

A Fiocruz no X: desconfiância e disputa de autoridade entre novos enunciadores na pandemia de covid-19¹

Letícia GOMES Santana²

Allan de GOUVÊA Pereira³

Kátia LERNER⁴

Fundação Oswaldo Cruz – Fiocruz

Universidade do Estado do Rio de Janeiro – Uerj

Resumo

Este artigo apresenta resultados parciais de um projeto de iniciação científica, que investiga a construção de sentidos sobre a Fiocruz no X (antigo Twitter), durante a pandemia de covid-19. A pesquisa parte do pressuposto de que a autoridade da ciência tem sido tensionada por novos atores sociais em espaços digitais, especialmente em contextos de crise. Com base nas teorias da midiaticização e nos Estudos Sociais da Ciência e Tecnologia, foram analisados 177 *posts* publicados em dois períodos-chave: a chegada do coronavírus ao Brasil e o início da vacinação. Os dados indicam que, embora a Fiocruz tenha sido majoritariamente associada à confiabilidade científica, também foi alvo de críticas, especialmente no segundo período. Observa-se, assim, um cenário marcado por disputas de sentidos entre atores institucionais e perfis diversos, em que a ciência, a política e a comunicação se entrelaçam.

Palavra-chave: Fiocruz; mídias digitais; covid-19; confiança; autoridade.

Introdução

A iniciativa de pesquisa descrita neste artigo faz parte de um projeto maior, intitulado “Fiocruz nas mídias: confiança e autoridade de uma instituição de ciência e saúde na pandemia de Covid-19”, cujo objetivo é compreender a construção midiática da Fiocruz ao longo da crise sanitária. Esse estudo é desenvolvido em articulação com o projeto “O tempo presente na Fiocruz: ciência e saúde no enfrentamento da pandemia de Covid-19”, conduzido pela Casa de Oswaldo Cruz (COC), da Fiocruz.

¹ Trabalho apresentado na IJ06 – Comunicação e Interfaces, da Intercom Júnior – 21ª Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante do 5º período do curso de Jornalismo da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (Uerj). Bolsista de Iniciação Científica da Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz), com financiamento do CNPq. E-mail: gomessantanaleticia9@gmail.com.

³ Orientador do trabalho. Doutor em Informação e Comunicação em Saúde pelo PPGICS/Icict/Fiocruz, onde realiza estágio pós-doutoral. Professor adjunto do Departamento de Jornalismo da Uerj. E-mail: allan.gouvea@fiocruz.br.

⁴ Orientadora do trabalho. Doutora em Antropologia Social pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), professora do PPGICS/Icict/Fiocruz. E-mail: katia.lerner@fiocruz.br.

Como parte da pesquisa “Fiocruz nas mídias”, a apresentação deste *paper* parte de questões semelhantes, a exemplo da ideia de que, na contemporaneidade, a ciência precisa transpor fronteiras para alcançar legitimação social; além da noção de que a construção da confiança em instituições de ciência e saúde tem sido atravessada pelo debate público estabelecido nas redes sociais digitais, especialmente, a partir da pandemia de covid-19.

Esse texto apresenta, então, os resultados parciais do projeto de iniciação científica “Fiocruz nas mídias digitais: (des)confiança e autoridade de uma instituição de ciência e saúde entre novos enunciadores na pandemia de Covid-19”. Tal projeto nasce da necessidade de compreensão da proeminência de novos enunciadores sobre ciência e saúde, que ganharam espaço nas redes sociais digitais. Verificamos que as instituições e os sujeitos que fazem a ciência concorrem na disputa de sentidos para que seus enunciados se tornem estáveis e a população seja receptiva no tocante às suas recomendações.

O cenário comunicacional mundial passou por diversas transformações, com o avanço do fluxo de informações em decorrência das mídias digitais, que estabeleceram um ambiente amplo e instantâneo de compartilhamento. Com isso, aqueles espaços antes restritos às instituições midiáticas tradicionais ou aos órgãos oficiais perderam parte do seu lugar simbólico, dando brecha para novos atores. Particularmente no cenário de pandemia, a Fiocruz assumiu um protagonismo simbólico e material, principalmente por ser uma instituição tradicional de ciência e saúde, a partir da qual relações de (des)confiança, resistência e persuasão compuseram o debate por parte da sociedade, sobretudo em relação à produção científica e tecnológica em saúde.

