
Legitimação dos Discursos de Desinformação: Análise dos Tweets do Presidente Jair Bolsonaro sobre a pandemia de Covid-19 no Brasil ¹

Otávio Temóteo de Oliveira NETO²
Edmara Silva da SILVA³
Carolina Dantas de FIGUEIREDO⁴
Universidade Federal do Maranhão

RESUMO

O trabalho analisa nas postagens do presidente Jair Bolsonaro na rede social Twitter as estratégias narrativas de legitimação da desinformação adotadas pelo presidente em relação ao Coronavírus. Como metodologia utiliza-se análise textual das estratégias de legitimação dos discursos (VAN LEEUWEN, 2007) que sistematiza a investigação dos textos na rede social a partir dos métodos de legitimação e de operações de sentido construídas no contexto da pandemia de Covid-19. Como resultados alcançados elencam-se as quatro principais categorias utilizadas para legitimar a desinformação que foram encontradas na conta do Twitter do presidente.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação pública; política; covid-19; discurso.

INTRODUÇÃO

As pesquisas sobre o uso da comunicação no enfrentamento à pandemia representam um esforço para entender como o Brasil lidou com a Covid-19 em um cenário de midiaticização e redes sociais (MALINI et al., 2020; MACHADO et al., 2020; RECUERO; SOARES, 2021). As possibilidades de enfrentamento ao coronavírus passam também por campanhas publicitárias, ações institucionais nas redes, disseminação de informações e do conhecimento científico nos meios de comunicação e na confiança dada pela população aos veículos tradicionais de mídia e aos atores “peritos” que embasam as discussões sobre a pandemia na esfera pública.

¹ Trabalho apresentado no GP Políticas e Estratégias de Comunicação, XXII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando em Comunicação no PPPCOM da Universidade Federal do Maranhão, campus Imperatriz, bolsista CAPES (2022-2024). E-mail: oliveira.otavio@discente.ufma.br

³ Mestranda em Comunicação na Universidade Federal do Maranhão. Faz parte do Laboratório de Comunicação Visual e Edição Criativa da UFMA. E-mail: silva.edmara@discente.ufma.br

⁴ Orientadora do trabalho. Professora do curso de Comunicação Social da UFPE. Email: carolina.figueiredo@ufpe.br

Especificamente, o caso do Brasil, apresenta-se como um ponto de interesse a atuação do chefe do Executivo na Comunicação, área afetada por desinformação, narrativas políticas e eleitorais que utilizam a Covid-19 como método de engajamento das bases ideológicas e de repercussão de narrativas nas redes, jornais e canais de televisão (RECUERO; SOARES, 2021).

É importante destacar o compromisso da Ciência com a Política e a Comunicação como forma de avaliar os grandes avanços no combate ao novo coronavírus. Embora campos autônomos, a confluência das iniciativas científicas e a incorporação ou não dos discursos no debate público também passa pela comunicação e pelo uso que os agentes públicos fazem das ferramentas sociodigitais e das tecnologias.

Entender como se deu a comunicação oficial do presidente Jair Bolsonaro no Twitter durante a pandemia de Covid-19 no Brasil é imprescindível para a construção de um capítulo recente da nossa História, em que medidas sanitárias foram preteridas e a atuação do presidente foi preponderante no modo como respondemos às demandas sociais causadas pela doença; e até mesmo na demora da aquisição de vacinas.

O que está posto atualmente com o avanço das tecnologias digitais, o uso intensivo das redes sociais e os cenários de pós-verdade e de desinformação no contexto social de combate à pandemia é a necessidade de entender a prática e a ação política por meio dos discursos nas redes, neste caso, de atores políticos que tem representatividade maior na formação da opinião pública.

O presente trabalho pretende verificar quais estratégias de legitimação dos discursos foram usadas na construção da narrativa desinformativa do governante durante os seis primeiros meses da crise sanitária no Brasil. De tal ponto, surgem os objetivos específicos, definidos como: 1) Distinguir as estratégias de legitimação dos discursos desinformativos na rede social Twitter e 2) elencar quais as técnicas foram mais utilizadas pelo presidente no período analisado.

