



Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
20º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte – Boa Vista/RR – 14 a 16/06/2023

## **Pandemia e Twitter: Análise dos Comentários nas publicações do ex-presidente Jair Bolsonaro sobre Covid-19<sup>1</sup>**

Eliane Guimarães PEREIRA<sup>2</sup>

Edileuson Santos ALMEIDA<sup>3</sup>

Universidade Federal de Roraima, Boa Vista, RR

### **RESUMO**

O presente artigo trata da parte exploratória de pesquisa científica em andamento, com o objetivo de tratar sobre a forma como os usuários da plataforma twitter reagem e expõem suas opiniões nas publicações feitas pelo ex-presidente Jair Bolsonaro sobre a pandemia de covid-19. O trabalho visa estimular uma reflexão sobre a liberdade de expressão e opinião nas redes sociais digitais e pondera sobre a maneira de expor pontos de vista sem a necessidade de usar palavras ofensivas.

**PALAVRAS-CHAVE:** Rede Social; Twitter; Pandemia; Covid-19; Presidente Jair Bolsonaro

### **INTRODUÇÃO**

Esta pesquisa foi pensada de modo a compreender como o público ativo no twitter reage e expõe sua opinião nas postagens informativas sobre a pandemia de covid-19, feitas pelo ex-presidente Jair Bolsonaro na referida rede social.

As informações transmitidas por meio das redes sociais, a estrutura social e discursos políticos podem afetar a percepção que cada cidadão tem em relação a algo. Logo, indagarmos sobre os efeitos das publicações feitas por Jair Bolsonaro no twitter, também se torna de suma importância.

### **METODOLOGIA**

Para a elaboração desse trabalho foi utilizada a análise de conteúdo de Laurence Bardin (1977) com foco em dados descritivos, pois esta nos permite compreender os métodos utilizados durante o percurso da pesquisa. De acordo com Bardin (1977) a análise de conteúdo é um conjunto de ferramentas metodológicas relacionadas a discursos e conteúdos extremamente diversificados.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ01 – Jornalismo do 20º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte, realizado de 14 a 16 de junho de 2023, em Boa Vista, RR.

<sup>2</sup> Estudante de graduação do Curso de Jornalismo (UFRR), email: liliguimaraes16@gmail.com

<sup>3</sup> Professor de Jornalismo da UFRR, email: edileuson.almeida@ufr.br



Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
20º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte – Boa Vista/RR – 14 a 16/06/2023

Na primeira fase, foi realizada a coleta de dados no Twitter referente as postagens do Bolsonaro, com a ajuda da própria ferramenta de Busca Avançada<sup>4</sup> que a plataforma disponibiliza. A coleta foi feita apenas com as publicações que contêm as palavras **pandemia** e **vacina**.

## **REDES SOCIAIS**

“Uma rede social é compreendida como um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos) e suas conexões”. (Wasserman e Faust, 1994, Degenne e Forsé 1999, apud RECUERO, 2005, P.4). Para Cogo e Brignol, entendemos a definição de rede sendo um conjunto de nós interconectados. (COGO & DUTRA, 2011).

## **TWITTER: FERRAMENTA DE COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO**

Criada por Jack Dorsey, Evan Williams, Biz Stone e Noah Glass, em 2006, nos Estados Unidos, o Twitter, atualmente, é uma das plataformas com mais repercussão no mundo. A ideia de Dorsey de criar um serviço de *microblogging* foi baseada em SMS, em que o usuário enviava uma mensagem curta que seria transmitida para todos os amigos. Inicialmente foi intitulada “Status” e posteriormente mudada para “Twitter”, que significa, de acordo com o dicionário, “uma pequena explosão de informações inconsequentes” ou “assobios de pássaros”.

## **LIBERDADE DE EXPRESSÃO E LIBERDADE DE OPINIÃO**

A liberdade de expressão oferece ao indivíduo o direito de se manifestar livremente por meio da linguagem verbal, escrita, artística ou qualquer outra forma de estabelecer comunicação. De acordo com Branco (2009), a liberdade de expressão protege a opinião, convicção ou comentário sobre determinado assunto ou pessoa, sem considerar o grau de sua importância e se é de interesse público ou não. (BRANCO, 2009 Apud QUARESMA, 2010, P. 16).

Para Silva (2008), conforme Quaresma (2010), a liberdade de opinião é considerada o centro dos direitos das liberdades que nos são apresentadas, como exemplos temos a liberdade de comunicação, informação, expressão e religião, apenas a liberdade de pensamento não

---

<sup>4</sup> Ferramenta para encontrar tweets antigos ou específicos, possibilitando resultados para determinados períodos, pessoas, palavras, datas, frases exatas entre outros.



Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
20º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte – Boa Vista/RR – 14 a 16/06/2023

seria enquadrada como direito, em virtude de o autor considerar que, juridicamente, não é importante pois o que o indivíduo pensa, se não for expressado, permanecerá apenas no pensamento.

### **PANDEMIA DE COVID-19**

Em 31 de dezembro de 2019, a Organização Mundial da Saúde (OMS) foi alertada sobre uma sequência de casos de pessoas infectadas por uma doença incomum em Wuhan, na China. No total, mais de 660 milhões de pessoas no mundo foram infectadas pela covid-19, incluindo as mortes. No Brasil, até 31 de dezembro de 2022, foram registradas mais de 693 mil mortes.

