



Impacto De Eventos Sociais E Políticos Na Circulação De Desinformação Sobre Covid-19 No Twitter¹

Luisa Andrade FERREIRA²

Ingrid Gonzaga LEAL³

Fábio Gomes GOVEIA⁴

Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, ES

RESUMO

Com a nova onda de Covid-19 no final de 2022, o tema voltou à tona na internet, o que levou à disseminação de informações falsas sobre o assunto. A presente pesquisa tem como objetivo analisar a desinformação associada ao coronavírus no Twitter e a flutuação do discurso e do número de publicações em relação a acontecimentos do Brasil. Ao coletar e investigar os tweets mais compartilhados entre novembro de 2022 e março de 2023 ligados à Covid-19, a pesquisa demonstra que a política da esfera real afeta o que é discutido no mundo virtual, como cita Beiguelman (2020).

PALAVRAS-CHAVE

Desinformação; Análise de redes sociais; Covid-19; Twitter; Imagens.

INTRODUÇÃO

Com o surto de Covid-19 no final de 2022, percebeu-se considerável aumento de publicações que abordavam tal assunto na internet. Diante disso, a desinformação associada ao coronavírus ganhou relevância nas plataformas, principalmente buscando convencer usuários da suposta ineficácia e insegurança das vacinas.

Essa tendência ressalta o avanço de manifestações políticas nas redes, consolidando-se online principalmente após o auge da pandemia, pois foi uma maneira fácil de interagir socialmente durante o isolamento social imposto pela doença. Apoiadores de teorias golpistas, por exemplo, adotaram a comunicação a partir de redes como Facebook, WhatsApp e Telegram, para, utilizando esse recurso em sua vantagem, articular a invasão do Congresso Nacional, do Palácio do Planalto e do Supremo Tribunal Federal em 8 de janeiro de 2023. Assim, estudar redes sociais para compreender fenômenos sociais, políticos ou

¹ Trabalho apresentado na IJ05 – Comunicação Multimídia do 26º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 1º a 3 de junho de 2023.

² Estudante de Graduação 3º. semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da UFES, email: luisaandrade1803@gmail.com

³ Estudante de Graduação 4º. semestre do Curso de Cinema e Audiovisual da UFES, email: ingrid.leal@edu.ufes.br

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da UFES, email: fabiogv@gmail.com



sanitários torna-se importante estratégia na Comunicação Social. A presente pesquisa situa-se neste contexto: entender como as redes influem o debate sobre vacina e como eventos políticos impactam a desinformação acerca de imunizantes.

A relação entre sociedade e o que está em alta online acontece há anos, provocando eventos como a Primavera Árabe e o movimento espanhol 15-M. Afinal, o debate público é guiado pelas imagens nas redes sociais (SOUZA, HONORATO, GOVEIA, 2019, p. 5), que são o principal espaço de construção e realização política (BEIGUELMAN, 2020, p. 65). Logo, o real e o virtual estão interligados em suas pautas e manifestações.

Diante disso, procura-se analisar como episódios da esfera real impactam a desinformação associada à pandemia no Twitter, considerando a modificação da politização com o tempo, hoje caracterizando-se por abordagem mais virtual e comunitária (BEIGUELMAN, 2020). Focando no discurso imagético e na quantidade de falsidades publicadas em determinados períodos, percebe-se que a desinformação segue a movimentação política.