FAKE NEWS E OPERACIONALIZAÇÃO DOS DISCURSOS E TÉCNICAS DE LEGITIMAÇÃO

O termo *Fake News* aparece com recorrência na literatura sobre a temática na mídia. Em 2017, o dicionário *Oxford* escolheu esta nomenclatura como a palavra mais importante do ano (MEZA, 2017). O uso indiscriminado do termo também tem sido manipulado por políticos e autoridades que utilizam a desinformação como método para

atacar mídias corporativas e tradicionais a partir de um contexto de assimilação de seu significado (WARDLE E DERAKHSHAN,2017).

Wardle e Derakhshan (2017) definem que a sociedade está experimentando uma nova forma de comunicação a partir do uso de tecnologia de redes sociais para se informar; para os autores a superabundância de informações online leva a um cenário novo de poluição informacional global ,a partir destas informações os pesquisadores ramificam o atual estado em a) um complexo de motivações para criar ,disseminar e consumir conteúdos com “poluição de informação”, b) uma infinidade de técnicas e métodos de ampliar os conteúdos a partir de plataformas e c) a rapidez de transmissão das notícias.

De acordo com Wendt (2013) os fenômenos de desinformação também podem assumir o modelo de *Hoaxes*, o formato configura -se como caça-cliques, embustes ou *bait*s que deliberadamente buscam chamar a atenção por meio de mentiras. Já para Kakutani (2018) os fenômenos desinformativos podem assumir a forma de *Firehosing*, técnica que consiste na orquestração simultânea de determinados conteúdos e mensagem por redes diversas e canais múltiplos para “flodar” a conversação pública, falsear e artificializar os debates. Para Wardle e Derakshan (2017) todos estes fenômenos podem ser abarcados em três grandes grupos que situam o estado da arte atual sobre a temática. São eles: *Misinformation*, *Desinformation* e *Malinformation*.

Misinformation é quando uma informação falsa é compartilhada, mas sem a intenção de causar prejuízo, *Desinformation* é quando a informação falsa é compartilhada intencionalmente; ou seja, com objetivo de causar dano ou prejuízo, e por último o termo *Malinformation*, é quando uma informação verdadeira é compartilhada para causar prejuízo, movendo informações das esferas privadas para esferas públicas.

Neste cenário, a complexidade de fenômenos comunicacionais em face ao combate ao coronavírus pode operar desde a viralização de notícias falsas sobre tratamentos não comprovados cientificamente e até mesmo o compartilhamento de notícias verdadeiras ,mas que tiradas de contexto servem para grupos negacionistas reafirmarem suas práticas, intenções e atuações por meio de recortes de matérias de jornais , trechos de vídeos ,reprodução de tuítes que ora são verdadeiros ,mas que adquirem um novo significado a partir dos recortes utilizados .

O maior dano da desinformação no campo da Saúde é que as medidas de enfrentamento à pandemia dependem da observância de comportamentos da população,

os discursos de desinformação ao minimizar a doença, propor tratamentos alternativos ineficazes e colocar em dúvida vacinas ou saberes peritos sobre o tema, prejudicam justamente a capacidade de aderência da sociedade brasileira aos comportamentos sociais e sanitários em vigor (MACHADO et al.,2020).

Discurso, neste trabalho, apresenta-se como um conjunto de enunciados que se apoiam na mesma formação discursiva (FOUCAULT,1997). Neste sentido, a formação de um discurso consiste numa série de regularidades que podem ser deduzidas a “uma forma de dizer específica” (AZEVEDO,2013). Além disso, mostra-se necessário a construção de discurso das “coisas ditas” também pela relação intrínseca dos discursos com o poder. A disputa informacional, a variedade dos discursos, os fluxos de interação, replicabilidade e viralização que emergiram a partir do ambiente digital inserem o interesse público da sociedade em um ambiente de complexidade e ineditismo a partir dos processos sistemáticos de produção dos discursos desinformativos que são nocivos às democracias e a ideia de esfera pública das redes online.

Para Habermas (2014, p. 445): “Uma esfera pública política, é uma sociedade presente em um processo coerente e permanente de integração, indo além das eleições e dos plebiscitos periódicos ou esporádicos definidos pelos órgãos de Estado”. Logo, uma sociedade permanentemente mobilizada para além dos seus pleitos nacionais é capaz de estruturar a comunicação em que o domínio público é voltado para informar, debater e engajar a população civil nos processos de formação da opinião.

