

## **É só uma gripezinha: Analisando a repercussão do terceiro Pronunciamento Presidencial sobre a COVID-19 no Twitter<sup>1</sup>**

Lorenzo LEUCK<sup>2</sup>

Roberto TIETZMANN<sup>3</sup>

Pontifícia Universidade Católica, Porto Alegre, RS

### **RESUMO**

Esse artigo analisa como o terceiro pronunciamento presidencial sobre a pandemia de COVID-19 repercutiu no Twitter. O recorte metodológico empregado aqui revisita teorias de comunicação de massa, particularmente do paradigma estrutural funcionalista, a partir de técnicas e conceitos da Análise de Redes Sociais. A implementação desta metodologia possibilitou visualizar uma série de interseções entre grupos ideologicamente opostos, revelando como dinâmicas de polarização política, acirradas pelo discurso do presidente Jair Bolsonaro, comprometeram momentaneamente o debate público digital.

**PALAVRAS-CHAVE:** Comunicação digital, Mídias Sociais, Twitter, Big Data, pandemia de COVID-19

### **Introdução**

Quando da redação deste texto, em fins de setembro de 2020, o Brasil contabilizava mais de 140 mil mortos por conta da COVID-19 (G1, 2020a). A pandemia que definiu o ano de 2020 também foi marcada por uma disputa de espaço por discursos conflitantes em mídias sociais, opondo o discurso de cuidado a diversos matizes negacionistas manifestados ao longo de vários meses.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação e Cultura Digital, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestrando do programa de pós-graduação em comunicação social (PPGCOM) da Escola de Comunicação, Artes e Design - FAMECOS-PUCRS, e-mail: [lorenzo.leuck@edu.pucrs.br](mailto:lorenzo.leuck@edu.pucrs.br)

<sup>3</sup> Roberto Tietzmann é professor dos programas de pós-graduação em comunicação social (PPGCOM) e Letras (PPGL) da PUCRS, além de desenvolver pesquisas no DaVInt (Data Visualization and Interaction Lab) e coordenar o grupo de pesquisa ViDiCa – Cultura Digital Audiovisual. E-mail: [rietetz@pucrs.br](mailto:rietetz@pucrs.br)

---

Em janeiro de 2020, a mídia cobriu a proliferação do novo coronavírus no cenário internacional. Em seguida, o Ministério da Saúde realizou coletivas de imprensa e publicou boletins epidemiológicos sobre a COVID-19, doença causada pelo vírus (REIS, 2020). No dia 6 de fevereiro, o governo sanciona a Lei da Quarentena. O primeiro caso é confirmado pelo Ministério da Saúde no dia 26 de fevereiro. Um mês depois, o país registra 2.985 contágios e 77 mortes. Nesse momento, todas as projeções apontam para um alto número de infectados em um curto período de tempo (DE SOUSA JÚNIOR et al, 2020).

Diante da iminente calamidade sanitária, diversos Estados decretaram situação de emergência, impondo severas restrições para conter a alta proliferação do vírus. Dentre estas, o fechamento do comércio e o cessar de atividades em ambientes públicos (REIS, 2020; DE SOUSA JÚNIOR et al, 2020). Estas medidas estavam dentro da lei e seguiam orientações da Organização Mundial de Saúde (OMS), ainda assim trariam grandes dificuldades à população. O próprio Presidente da República clamava pela volta à normalidade afirmando que o dano econômico do isolamento social seria muito maior que o da pandemia de coronavírus (REIS, 2020).

Jair Bolsonaro repetidamente buscou diminuir a gravidade da pandemia em suas declarações (O GLOBO, 2020; ESTADÃO, 2020; UOL, 2020). Portanto, investiga-se aqui como o terceiro pronunciamento oficial, transmitido por todos os meios de comunicação do Brasil, chegou no âmbito digital, onde se debatia fervorosamente o tema.

De Souza Júnior (2020) afirma que as buscas sobre coronavírus na internet aumentaram muito durante esse estado de alerta. Dados disponibilizados pela ferramenta Google Trends confirmam esta tendência, em alta de março a abril de 2020 (GOOGLE TRENDS, 2020). Embora isso sinalizasse uma espécie de autocuidado por parte das pessoas, também podia ser um motivo de preocupação. O autor coloca nos seguintes termos: não existia medicamento, tratamento ou vacina específica para o vírus, a melhor forma de combate estava na prevenção. Assim, o controle da pandemia exigia uma população bem informada.

Garcia e Duarte (2020) apontam um obstáculo a este objetivo: a multiplicação de rumores e a manipulação de informações com intenção duvidosa. O que, segundo as autoras, pode trazer consequências desastrosas para indivíduos e comunidades.