METODOLOGIA

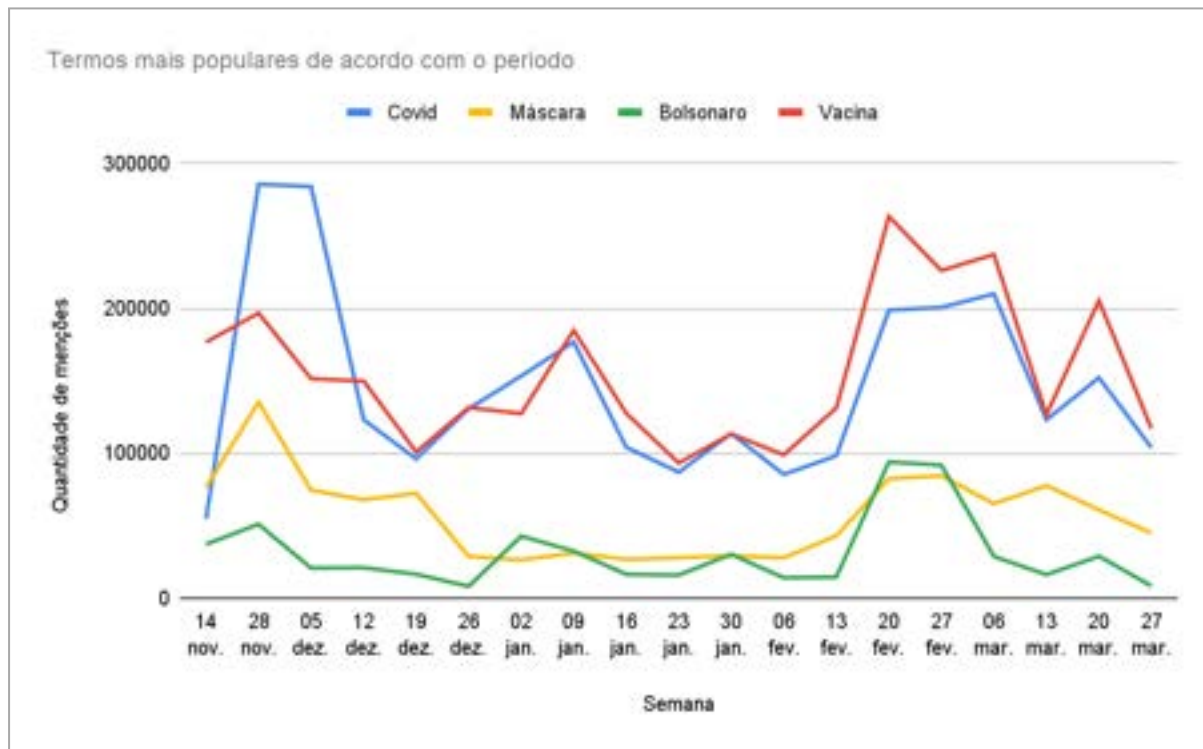
A metodologia da pesquisa consistiu em coletas semanais de todas as publicações no Twitter que continham algum dos seguintes termos de busca: “máscara”, “covid”, “sequela+covid”, “vacina” e “vacinação”. Os tweets foram coletados pelo script Ford, desenvolvido pelo Laboratório de Estudos sobre Imagens e Cibercultura (Labic/Ufes). Foram coletadas aproximadamente 122 mil imagens a partir de cerca de 5 milhões de tweets. Após a captura das mensagens, realizou-se a coleta das imagens dos tweets por meio do script WebCrawler, a partir da qual criaram-se redes de imagens pelo programa Gephi, realçando as relações entre as imagens mais populares. Também construiu-se a visualização de Pulsão de Imagens, criada pela linguagem JavaScript a partir da biblioteca D3.js (Data-Driven-Documents), permitindo ao pesquisador acessar os links dos tweets e analisar a popularidade da imagem com o passar do tempo.

ANÁLISE E DISCUSSÃO

No período analisado, diversos acontecimentos afetaram significativamente o número de desinformação no Twitter ligada à Covid-19. Isso porque movimentos políticos e sociais atualmente ligam-se obrigatoriamente às imagens-técnicas (FLUSSER, 2008). Diante disso, o

Gráfico 1 ilustra os picos e vales da discussão, mostrando a variação das menções de cada palavra associada ao coronavírus pelo tempo.

Gráfico 1: Palavras populares dentre os tweets selecionados pelo tempo.



Fonte: Elaborado pela autora (2023).

