



A pós-verdade em tempos de Covid-19: o negacionismo no discurso do governo no Instagram

The post-truth in Covid-19 times: the negationism in the government's speech on Instagram

Carla Montuori Fernandes ^{a,*} 

Luiz Ademir de Oliveira ^b 

Mayra Regina Coimbra ^a 

Mariane Motta de Campos ^b 

RESUMO: A presente pesquisa tem como objetivo analisar o discurso do presidente Jair Bolsonaro, no Instagram, sobre o Covid-19, na perspectiva da pós-verdade. Dessa forma, este artigo traz um debate acerca do descrédito da ciência e do uso da desinformação em um momento importante como o da pandemia do novo coronavírus. A análise traz como recorte temporal o período do início da contaminação no Brasil, que vai do mês de março ao mês de abril de 2020. Por meio da análise de conteúdo, pode-se classificar o corpus publicado em 26 categorias, as quais permitiram mapear as narrativas predominantes de Bolsonaro nas redes sociais, em que pese a contraposição às instituições científicas.

Palavras-chave: Covid-19; Pós-verdade; Desinformação; Instagram.

ABSTRACT: This research aims to analyze the speech of President Jair Bolsonaro, on Instagram, about Covid-19, from the perspective of the post-truth. Thus, the article brings a debate about the discredit of science and the use of disinformation at an important moment, such as the coronavirus pandemic. The analysis brings as time frame the period of the beginning of the contamination in Brazil, which goes from March to April 2020. Through content analysis, the published content can be classified into 26 categories, which allowed to map the Bolsonaro's predominant narratives on social networks, despite the opposition to scientific institutions.


Keywords: Covid-19; Post-truth; Disinformation; Instagram.

^a Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Paulista, São Paulo, SP, Brasil.

^b Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG, Brasil.

* Correspondência para/Correspondence to: Carla Montuori Fernandes. E-mail: carla.montuori@docente.unip.br. Endereço: Rua Dr. Bacelar, 1212 - Vila Clementino, São Paulo - São Paulo, Brasil.

Recebido em/Received: 15/08/2020; Aprovado em/Approved: 05/11/2020.

Artigo publicado em acesso aberto sob licença [CC BY 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) 

INTRODUÇÃO

A presente pesquisa traz como objeto a rede social *Instagram* e tem como objetivo analisar o discurso do presidente Jair Bolsonaro (sem partido) sobre a pandemia de Covid-19. Antes de pontuar as questões metodológicas do trabalho e a discussão teórica que será apresentada, é imprescindível lançar um olhar para a conjuntura política em que se desenvolveu as eleições de 2018. A eleição presidencial foi marcada por fatos incomuns desde a redemocratização do Brasil. Pela primeira vez, desde 1994, o Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB) não participou do segundo turno, e a velha polarização entre o Partido dos Trabalhadores (PT) e PSDB não ocorreu.

Diante disso, quem disputou o segundo turno com o PT foi Bolsonaro, candidato pelo Partido Social Liberal (PSL). A vitoriosa campanha de Bolsonaro, empreendida por um partido pouco representativo, ganhou destaque diante da ausência de uma coligação forte, sem apoios de políticos tradicionais. Bolsonaro, também, contou com pouco tempo de TV, sendo que, no primeiro turno, possuía oito segundos no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE). Não obstante, Bolsonaro constituiu sua campanha com forte presença nas redes sociais, marcadamente baseada no discurso do militarismo, antipetismo e antissistema apesar de estar há 27 anos atuando como deputado federal (1991-2018) e tendo passado por oito partidos políticos.

Durante todo o período de campanha e desde que assumiu o mandato presidencial em janeiro 2019, Bolsonaro e seus aliados têm se envolvido em inúmeras polêmicas. Ataques a jornalistas, à grande mídia, ao Congresso e à esquerda, sobretudo representada pelo PT, têm sido recorrentes. Mounk (2019, p. 10) retrata brevemente as investidas do novo presidente, que busca uma aproximação com governos de extrema direita:

Durante a campanha, Jair Bolsonaro demonstrou claramente suas semelhanças com Trump e Orbán. Como eles, Bolsonaro se pintou como o único representante verdadeiro do povo e chamou seus adversários de traidores ilegítimos; e, também como eles, atacou as regras e normas mais básicas das instituições do país – chegando a ponto de elogiar a ditadura militar que dominou o país por duas cruéis décadas.

Além disso, alguns escândalos políticos, como a acusação do ex-ministro da Justiça Sérgio Moro de que Bolsonaro havia tentado interferir em investigações no âmbito da Polícia Federal e a investigação das chamadas “rachadinhas”, que se refere à prática ilegal de desvio de dinheiro público de assessores parlamentares envolvendo um filho do presidente, Flávio Bolsonaro, têm contribuído para acirrar a crise política no governo. Apoiada em um discurso de ordem autoritária e anti-humanista, a governabilidade tem se pautado por estratégias que estimulam a polarização e mantêm, junto ao eleitorado fiel, o sentimento de uma campanha eleitoral permanente. Para isso, recorre à fabricação e disseminação deliberada das *fake news*, que, além de incentivar e reavivar o ódio contra adversários políticos, apoia práticas de discriminação e violência contra as minorias.

¹ Através de um relatório do Conselho de Atividades Financeiras (Coaf), que apontou operações bancárias suspeitas de 74 servidores e ex-servidores da Assembleia Legislativa do Rio de Janeiro (Alerj), além de Fabrício Queiroz, ex-assessor do deputado e senador eleitor, Flávio Bolsonaro, foi iniciada a Operação Forna da Onça. Disponível em: <<https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2018/12/07/coaf-aponta-movimentacao-suspeita-em-contas-de-servidores-de-22-deputados-da-alerj.ghtml>; <https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/06/19/queiroz-presos-entenda-o-que-se-sabe-e-o-que-falta-esclarecer.ghtml>>. Acesso em: 10 jul.2020.

Antes mesmo de tomar posse, Bolsonaro teve de lidar com crises internas dentro do seu partido, o PSL, que acabaram levando-o a se desfiliar. Passou, então, a articular a criação de um novo partido – Aliança pelo Brasil –, com o número 38, que se refere ao fato de ser o 38º presidente após a proclamação da República, mas que, também, pode ser atrelado à ideia de calibre 38, em função da política de defesa de porte e uso de armas pela população.

Dessa forma, atravessado pela forte crise política e econômica, desde o início, o governo Bolsonaro tem lidado com instabilidades políticas e conflitos. Nos 18 meses de governo, Bolsonaro trocou 12 ministros. Uma das principais baixas do governo, que gerou maior desgaste, foi do então ministro-chefe da Secretaria-Geral da Presidência da República, Gustavo Bebbiano, que era presidente do PSL. Ele saiu em fevereiro de 2019, em menos de dois meses de governo, depois do escândalo de “laranjas” na campanha de Bolsonaro (PENA, 2019)². No segundo ano, em meio à pandemia, a saída do então ministro da Saúde, Luiz Henrique Mandetta, por divergências em relação à condução do governo na grave crise sanitária, causou problemas à governabilidade. Ele foi demitido no dia 16 de abril de 2020 e substituído pelo também médico Nelson Teich, que ficou menos de um mês no cargo, igualmente por discordar da postura negacionista de Bolsonaro em relação à Covid-19.