---

## Revisitando as teorias da comunicação de massa

De acordo com DeFleur (1993), a habilidade de enviar mensagens instantâneas para milhões de pessoas se tornou tão familiar que passou a ser encarada com indiferença. Embora seja entendida como algo recente, John (2010) coloca que as redes de comunicação com tecnologias baseadas em eletricidade predatam o século XX, tendo seus antecessores no telégrafo e no telefone na segunda metade do XIX. DeFleur (1993), aponta uma origem mais remota à comunicação de massa. Após a invenção da imprensa, no século XVI, pequenos panfletos passam a ser distribuídos entre a elite educada dos impérios coloniais. A impressão foi se tornando mais rápida e eficiente. Porém, só com o declínio do regime feudal, e surgimento de novos conceitos como liberdade de expressão e direito ao voto, que isso se viabilizou (DEFLEUR, 1993).

Essa foi uma das mudanças mais expressivas da sociedade ocidental. Através dela foi instaurada a tradição do jornalismo que, aliada à implementação de sistemas públicos de ensino, em meados do século XIX, possibilitaram jornais para as “pessoas comuns”, ampliando muito o debate público (DEFLEUR, 1993). Ao contrário do que se pode imaginar, a invenção do rádio, da televisão e do filme geraram pouca participação política, se comparados ao da imprensa nascente. Na verdade, a proliferação destes meios pode muito bem ter causado o efeito oposto.

A grande mídia detinha uma força de persuasão incomparável. Ao longo dos conflitos do século XX foi encarada como uma ferramenta capaz de “moldar a opinião pública e inclinar as massas para quase qualquer ponto de vista desejado pelo comunicador” (DEFLEUR, 1993, p.98). A reação crítica a essa crescente influência foi marcante, associando aos veículos de comunicação de massa, principalmente à televisão, uma imagem negativa. Ainda assim, o autor levanta um contraponto. Os veículos de massa não são inertes à estruturas políticas, sistemas econômicos e cenários histórico-culturais onde estão situados. Consequentemente, a forma como se produz, distribui e consome mídia em uma democracia de livre iniciativa é diferente ao que seria uma ditadura totalitária.

DeFleur (1993) aponta que a contínua evolução dos meios de comunicação de massa vai além da inovação tecnológica. Já que esta também se dá por períodos de adaptação entre costumes do passado e padrões sociais do futuro. O autor inclusive

---

afirmava, em meados da década de 1960, que a iminente transição à era dos computadores não iria suplantará os veículos de massa, mas sim remodelá-los e prolongá-los.

O paradigma mais adequado para estudar esse processo é o Funcionalismo Estrutural, ou simplesmente Funcionalismo. Nele reside a ideia de que o modo como a sociedade se organiza detém sua fonte de estabilidade. O Funcionalismo trabalha com o conceito de sistema social, abstração empiricamente verificável de comportamentos que podem contribuir ou romper com o meio em que estão inseridos (DEFLEUR, 1993, p.81).

A partir de ferramentas de coleta, processamento e análise de dados de mídias sociais, é possível utilizar este paradigma de forma muito mais ampla. No entanto, para isso é preciso de outro referencial teórico.

### **Implementando a análise de redes sociais**

Segundo Ugarte (2007), redes começam a ser estudadas como objetos matemáticos a partir da teoria dos grafos de Leonard Euler (1736), que representa estruturas conectadas a partir de métricas e algoritmos (RECUERO et al, 2015). Silva (2012) aponta que ao longo do século XX, o estudo das redes complexas foi desenvolvido por físicos e matemáticos a fim de entender uma série de fenômenos naturais.

Aguiar (apud Silva e Stabile, 2016) resume a trajetória da Análise de Redes Sociais (ARS) em quatro fases. A primeira concerne teorias de viés estrutural funcionalista que analisavam agrupamentos urbanos. Na década de 1960, o limite dessas teorias era estipulado em contextos muito maiores. De acordo com Watts (2009), havia uma hipótese não resolvida na comunidade sociológica da época, na qual se postulava que qualquer pessoa podia ser contatada através de uma rede de amigos em apenas alguns passos. Silva e Stabile (2016) descrevem que o famoso experimento de Stanley Milgram, presente no artigo “The Small-World Problem”, comprovou o especulado.

Para Silva (2012), a análise funcionalista deu margem a segunda fase da ARS, caracterizada por Aguiar (apud SILVA e STABILE, 2016) pela crescente união entre ciências sociais com técnicas matemáticas. Silva e Stabile (2016) contam que, hoje, o experimento do “mundo pequeno” eventualmente é replicado no Facebook, com graus de separação cada vez menores. Recuero et al (2015) atestam que reinscrição da ARS no ciberespaço apresenta um universo de fenômenos comunicativos, sociais e discursivos. Princípios e metodologias até então utilizados em campo podem ser aplicados no meio digital. Recuero et al (2015) declaram que neste intrincado ecossistema de informações,

as pessoas vão além da socialização, podendo expressar e reproduzir opiniões e ideias que contribuem para o debate público. O teor do conteúdo compartilhado e a forma como interagem determinam a configuração do que constitui as chamadas “mídias sociais”. Para Aguiar (apud SILVA e STABILE, 2016), na terceira fase da ARS há a culminância de um aspecto multidisciplinar, junto a necessidade de entender os fluxos de informações no mundo globalizado. A quarta e última fase é o tempo contemporâneo, em que técnicas computacionais automatizam tarefas dispendiosas, permitindo que pesquisadores analisem textos e imagens em uma velocidade anteriormente impossível (AGUIAR apud SILVA e STABILE, 2016).