O Twitter pode ser considerado uma forma de esfera pública (BRUNS & HIGHFIELD, 2017) uma vez que há o debate, circulação e publicização dos discursos. A circulação desses discursos com efeitos na vida política e na sociedade muitas vezes se dá nas arenas de discussão política (HABERMAS,2014). A desinformação enquanto fenômeno que toma as redes está estritamente ligada as categorias de legitimação dos discursos que são operados e enunciados por autoridades e usuários das redes sociais.

De acordo com Van Leeuwen (2007) o uso de um sistema de legitimidade para acionar ou desacreditar os discursos é fundamental nas estruturas discursivas desde textos escolares, livros, discursos políticos e demarcar os tipos de estratégias de legitimação discursiva conferem significantes aos textos produzidos e principalmente aos contextos que advém da prática social em que os instrumentos políticos estão inseridos.

No caso desta pesquisa, vislumbra-se acionar o sistema de legitimidade dos discursos na investigação sobre a ordem e os tipos de discursos desinformativos que

foram operacionalizados pelo presidente Jair Bolsonaro na sua rede social. Ainda para Van Leeuwen (2007) os sistemas de legitimação oferecem a possibilidade de explicar e estruturar os elementos discursivos de uma instituição; a institucionalização de um discurso vai de encontro ao pensamento foucaultiano sobre as formações discursivas (da saúde, da loucura, da política, da ciência) e seus contextos enunciativos (FOUCAULT, 1997), logo; o campo institucionalizado dos discursos do Twitter de governantes podem ser compreendidos pela operacionalização política dos textos.

As categorias de legitimação propostas por (VAN LEEUWEN, 2007), sistematizados por Recuero (2019; 2020) aderem as seguintes tipificações: 1) Legitimação dos discursos por autorização (A): É o tipo de discurso que é legitimado por argumentos de autorização baseados em referências a menções da própria autoridade pessoal ou impessoal, a regras de autorização por tradições, lei ou costumes e ou em pessoas que estejam investidas de algum tipo de autoridade; 2) Legitimação dos discursos por autorização moral (AM): É o tipo de discurso produzido e legitimado por validação moral por parte de algum comportamento denunciado, conduta; 3) Legitimação dos discursos por Racionalização (R), este tipo de validação obedece a regras específicas de enunciação que levem a racionalização do discurso, a racionalização leva em conta objetivos e usos das ações sociais institucionalizadas e o conhecimento construído na sociedade para endossar apoio a partir da ferramenta de racionalização dos discursos para fins e objetivos específicos e 5) Legitimação dos discursos por *Mythopoesis*, esta última categoria está organizada em notícias de formato jornalístico padrão, impessoais e que focam na informação, mas que contenham discursos falsos, ou que envolvem a construção de histórias e narrativas, de algum tipo de valor fabular, mítico e além do seu uso para legitimar julgamentos de valor.

TÉCNICAS DE LEGITIMAÇÃO DA DESINFORMAÇÃO NAS REDES

Van Leeuwen (2007) descreve a autorização pessoal como a forma de legitimar um discurso a partir do modelo de enquadramento na perspectiva de uma autoridade pessoal investida no interlocutor por meio de um status ou modelo (pai, mãe, padre), a segunda instância da autorização pessoal de um discurso é categorizada pelo modelo chamado pelo autor de Autoridade por Expertise, nele estão inseridos os discursos produzidos por meio da autorização pessoal, porém ratificados sob modelos hegemônicos de conhecimento ou perícia na sociedade.

São exemplos os discursos que são legitimados por autoridades do mundo acadêmico no discurso científico, mas que não utilizam de dados ou pesquisas e sim o modelo garantido pelo status que ocupam na sociedade, podemos tomar também como exemplos os discursos médicos no caso da cloroquina e nos casos de negacionismo vistos durante a pandemia por médicos e cientistas ,que usualmente embasaram as discussões no próprio discurso operacional da medicina ,ou em estudos não comprovados ,mas que estavam legitimados pelos produtores do discurso do ponto de vista da autoridade por expertise.

A autorização pessoal por modelo é exercida a partir do papel que os interlocutores exercem na sociedade, diferentemente do poder de autorização de um discurso por expertise ou conhecimento perito , este tipo de autorização do discurso não necessita previamente de um arcabouço profissional ou discursivo de determinadas profissões técnicas para abarcar a construção operacional do discurso ,isso pode ser visto na utilização de atores influentes nas redes sociais que disseminaram desinformação sobre a COVID-19.