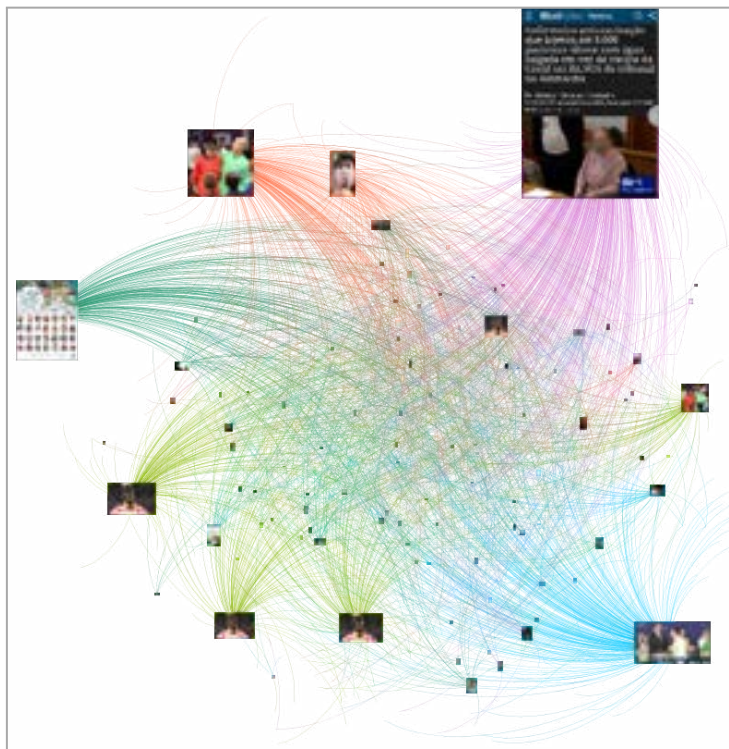
Observando o gráfico, percebe-se que, no início da análise, o termo “Covid” estava em alta durante duas semanas. Isso explica-se pelo avanço da doença em novembro, destacando a nova onda. Todavia, na semana de 12 de dezembro, o número de menções reduz, porque o choque relacionado à ascensão da doença havia passado e os casos, começaram a cair. Assim, referências sobre “Covid” ligaram-se às menções sobre “Vacina”, evidenciando o aumento da vacinação.

O volume de desinformação também alterou-se durante a Copa do Mundo de 2022, mas por outra razão: alienação do povo. Semelhante à política do pão e circo, a Copa tornou-se ferramenta de distração da população de problemas de saúde por meio da diversão. Entre 28 de novembro e 19 de dezembro, observa-se crescimento da palavra “Máscara” em relação ao próximo período, porque havia jogadores que usavam máscaras protetoras que evitavam lesões faciais. Logo, tweets com tal termo geralmente tratavam do campeonato –



como ilustra a Imagem 1 –, gerando maior montante de citações da palavra, majoritariamente na primeira semana de jogos, pois máscaras eram novidade. Tal desvio do uso do termo comprova que análises de redes sociais devem sempre considerar o contexto das informações.

Imagem 1: Rede de imagem criada no programa Gephi representando a associação entre as top 6 a top 10 imagens do Tweet ligadas à Covid-19 entre 05 e 12 de dezembro de 2022.⁵



Fonte: Elaborado pela autora (2023).

Entre 02 e 09 de fevereiro de 2023, observa-se que a mudança do presidente da República pautou crescimento de publicações com “Covid” e “Máscara”. No início do mandato de Luiz Inácio Lula da Silva, discutia-se sua posição sobre pandemia e vacinas, justificando o pico dos termos. Tal aumento associa-se à amplificação da desinformação relacionada ao presidente, ligando-o às mortes em sua primeira semana de governo e comparando-as com as ocorridas durante o mandato de Bolsonaro.