Ainda assim, antecipar a “ubiquidade do algoritmo” nos centros de pesquisa de mídias sociais é um equívoco. O poder dos programas de coleta, processamento e análise de dados é indispensável, porém separar ou ligar os pontos da mobilização nas redes com o do fenômeno social, requer uma abordagem interpretativa e crítica de quem faz a pesquisa. Tomando como exemplo o presente trabalho, a partir destas ferramentas digitais se obtém aproximações de como cada grupo se posiciona e onde cada informação circula diante do discurso presidencial.

### **O terceiro pronunciamento presidencial sobre a pandemia covid-19 no Twitter**

O presidente Jair Bolsonaro transmite seu primeiro pronunciamento sobre a pandemia de COVID-19 no dia 6 de março de 2020, anunciando que o país havia reforçado seus sistemas de vigilância sanitária em portos e aeroportos. Na próxima declaração oficial, do dia 12 de março, ele desaconselha sua base eleitoral a participar de atos contra opositores no Congresso Nacional e no Supremo Tribunal Federal para não facilitar a transmissão da doença. Porém, o presidente descumpra a própria orientação, visto que em 15 de março, dia das manifestações, ele confraterniza com simpatizantes na frente do Palácio do Planalto (FOLHA DE SÃO PAULO, 2020C).

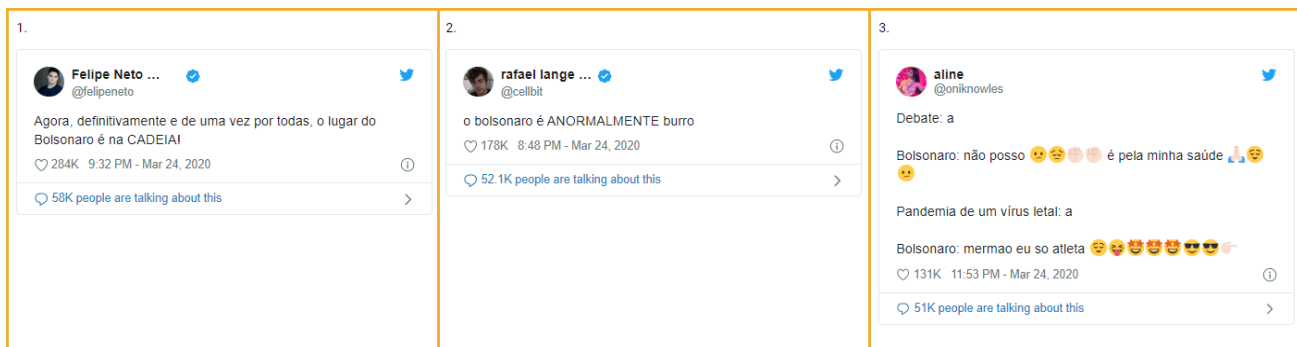
O terceiro pronunciamento presidencial ocorre no dia 24 de março de 2020. Nessa semana, o mundo registra 413,5 mil casos confirmados e 18,4 mil mortes pelo novo coronavírus. No Brasil, 2.433 casos e 57 mortes. Em sua fala, Bolsonaro clama pela “volta à normalidade” e ao fim do “confinamento em massa”. Além disso, ele ataca governadores e culpa a imprensa pelo “pânico e histeria” instalados no país. O que mais se destacou, no entanto, foi ter minimizado a Covid-19, comparando-a a uma “gripezinha” (G1, 2020; FOLHA DE SÃO PAULO, 2020A).

Especialistas, influenciadores e políticos (inclusive aliados) criticam duramente o pronunciamento, contrário à todas as recomendações de autoridades médico-sanitárias (G1, 2020B; FOLHA DE SÃO PAULO, 2020B). Luiz Henrique Mandetta, então Ministro da Saúde, não fez comentários a respeito (G1, 2020b). A reação de usuários do Twitter, mídia social muito utilizada para debates públicos, foi enorme.

Uma série de etapas foi empregada para torná-la objeto de estudo desse artigo. Após a transmissão, 128.241 tweets únicos mencionando “Bolsonaro”, foram coletados através da Interface de Programação de Aplicação (API) do Twitter. Em seguida o programa OpenRefine foi utilizado para o processamento destes dados. O programa Gephi, voltado a exploração e interpretação interativas de redes, também integrou a metodologia desse trabalho. Entre os recursos do software se encontram uma série de algoritmos que permitem filtrar, navegar, manipular e agrupar estruturas de dados conhecidas como grafos (BASTIAN et al, 2009).

A partir destes métodos descobre-se que entre todas as publicações únicas, 79.598 (62%) nunca foram compartilhadas. Assim, a partir das 48.643 (38%) que geraram ao menos um compartilhamento, é explorada a difusão de informações nas redes.