Considerando esse complexo ambiente midiático, são construídos em tempo real os temas mais discutidos na atualidade, incluindo as chamadas “*fake news*”, o negacionismo, as teorias da conspiração e demais discursos dissonantes relativos à produção da ciência; assim, os modos de fazer pesquisa passaram a considerar, de forma mais notória, a dimensão comunicacional.

O objetivo dessa pesquisa é, assim, analisar a produção de sentidos sobre a Fiocruz no ambiente digital, durante a pandemia de covid-19. Para isso, adotamos como referencial as teorias da mediatização e dos Estudos Sociais da Ciência e Tecnologia

(ESCT), com o intuito de entender como as mídias digitais têm configurado um novo modelo no qual a expertise da ciência e sua autoridade são frequentemente questionadas, por meio da criação de novos operadores discursivos.

Uma nova dimensão midiática para a ciência e a saúde

O cenário construído abriu diversos debates entre pesquisadores, autoridades e produtores de conhecimento, de como a intensificação do processo de midiatização tem influenciado o debate público. De acordo com Muniz Sodré, um dos grandes teóricos da comunicação brasileira, a midiatização designa:

uma qualificação particular da vida, um novo modo de presença do sujeito no mundo ou, pensando-se na qualificação aristotélica das formas de vida, um bios específico. Em sua ética a Nicômaco, Aristóteles concebe três formas de existência humana (bios) na Pólis: bios *theoretikos* (vida contemplativa), bios *politikos* (vida política) e bios *apolaustikos* (vida prazerosa). A midiatização pode ser pensada como um novo bios, uma espécie de quarta esfera existencial, como uma qualificação própria (uma ‘tecnocultura’), historicamente justificada pelo imperativo de redefinição do espaço público burguês (SODRÉ, 2006, p. 22).

O conceito de midiatização se refere ao processo pelo qual os meios de comunicação intensificam a sua influência e moldam diversos setores da sociedade, incluindo a ciência e a tecnologia. Por isso, entendemos que essa análise envolve um contexto mais geral do mundo atual, que torna mais próximas as fronteiras entre ciência, participação social e política. Vivemos na era da pós-verdade, palavra do ano de 2016 eleita pelo dicionário Oxford⁵, que a define como “as circunstâncias em que os fatos objetivos são menos influentes em formar a opinião pública do que os apelos à emoção e à crença pessoal”. Logo, as referidas fronteiras se misturam, e o crescimento das redes sociais digitais criou um espaço fértil para o aumento de negacionismos, teorias conspiratórias e desinformação que desafiam os consensos científicos.

Por sua vez, o campo dos ESCT pensa as consequências epistemológicas e políticas ao analisar a constituição das fronteiras entre ciência e tecnologia, entendendo como inserir a participação popular sem dissolver a credibilidade da autoridade científica.

⁵ Disponível em: <https://languages.oup.com/word-of-the-year/2016/>. Acesso em: 20 jun. 2025.

A era da pós-verdade representaria a culminância dessa percepção social sobre as relações entre ciência e poder. No lugar de assinalar a falência da capacidade da opinião pública de se orientar pelos fatos científicos, o momento indicaria a dificuldade de estabilização da autoridade epistêmica tradicional dos experts decorrente do fato de um número crescente de atores sociais, tomando para si a perspectiva simétrica, passarem a reivindicar legitimidade científica para as suas próprias teorias e hipóteses (LOPES *et al.*, 2023, p. 93).

As redes sociais digitais se constituem como um espaço livre das amarras de cientificidades, por isso as teorias dissonantes que se proliferam nas redes não precisam de um método científico para serem acreditadas, dando possibilidades para que cada indivíduo possa disseminar “a sua verdade”, sem um processo científico baseado na empiria. Com isso, a autoridade científica passa a ser questionada, por causa do extenso volume de informações disseminadas, com grande influência de políticos extremistas e ideologias partidárias.

Metodologia

O processo de coleta de dados para esta pesquisa foi feito manualmente por meio do sistema de busca avançada do X (antigo *Twitter*), com a posterior captura de tela de todos os resultados obtidos com os descritores “Fiocruz” e “Fundação Oswaldo Cruz”. Depois, os dados de cada *post* (data, perfis, tema, presença de *links* e imagens, interações etc.) foram tabulados com o intuito de favorecer a visualização e a sistematização. O *corpus* de análise deste trabalho engloba, ao todo, 177 *tweets*.