Foi nesse ambiente de crise política e sanitária que se deu o pedido de demissão do então ministro da Justiça e Segurança Pública, Sérgio Moro. A saída de Moro, considerado um dos principais ministros de Bolsonaro, em 23 de abril de 2020, contribuiu para fortalecer a crise política do governo. Ao sair do Ministério da Justiça, Moro denunciou a tentativa do presidente em interferir em operações e investigações no âmbito da Polícia Federal, gerando uma crise ainda maior para o governo.

Atualmente, Bolsonaro está sem partido pelo fato de não conseguir avançar com a criação do Aliança pelo Brasil³ em razão do número de assinaturas validadas pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE). De acordo com os dados da Justiça Eleitoral, Jair Bolsonaro não alcançou o número mínimo de assinaturas necessárias para a criação do partido, com mais apoios negados do que aprovados. Entre as razões para as negativas, estão as assinaturas de eleitores mortos e de eleitores já filiados em outros partidos, as fichas de apoio duplicadas e pessoas cadastradas em unidades federativas diferentes das informadas no cadastro eleitoral. Diante desses fatores e, ainda, de investigações sobre as chamadas *fake news*, tanto durante o período eleitoral quanto após a eleição de Bolsonaro, que têm atingido grupos ligados ao presidente, o governo tem tido dificuldades em conseguir amplo apoio no Congresso.

Com a pandemia de Covid-19, doença causada pelo novo coronavírus, que se iniciou na China e teve os primeiros casos detectados em dezembro de 2019, o governo Bolsonaro, agora, não só tem que lidar com a crise política e econômica como também com a crise sanitária causada pela disseminação da doença. O Brasil teve seu primeiro caso de Covid-19 em 26 de fevereiro de 2020.

Durante a pandemia do novo coronavírus, Bolsonaro tem adotado uma postura contrária às recomendações dos médicos e da Organização Mundial da Saúde (OMS),

² O esquema de corrupção denominado Laranjal do Partido Social Liberal envolve candidaturas de fachada no partido, o que originou uma crise política no segundo mês do Governo Bolsonaro. Em fevereiro de 2019, a Polícia Federal abriu inquérito para investigar candidaturas laranjas do PSL em Minas e em Pernambuco

³ Com mais assinaturas negadas do que aprovadas, a Aliança tem até apoio de eleitores mortos. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/brasil/com-mais-assinaturas-negadas-que-aprovadas-alianca-tem-ate-apoio-de-eleitores-mortos-24288266>>. Acesso em: 20 jun. 2020.

em especial antagonizando os governadores e prefeitos sobre as políticas de isolamento e investindo na recomendação de medicamentos que são questionados pela ciência como eficazes no tratamento da doença. Diante da recusa em aceitar as recomendações de especialistas, como foi mencionado, dois ministros da Saúde do governo foram trocados. Em algumas circunstâncias, Bolsonaro promoveu e compartilhou conteúdos falsos sobre o novo coronavírus nas redes sociais, sempre apoiado em uma narrativa que caminha na contramão da ciência.

Nesse sentido, esta pesquisa tem por objetivo analisar a narrativa negacionista empreendida por Bolsonaro durante o início da pandemia do novo coronavírus no Brasil, para desvelar qual o uso que o presidente faz da rede social *Instagram* durante a grave crise sanitária nacional. Desse modo, questiona-se: qual a narrativa empreendida por Bolsonaro em meio à pandemia?. As temáticas empenhadas para a construção da narrativa no *Instagram* sustentam a descrença em torno da pandemia?. O recorte para o estudo compreende o dia 6 de março de 2020, ocasião em que Bolsonaro fez seu primeiro pronunciamento oficial após o primeiro caso de contaminação da doença no Brasil, até o dia 16 de abril, data do pronunciamento de Bolsonaro após a saída de Henrique Mandetta (DEM) do Ministério da Saúde. Este recorte visa a compreender como se deu o discurso de Bolsonaro no primeiro mês de pandemia no País. O período escolhido se torna relevante, uma vez que o alinhamento claro e preciso de ações de comunicação governamental no início da doença se tornam imprescindíveis para que as práticas de prevenção sejam bem-sucedidas. Como metodologia, recorreu-se à Análise de Conteúdo de Bardin (2011).

DA SOCIEDADE DOS MEIOS À SOCIEDADE MIDIATIZADA: NOVOS CIRCUITOS INFORMATIVOS

O fenômeno designado por “mídiação” tem obtido cada vez mais atenção nos estudos de mídia e comunicação e se tornou um conceito fundamental para se compreender a realidade dos meios e as mudanças comunicativas que estão ocorrendo. No entanto, Franco e Leão (2016) argumentam que definir mídiação é desafiador em virtude da ausência de clareza do conceito, bem como pela pluralidade de perspectivas abrangentes.

Os autores afirmam que, se considerar o estado atual da pesquisa, há, reconhecidamente, duas tradições nos estudos de mídiação: a institucionalista e a socioconstrutivista. A primeira defende a mídia como uma instituição responsável por estabelecer suas regras e moldar os diferentes sistemas sociais. Essa abordagem enfoca, principalmente, a mídia massiva tradicional. A segunda investiga a construção social midiaticada da realidade e busca compreender como esse processo se realiza dentro de cada mídia. Essa tradição, por sua vez, aborda práticas cotidianas e aspectos culturais.

Embora seja possível apontar clara distinção entre as abordagens, Franco e Leão (2016) ressaltam que existe, atualmente, uma clara tendência de convergência. Hepp (2014) argumenta que ambas as teorizações concordam que o conceito de mídiação capta a inter-relação entre as mudanças da mídia e da comunicação, e da cultura e da sociedade.

Hepp (2014, p. 51) resalta que, a partir dessas abordagens, é possível teorizar o conceito de mídiação integrando o que de melhor existe nas teorias e define mídiação “como o conceito usado para analisar a inter-relação (de longo prazo) entre a mudança da mídia e da comunicação, por um lado, e a mudança da cultura e da

sociedade, por outro, de uma maneira crítica”. A midiatização refere-se à propagação temporal, espacial e social cada vez maior da comunicação midiática. Ou seja, a mídia permeou a sociedade de tal modo que ela está por toda parte e o ser humano tem se tornado cada vez mais acostumado a se comunicar pela mídia em vários contextos. A midiatização se refere, também, ao papel da especificidade de certas mídias no processo de mudança sociocultural. Em função de um novo modelo de consumo midiático, que se dá tanto por meio das mídias tradicionais como das mídias digitais, discutir esse processo torna-se essencial, em particular, diante das eleições de 2018, que demonstraram uma crescente mudança no cenário da comunicação política e no papel das mídias massivas e digitais.

Há um debate atual sobre o crescente processo de midiatização, já que a mídia está disseminada no cotidiano dos indivíduos, alterando a lógica de funcionamento da sociedade. Hjarvard (2012), que trabalha nessa perspectiva, afirma que não se pode tratar a mídia como uma instituição separada das demais, como a cultura, a família e a religião. Para o autor, deve-se tentar entender as maneiras pelas quais as instituições sociais e os processos culturais mudaram de caráter, função e estrutura, a fim de se adaptarem à lógica midiática, tendo em vista que a mídia se tornou parte integral do funcionamento de outras instituições.