**Figura 1: As três publicações mais compartilhadas em toda base de dados**



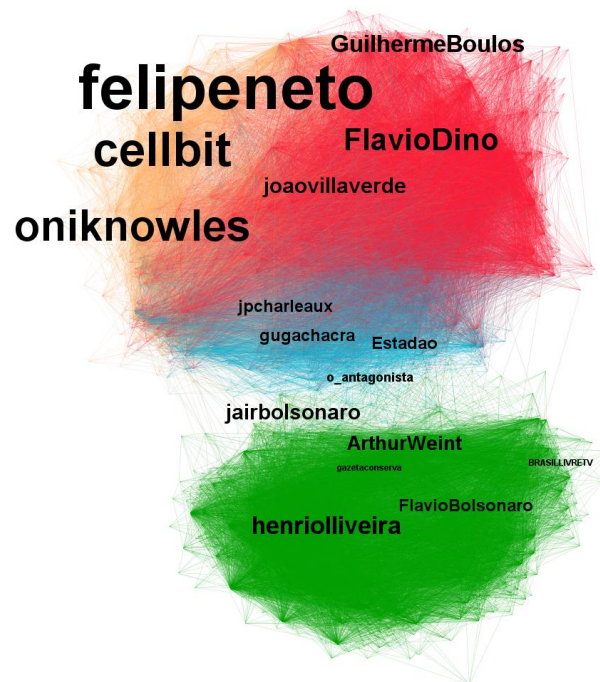
**Fonte: Twitter**

No topo da lista de compartilhamentos está Felipe Neto, *youtuber* com 11,7 milhões de seguidores. A publicação dele, compartilhada 55.581 vezes, clama pela prisão de Jair Bolsonaro. Em seguida, o *gamer* Rafael Lange com 5,5 milhões de seguidores, insultando a pessoa do presidente em uma publicação com 52.113 compartilhamentos. No terceiro lugar da lista está “oniknowles”, 13,1 mil seguidores, apontando inconsistência entre a alegada imunização pelo “histórico de atleta” do presidente e a

justificativa de sua ausência nos debates eleitorais de 2018, após o atentado contra ele em Juiz de Fora (MG).

Apesar desta usuária não estar entre os perfis mais seguidos do Brasil, pode se dizer que compartilha com estes a posição de influenciadora digital. Já que, em um estudo da Pew Research (2019), estima-se que a média de seguidores nos Estados Unidos, país com mais usuários do Twitter (STATISTA, 2019), seja 387. Esse tipo de perfil, já influente na mídia social e contrário aos ideais de Bolsonaro, é emissor nas 20 publicações mais compartilhadas. Esta apuração pode levar a ideia errada de que a base de dados é homogênea. Porém, percebe-se uma diversidade maior nos perfis e nas publicações subsequentes.