Ademais, evidencia-se que a mudança de governo influencia o montante e a popularidade de inverdades. No período do governo Bolsonaro, entre posts analisados, tweets

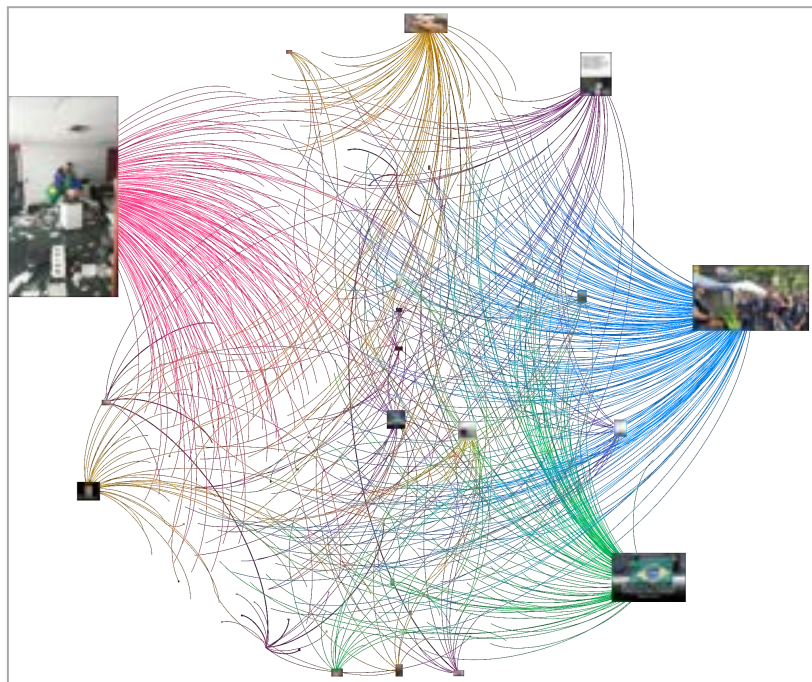
⁵ Para acessar a Pulsão de Imagens contendo todas as imagens deste período, acesse: http://labic.net/pulsao/?ic_12dez

com desinformação ligada ao coronavírus reinavam no Twitter. Contudo, no mandato de Lula, a desinformação reduziu drasticamente.

Nesse caso, publicações em destaque apresentavam discurso menos radical. Como os políticos apresentavam abordagens diferentes acerca da Covid-19, a troca da faixa presidencial simboliza a mudança na expressividade de inverdades. Como Bolsonaro disseminava desinformação, vários de seus seguidores o acompanhavam. Contudo, com Lula na presidência, a narrativa mudou, priorizando outro tipo de informação, contribuindo para a redução da enxurrada de desinformação.

Outrossim, na semana de 16 de janeiro, seguindo a invasão do Palácio do Planalto, do Congresso Nacional e do Supremo Tribunal Federal por radicais golpistas, o montante de tweets com falsidades atreladas ao coronavírus caiu drasticamente. Nesse período, a desinformação sobre a Covid-19 foi ofuscada por publicações relacionadas à ocupação – como consta na Imagem 2 –, demonstrando alteração de interesses de usuários que geralmente disseminavam inverdades. Assim, menções sobre “Máscara” e “Covid” caíram novamente.

Imagem 2: Rede de imagem criada no programa Gephi representando a associação entre as top 6 a top 10 imagens do Tweet ligadas à Covid-19 entre 09 e 16 de janeiro de 2023.⁶



⁶ Para acessar a Pulsão de Imagens contendo todas as imagens deste período, acesse: https://labic.net/pulsao/?ic_16jan



Fonte: Elaborado pela autora (2023).

Entre 23 de janeiro e 13 de fevereiro, percebe-se queda nas citações de “Máscara” e “Covid”, destacando o uso do Carnaval como distração, semelhante ao período da Copa. Ademais, houve aumento dessas palavras na semana seguinte, realçando o fim da festa e a preocupação com pandemia e contágio, após grande aglomeração.

O maior pico nas menções do termo “Bolsonaro” ocorreu na semana de 20 de fevereiro, graças à divulgação de seu cartão de vacinação. Nesse período, vazou nas redes que Bolsonaro havia vacinado-se contra o coronavírus em 2021, justificando crescimento da palavra “Vacina”. Quando isso deixou de ser novidade, o número de posts com o termo caiu novamente.