No campo da política, a interação estabelecida por meio da mídia permite que políticos e eleitores entrem em contato mesmo não havendo a interação face a face. Isso facilita a comunicação e pode ser positivo ao processo político, uma vez que, sem a interação mediada, esse contato seria mais difícil devido à concentração demográfica e à extensão territorial alcançada pelas democracias contemporâneas. Tanto os debates políticos quanto os programas do HGPE são exemplos de ferramentas que encurtam os espaços entre a classe política e os cidadãos/eleitores no cenário de interação mediada. Hoje, com as mídias digitais, isso se tornou bem mais evidente.

José Luiz Braga (2012, p. 31), também, discute a midiatização e, mais especificamente, busca uma reflexão sobre uma das consequências significativas que o processo crescente de midiatização apresenta na sociedade contemporânea, que, na visão do autor, “é um atravessamento dos campos sociais estabelecidos, gerando situações indeterminadas e experimentações correlatas”. De acordo com Braga (2012), as mediações inserem-se como espaço de resistência diante de duas novas perspectivas. Primeiramente, o processo tecnológico proporcionou a disponibilização de ações comunicativas midiatizadas para largas parcelas da população, dosando e redirecionando a comunicação de massa. O segundo ponto diz respeito à entrada experimental de pessoas nas práticas e processos que antes eram restritos à indústria cultural. Segundo Braga (2012), o processo de midiatização afeta a lógica de funcionamento dos campos sociais. Ele reconhece que, na era moderna, os campos sociais se autonomizaram e se tornaram consolidados enquanto estruturas hierarquicamente definidas, conforme preconizado por Bourdieu (1986). Porém, em função do surgimento e disseminação das mídias digitais, há novos circuitos informativos e comunicacionais que começam a fragilizar o poder dos campos sociais estabelecidos.

Ignacio Ramonet (2012), também, discute o crescente processo de midiatização considerando a passagem “das mídias de massa” para “a massa de mídias”. Segundo o autor, passamos por uma mudança cultural, que fora colocada pelas tecnologias digitais, em que o jornalista tradicional perde o monopólio da novidade, da produção e da disseminação da informação. Diante disso, Ramonet (2012) afirma que a informação não circula mais em sentido único. A circulação, que se dava antes sob a lógica “vertical” e caracteriza a relação mídia e leitor, agora se dá de forma

“horizontal” ou “circular”, em que o leitor, também, informa e participa dessa divulgação, podendo até mesmo se tornar o jornalista.

Braga (2017) teoriza esse fenômeno como o processo de circulação e circuitos. Na visão do autor, ao falar sobre “circulação”, uma tendência frequente é se pensar em um processo cíclico, fechado e sem interferências da emissão à recepção. Entretanto, ele considera um segundo movimento de circulação do produto, aquele que acontece após a recepção e que ele chama de “respostas, “re-mediação”, “multimediação”. Todos esses processos evidenciam a complexidade do círculo de um produto, que é mais amplo do que a simples e “curta” relação da emissão à recepção.

A circulação, anteriormente vista meramente como a passagem de algo do emissor ao receptor, entre um ponto de partida e um ponto de chegada, foi modificada pela percepção de que os receptores são ativos. A circulação passa, pois, a ser vista como um espaço do reconhecimento e dos desvios produzidos pela apropriação que os indivíduos fazem das mensagens. O espaço da comunicação, torna-se, portanto, um espaço de maiores possibilidades de ocorrência interacional e de descobertas. As relações, antes restritas ao intervalo entre dois polos, ganham vigor e relevância e acabam por extrapolar esses limites. Todavia, Braga (2017) ressalta que, embora esse processo efetivamente ocorra, como componente relevante, entende-se que a circulação midiaticizada, ainda, articula processos relevantes de outras ordens tanto na internet quanto nos meios de massa.

As implicações desses novos circuitos apontadas pelo autor podem ser visíveis, por exemplo, nos ataques que a mídia tradicional vem sofrendo atualmente. O processo de circulação vertical, que vigorou por um bom tempo, foi ameaçado com a possibilidade do indivíduo de participar desse processo ativamente. Há uma tentativa de tirar a legitimidade do campo jornalístico e de outros campos sociais em função de novos circuitos comunicacionais. Isso é bem visível no discurso de Bolsonaro de desqualificação do campo jornalístico e do próprio campo político.

A ERA DA PÓS-VERDADE E A DESINFORMAÇÃO

Ao falar do governo de Jair Bolsonaro, ou até mesmo do governo de Donald Trump, é impossível não adentrar nos conceitos referentes à era da pós-verdade. No cerne da discussão sobre a negação da ciência, reside a ideia de que a última década está marcada pela era da pós-verdade, verbete que ficou conhecido após as eleições norte-americanas que concederam a vitória a Donald Trump e do conturbado referendo sobre a saída do Reino Unido da União Europeia (BREXIT), ambos em 2016. O conceito que melhor define o fenômeno da pós-verdade pode ser retratado a partir da consolidação de uma época na qual as evidências científicas e os conhecimentos estão sendo substituídos por fatos alternativos (FARKAS; SCHOU, 2019).

Para Christian Dunker (2017, p. 38), o fenômeno da pós-verdade envolve uma “combinação calculada de observações corretas, interpretações plausíveis e fontes confiáveis em uma mistura que é, no conjunto, absolutamente falsa e interesseira”. Na perspectiva do autor, o conceito de pós-verdade, que consiste na revitalização da verdade, na banalização da objetividade dos dados e na supremacia do discurso emotivo, constitui um neologismo cada vez mais usado na compreensão de fenômenos relacionados à percepção de mundo e às novas circularidades de informações/opiniões.

Cruz Junior (2018) se apoia no pensamento de D’Ancona (2018) para explicitar o questionamento que se estabelece entre a pretensão da ciência moderna, tida como

única via de acesso para um saber-verdade, e a nova dinâmica pós-moderna, em que as próprias condições de possibilidade de uma verdade, que expressa o real em sua forma transcendente, se estruturam na crença cada vez mais difundida da existência de múltiplas comunidades interpretativas, cada qual constituída por seus jogos de linguagem e verdades particulares. A opinião pessoal e as crenças individuais ganham mais valor ao serem acionadas por um novo sistema informacional. O uso articulado das redes tem a capacidade de reafirmar crenças, antes adormecidas ou não vocalizadas, e dar maior força às narrativas difusas, que, muitas vezes, contrapõem os lugares de fala da ciência e do jornalismo, por exemplo.