A escolha do X se deu por conta de sua relevância no ecossistema midiático, principalmente no contexto pandêmico, como um dos principais espaços de circulação de informação na internet. Muitos dos enunciados produzidos no X apresentam teor político, em largo sentido, e alimentam o debate público contemporâneo, podendo se estender, inclusive, para outras redes. No Brasil, de acordo com a Forbes (2024), cerca de 10% da população está nessa rede social digital e, considerando o viés político e social que o país tem vivido, mapear e analisar os *posts* feitos nesse período pode permitir entender parte da dinâmica comunicacional atual.

Este artigo reúne, como dissemos, resultados parciais. Por isso, como a pesquisa ainda está em andamento e em virtude dos limites estabelecidos, foram selecionados para esse trabalho dois períodos de análise específicos: (1) **a eclosão do evento**,

contemplando o momento inicial da pandemia e sua chegada ao país (fevereiro a abril de 2020); e (2) **o protagonismo da Fiocruz**, compreendendo o período imediatamente anterior e o início da vacinação (dezembro de 2020, janeiro e fevereiro de 2021).

A partir desse material, fizemos uma análise qualitativa, procurando verificar se a credibilidade da Fundação foi reforçada ou questionada; e como a opinião pública tratou questões referentes à instituição e suas eventuais consequências. O material coletado mostrou como as informações sobre a pandemia e assuntos relacionados foram disseminados, a partir das influências do momento político que o país vivia, assim foi possível identificar os principais temas referentes à Fiocruz nas mídias digitais em relação à distribuição temporal dos períodos selecionados, reconhecer as principais vozes e entender os posicionamentos políticos dos mesmos.

Os enunciados sobre a Fiocruz no X

Apesar de os perfis da Fiocruz no X não serem nosso foco de investigação, iniciamos a pesquisa por meio da identificação de sua presença nesta plataforma. Até novembro de 2024, a instituição tinha mais de 150 mil seguidores na conta principal @fiocruz e mais de 270 mil seguidores na página @agencia_fiocruz, que é o perfil oficial da Agência Fiocruz de Notícias. Trata-se de números significativos para essa plataforma.

Depois, ao utilizar a funcionalidade de busca simples, privilegiando os *posts* datados entre 2020 e 2021, em caráter exploratório, notou-se uma forte ênfase no viés político, incluindo críticas ao governo federal pela gestão da pandemia e, em alguns casos, diretamente à Fiocruz. Os autores desses discursos eram, em geral, políticos mais ligados à esquerda ou à direita, que disputavam as narrativas sobre o enfrentamento da pandemia.

Adentrado a pesquisa propriamente dita, no primeiro período (a eclosão do evento, de fevereiro a abril de 2020), foram encontrados 38 *posts* sobre a Fiocruz, sendo que o mês de março se destacou com a maior parte deles (28, ao todo); possivelmente, porque foi quando a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou a covid-19 como um caso de emergência de saúde pública de importância internacional. A chegada do coronavírus ao Brasil, de acordo com as buscas feitas na rede social, nessa época, gerou

um clima de incerteza e dúvida entre a população, porque ainda não havia muitas informações científicas divulgadas. Esse momento criou um solo fértil para a disseminação de informações sem embasamento científico nas redes sociais digitais; por isso, vários *posts* colocaram a Fiocruz como uma instituição que fornece informações confiáveis.

Figura 1 – *Posts* do período 1 que destacam a atuação da Fiocruz



Fonte: reprodução/X.

Através das pesquisas, observamos *tweets* que versavam a respeito das ações da instituição, dos avanços e das pesquisas. Parte significativa dos enunciadores foram veículos jornalísticos, perfis políticos e civis. Esses três meses foram os primeiros de um momento que duraria mais do que se imaginava inicialmente. Em abril de 2020, o Brasil adotou o uso de máscaras e começaram as orientações do distanciamento social, cujas medidas foram amplamente defendidas por instituições como a Fiocruz.

Tudo isso contribui para o que Muniz Sodré (2006) chama de *medium*, que ele definiria como um novo fluxo comunicacional, que tem o potencial da transformação da realidade vivida. Assim, novos enunciadores ganharam evidência nesse período, em que órgãos comunicacionais tradicionais estavam no processo de adaptação de seus fluxos informacionais, deixando uma abertura para a disseminação de conteúdos dissonantes.

Em março, a Fundação entregou os primeiros *kits* de diagnóstico molecular (RT-PCR), pouco antes de a OMS decretar a pandemia e o Brasil ter a sua primeira morte confirmada. Em função do acirramento da crise, a OMS passou a adotar o termo infodemia, que seria o excesso de informações veiculadas, dentre elas as falsas ou enganosas, em ambientes digitais ou físicos durante o surto da doença, que poderiam gerar comportamentos de risco à saúde.