Neste aspecto, no Brasil é importante notar o caso dos jornalistas de mídia hiperpartidária (RECUERO ,2020) que exerceram papel importante sendo vistos como influenciadores de opinião ou como modelos seguidos pela população. Muitas vezes os discursos jornalísticos são utilizados por políticos para apresentar comprovações e legitimações a suas posições políticas, visto como em conformidade com o que é produzido na imprensa.

De acordo com Van Leeuwan (2007); Recuero (2020), os discursos produzidos podem também utilizar a legitimação por meio da avaliação moral, que são discursos endossados por validação moral, sem necessariamente passarem ou serem impostos por alguma autoridade; neste contexto, os discursos são dicotomizados entre “o bem e o mal”.

De acordo com Monari et al (2021) , o tema da vacinação no Brasil foi alvo de desinformação também por recursos de legitimação por avaliação moral por parte do presidente Jair Bolsonaro , em análise das postagens no Twitter oficial do governante, os pesquisadores identificaram que a presença de desinformação legitimada por este tipo de recurso operou com frequência na campanha anti vacina por parte do presidente; ainda para os pesquisadores, os discursos utilizando a avaliação moral (AM) para desinformar sobre as vacinas foram mais perceptíveis nos contextos de ataques à imprensa (“boa imprensa não é a que mais crítica ou elogia a imprensa , mas aquela que fala a verdade

”), (“Quase toda a imprensa me atacou dizendo que eu desprezo a vida pelo “eu não dou bola pra isso ” .Assista o vídeo e veja a verdade.”).

Van Leeuwen (2007) sistematizou a legitimação por avaliação moral em três tipos básicos: a) avaliação moral por adjetivação, que consiste na escolha de adjetivação para concepção moral de um discurso, b) avaliação moral por abstração ou resumo, que consiste em utilizar discursos a partir de uma abstração que de forma reduzida possa ser ligada a valores morais da sociedade e c) avaliação moral por analogia , segundo o autor, é o tipo mais comum de legitimação do discurso de avaliação moral (AM).

Para Recuero (2019) a lógica de utilização do discurso de legitimação por racionalização instrumental pode ser usada para entender a desinformação, uma vez que, esta estratégia apoia-se na conexão de dois pressupostos racionais ou elementos de ligação e conexão entre contexto, discurso, porém, podem ser ancorados em pressupostos fabricados ou falsamente emulados para levar o público a operacionalizar o discurso como “uma verdade universal”.

Monari et al (2021) ainda no estudo sobre a legitimação dos discursos desinformativos sobre a vacinação no Brasil, apontou que a racionalização foi usada pelo presidente como forma de legitimar discursos anti-vacinas também por meio da indução instrumental de um raciocínio lógico, como nos exemplos a) “O tratamento precoce salva vidas. A vacina emergencial (depois de certificada pela @anvisa_oficial), e não obrigatória, está a caminho. Link no YouTube: <https://youtu.be/Z45wwCjUSc5>, b) - Temos pressa em obter uma vacina, segura, eficaz e com qualidade, fabricada por laboratório devidamente certificado. Mas a questão da responsabilidade por reações adversas de suas vacinas é um tema de grande impacto, e que precisa ser muito bem esclarecido⁶.”

A categoria de legitimação do discurso por Mythopoesis obedece a construção do discurso por fabulação, narrativas ou construção de histórias de cunho moral ou que incitem algum tipo de alerta com construções simbólicas que desempenham o papel de modelo de ação social mítica. Segundo Monari et al (p.13 ,2021):

A transformação da Covid-19 de causa sanitária em conflito político-ideológico também aparece nesta classificação, principalmente pela construção de narrativas de

⁵ Cf. <https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1346073487329423360>

⁶ Cf. <https://www.cnnbrasil.com.br/saude/bolsonaro-vacina-contra-a-covid-19-sera-gratuita-e-nao-obrigatoria/>.

cunho moral ou que possuam algum tipo de alerta – a chamada estratégia de legitimação mythopoesis. (MONARI et al, p.13 ,2020).