A era da pós-verdade se dá com a quebra da confiança, considerada como mecanismo fundamental de sobrevivência humana, base para o sucesso de qualquer relacionamento humano. A quebra de confiança nas instituições cria uma tendência à crença em teorias conspiratórias, tendo, assim, um campo favorável para a desinformação (D'ANCONA, 2018)

De acordo com Lewandowsky, Ecker e Cook (2017), o mundo da pós-verdade se consolidou como resultado das megatendências sociais, como o declínio do capital social, o aumento das desigualdades econômicas, o crescimento das polarizações, o declínio da confiança na ciência e o crescimento gradual da fragmentação da paisagem midiática. Santaella (2019) complementa os autores ao elencar que o panorama se agrava diante das ambivalências registradas nas redes digitais. Esse novo espaço de interação se transformou em um terreno fértil para a proliferação de notícias falsas e/ou falsificadas, que ampliam os riscos da divulgação e do conhecimento científico. No contexto atual, a desinformação é a imagem que mais se assemelha à pós-verdade.

Pinheiro e Brito (2014) desenvolveram uma tipologia para descrever o conceito de desinformação a partir de três variáveis: ausência de informação, informação manipulada e engano proposital. A ausência de informação está associada ao estágio de carência de cultura, total ignorância e precariedade informacional devido ao total desconhecimento de determinado tema. Já a manipulação da informação, segundo os autores, tem relação com o fornecimento de produtos informacionais de baixo nível cultural, cuja consequência direta seria a imbecilização de setores sociais. Nesse caso, a desinformação teria como propósito a alienação da população com o intuito de manter projetos de dominação política, ideológica ou cultural. O engano proposital, por sua vez, assume o formato de informações, que circulam com o propósito de enganar alguém. Ou seja, trata-se de um ato deliberado para induzir ao erro.

Santaella (2019) ressalta que a criação de informação falsa movida pelo propósito de enganar está longe de ser algo novo. O que é novo a partir da emergência da *internet*, conforme a autora é o surgimento de novos modos de publicar e consumir informação e notícias, que são pouco submetidas às regulações ou padrões editoriais. O sensacionalismo sempre atraiu a atenção por explorar sentimentos, mas a *internet* levou isso ao extremo, pois tornou-se difícil diferenciar o trágico fático do trágico fantasiado (SANTAELLA, 2019).

A autora, ainda, discute sobre as chamadas “bolhas digitais”, que podem ser pensadas, também, como “molduras ideológicas”. Santaella (2019, p. 15-16) explica que, no âmbito coletivo, essa “bolhas” manipulam o usuário à medida que o deixam mal informado, sobretudo, a serviço de interesses políticos escusos:

Quando muito arraigada devido à repetição interrupta do mesmo, a unilateralidade de uma visão acaba por gerar crenças fixas, amortecidas por hábitos inflexíveis de pensamento, que dão abrigo à formação de seitas cegas a tudo aquilo que está fora da bolha

circundante. Isso acaba por minar qualquer discurso cívico, tornando as pessoas mais vulneráveis a propagandas e manipulações devido à confirmação preconceituosa de suas crenças.

A autora alerta que esses filtros criam um campo favorável para a polarização e opiniões mal-informadas. E essas posições podem se tornar cada vez mais radicais. Outro importante autor, que trata da desinformação na era da pós-verdade, Ralph Keys (2018), alerta que o verdadeiro perigo da mentira é que se passa a descartar informações legítimas. Dessa forma, ele adverte que a desconfiança pode gerar ainda mais desconfiança, e não uma crítica aprimorada de enganação.

Isso posto, a negação da ciência tem se mostrado como o caráter mais nefasto da era da desinformação (SANTAELLA, 2019). Entendida como um fenômeno mundial, os negacionistas, atualmente, se dividem em distintas vertentes: aqueles que negam o Holocausto, os que cometeram crimes durante ditaduras militares, os que contestam os efeitos do Aquecimento Global, os terraplanistas e os que aderem ao movimento antivacinação, entre outros, que alcançaram visibilidade com a consolidação da internet e das redes sociais. Pelo visto, as narrativas em torno da pandemia do novo coronavírus, também, se constituíram objeto de interesse dos negacionistas.

Uma pesquisa realizada pela Fundação Oswaldo Cruz (FIOCRUZ), entre 17 de março e 10 de abril de 2020, revelou um alto índice de disseminação de informações incorretas sobre o novo coronavírus nas redes sociais, destacando que 65% envolviam curas milagrosas e não comprovadas pela ciência, 5,7% se relacionavam a golpes bancários, 5% tratavam de projetos falsos para arrecadar recursos voltados para instituições de pesquisa e 4,3% desqualificavam e tratavam a doença como uma manobra política⁴. Nesse sentido, analisar a pandemia do novo coronavírus sob a ótica da comunicação empreendida por Bolsonaro encontra, portanto, relevância na medida em que procura desvelar como são produzidas e disseminadas as estratégias discursivas do atual presidente do País em torno da doença.

ANÁLISE DA NARRATIVA DE JAIR BOLSONARO SOBRE A PANDEMIA NO INSTAGRAM

Para a análise do perfil do *Instagram* de Bolsonaro, recorreu-se à Análise de Conteúdo. Com base em Bardin (2011), a análise visa a elucidar interpretações e inferências a partir da coleta de dados e na proposta de categorização, que atenda à pergunta central do artigo: compreender quais os aspectos do negacionismo científico prevalecem no discurso de Bolsonaro durante o período de recorte.

Dessa forma, é primordial compreender a escolha do objeto de pesquisa bem como seu funcionamento antes de iniciar a análise. O *Instagram* é uma rede social online de compartilhamento de fotos e vídeos entre seus usuários, que permite compartilhá-los em outras redes sociais ao mesmo tempo, como o *Facebook*. O *Instagram* foi criado e lançado em 2010 e, rapidamente, foi ganhando popularidade. Hoje, a rede social bateu um bilhão de usuários ativos, perdendo, em tamanho, apenas para o *Facebook*. Segundo levantamento reunido pelo site Statista a partir de plataformas de monitoramento de redes sociais, como *We Are Social*, *Hootsuite* e *Data Reportal*, no

⁴ Pesquisa revela dados sobre *fake news* relacionadas ao novo coronavírus. Disponível em: <<http://www.ensp.fiocruz.br/portal-ensp/informe/site/materia/detalhe/48662>>. Acesso em: 10 jun. 2020.

mês de abril de 2020, o Brasil ocupava o segundo lugar no ranking de usuários do Instagram, possuindo um total de 66 milhões⁵.

Com o crescente uso das redes para as campanhas eleitorais no Brasil e no mundo, compreender como as figuras políticas discursam nessas mídias, seja durante as eleições, ou enquanto estiverem no poder, traz contribuições para a pesquisa acadêmica. Bolsonaro ganhou destaque pelo uso recorrente das redes sociais. Em seu perfil no *Instagram*, o presidente possui cerca de 17 milhões de seguidores, com interação diária de, em média, 100 mil curtidas por postagem. O crescente uso do *Instagram* por Bolsonaro, que, mesmo após as eleições de 2018, tem as redes sociais como centro da comunicação governamental, torna-se crucial diante da crise sanitária que a pandemia do novo coronavírus trouxe ao País.

