeto maior, o Observatório UFPE-Covid-19¹, e a partir dessa coleta prévia partimos para a investigação sobre as narrativas políticas instrumentalizadas por meio da rede social. É importante ressaltar que trabalhamos com a lógica de viralização das mensagens do presidente por meio do compartilhamento feito pelos usuários da rede social, o que direciona o entendimento para quais discursos foram

¹ Plataforma disponível em: <https://www.ufpe.br/observatorio-covid-19>. Acesso em 02 fev. 2023.

mais vistos, compartilhados e reproduzidos nesse ambiente e, consequentemente, fora das redes.

É justamente o período de sete meses que coincide com as declarações de Jair Bolsonaro nas quais critica as medidas de isolamento social, indica a cloroquina como cura para o vírus e equipara a perda de vidas e empregos ao combate à pandemia. Entre os pontos que podemos destacar, é interessante notar que: 1) as narrativas encontradas na *timeline* discursiva foram construídas de maneira a minimizar a pandemia e enfrentar a situação por meio de uma disputa política. Ao compreender a nossa investigação como uma construção cronológica de um léxico comum que foi compartilhado milhares de vezes por usuários do Twitter, é possível estabelecer um fio condutor da narrativa em que as disputas de sentido têm o efeito de: (1) associar a hidroxicloroquina à cura; (2) vincular a crise sanitária a uma questão política; (3) retirar do governo federal o ônus da atuação na crise; e (4) construir uma narrativa que teve impacto direto na conversação e na replicação de desinformação.

Assim, nossa contribuição consistiu em verificar como se deu a comunicação oficial do presidente em relação ao coronavírus enquanto um ato institucional. Ademais, uma vez que não está estanque a discussão sobre suas publicações serem ou não atos de ofício, deve-se atentar que elas atuaram em consonância com outras áreas do governo para a manutenção de uma narrativa anticientífica, no que se revelou uma comunicação absolutamente orientada para o uso de cloroquina e contra o isolamento social.

Nesse sentido, é possível dizer que houve um enfrentamento ao vírus de forma política, para manter uma narrativa favorável ao governo e que culminou na viralização de desinformação intencional sobre a covid-19. Logo, se confirmada a tendência do Judiciário em admitir como realidade a governabilidade virtual, no caso de autoridades, as responsabilidades do presidente quanto à pandemia deveriam ser questionadas.

Por fim, enfatiza-se que, até pela natureza manual da coleta, a percepção sobre desinformação no Twitter do presidente apresenta algumas limitações, não em termos de conteúdo (explorado nas tabelas acima), mas em termos de alcance. É possível que outros tipos de coletas de dados (com uso de softwares) indiquem um impacto mais amplo da desinformação junto a seus públicos, o que pode contribuir, no futuro, para se compreender a extensão da pandemia da covid-19 no Brasil, suas implicações sociais, econômicas e políticas. Em conclusão, a erosão democrática no

Brasil pode ser entendida também por meio do uso das redes sociais; neste quesito a nossa contribuição passa pela interdisciplinaridade no entendimento entre a Ciência Política e a Comunicação sobre os discursos virtuais e suas incidências na esfera pública.

SOBRE OS AUTORES

Carolina Dantas de Figueiredo: Professora do Departamento de Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Doutora em Comunicação Social pela UFPE. Mestre em Sociologia pela UFPE. Possui graduação em Jornalismo pela UFPE e graduação em Administração de Empresas pela Universidade de Pernambuco. Atualmente realiza pesquisas em redes sociais digitais, desinformação, movimentos sociais e ciberativismo.

Otávio Temoteo de Oliveira Neto: Mestrando em Comunicação pela Universidade Federal do Maranhão. Graduado em Comunicação Social com habilitação em Rádio, TV e Internet pela UFPE. Participou do Observatório da Covid-19 da UFPE. Atualmente realiza pesquisas em redes sociais digitais e política.