A título de contextualização, ao fim do primeiro período de análise (abril de 2020), o Brasil já somava 805.380 mil casos da doença e 5.901 mil óbitos (Sanar, 2020). Desde o início da pandemia até hoje, cinco anos depois, o país acumula 39 milhões de casos e mais de 700 mil mortes. A pandemia teve “ondas de contaminação”, por causa das variantes mais infecciosas, e o governo do ex-presidente Jair Bolsonaro lidou com controvérsias no enfrentamento à doença. Em 6 de março, durante um pronunciamento, Bolsonaro afirmou que não havia motivos para pânico e que as recomendações dos especialistas eram as melhores medidas de proteção. No mesmo mês, a postura mudou, e ele disse em entrevista que ganhava do vírus de “goleada” e pediu elogios – tal resposta foi reprovada pela população, que respondeu com os “panelaços” em protesto contra a gestão. No fim do mesmo mês, mais um pronunciamento se destacou como um marco na pandemia, em que o presidente reduziu a doença a uma “gripezinha”, o que foi um grande argumento para discursos enganosos de apoiadores que questionavam as autoridades científicas.

Em abril, a Fiocruz foi designada como laboratório de referência no combate à covid-19 nas Américas pela Organização Mundial de Saúde (OMS). A produção de testes para o diagnóstico da doença e a confirmação dos casos pela Fiocruz foram abordada em diversos *posts* analisados nesse primeiro período. No mesmo ano em que a instituição completou 120 anos, ela exerceu um papel central no enfrentamento, com iniciativas como editais de fomento à pesquisa e transferência de tecnologia, a qual possibilitou, mais tarde, a produção de uma vacina 100% nacional; além da criação de testes rápidos.

A despeito dos pedidos encontrados no material empírico de confiabilidade nas informações disponibilizadas pela entidade, nesse primeiro período, não foram encontradas publicações que colocassem em xeque ou questionassem as recomendações científicas. Ao contrário, boa parte dos *posts* exaltaram o trabalho da instituição e suas recomendações.

Já no levantamento sobre o segundo período da pesquisa (dezembro de 2020 a fevereiro de 2021), foram coletados 139 *posts*. A maior concentração deles (84, ao todo, mais de 60%) ocorreu em janeiro de 2021, em razão do início da vacinação no Brasil, que se deu na semana do dia 17.

Dentre os perfis que publicaram ou republicaram informações, estão personalidades da política brasileira, órgãos públicos, organizações religiosas, portais jornalísticos e público em geral. Destacamos a forte presença de veículos de comunicação compartilhando notícias de seus portais no X, somando 68 *posts* desses veículos, ou seja, praticamente metade das publicações analisadas nesse período. Esses portais apresentam características diferentes entre si, seja em termos de abrangência (regional ou nacional), seja em relação ao perfil (se de notícias gerais ou de nichos específicos – meio ambiente, saúde etc.). Esse achado da pesquisa é interessante porque se verifica que, também no espaço digital, a aliança da ciência (representada pela Fiocruz) com o jornalismo, parece ter sido fortalecida ao longo da pandemia. Esse dado é relevante, à luz dos ESCT, porque se observa que os dois campos (jornalismo e ciência) assumiram uma disputa política no sentido de estabilizar sentidos e promover consensos em torno das formas de enfrentamento da pandemia.

Como já era esperado, 91 publicações versavam sobre o tema da vacinação. Em dezembro de 2020, foram abordados a liberação de R\$ 1,9 bilhão para a compra de vacinas pela Câmara dos Deputados e o pedido do Supremo Tribunal Federal (STF) à Fiocruz para reserva de vacinas, que depois foi negado pela segunda. Em janeiro de 2021, quando o tema atingiu o pico de alcance, estiveram em cena o envio do pedido de uso emergencial das vacinas do Butantan e do Fiocruz, além do imbróglgio relacionado à importação de doses do Instituto Serum, da Índia, e também dos atrasos do Insumo Farmacêutico Ativo (IFA) oriundo da China. De um modo geral, esses problemas ficaram mais atrelados ao governo federal, como identificamos também na análise das publicações jornalísticas, que integra o escopo de projeto de pesquisa âncora. Inicia-se, nesse mesmo mês, a aplicação das vacinas tanto da Coronavac quanto da Covishield, cujo uso emergencial foi aprovado pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), o que foi muito explorado pelos *tweets* (em especial dos perfis jornalísticos). Fevereiro de 2021, do ponto de vista temático das vacinas, ficou marcado pelas projeções da distribuição dos imunizantes, que precisaram ser revistas em decorrência dos atrasos na chegada do IFA.