ANÁLISE DE CONTEÚDO DAS POSTAGENS DE JAIR BOLSONARO NO INSTAGRAM

Por meio da Análise de Conteúdo (BARDIN, 2011), o trabalho busca categorizar as publicações com base em seu conteúdo. Dessa forma, não serão analisados os comentários, curtidas etc. O foco do artigo foi o *feed*, isto é, a página corrente da rede social, desconsiderando publicações temporárias, como os *stories*. Tal escolha se deu por um padrão metodológico que garanta uma análise mais completa com apenas um enfoque. O *Instagram* oferece distintas ferramentas para interação com os usuários. Os *stories* são publicações em formato de história, com compartilhamento temporário de até 24 horas, produzidas por meio de vídeos ou imagens. O *feed* é a página inicial de notícias, local onde estão disponíveis as publicações realizadas no mural do aplicativo. A escolha pelo *feed* se justifica por se tratar de conteúdos fixos em detrimento das *stories*, que só podem ser visualizadas por um período curto de tempo, pois saem do ar em 24 horas.

É essencial ressaltar que o recorte escolhido vai do dia 06 de março de 2020, quando Bolsonaro faz seu primeiro pronunciamento em cadeia de rádio e televisão após o primeiro caso de contágio no País, até o dia 16 de abril, data de outro pronunciamento do presidente, que rendeu muitas críticas de especialistas e da comunidade científica.

Quanto à categorização, o trabalho busca sintetizar as temáticas mais acionadas com relação à Covid-19 nas postagens do *Instagram* de Bolsonaro. A metodologia utilizada foi a Análise de Conteúdo apoiada nas três fases empreendidas por Bardin (2011): codificação de dados, categorização e inferências. Na primeira etapa, denominada codificação, foram selecionadas todas as menções ao novo coronavírus, ou Covid-19, na conta do *Instagram* de Bolsonaro durante o período já indicado. A primeira etapa registrou um total de 185 postagens.

Na segunda etapa, foi utilizado o procedimento análise de todo o conteúdo publicado. Com o auxílio do *software* textual Iramuteq, foi estabelecida a frequência de ocorrências de termos, que se agruparam no mesmo evento. Assim, as categorias foram constituídas em uma relação de termos, que se aproximam de um mesmo conceito, por exemplo, ao termo Cloroquina, que se associa à expressão Hidroxicloroquina. Com base na análise de co-ocorrência entre os termos mais

⁵ Informações obtidas em matéria publicada no portal de notícias *Exame*. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/tecnologia/estes-sao-os-dez-paises-que-mais-usam-o-Instagram/>>. Acesso em: 20 jun. 2020.

frequentes, as categorias foram construídas buscando uma correlação temática, tendo em vista um ordenamento dos pesquisadores, como aponta o Quadro 1.

Quadro 1 – Categorização das postagens de Bolsonaro no Instagram

Categorias	Número de Postagens	Porcentagem
Políticas de enfrentamento ao Covid-19 (na economia, saúde, educação e políticas sociais)	63	34,05%
Apoio ao uso da Hidroxicloroquina	21	11,35%
Contaminação entre membros da comitiva do Governo	3	1,62%
Críticas a Governadores e as políticas adotadas	4	2,16%
Críticas ao Isolamento Social/Apoio à abertura do comércio	15	8,10%
Dados de contágios no Brasil	1	0,54%
Conversas com apoiadores no Palácio da Alvorada	10	5,40%
Críticas à imprensa	6	3,24%
Embate/Saída do ministro da Saúde Mandetta	3	1,62%
Postagens de otimismo, superação e religiosidade	7	3,78%
Manifestações de apoiadores	37	20%
Informações de pesquisas em desenvolvimento	1	0,54%
Fechamento de fronteiras	3	1,62%
Crise com a China	1	0,54%
Resgate de brasileiros no exterior	3	1,62%
Agradecimento aos profissionais de saúde	1	0,54%
Chamadas para <i>lives</i> , pronunciamentos em cadeia de rádio/TV e entrevistas	2	1,08%
Doações recebidas	2	1,08%
Reprodução de pronunciamentos	2	1,08%
Total de Postagens	185	100%

Fonte: autoria própria.

Como pode ser visto no Quadro1, a categoria mais acionada por Bolsonaro durante o período analisado foi a de políticas de enfrentamento à Covid-19. Isso ocorreu em função da necessidade de Bolsonaro prestar contas ao seu eleitorado. Dessa maneira, fica evidente a necessidade de mostrar as ações em relação ao combate à doença,

como a criação de leitos hospitalares, o repasse de verbas à Saúde para Estados e Municípios, além de medidas para minimizar a crise, como a criação do Auxílio Emergencial para ajudar as famílias e, também, as pequenas empresas. Bolsonaro utilizou-se bem dessa estratégia de campanha governamental: postagens com reuniões ministeriais, com resumos de ações do governo foram bem recorrentes.

Em meio a essas postagens, políticas de investimento para a compra do remédio Hidroxicloroquina bem como a parceria com a Índia para o envio de matéria-prima, também, aparecem, configurando uma narrativa, que caminha na contramão da ciência (D'ANCONA, 2018). Apesar de a OMS⁶ ter suspenso os estudos que coordenava sobre o resultado do medicamento no tratamento da Covid-19, pela ausência de resultados benéficos aos pacientes, o presidente utilizou, em diversos momentos, uma narrativa que incentivava o uso do medicamento, com a publicação de supostos estudos relacionados à medicação. Contrariando a posição de médicos, pesquisadores e entidades de saúde, que indicavam que o remédio deveria ser usado somente em casos graves e sob estrita supervisão, a categoria, que se refere ao apoio do uso da Hidroxicloroquina para o tratamento da Covid-19, foi a terceira mais acionada no período analisado.

Diante disso, em uma conta do *Instagram*, com cerca de 17 milhões de seguidores como a do presidente Bolsonaro, informações desencontradas ou até mesmo falsas tendem a atingir um público ainda maior, tendo em vista a possibilidade de compartilhamentos. Em uma publicação, no dia 05 de abril de 2020, Bolsonaro mostra um vídeo de um médico israelense, que defende o uso da Hidroxicloroquina, pois realizou um estudo com alguns pacientes internados, os quais estavam sob seus cuidados e, segundo ele, demonstravam ter uma melhora com o uso do medicamento juntamente com outras drogas, evidenciando, em sua fala a eficácia contra a Covid-19. Esse vídeo mostra o médico falando sem demonstrar dados mais completos ou metodologias usadas conforme as áreas acadêmica e científica exigem. Além disso, não se sabe de onde o vídeo foi retirado e nem se a pesquisa foi de fato publicada. Ficam, pois, evidentes algumas informações desencontradas com relação ao estudo em questão, uma vez que o vídeo aparece com cortes, demonstrando a possibilidade da manipulação de conteúdo da mensagem.