REFERÊNCIAS

1. ANGELO, Tiago. Presidente não pode bloquear perfis discordantes nas redes, diz Marco Aurélio. Consultor Jurídico, 13 nov. 2020. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2020-nov-13/presidente-nao-bloquear-perfis-redes-marco-aurelio>. Acesso em: 02 dez. 2020.
2. BOLSONARO, Jair M. [Perfil do Twitter]. © 2023. @jairbolsonaro. Disponível em: <https://twitter.com/jairbolsonaro>. Acesso em: 13 abr. 2023.
3. BOLSONARO tem direito de bloquear seguidores no Twitter, defende Aras. Poder 360, 06 nov. 2020. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/justica/bolsonaro-tem-direito-de-bloquear-seguidores-no-twitter-defende-aras/>. Acesso em: 03 dez. 2020.
4. BRASIL. Ministério Público Federal. Mandado de Segurança nº 36.648. Brasília, 5 nov. 2019. Disponível em: <https://static.poder360.com.br/2019/11/twitter-bolsonaro.pdf>. Acesso em: 22 abr. 2023.
5. BRÍGIDO, Carolina. Alexandre de Moraes definirá destino de inquérito das fake news neste mês. Uol, 04 jan. 2023. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/colunas/carolina-brigido/2023/01/04/alexandre-de-moraes-definira-destino-de-inquerito-das-fake-news-neste-mes.html>. Acesso em 25 jan. 2023.
6. CARVALHO, Eleonora Magalhães. Financiamento da mídia no Brasil na era PT. E-Compós, v. 23, 01 abr. 2020. DOI: <https://doi.org/10.30962/ec.1999>
7. EM NOVE MESES, Bolsonaro cometeu 299 ataques ao jornalismo. Fenaj, 14 out. 2020. Disponível em: <https://fenaj.org.br/nove-meses-bolsonaro-299-ataques/>. Acesso em: 09 fev. 2021.
8. FALCÃO, Márcio; VIVAS, Fernanda. No plenário virtual, Carmen Lucia vota contra o bloqueio de usuários por Bolsonaro em rede social. G1, 27 nov. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/11/27/carmen-lucia-defende-em-voto-que-bolsonaro-nao-pode-bloquear-usuarios-em-rede-social.ghml/>. Acesso em: 03 dez. 2020.
9. FECHINE, Yvana. Retórica da desinformação: acompanhamento das postagens de Bolsonaro sobre a pandemia de covid-19 no Facebook. Rádio Paulo Freire, 04 out. 2020. Disponível em: <https://sites.ufpe.br/rpf/2020/10/04/retorica-da-desinformacao/>. Acesso em: 04 jan. 2021.
10. FIGUEIREDO, Carolina. Só uma gripezinha: técnicas de desinformação no Twitter de Jair Bolsonaro durante os meses iniciais da crise do coronavírus no Brasil. No prelo.
11. FORÇA DA NARRATIVA de Bolsonaro sobre covid-19 indica que tormento não vai passar tão cedo. Folha de S. Paulo, 28 out. 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2020/10/forca-da-narrativa-de-bolsonaro-sobre-covid-19-indica-que-tormento-nao-vai-passar-tao-cedo.html>. Acesso em: 07 fev. 2021.
12. GIELOW, Igor. Para 46%, Doria fez mais que Bolsonaro contra a covid-19, diz Datafolha. Folha de S. Paulo, 24 jan. 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2021/01/para-46-doria-faz-mais-que-bolsonaro-contra-covid-19-diz-datafolha.html>. Acesso em: 08 jan. 2021.
13. HABERMAS, Jürgen. Mudança estrutural da esfera pública: investigações sobre uma categoria da sociedade burguesa. São Paulo: Unesp, 2014.
14. MAIA, Gustavo. Bolsonaro vai convidar todos os governadores para evento sobre vacinação sobre vacinação. O Globo, 14 jan. 2021. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/sociedade/bolsonaro-vai-convidar-todos-os-governadores-para-evento-sobre-vacinacao-no-planalto-24838506>. Acesso em: 10 jan. 2023.
15. MALINI, Fabio. O vírus e o negacionismo. Laboratório de Estudo sobre Imagem e Ciberultura, 01 set. 2020. Disponível em: <http://www.labic.net/cartografia/o-virus-e-o-negacionismo-o-sentimento-anti-china-na-origem-do-discurso-negacionista-sobre-covid-19>. Acesso em: 15 jan. 2023.
16. MALINI, Fabio. Narrativas compartilhadas por hashtags: o fenômeno no Brasil e as suas implicações na produção da verdade. Revista Lugar Comum, v. 3, p. 85-105, 2010. Disponível em: <https://revistas.ufrj.br/index.php/lc/article/view/52614/28751>. Acesso em: 23 jan. 2023.