Outro exemplo do uso deste tipo de legitimação para discursos desinformativos foi quando o presidente alertou para o risco da vacina da Pfizer transformar as pessoas em jacarés: “Lá no contrato da Pfizer, está bem claro nós (a Pfizer) não nos responsabilizamos por qualquer efeito colateral. Se você virar um jacaré, é problema seu”.⁷

METODOLOGIA

Buscamos mensurar em tópicos a influência dos tuítes enquanto uma estratégia narrativa durante a pandemia do Coronavírus e seus possíveis efeitos para o espalhamento de desinformação na rede. 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 20 de julho de 2020, representando o intervalo artificial de seis meses de pesquisa coletada.

Da coleta dos tuítes foram desconsideradas informações checadas como verdadeiras por agências e fontes externas de verificação; considerando assim, a capacidade de registro e multiplicação na rede de um mesmo texto por meio dos tuítes, com a finalidade de analisar o corpus coletado a partir dos textos com opiniões e imprecisões que estivessem ligados ao tema da pandemia em geral.

Para o trabalho opta-se por uma abordagem qualitativa a respeito das fontes de legitimação utilizadas nos textos desinformativos que foram viralizados, esta metodologia é a uma possibilidade para pesquisas quando o corpus coletado oferece capacidade de elaboração de variáveis, quantificações, generalizações, ramificações de coeficientes e possibilidades estatísticas que ajudem a entender os objetivos que a pesquisa pede, e mais importante, o uso deste método permite a mediação entre as quantidades e a quantificação de qualidades (CERVI, 2017).

Para compreender as estratégias de legitimação do discurso em contextos de desinformação sobre a Covid-19 no Twitter do presidente utilizou-se a codificação de

⁷ Cf. <https://istoe.com.br/bolsonaro-sobre-vacina-de-pfizer-se-voce-virar-um-jacare-e-problema-de-voce/>

validação dos discursos proposto por (VAN LEEUWEN, 2007), sistematizados por Recuero (2019; 2020), que destaca as estratégias de legitimação em: a) autorização, b) avaliação moral, 3) racionalização e 4) a *mythopoesis*.

ANÁLISE

Para a análise, categorizamos as postagens com desinformação no perfil do presidente de acordo com as estratégias de legitimação (Van Leeuwen, 2007; Recuero, 2019; 2020;), conforme pode ser visto na sequência, destacamos uma amostra de *timeline* discursiva a partir da ordem cronológica dos textos pesquisados, seguidos pela codificação das legitimações (R): Racionalização, (AM): Avaliação Moral, (M): *Mythopoesis* e (A): Autorização.

O quadro completo com datas e tipos de legitimação está disponível online com todos os textos catalogados nesta pesquisa.⁸

Quadro 1- Estratégias de legitimação mais usadas pelo presidente

Data	Tipos de Legitimação
21/03/2020	R; AM
21//03/2020	R; AM
25/03/2020	R; M
25/03/2020	AM; M
25/03/2020	R
27/03/2020	A
29/03/2020	A
30/03/2020	R
01/04/2020	M
01/04/2020	R; A
04/04/2020	R; AM
05/04/2020	AM; A
06/04/2020	AM ; A

⁸ <https://drive.google.com/file/d/1aPl1u1LXPIGey5vhXNJKYJF5osO52WFo/view?usp=sharing> .

07/04/2020	AM
08/04/2020	R
08/04/2020	R; AM; M
12/04/2020	AM
19/04/2020	A; R
29/04/2020	R
11/05/2020	AM; M
16/05/2020	M; AM
20/05/2020	A; AM
20/05/2020	AM
30/05/2020	A
08/06/2020	R
08/06/2020	R;A; AM
16/06/2020	AM
18/06/2020	R;A
18/07/2020	R ; A
20/07/2020	AM. R

Fonte: **Própria.**

RESULTADOS

Observou-se que a Avaliação Moral (AM) e Racionalização (R) foram as categorias que mais apareceram nos textos com desinformação publicados por Jair Bolsonaro em sua rede social. Primeiramente, nota-se que a maior parte dos textos analisados utiliza um modelo híbrido de legitimação de desinformação, esta característica foi observada em outros trabalhos sobre a temática (Van Leeween, 2007; Recuero, 2019; 2020; Monari et al, 2021) o que pode significar dentre outros pontos, que a múltipla legitimação oferece possibilidade maior de reprodução e aceitação dos discursos por grupos variados que podem garantir maior aceitação às falas do presidente, visto que podem concordar por um tipo de legitimação e discordar por meio de outro tipo e vice-versa.