A segunda categoria mais acionada refere-se às manifestações de apoiadores, que aparecem nas postagens do dia 15 de março, data em que ocorreu uma série de manifestações pelo Brasil em apoio a Bolsonaro e com pautas antidemocráticas, já que alguns participantes pediam o fechamento do Congresso e do Supremo Tribunal Federal (STF). Algumas faixas pediam a volta da Ditadura Militar no Brasil. Esses atos geraram críticas não só por terem um viés antidemocrático, mas, também, por violarem o isolamento social durante o crescimento de casos de contágio no Brasil. Foram 37 postagens referentes a essa temática. Em algumas, o presidente estabelecia contato próximo aos manifestantes ao ir cumprimentá-los. Ao falar sobre notícias falsas, Santaella (2019) cita Perosa (2017), que aponta que o ceticismo generalizado do público em relação às instituições políticas e democráticas é um fator que colabora para o império da pós-verdade e, assim, para as notícias falsas. Ao incentivar e participar das manifestações, desconsiderando a importância do isolamento social, ou melhor, ignorando-o, Bolsonaro descredibilizou o campo científico como uma

⁶ “Apesar de reconhecer a falta de comprovação científica, o presidente Jair Bolsonaro anunciou que está fazendo tratamento com a Hidroxicloroquina, e inclusive publicou vídeo nas redes sociais tomando um comprimido, após ter testado positivo para o novo Coronavírus”. Disponível em: <<https://www.terra.com.br/noticias/coronavirus/oms-diz-que-hidroxicloroquina-so-deve-ser-usada-para-covid-19-sob-estrita-supervisao-medica,c5062b1d38dda3bab6b27266182842d8mag6t7zf.html>>. Acesso em: 10 jun. 2019.

instituição norteadora das medidas que o País deve adotar para conter a onda pandêmica.

A quarta categoria mais acionada nas postagens se refere às críticas do presidente quanto ao isolamento social em prol da abertura do comércio e da retomada econômica. Nessa temática, algumas postagens se destacam, entre as quais um vídeo de um cidadão brasileiro, que estava em Tóquio, no Japão. No vídeo, aparecem pessoas em um parque, muitas sem máscara. A pessoa no vídeo afirma que a cidade não aderiu ao isolamento e os números de contágio permaneciam instáveis. Em outros momentos, Bolsonaro publicou vídeos de suas caminhadas pelas ruas de Brasília, cumprimentando os moradores e comerciantes, seguido, muitas vezes, de questionamentos e alertando sobre os impactos que o isolamento social poderia acarretar na vida dos indivíduos. Mais uma vez, percebe-se que o presidente se contrapõe aos especialistas, que insistem no isolamento como uma das únicas possibilidades de conter a disseminação do vírus.

Outra categoria, que merece destaque porque foi bastante acionada no período analisado, refere-se às conversas do presidente com apoiadores na entrada do Palácio da Alvorada. Essa categoria aparece em forma de vídeos. Nesses vídeos, Bolsonaro escuta seus apoiadores e, muitas vezes, aparece bem-humorado, fazendo brincadeiras. Nessas conversas informais, Bolsonaro reforça sempre sua preocupação com a economia, defende o fim do isolamento social e faz críticas severas às políticas de alguns governadores, sobretudo João Dória (PSDB), governador de São Paulo. O local dos apoiadores é dividido com a imprensa, que acaba sendo alvo de críticas não somente do bolsonaristas como do próprio presidente.

Esses ataques à imprensa, de forma mais direta, aparecem em outra categoria e têm seis postagens voltadas, principalmente ao jornal *Folha de S. Paulo*. Uma das reportagens do jornal, publicada em 21 de março, informa que Bolsonaro mandou o Exército produzir mais Cloroquina mesmo sem ação comprovada contra a Covid-19. O presidente respondeu ao jornal, na postagem do dia 21 de março, pontuando que a produção é uma precaução e que, mesmo que os testes provassem a ineficácia da medicação, ele poderia ser utilizado contra outras doenças. No final do texto, Bolsonaro reforça as críticas que adota em relação à postura da imprensa durante a pandemia ao afirmar que, “enquanto uns seguem buscando o caos, seguimos buscando soluções para proteger a nossa nação!” (perfil do *Instagram* de Jair Bolsonaro, 21 de março de 2020). Percebe-se que Bolsonaro sempre busca criticar o enquadramento midiático sobre a pandemia no Brasil, referindo-se às matérias da imprensa, sobretudo *Globo* e *Folha de S. Paulo*, como sensacionalistas e causadoras do “caos”.

A categoria que se refere às postagens de otimismo, superação e religiosidade, também, é acionada, seja com passagens bíblicas ou com mensagens de superação e otimismo em meio à pandemia. Uma dessas publicações é um vídeo em que Bolsonaro aparece no hospital se recuperando do atentado à faca, que sofreu durante o período eleitoral de 2018 na cidade de Juiz de Fora/MG. O vídeo tem uma música de fundo e aparecem mensagens de superação e heroísmo.

Outra categoria acionada de forma mais direta refere-se aos ataques aos governadores e às políticas de isolamento adotadas por eles. O ataque a João Dória, governador de São Paulo, é mais enérgica e individualizada, aparecendo muito na categoria direcionada aos vídeos de conversas com os apoiadores. É importante frisar que os ataques aos governadores aparecem, ainda, em outras, como a que destaca as conversas de Bolsonaro com seus apoiadores, porém preferiu-se recorrer a uma categoria mais específica de postagens que se direcionaram, exclusivamente, a esse

ataque. Em uma postagem do dia 25 de março, Bolsonaro escreveu na legenda de uma foto sua:

É mais fácil fazer demagogia diante de uma população assustada do que falar a verdade. Isso custa popularidade. Não estou preocupado com isso! Aproveitar-se do medo das pessoas para fazer politicagem num momento como esse é coisa de COVARDE! [...] (BOLSONARO, Postagem do perfil oficial do *Instagram*, 25 de março de 2020).

Nessa postagem, o presidente ataca, indiretamente, governadores e as políticas de isolamento adotadas por eles, acusando-os de estarem fazendo “politicagem”. Apesar de a postagem, também, atacar a mídia, o ataque direcionado aos governadores é mais acionado no texto. Desse modo, percebe-se que os ataques nessa categoria foram realizados de forma mais indireta.

Algumas categorias aparecem em número menor, três postagens cada: fechamento de fronteiras, resgate de brasileiros no exterior, contaminação entre membros do Governo e embate/saída do ministro da Saúde, Mandetta. Com relação ao fechamento de fronteiras, pode-se destacar a postagem referente à Venezuela. Na postagem, Bolsonaro justificou o fechamento da fronteira pela ausência de políticas de combate à pandemia no País. O resgate de brasileiros no exterior aparece em postagens destacando a eficiência do governo brasileiro em repatriar pessoas, que não estavam conseguindo voltar ao País devido ao fechamento de fronteiras. Com relação à categoria sobre a contaminação entre membros do governo, Bolsonaro buscou enfatizar a negativa de seu exame para a Covid-19 e amenizou a doença mediante os quadros de saúde de seus aliados, que estavam bem, segundo o presidente. Na categoria referente ao ex-ministro Mandetta, Bolsonaro adotou a narrativa de que eles não estavam aliados em relação ao isolamento social e quanto à preocupação com a economia.

Por fim, apareceram categorias com duas postagens cada: chamadas para *lives*, pronunciamentos em cadeia de rádio/TV e entrevistas, doações recebidas e reprodução de pronunciamentos. Na categoria dos pronunciamentos, Bolsonaro reforça a descrença no isolamento social, a preocupa-se com a economia e minimiza a Covid-19, tratando a doença como uma “gripezinha”. O presidente busca apresentar, tanto nas chamadas quanto nos pronunciamentos, as medidas que o governo tem adotado para o combate à doença e para a economia. Na categoria de doações, destaca-se a doação realizada pela Petrobrás, empresa pública.