**Figura 2: Grafo representando diferentes agrupamentos por cor**

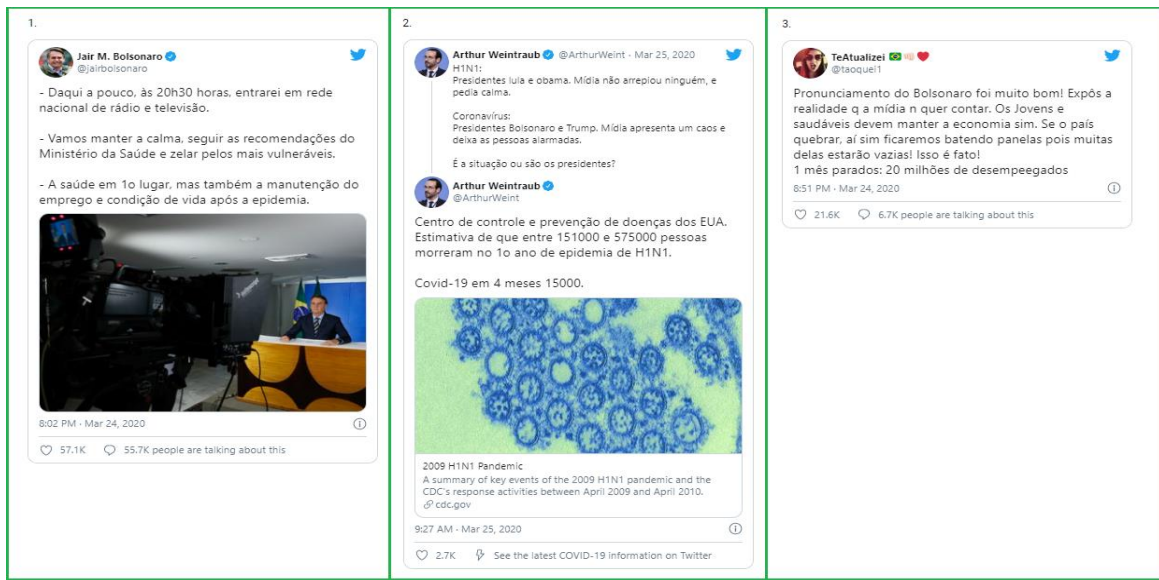


**Fonte: Twitter**

A partir do Gephi, é executado o algoritmo de modularidade, que identifica agrupamentos pela conexão dos usuários. Na imagem acima estes são mostrados em um grafo. Os rótulos revelam os perfis mais influentes de cada grupo, e a distância entre eles representa os graus de separação da rede. O primeiro, em laranja, já foi caracterizado pela presença de influenciadores digitais contrários ao discurso de Bolsonaro. O segundo, em vermelho, também apresenta oposição, mas esta parte de um âmbito mais politizado. O terceiro, em azul, concentra os perfis noticiosos. Já o quarto agrupamento, em verde, é

onde fica a base de apoio. Percebe-se que o único elo deste com o restante da rede se dá pelo agrupamento da imprensa, por meio de perfis como “O Antagonista”. O agrupamento da imprensa não será contemplado, pois isto exigiria uma revisão de literatura e metodologia a parte, mais específica ao campo do jornalismo.

**Figura 3: As três publicações mais compartilhadas no agrupamento de apoio**



**Fonte: Twitter**

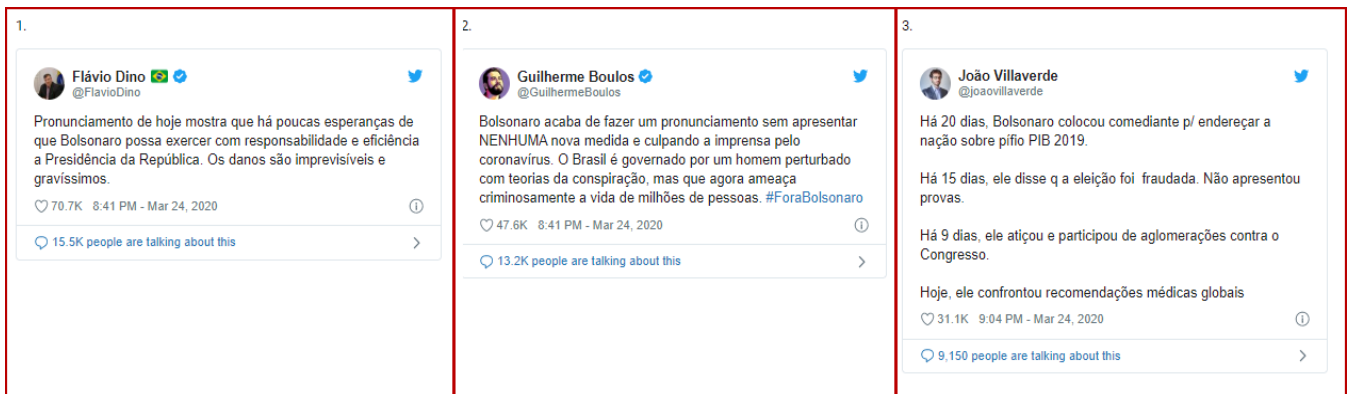
A publicação mais compartilhada na seção de apoio é a divulgação do pronunciamento no perfil oficial do presidente. Em segundo lugar vem o então ministro da educação, Abraham Weintraub. A publicação dele sugere um complô contra os presidentes Jair Bolsonaro e Donald Trump, pois durante a pandemia de H1N1 em 2009, a mídia não “apresentava um caos” nem “arrepiava ninguém”. Esse posicionamento faz referência ao “globalismo”, teoria da conspiração que acusa órgãos internacionais, especialmente grandes corporações midiáticas, de promoverem ideias esquerdistas em detrimento às valores da civilização ocidental (BBC, 2019).

Em sequência, o ministro ainda minimiza os impactos do coronavírus, que até março de 2020 tinha deixado cerca de 15 mil vítimas, diante das fatalidades do H1N1 em 2009 (entre 151.000 e 575.000, segundo o Centro de Controle e Prevenção de Doenças dos Estados Unidos). Essa comparação, que já tinha sido feita pelo presidente Jair Bolsonaro, se mostrou extremamente infeliz, já que em questão de semanas o número de mortes por coronavírus superou os da pandemia de H1N1 no Brasil e nos Estados Unidos (CNN, 2020a; CNN, 2020b).



A terceira publicação com maior alcance é do perfil “taoquee1”, influenciadora digital e ativista com 244,6 mil seguidores. A mensagem de apoio, compartilhada 5,5 mil vezes, enaltece a preocupação do presidente com a economia, afirmando que o primeiro mês de isolamento social resultou em 20 milhões de desempregados. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2020), havia 12,9 milhões de desempregados no primeiro semestre de 2020, aumento de 1,3% em relação a 2019.