De acordo com Van Leeuwen (2007) o propósito de enunciação aqui evidenciado na estratégia para legitimar a desinformação pode ser ancorado também, no uso do

próprio discurso instrumental para legitimar práticas orientadas para ações específicas que utilizam argumentos como modelos cognitivos -discursivos para que ações sejam validadas

A lógica de conexão entre contexto e discursos que são fabricados para levar o público a operacionalizar os textos como “uma verdade universal” pode ser visto neste exemplo coletado e analisado da conta oficial do presidente: “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.”⁹

Outro importante aspecto, que foi brevemente comentado, é a hibridização das técnicas de legitimação da desinformação, no exemplo observado, o presidente também utiliza da legitimação por Mythopoesis, que é a técnica de legitimação por fabulação de cunho moral, aviso ou alerta, no texto selecionado o presidente diz “Se a economia colapsar, os servidores também não receberão”, este trecho demonstra a intencionalidade da mensagem ao alertar que no primeiro momento o público alvo são os “38 milhões de trabalhadores autônomos”, mas caso, o discurso de cunho fabular se realize, depreende-se que o interlocutor do funcionalismo público deve ficar em alerta e em consonância com a mensagem do presidente, pois “os servidores também não receberão”.

No cenário de politização da pandemia e polarização política, a avaliação moral foi a segunda técnica mais recorrente de desinformação, uma vez que empenha seus discursos em valores morais e que podem evidenciar alvos do presidente, como a imprensa ou os cientistas.

Em outro exemplo de categorização por Avaliação Moral: “Hidroxicloroquina e, mais uma vez, grande parte da mídia é desmascarada sobre o uso do cartão corporativo. Lixo! Mentem 24 horas ao dia!”, a desinformação no texto foi elencada para evidenciar a cloroquina e descredibilizar a mídia tradicional, naquilo que Van Leeuwen (2007) demonstra como principal papel do discurso de legitimação por avaliação moral; dar ou retirar credibilidade.

Por fim, a Mythopoesis foi a categoria com menos enquadramentos, o que foi percebido nos trabalhos sobre legitimação dos discursos de Recuero (2020) e Monari et al (2021). Esta categoria foi encontrada em apenas 5 ocorrências.

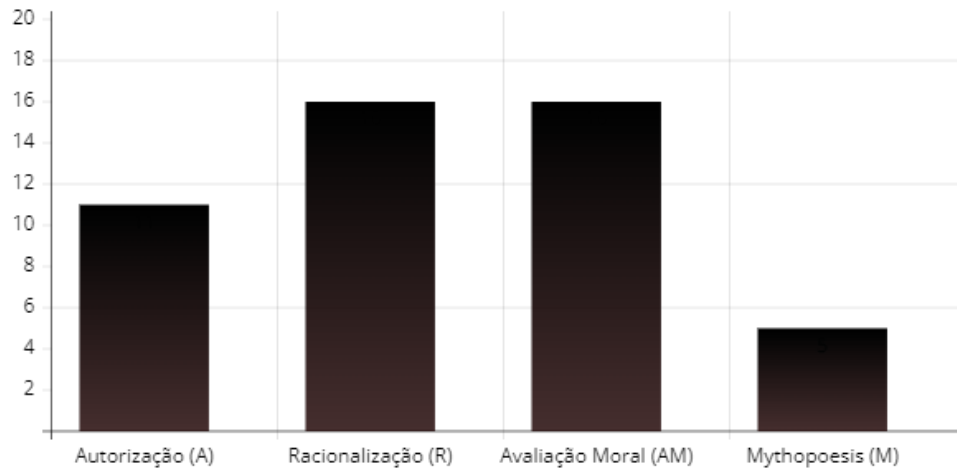
⁹ Cf. https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1242758000718340097?ref_src=twsrcctfw

A seguir elencamos os principais registros por categorias encontradas no total dos textos do Twitter analisados para esta pesquisa:

Quadro 02 - Técnicas de legitimação usadas para desinformação no Twitter

Tipos de legitimação dos discursos (Van Leeuwen ,2007)

Técnicas de legitimação da desinformação encontradas no Twitter do presidente



Fonte: Própria.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa buscou analisar a partir do conteúdo desinformativo publicado na rede social do presidente Jair Bolsonaro, as estratégias de legitimação dos discursos para entender como os estes fenômenos comunicacionais foram utilizados no período do primeiro semestre de 2020, durante a fase aguda da pandemia de Covid -19 no Brasil.