As categorias que aparecem com apenas uma postagem são: dados do contágio no Brasil, informação de pesquisa em desenvolvimento (vacinas), crise com a China e agradecimento aos profissionais de saúde. Essas categorias reforçam o negacionismo científico, já que Bolsonaro se preocupou pouco em postar os dados oficiais de contaminados e mortos por Covid-19 no Brasil, ao mesmo tempo em que não utilizou as redes para informar a população sobre pesquisas sérias no âmbito da doença. O negacionismo, também, pode explicar a não empatia pelos profissionais de saúde que estão na linha de frente da doença e receberam várias homenagens não só no Brasil, mas em todo o mundo. No período de um mês, Bolsonaro destinou apenas uma postagem a esses profissionais. Em relação à categoria da crise com a China, Bolsonaro buscou amenizar e reforçar que não havia crise alguma.

Dessa forma, para tornar a análise mais clara, elaborou-se o Quadro 2 com as narrativas predominantes bem como com as explicações das categorias adotadas, a fim de evidenciar o negacionismo científico no discurso de Bolsonaro.

Quadro 2– Narrativa predominante nas Categorias

CATEGORIA	DESCRIÇÃO DA CATEGORIA	NARRATIVA PREDOMINANTE
Políticas de enfrentamento à Covid-19	Refere-se às postagens que tratam das políticas que estão sendo realizadas pelo Governo com relação à crise pandêmica.	As narrativas mais predominante nesta categoria foram as divulgações da aprovação do Auxílio Emergencial e recursos para os Estados, a divulgação de reuniões ministeriais bem como o investimento do Governo para a produção do medicamento Hidroxicloroquina.
Apoio ao uso da Hidroxicloroquina	Estas postagens se referem ao apoio que Bolsonaro apresenta ao uso do medicamento para o tratamento da Covid-19.	Foi predominante o compartilhamento de vídeos de supostos cientistas afirmando a eficácia da Cloroquina.
Contaminação entre membros da comitiva do governo	Refere-se às postagens sobre a contaminação de membros e aliados do governo Bolsonaro enquanto participavam da comitiva brasileira em uma visita aos Estados Unidos.	Predominou a narrativa do teste negativo do presidente Bolsonaro, que reafirmou nas postagens estar bem e saudável.
Críticas a governadores e às políticas adotadas	Esta categoria se refere às postagens, nas quais o presidente faz críticas às políticas adotadas nos Estados com relação à pandemia.	A narrativa predominante nestas postagens se refere às críticas às medidas “exageradas” de isolamento, adotadas por governadores, e o ataque ao governador de São Paulo, João Doria (PSDB) foi mais recorrente.
Críticas ao isolamento social/Apoio à abertura do comércio	Referem-se às postagens, nas quais Bolsonaro defende o fim do isolamento social, medida recomendada pela OMS.	A predominância nesta categoria foi de vídeos com críticas ao isolamento social seja por parte de pessoas comuns ou representantes de sindicatos comerciais.
Dados de contágios no Brasil	Trata-se de postagens, nas quais se apresentam os números de contágios e mortos pela doença no Brasil.	Quadros que trazem os números de contágios e mortos no Brasil comparando-os com os de outros países.
Conversas com apoiadores no Palácio da Alvorada	Esta categoria traz postagens de vídeos, que mostram Bolsonaro conversando com apoiadores na entrada do Palácio da Alvorada.	Vídeos, nos quais Bolsonaro conversa com apoiadores, reforçando os ataques à imprensa e o descrédito ao isolamento social. Bolsonaro, também, reforça a ideia de que o isolamento contribui para o desemprego e a crise econômica.
Críticas à imprensa	Referem-se, aqui, às postagens de ataque especificamente à imprensa.	A narrativa predominante é a cobertura midiática “sensacionalista” em relação à pandemia por parte de alguns veículos de comunicação, como a Rede Globo e o jornal <i>Folha de S. Paulo</i> .
Embate/Saída do Ministro da Saúde, Mandetta	Trata-se de postagens, que se referem especificamente ao atrito entre Bolsonaro e o ex-ministro da Saúde, Henrique Mandetta.	Nesta categoria, predominam as postagens, que demonstram a falta de alinhamento de Bolsonaro com o então ministro da Saúde, que acabou culminando em sua saída.
Postagens de otimismo, superação e religiosidade	Esta categoria apresenta postagens, nas quais o presidente traz mensagens religiosas, de	A narrativa predominante é a de que o Brasil vai superar a crise gerada pela pandemia; mensagens religiosas, também, têm destaque, com citações bíblicas.

		otimismo e de superação em meio à pandemia.	
Manifestações de apoiadores	de	Estas postagens se referem a compartilhamentos de imagens e vídeos de manifestações de apoiadores do presidente.	Vídeos e imagens das manifestações, demonstrando a força dos apoiadores do presidente; algumas mostram o presidente indo cumprimentar os manifestantes.
Informações pesquisas desenvolvimento	de em	Esta categoria traz postagens referentes a pesquisas realizadas no Brasil e no mundo relacionadas à Covid-19.	Aqui, a narrativa que predomina é a de otimismo, em que vacinas e medicamentos estão em estudo, reforçando que o isolamento total não é necessário.
Fechamento de fronteiras	de	Trata-se de postagens referentes à política brasileira com relação ao fechamento de fronteiras como forma de minimizar a contaminação vinda de outros países.	A narrativa predominante é o fechamento da fronteira com a Venezuela pela falta de políticas adotadas pelo governo em relação à doença.
Crise com a China		Algumas instabilidades com a China foram criadas por integrantes do governo Bolsonaro ou por aliados. Dessa forma, estas postagens se referem à forma como Bolsonaro lidou com esta crise.	Nesta categoria, predominam-se postagens, que demonstram não haver crise com a China.
Resgate de brasileiros no exterior		Esta categoria se refere às postagens, que destacam as medidas que o governo tomou para repatriar brasileiros que não conseguiam voltar ao País.	A predominância nestas postagens é a eficiência do governo em resgatar brasileiros que querem voltar, mas não conseguem devido ao fechamento de fronteiras.
Agradecimento aos profissionais de saúde	aos	Referem-se às postagens de agradecimento do presidente aos profissionais da saúde, que estão na linha de frente da pandemia.	Narrativa de empatia e agradecimento aos profissionais da saúde.
Chamadas para <i>lives</i> e pronunciamentos em cadeia de rádio/TV e entrevistas	e	Esta categoria traz destaque às postagens, que chamam os seguidores de Bolsonaro para acompanhar suas falas em <i>lives</i> , entrevistas e pronunciamentos realizados em cadeia de rádio e TV.	Divulgação das <i>lives</i> , entrevistas e pronunciamentos a serem realizados pelo presidente Bolsonaro.
Doações recebidas		Trata-se de postagens referentes às doações de empresas para ajuda nas políticas sociais e de combate ao novo coronavírus.	Divulgação de empresas e entidades, que prestaram doações para o combate à Covid-19 no Brasil; uma delas foi a Petrobrás.
Reprodução de pronunciamentos	de	Estas postagens se referem à reprodução dos pronunciamentos do presidente na TV.	Vídeos com a reprodução e pronunciamentos na TV, em que o presidente minimiza a doença, referindo-se a ela como uma “gripezinha”. Defende, também, o uso da Hidroxicloroquina além de informar sobre as políticas econômicas e sociais para minimizar a crise propiciada pela pandemia.