**Figura 3: As três publicações mais compartilhadas no agrupamento de oposição**



Fonte: Twitter

O agrupamento da oposição política tem como publicação mais compartilhada um tweet de Flávio Dino, governador do Maranhão, filiado ao Partido Comunista do Brasil (PcdoB). Nele, Dino declara de forma quase protocolar seu desacordo com o Presidente da República. Na segunda posição está Guilherme Boulos, candidato do Partido Socialismo e Liberdade (PSol) nas eleições presidenciais de 2018. Boulos critica a falta de medidas ao enfrentamento do coronavírus e as acusações contra a imprensa no discurso de Bolsonaro. O jornalista João Villaverde, através da terceira publicação mais compartilhada, recapitula desvios constitucionais do Presidente, como o respaldo a manifestações contra o congresso nacional em meio a pandemia, mencionado anteriormente, a alegação infundada de fraude no primeiro turno das eleições de 2018, e o fato de ter colocado um humorista fantasiado no seu lugar na coletiva de imprensa sobre o PIB de 2019. Cabe destacar que no tweet Villaverde não insulta nem mesmo dá sua opinião sobre Jair Bolsonaro.

Figura 4: Tagcloud com as palavras mais utilizadas em cada agrupamento



Fonte: Twitter

Na última etapa dessa análise é gerada uma *Tagcloud* das palavras mais utilizadas em cada agrupamento, sem contar *stopwords*, termo referente à conectivos, pronomes e advérbios, e palavras igualmente frequentes em toda base de dados, como “Bolsonaro”, “Presidente” e “Coronavírus”.

No agrupamento dos influenciadores, a palavra mais utilizada é “Pandemia”, em seguida algumas palavras pungentes expressando o descontentamento com o presidente. Esse é o campo que mais discute diferentes trechos do pronunciamento, vide "Escola", "Itália", "Histeria", "Atleta" e "Gripezinha". Também ocorre múltiplos usos dos adjetivos "Burro" e "Irresponsável", da hashtag "ForaBolsonaro" e de menções a "impeachment".

O agrupamento da oposição política tem como palavra mais utilizada "Brasil", em seguida "Saúde", com termos correlatos "Morte" e "Vida". "Governador" fica em destaque devido às críticas de Bolsonaro, que geraram reação de Flávio Dino, Ronaldo Caiado e João Dória. A sigla "Abin" é dita diversas vezes, pois a Agência Brasileira de Inteligência havia publicado uma projeção que apontava 5,5 mil mortes em 15 dias. Aqui também há menções a “Impeachment”, uso de adjetivos, sendo estes "Genocida", "Irresponsável" e "Criminoso", e de hashtags, vide “BolsonaroGenocida” e "ForaBolsonaro”. Donald "Trump" é mencionado diversas vezes por meio de

---

comparações entre Brasil e Estados Unidos. Assim como Luiz Henrique “Mandetta” em especulações sobre sua demissão.

O núcleo de apoio tem em destaque a palavra "Brasil", em seguida "Governador". Aqui ela é utilizada em contextos diferentes dos anteriores. O site “Gazeta Conserva” acusa o governador João Dória de se opor a Bolsonaro para ganhar capital político. O canal “BRASILLIVRETV” diz que o “povo” não está aguentando mais a “ditadura chinesa” dos governadores. Já o senador Flávio Bolsonaro (Republicanos) afirma que o tom do presidente Jair Bolsonaro com os governadores foi de “cooperação, respeito e construção de soluções”. A única exceção seria João Dória que, nas palavras do senador, devia “descer do planque e pensar na vida das pessoas e na manutenção de empregos”. A palavra "Vírus" também está entre as mais utilizadas, geralmente associada ao adjetivo “Chinês”. "Imprensa", "Mídia" e "Globo" são referidas majoritariamente de modo negativo. "Mandetta" é mencionado diversas vezes em mensagens que asseguram o alinhamento do então ministro com o presidente, apesar de alegadas manipulações da imprensa. A hashtag mais utilizada aqui foi "BolsonaroTemRazão".

Esse é o agrupamento que mais verbaliza desavenças. Isso se dá tanto pelo repúdio de ideias e posicionamentos de "Esquerda", quanto pela afronta de personalidades consideradas inimigas do Presidente, como "Lula", "Maia", "Dória", "Anastasia" e "DaviAlcolumbre". Sendo que os últimos dois termos são menções diretas ao Senador Antônio Anastasia e ao Presidente do Senado Davi Alcolumbre, o que remete às mobilizações contra o Congresso Nacional, em alta desde o segundo pronunciamento de Bolsonaro sobre a pandemia de COVID-19.

Cabe ressaltar as semelhanças entre o agrupamento de apoio e o de oposição política. Ambas têm “Brasil” como palavra mais utilizada. O mesmo acontece em “Governo”, “Caos” e “Povo”. A partir desta coincidência é possível implementar a teoria estrutural funcionalista. Cada agrupamento pode ser visto como um sistema social, constituído de diferentes convenções e crenças sobre “Brasil”. Assim, o pronunciamento do presidente trouxe um efeito positivo para um e negativo para outro.