É importante ressaltar que trabalhamos com a lógica de legitimação das mensagens do presidente por meio do compartilhamento do discurso desinformativo, o que direciona o entendimento para quais discursos foram mais vistos, compartilhados e reproduzidos neste ambiente e conseqüentemente fora das redes. É justamente o período de sete meses que coincide com as declarações de Jair Bolsonaro em que 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.

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 atuaram em consonância com outras áreas do governo para manutenção de uma narrativa anticientífica, no que se revelou uma comunicação absolutamente orientada para o uso de Cloroquina e contra o isolamento social por meio da desinformação e de suas respectivas técnicas discursivas.

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 ou de metodologia (explorado nas tabelas acima), mas em termos de alcance. É possível que outros tipos de coleta de dados (que envolvam o uso de softwares de alcance) indiquem um impacto mais amplo dos conteúdos de 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.

REFERÊNCIAS

- AZEVEDO, S. D. R. **Formação discursiva e discurso em Michel Foucault**. Revista Filogênese, v. 6, n. 2, p.148-162, 2013.
- BRUNS, A.; HIGHFIELD, T. Is Habermas on twitter? social media and the public sphere. **The Routledge Companion to Social Media and Politics**. New York: Routledge, 2016, p.56-73.
- CERVI, E. **Manual de métodos quantitativos para iniciantes em Ciência Política**. Curitiba: CPOP-UFPR, 2017.
- FOUCAULT, M. **A arqueologia do saber**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.
- HABERMAS, J. **Mudança estrutural da esfera pública: investigações sobre uma categoria da sociedade burguesa**. 1. ed. São Paulo :editora Unesp, 2014.
- KAKUTANI, M. **The Death of Truth: Notes on Falsehood in the Age of Trump**. Nova Iorque, 2018
- MACHADO, C. C. V.; DOURADO, D. A.; SANTOS, J. G.; SANTOS, N. **Ciência contaminada: analisando o contágio de desinformação sobre coronavírus via YouTube**, 2020.
- MALINI, F.; CAVALCANTI, C. R.; BERGAMI, A. P. M. C.; VENTUROTTO, L. I.; TESSAROLO, M. Medo, infodemia e desinformação: timeline dos discursos sobre coronavírus nas redes sociais. **Revista UFG**, v. 20, n. 26, 31 out. 2021.
- MEZA, S. fake News' named the world of the year, **Newsweek**, 11 out. 2017. Disponível em: <<https://www.newsweek.com/fake-news-word-year-collins-dictionary-699740>>. Acesso em 04 set. 2021.

MONARI, A. C. P.; ARAÚJO, K. M.; SOUZA, M. R. de; SACRAMENTO, I. Disputas narrativas e legitimação: análise dos argumentos de Bolsonaro sobre vacinação contra Covid-19 no Twitter. **Liinc em Revista**, [S. l.], v. 17, n. 1, p. 5707, 2021

RECUERO, R; SOARES, F. O Discurso Desinformativo sobre a Cura do COVID-19 no Twitter: Estudo de caso. **E-Compós**, [S. l.], v. 24, 2021.

RECUERO, Raquel.; BASTOS, Marco.; ZAGO, Gabriela. **Análise de Redes para Mídia Social**. Porto Alegre: Ed. Sulina,2018.

RECUERO, R. #Fraudenasurnas: estratégias discursivas de desinformação no Twitter nas eleições de 2018. **Revista Brasileira de Linguística Aplicada**, v. 20, n. 3, p. 383-406, 2019.

RECUERO, Raquel.; BASTOS, Marco.; ZAGO, Gabriela. **Análise de Redes para Mídia Social**. Porto Alegre: Ed. Sulina,2018.

VAN LEEUWEN, T. Legitimation in discourse and communication. **Discourse & Communication**, Londres, v. 1, n. 1, p. 91-112, 2007.

WARDLE, C.; HOSSEIN, D. **Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making**. 2017.

WENDT, E. et al. **Crimes Cibernéticos: Ameaças e procedimentos de investigação**. Rio de Janeiro: Editora Brasport, 2016.