Outros temas mais ordinários foram abordados nesse período acerca de estudos realizados pela Fundação, como a identificação de uma variante na Amazônia, os casos

de reinfecção, as pesquisas epidemiológicas, os posicionamentos da entidade e de seus pesquisadores para a manutenção das medidas sanitárias (distanciamento, máscaras etc.) mesmo após a vacinação, a produção de testes, e o lançamento de edital para a construção de um Complexo Industrial.

Algumas zonas de fricção foram mapeadas nesse cenário, como quando alguns perfis questionaram a eficácia das vacinas e o STF enviou um pedido de reserva de imunizantes para a Fiocruz. A utilização da expressão “vírus chinês” por algumas páginas também carrega o sentido de reforçar a associação da pandemia com o seu país de origem, estabelecendo uma forma de culpabilização ou de depreciar a imagem da China. A denúncia de que o governo Bolsonaro utilizou a Fiocruz para a produção de cloroquina foi recorrentemente explorada pelos usuários do X, intensificando as críticas ao presidente, que aparece nesses *posts* segurando uma caixa do medicamento. Por essa época, os estudos já apontavam para a ineficácia dessa substância para o tratamento da covid-19.

Figura 2 – *Posts* do X com críticas no Período 2.



Fonte: reprodução/X.

A partir da análise temática, do formato dos *posts* e dos tipos perfis ao longo dos dois períodos, nota-se uma comunicação efetiva da sociedade, que usa desse espaço digital como um ambiente para discussão e exposição de opiniões, e também como um lugar para divulgação e obtenção de informações oficiais.

Considerações finais

O objetivo da pesquisa foi analisar a relação das mídias digitais com a produção de sentidos, oriundos do debate público, já que as redes têm funcionado como um fórum aberto para a manifestação de ideias, informações e teorias. Essas plataformas são um ponto relevante da mediatização nos dias de hoje, e a atuação Fiocruz se mostra como um objeto de estudo que permite compreender como essa prática se dá, no tocante às relações entre mídia, ciência e saúde.

Conclui-se, até o momento, que a pandemia suscitou um debate político nas redes sociais digitais em decorrência do grande volume de opiniões, embasadas ou não, sobre a produção científica da instituição. A Fiocruz possui significativa relevância nas mídias digitais e tem protagonizado novas formas de comunicação que buscam a participação e legitimação popular.

A continuidade da pesquisa ainda analisará um terceiro período (maio a julho de 2021), no qual a Fiocruz esteve atrelada à polêmica, sendo criticada por causa dos atrasos na produção de imunizantes, além de outras questões. A ideia é, então, ampliar a comparação entre os períodos e, ainda, estender a análise para as interlocuções estabelecidas por meio de comentários e *retweets*; cujo processo empírico permitirá entender um pouco mais sobre o processo de circulação de sentidos acerca do tema.

Referências

FRANÇA, Vera. Alcance e variações do conceito de mediatização. In: FERREIRA, Jairo *et al.*. **Redes, sociedade e pólis**: recortes epistemológicos na mediatização. Santa Maria-rs: FACOS-UFSM, 2020, p. 23-43.

LOPES, Thiago da Costa; CERQUEIRA, Ede; KROPF, Simone Petraglia. Entre o técnico e o político: os estudos sociais da ciência e tecnologia e o debate sobre a expertise. **Revista de Estudios Brasileños**, v. 10, n. 21, 2023, p. 85-102.

PACETE. Mais que uma rede: Twitter foi queridinho da publicidade brasileira. **Forbes**, 31 ago. 2024. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-tech/2024/08/mais-que-uma-rede-twitter-foi-a-queridinha-da-publicidade-brasileira/>. Acesso em: 20 jun. 2025.

SANAR. Linha do tempo do Coronavírus no Brasil. **Sanar**, 19 mar. 2020. Disponível em: <https://sanarmed.com/linha-do-tempo-do-coronavirus-no-brasil/>. Acesso em: 20 jun. 2025.

SODRÉ, Muniz. Eticidade, campo comunicacional e mediatização. In: MORAES, Denis (org.). **Sociedade mediatizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006, p. 19-31.