Neste contexto, o ato de publicar e compartilhar informações seria a função exercida para manter a estabilidade destes sistemas. Sendo que, dentro de um processo de polarização política, suas existências são consideradas mutuamente exclusivas. Aqui é preciso ressaltar que o algoritmo do Twitter, ao contrário de outras mídias sociais, não

---

obscure fontes de informação. O usuário pode personalizar o que vê na plataforma escolhendo quem segue e deixa de seguir.

É devido a essa agência que a reação ao pronunciamento do presidente Jair Bolsonaro formou um ambiente informacional interdependente e pôde ser estudado como um todo. Aferir como ocorrem as conexões entre esses agrupamentos é essencial para entender o uso político das mídias sociais. Contudo, esta questão extrapola o arsenal técnico e teórico desse artigo, e só poderá ser contemplada em futuras investigações.

### **Considerações finais**

O conceito de um progresso material e tecnológico como uma força positiva na cultura, na economia e na sociedade não é algo novo. Segundo Stableford (2006) esta ideia opera desde o berço da cultura ocidental na Grécia e Roma antigas, e adquire o desenho e os conflitos que são conhecidos nos séculos XX e XXI. Vinculado a uma ideia de controle e eficiência do aproveitamento dos recursos, o progresso tecnológico é legitimado como uma força determinante da produção. Essa corrente de pensamento ainda está muito presente na comunicação. Intelectuais catedrais da área assumiam até recentemente que as propriedades técnicas da internet tornariam a sociedade mais conectada, descentralizada e inclusiva.

Esse entendimento induz à suposição de que as teorias de comunicação de massa estão de alguma forma ultrapassadas. O triste cenário da pandemia de COVID-19 demonstra a necessidade de aprofundar esse campo teórico. Mensagens de vital importância, como a forma correta de conter o coronavírus, podem e devem chegar a todos da melhor maneira possível. Igualmente necessária é a recepção crítica das redes sociais para invalidar orientações e posicionamentos não comprovados cientificamente.

Sintetizando, em momentos críticos como esse, que requerem intensos movimentos de coordenação social, o compasso do poder público com os veículos de massa e as mídias sociais se torna fundamental. Não é o que acontece no Brasil. O posicionamento do Presidente da República, transmitido por todos os meios de comunicação do país, repercute em sua base eleitoral como dita as primeiras teorias da comunicação de massa. E esta por sua vez, transforma recomendações médico-sanitárias da OMS em debates políticos, contrapondo erroneamente a medida de isolamento social ao processo de retomada econômica.

Essa comunicação disfuncional resulta em uma profunda instabilidade do “sistema brasileiro”, o que traz graves consequências à saúde pública e diversos outros setores da sociedade. A normalização desse cenário vem extinguindo lugares comuns e tornando o laço social cada vez mais tênue. No jornalismo existe uma velha dicotomia entre a imparcialidade e o engajamento. Said (2007) a expressa bem afirmando ser impossível separar o erudito de circunstâncias do cotidiano e um conjunto de crenças de sua posição social. Hoje essa questão se resolve sozinha. Ao trabalhar à luz dos fatos, a academia, a imprensa e a sociedade civil se posicionam a favor da vida, da ciência e da democracia.

## REFERÊNCIAS

AGUIAR, S. **Redes sociais e tecnologias digitais de informação e Comunicação (relatório final de pesquisa)**. Rio de Janeiro: NUPEF RITS, 2006.

BARROS, A. **Desemprego sobe para 12,2% e atinge 12,9 milhões de pessoas no 1º trimestre. Agência de Notícias IBGE, 2020**. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/27535-desemprego-sobe-para-12-2-e-atinge-12-9-milhoes-de-pessoas-no-1-trimestre/>> Acesso em: 25 de maio de 2020.

BASTIAN, M., HEYMANN, S., JACOMY, M. (2009). **Gephi: an open source software for exploring and manipulating networks**. *Icwsn*, 8, 361-362. 2009.

BOLSONARO contrariou órgãos de saúde e distorceu cenário sobre coronavírus; veja discurso comentado. **Folha De São Paulo**, 2020a. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/03/bolsonaro-contrariou-orgaos-de-saude-e-distorceu-cenario-sobre-coronavirus-veja-discurso-comentado.shtml>. Acesso em: 22 de maio de 2020.

BOLSONARO volta a minimizar pandemia e chama Covid-19 de “gripezinha”. **O Globo**, 2020. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/brasil/bolsonaro-volta-minimizar-pandemia-chama-covid-19-de-gripezinha-1-24319177>>. Acesso em: 6 out. 2020.

BRASIL registra 826 mortes por Covid-19 em 24 horas e chega a 140.709. **G1**, 2020a. Disponível em: <<https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/09/25/casos-e-mortes-por-coronavirus-no-brasil-em-25-de-setembro-segundo-consorcio-de-veiculos-de-imprensa.ghtml>>. Acesso em: 27 set. 2020.