Tais análises comprovam que acontecimentos reais influenciam discussões online, causando flutuações na quantidade de publicações sobre determinado assunto. Ademais, percebe-se o poder da distração, moldando o tema e sua abordagem. O volume de posts, contudo, não foi a única variável afetada; pelo contrário, a argumentação foi um dos fatores mais modificados.

No governo Bolsonaro, a desinformação era mais aparente, outrossim, mais radical. Questionamentos sobre a vacina – argumentando que era arma biológica, por exemplo – dominavam a rede, acompanhando afirmações do ex-presidente. Todavia, com a posse de Lula, percebe-se redução de publicações radicais, substituídas por falsidades menos escandalosas: ao invés de afirmar que a vacina possui chip, passou-se a questionar sua eficácia. Logo, observa-se que a desinformação acompanha as ideologias do governante do momento.

Beiguelman explica tal tendência, apontando que a visualidade política e a produção simbólica atualmente não concentram-se no Estado, centralizando-se nas mídias sociais, jornais e televisão (BEIGUELMAN, 2020, p. 64). Assim, bolsonaristas aplicam estratégia virtual para disseminar crenças antivacina, podendo alcançar maior contingente em sua bolha. Afinal, a imagem é território de disputa, e a ideologia que domina as imagens populares torna-se a ideologia popular. Portanto, quanto à mudança de governo, o discurso online mais publicado transforma-se, seguindo os ideais do novo líder.



Tal tendência ratifica-se pela descoberta da vacinação de Bolsonaro⁷ contra o coronavírus. Quando comprovou-se sua imunização, tweets refletiram tal evento: posts mais compartilhados com “Vacina” tratavam de sua imunização, poucos continuando a difundir inverdades. Afinal, descobriu-se que uma pessoa que reprimia a vacinação no país rendeu-se ao recurso que repudiava. Outrossim, parte da população criticava e ria do acontecimento, auxiliando na queda de tweets com desinformação.

CONCLUSÃO

Diante das análises supracitadas, evidencia-se que política e internet estão conectadas, relacionando e influenciando-se a todo momento. A flutuação no discurso segundo eventos como a Copa e a vacinação de Bolsonaro, além da variação do número de publicações, principalmente após a posse de Lula, confirmam tal tendência. Tópicos abordados na internet refletem a esfera real, e discussões advindas das redes pautam mudanças na sociedade física – afinal, as redes constroem e moldam a política (BEIGUELMAN, 2020; SOUZA, HONORATO, GOVEIA, 2019). Logo, a desinformação associada à Covid-19 no Twitter pode gerar consequências reais na comunidade, semelhante à maneira que episódios influenciaram o compartilhamento de desinformação.

REFERÊNCIAS

- À CNN, ministro da CGU confirma registro de vacinação de Bolsonaro contra Covid. CNN, 17 jan. 2023. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/politica/a-cnn-ministro-da-cgu-confirma-registro-de-vacinacao-de-bolsonaro-contr-covid/>>. Acesso em: 12 abr. 2023.
- BEIGUELMAN, Giselle. **Políticas da Imagem: Vigilância e resistência na dadosfera**. São Paulo: Ubu Editora, 2020.
- FLUSSER, Vilém. **O universo das imagens técnicas: elogio da superficialidade**. São Paulo: Annablume, 2008.
- SOUZA, Tasso Gasparini; Johanna Inácia HONORATO; Fábio Gomes GOVEIA. **#ShowdoPavão e Flusser: as imagens-técnicas na era da pós-verdade**. 2019. Artigo (Graduação em Jornalismo) – Comunicação Social, Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, 2019. Disponível em: <<https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-1830-1.pdf>>.

7

<https://www.cnnbrasil.com.br/politica/a-cnn-ministro-da-cgu-confirma-registro-de-vacinacao-de-bolsonaro-contr-covid/>