17. MALINI, Fabio et al. Medo, infodemia e desinformação: timeline dos discursos sobre coronavírus nas redes sociais. *Revista UFG*, v. 20, n. 26, 31 dez. 2020. Disponível em: <https://www.revistas.ufg.br/revistaufg/article/view/66593>. Acesso em: 10 dez. 2022.
18. NUNES, Raul. Atores e práticas ciberativistas no Brasil: o esboço de uma história cyberactivist. In: *COMPOLÍTICA*, 8., 2019, Brasília. Anais do VIII Compolítica. Brasília: UnB, 2019. Disponível em: http://ctpol.unb.br/compolitica2019/GT5/gt5_Nunes.pdf. Acesso em: 12 jan. 2023.
19. OLIVEIRA, Marina. Ataques de Bolsonaro à imprensa causam preocupação, dizem procuradores. *Congresso em Foco*, 29 jan. 2021. Disponível em: <https://congressoemfoco.uol.com.br/justica/ataques-de-bolsonaro-a-imprensa-causam-preocupacao-dizem-procuradores>. Acesso em: 07 jan. 2023.
20. ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE (OPAS). Comunicação de risco e engajamento comunitário. Brasília, 2020. Disponível em: <https://iris.paho.org/handle/10665.2/51935>. Acesso em: 25 jan. 2023.
21. PASSOS, Mariana; PIRES, Teresinha. Narrativas políticas em disputa no Twitter: a (des) construção da imagem pública de Lula no contexto da crise política brasileira de 2016. *Intercom*, v. 42, n. 3, p. 179-200, 2019. DOI: <https://doi.org/10.1590/1809-5844201939>
22. RECUERO, Raquel. *Redes sociais na internet*. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2009.
23. RECUERO, Raquel; BASTOS, Marco; ZAGO, Gabriela. *Análise de redes para mídia social*. Porto Alegre: Sulina, 2018.
24. RODRIGUES, Mateus; NETTO, Vladimir. Coronavírus: governo diz que trará todos os brasileiros que quiserem sair de Wuhan, na China. *G1*, 02 fev. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/02/02/coronavirus-brasil-trara-todos-os-brasileiros-que-quiserem-sair-de-wuhan-na-china-diz-defesa.ghtml>. Acesso em: 13 jan. 2021.
25. ROSSETTO, Graça; CARREIRO, Rodrigo; ALMADA, Maria Paula. Twitter e comunicação política: limites e possibilidades. *Compolítica*, v. 3, n. 2, p. 189-216, 22 dez. 2013. DOI: <https://doi.org/10.21878/compolitica.2013.3.2.49>
26. VALENTE, Jonas C. L. Regulando desinformação e fake news: um panorama internacional das respostas ao problema. *Comunicação Pública*, v. 14, n. 27, 2019. DOI: <https://doi.org/10.4000/cp.5262>
27. VALLONE, Giuliana. Inspirado nos EUA, Bolsonaro adota tática de troll: testar limites para ganhar visibilidade, diz filósofo. *BBC*, 22 fev. 2020. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-51511316>. Acesso em: 08 dez. 2022.

Submissão em 31 de janeiro de 2023.

Aceito em 18 de fevereiro de 2023.