‘DEPOIS da fachada, não vai ser uma gripezinha que vai me derrubar’, diz Bolsonaro sobre coronavírus - **Estadão**. Disponível em: <<https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,depois-da-fachada-nao-vai-ser-uma-gripezinha-que-vai-me-derrubar-diz-bolsonaro-sobre-coronavirus,70003241955>>. Acesso em: 6 out. 2020.

---

CORONAVÍRUS: veja a cronologia da doença no Brasil. **G1**, 2020b. Disponível em: <https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/04/06/coronavirus-veja-a-cronologia-da-doenca-no-brasil.ghtml>. Acesso em: 22 de maio de 2020.

CONGRESSO, g, Judiciário, empresários e até aliados reagem à fala de Bolsonaro; veja repercussão. **Folha De São Paulo**, 2020b. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/03/congresso-governadores-judiciario-empresarios-e-ate-aliados-reagem-a-fala-de-bolsonaro-veja-repercussao.shtml>. Acesso em: 22 de maio de 2020.

DE ALBUQUERQUE MARANHÃO, R; SENHORAS, E. M. **Pacote econômico governamental e o papel do BNDES na guerra contra o novo coronavírus**. Boletim de Conjuntura (BOCA), 2020, 2.4: 27-39.

DE SOUSA JÚNIOR, J. H., RAASCH, M., SOARES, J. C., & DE SOUSA, L. V. H. A. **Da Desinformação ao Caos: uma análise das Fake News frente à pandemia do Coronavírus (COVID-19) no Brasil**. Cadernos de Prospecção, 13(2 COVID-19), 331. DEFLEUR, M L.; BALL-ROKEACH, S. Teorias da comunicação de massa. Zahar, 1993.

EM pronunciamento, Bolsonaro critica fechamento de escolas, ataca governadores e culpa mídia. **Folha De São Paulo**, 2020c. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/03/em-pronunciamento-bolsonaro-critica-fechamento-de-escolas-ataca-governadores-e-culpa-midia.shtml>. Acesso em: 22 de maio de 2020.

GARCIA, L.P.; DUARTE, E.I.: excesso de quantidade em detrimento da qualidade das informações sobre a COVID-19. SciELO. Epidemiol. Serv. Saúde 29 2020.

GOOGLE TRENDS. **Termo de Pesquisa: coronavírus**. Disponível em: <https://trends.google.com.br/trends/explore?q=coronav%C3%ADrus&geo=BR>. Acesso em: 28 set. 2020.

GRAGNANI, Juliana. O que é 'globalismo', termo usado pelo novo chanceler brasileiro e por Trump?, 2019. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-46786314>/> Acesso em: 25 de maio de 2020.

“GRIPEZINHA” e “histeria”: cinco vezes em que Bolsonaro minimizou o coronavírus. UOL. Disponível em: <https://congressoemfoco.uol.com.br/governo/gripezinha-e-histeria-cinco-vezes-em-que-bolsonaro-minimizou-o-coronavirus/>>. Acesso em: 6 out. 2020.

JOHN, R. R. **Network nation**. Harvard University Press. 2010.

LEADING countries based on number of Twitter users as of April 2020. **Statista**, 2020. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/242606/number-of-active-twitter-users-in-selected-countries/>> Acesso em 25 de maio de 2020.

PRODUTO Interno Bruto - PIB. **IBGE**, 2020. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/explica/ PIB.php>> Acesso em: 25 de maio de 2020.

RECUERO, R; BASTOS, M; ZAGO, G. **Análise de redes para mídia social**. Porto Alegre: Sulina, 2015, p.19-33.

---

REIS, I. A Retórica da Crise: **Democracia e Estabilidade Institucional no Brasil em Tempos da Pandemia de Coronavírus**. NAU Social, 2020, 11.20: 145-155.

SAID, E. W. **Orientalismo: o Oriente como invenção do Ocidente**. Editora Companhia das Letras, 2007.

SILVA, T. **Aplicativos de Análise de Informações Sociais: mapeamento e dinâmicas interacionais**. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2012.

SILVA, T; STABILE, M. **Monitoramento e Pesquisa em Mídias Sociais–Metodologias, aplicações e inovações. Análise de redes em Mídias Sociais**. São Paulo: Uva Limão, 2016

STABLEFORD, Brian. **Science Fact and Science Fiction**. Nova Iorque : Routledge, 2006.

UGARTE, D. **Breve historia del análisis de redes sociales**. 2007. Disponível em: <[http://www.deugarte.com/gomi/historia\\_del\\_analisis\\_de\\_redes\\_sociales.pdf](http://www.deugarte.com/gomi/historia_del_analisis_de_redes_sociales.pdf)>. Acesso em: 05 de novembro.

WATTS, D. J. **Seis Graus de Separação: a evolução da ciência de redes em uma era conectada**. São Paulo: Leopardo, 2009.

WOJCIK, S; HUGHES, Adam. **Sizing up Twitter Users**. Pew Research Center, 2020. Disponível em: <<https://www.pewresearch.org/internet/2019/04/24/sizing-up-twitter-users/>> Acesso em 25 de maio de 2020