Fonte: autoria própria.

Ao analisar os dados, fica perceptível o negacionismo científico como narrativa predominante nas postagens de Bolsonaro no *Instagram*. Ao mesmo tempo em que o presidente reforça o uso da Hidroxicloroquina, mesmo sem comprovação científica, e se opõe ao isolamento social, não faz uso de sua página na rede social para informar números de contágios e mortos pela doença no Brasil bem como pesquisas que vêm sendo desenvolvidas no País. É importante destacar, também, que a análise começa na data 06 de março, quando Bolsonaro se pronunciou em cadeia de rádio e TV pela primeira vez, após os primeiros casos de Covid-19 no País. Porém, do dia 06 ao dia 11 de março, não houve postagem alguma do presidente Bolsonaro no *Instagram* referente à doença. Dessa forma, observa-se que, nesse período, Bolsonaro tentou ignorar a doença em suas postagens.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Retomando Braga (2012), o processo de midiaticização afeta a lógica de funcionamento dos campos sociais. Desse modo, mesmo que o campo jornalístico reivindique para si a veracidade dos fatos (SANTAELLA, 2019), é visível a crise que perpassa a instituição midiática. Apesar de o jornalismo tradicional, também, ter se utilizado, e muito, da desinformação, percebe-se que, com o crescimento das redes, a tradicional tarefa do jornalismo tem tido ainda mais relevância (SANTAELLA, 2019). Os ataques à imprensa, por parte de Bolsonaro, como mostrado na análise, reforçam o papel institucional do jornalismo. Pode-se enumerar, aqui, vários erros cometidos pela imprensa tradicional brasileira, mas não se pode negar o papel crucial da mídia enquanto mediadora entre o campo científico e a sociedade.

A análise das postagens de Bolsonaro no *Instagram*, no primeiro mês de crescimento de contágios no Brasil, mostrou que o presidente estava preocupado com a comunicação governamental e em apresentar ao seu eleitorado as medidas que tinham sido realizadas no seu governo no que diz respeito à pandemia, mas também mostrou a total antipatia do presidente pelas instituições tradicionais, sobretudo a imprensa e a ciência, que, naquele momento, buscavam ampliar as informações sobre prevenções e riscos de contágio. Observa-se, no entanto, em suas falas e estratégias, uma ênfase em angariar apoio de seus eleitores, revelando um apelo eleitoral mesmo num contexto em que o fundamental é buscar a governabilidade, e não criar cisões com outros partidos e segmentos sociais.

Retomando D’Ancona (2018), o autor assevera que se torna perigosa a desinformação ou a informação falsa quando ameaça a saúde pública ou a segurança da população. Diante disso, pode-se concluir que a predominância na narrativa de Bolsonaro quanto ao uso da medicação Hidroxicloroquina é preocupante não só pela informação, mas pelo papel de estadista que ocupa. Ao citar Perosa (2017), Santaella (2019) aponta que a alta polarização política, que trabalha contra o debate racional e o apreço pelo consenso até o ponto de causar a radicalização, é um dos fatores que colabora para o que a autora chama de “império da pós-verdade”. Ao trazer a polarização política para o debate da pandemia, o presidente recrudescer a narrativa da descrença na ciência.

Santaella (2019) destaca que é preciso uma educação para e nas redes. Essa formação é primordial para o desenvolvimento de habilidades críticas, que fazem com que o usuário interrogue as informações que recebe ao mesmo tempo em que podem desafiar as desinformações. Essa formação educacional nunca foi tão necessária em um contexto marcado pela desordem informativa formulada no plano governamental.

REFERÊNCIAS

- BARDIN, L. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 2011.
- BOURDIEU, P. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1986.
- BRAGA, J. L. Circuitos versus campos sociais. In: MATTOS, M. A.; JANOTTI JÚNIOR, J.; JACKS, N. (Org.). *Mediação & midiatização*. Salvador: EDUFBA, 2012. P. 29-52.
- BRAGA, J. L. Circuitos de comunicação. In: BRAGA, J. L. et al. (org.). *Matrizes interacionais: a comunicação constrói a sociedade*. Campina Grande: EDUEPB, 2017.
- CRUZ JUNIOR, G. Pós-verdade: a nova guerra contra os fatos em tempos de *fake news*. *ETD – Educação Temática Digital*, v. 21, n. 1, p. 278-284, 2018.
- D'ANCONA, M. *Pós-verdade: a nova guerra contra os fatos em tempos de fake news*. São Paulo: Faro Editorial, 2018.
- DUNKER, C. et al. *Ética e pós-verdade*. Porto Alegre: Dublinense, 2017.
- FARKAS, J.; SCHOU, J. *Post-truth, fake news and democracy: mapping the politics of falsehood*. New York: Routledge, 2019.
- FRANCO, S.; LEÃO, A. Midiatização: da disciplina ao controle, um horizonte de reflexão. *Revista Fronteiras*, v. 18, n. 3, p. 289-304, 2016.
- HEPP, A. As configurações comunicativas de mundos midiatizados: pesquisa da midiatização na era da “mediação de tudo”. *MATRIZES*, v. 8, n. 1, p. 45-64, 2014.
- HEPP, A.; HASEBRINK U. Interação Humana e Configurações Comunicativas: transformações culturais e sociedades midiatizadas. *Parágrafo*, v. 2, n. 3, p. 75-89, jul./dez.2015.
- HJARVARD, S. Midiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. *MATRIZES*, v. 5, n. 3, p. 53-91, jan./jun. 2012.
- KEYS, R. *A era da pós-verdade: desonestidade e enganação na vida contemporânea*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2018.
- LEWANDOWSKY, S.; ECKER, U. K. H.; COOK, J. Beyond misinformation: understanding and coping with the “Post-Truth” Era. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, v. 6, n. 4, p. 353-369, 2017.
- MOUNK, Y. *O povo contra a democracia: porque nossa liberdade corre perigo e como salvá-la*. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.
- PENA, F. 2019. Agendamento reativo: a estratégia do confronto no Twitter de Bolsonaro. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO (INTERCOM), 2019. Resumos... Belém, PA: INTERCOM; UFPA. 2019. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-0093-1.pdf>. Acesso em: 2 out. 2020.

PEROSA, T. O império da pós-verdade. *Época*, 25 abr. 2017. Disponível em: <https://epoca.globo.com/mundo/noticia/2017/04/o-imperio-da-pos-verdade.html>. Acesso em: 30 out. 2018.

PINHEIRO, M. M. K.; BRITO, V. de P. Em busca do significado da desinformação. *DataGramaZero*, v. 15, n. 6, p. 37-58, 2014.

RAMONET, I. *A explosão do jornalismo: das mídias de massa à massa de mídias*. São Paulo: Publisher Brasil, 2012.

SANTAELLA, L. *A pós-verdade é verdadeira ou falsa?*. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores, 2019.