### **POSICIONAMENTO DO EX-PRESIDENTE JAIR BOLSONARO**

A posição negacionista do Bolsonaro e sua ausência em tomadas de decisões favoráveis para o cuidado com a saúde da população deliberou aos líderes políticos dos estados brasileiros a responsabilidade que deveria ser assumida pelo ex-presidente do Brasil, atitude essa que também agravou demasiadamente a fragmentação da democracia durante um momento de extrema vulnerabilidade como a da pandemia de covid-19.

Além das falas, suas atitudes também demonstravam o desprezo pelas normas de segurança de saúde pública sugeridas pelas autoridades nacionais e internacionais, como por exemplo, evitar locais com aglomeração de pessoas e usar corretamente a máscara.

### **DESINFORMAÇÃO E FAKE NEWS NO TWITTER**

A desinformação é uma expressão que designa a ação de transmitir uma informação falsa ou que não esteja devidamente compreensível com o intuito de confundir o público e afastá-lo da veracidade. De acordo com Recuero et al (2021), a desinformação possui dois tópicos: enganoso e o fabricado. O primeiro é baseado em conteúdos verídicos, mas que contém elementos distorcidos, já o segundo compreende os conteúdos que são totalmente falsos.

A desinformação sobre a “cura” da covid-19 por meio desse remédio foi disseminado de forma abrangente nas redes sociais, e no twitter “tinha uma probabilidade quase três vezes



Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
20º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte – Boa Vista/RR – 14 a 16/06/2023

maior de ser repassado do que um link que contivesse algum conteúdo que desafiasse essa premissa" (RECUERO, 2021, p. 20).

## RESULTADOS OBTIDOS

A observação foi empreendida em dois períodos: julho a dezembro de 2020 (5 meses) e janeiro de 2021 a julho de 2022 (1 ano e 7 meses), totalizando 2 anos de coleta, considerando os meses que, durante os períodos, não obtiveram nenhuma publicação do Bolsonaro. Dessas publicações foram retirados os comentários para a análise. Dessa forma, o total de publicações com a palavra **pandemia** e os comentários nas mesmas, no período de julho a dezembro de 2020, foram de 10 mil e de 24,3 mil, respectivamente. Já no período de janeiro de 2021 a julho de 2022, foram 41 mil e 66 mil, na mesma ordem. Com relação às publicações que contêm a palavra **vacina**, no período de julho a dezembro de 2020, tivemos o total de 13 postagens do Bolsonaro e 89,2 mil comentários ao todo. De janeiro de 2021 a julho de 2022, foram mais 65 posts e 83.460 comentários dos usuários no geral.

O conteúdo das publicações informadas são em sua maioria voltadas à defesa da economia, ações e recursos do governo federal durante a crise sanitária. Selecionamos as postagens “informativas” com grande repercussão (mais de 10 mil comentários), conforme podemos verificar na tabela a seguir, na qual informa a data, o conteúdo, a quantidade de comentários, curtidas e retweets. Foram observados os primeiros 200 comentários feitos em cada uma dessas postagens; sendo essa a quantidade limitada pelo twitter para visualizar respostas em publicações com muito engajamento. Isto posto, ao todo, tivemos 600 comentários analisados. Por fim, foram feitos prints das respostas mais relevantes e realizada a interpretação dos dados coletados.

## CONCLUSÃO

O trabalho está na etapa de descrição e análise dos dados empíricos coletados. Os resultados preliminares mostram a influência e a capacidade de interferir na agenda social a partir de uma agenda política centrada na desinformação.

## REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.



Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
20º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte – Boa Vista/RR – 14 a 16/06/2023

COGO, D.; BRIGNOL, L. D. **Redes Sociais e os Estudos de Recepção na Internet**. Matrizes. v. 4. n. 2. 2011. p.75-92. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/38293>>. Acesso em: 28 de outubro de 2022.

**HISTÓRICO da Pandemia de COVID-19. Organização Pan-Americana de Saúde**. [s.d]. Disponível em: <<https://www.paho.org/pt/covid19/historico-da-pandemia-covid-19>>. Acesso em: 28 de dezembro de 2022.

QUARESMA, Gabriel Martinato. **A responsabilidade civil em blogs: colisão entre os direitos fundamentais de “liberdade de opinião” e “inviolabilidade dos direitos morais da personalidade”**. 2010. 58 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Faculdade de Direito, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. (coleção cibercultura), p. 191.

RECUERO, Raquel et al. **Desinformação, mídia social e COVID-19 no Brasil: relatórios, resultados e estratégias de combate**. 1 ed. Rio Grande do Sul: MIDIARS Grupo de Pesquisa em Mídia Discurso e Análise de Redes Sociais, 2021. 50 p. Disponível em: <<https://wp.ufpel.edu.br/midiars/files/2021/05/Desinformac%CC%A7a%CC%83o-covid-midiars-2021-1.pdf>>. Acesso em: 04 de janeiro de 2023.

ROSAS, João C. Mudanças e permanências na linguagem ideológica contemporânea. In \_\_\_\_\_. ROSAS, João, C.; FERREIRA, Rita. **Ideologias Políticas Contemporâneas**. Grupo Almedina (Portugal), 2013.

SILVA, Maurílio Luiz Hoffmann da. **O Twitter como Ferramenta de Comunicação da Cibercultura**. XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Caxias do Sul, RS, 2010. P. 15. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-1629-1.pdf>>. Acesso em: 12 de outubro de 2022.

ZAGO, Gabriela da Silva. **Dos Blogs aos Microblogs: Aspectos Históricos, Formatos e características**. Revista Interin. v. 9. n. 1, 2010. Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba. p 1-12. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/pdf/5044/504450762009.pdf>>. Acesso em: 10 de outubro de 2022.



Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
20º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte – Boa Vista/RR – 14 a 16/06/2023