

## ANÁLISE DE DOIS PERFIS DO TWITTER DURANTE A PANDEMIA DE COVID-19: A DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NOS PRIMEIROS TRÊS MESES

Amanda Toledo do Prado Paes<sup>39</sup> – Casa de Oswaldo Cruz/FIOCRUZ

Luisa Massarani<sup>40</sup> – Casa de Oswaldo Cruz e Instituto Nacional de Comunicação Pública da Ciência e Tecnologia /FIOCRUZ

Vanessa Brasil<sup>41</sup> – Instituto Nacional de Comunicação Pública da Ciência e Tecnologia/FIOCRUZ

### Resumo:

Este artigo tem como objetivo analisar a repercussão de informações sobre o novo coronavírus e a doença causada por ele, COVID-19, no Brasil, por meio da análise de perfis da rede social *Twitter*. Nosso objetivo é analisar dois perfis que podem ser considerados fontes confiáveis de informação sobre o tema do novo coronavírus e que também tratam de duas dimensões diferentes da pandemia, a primeira seria uma dimensão de ciência e a segunda uma dimensão social. Para a dimensão científica, analisamos o perfil da Organização Mundial de Saúde (@WHO) e para a dimensão social analisamos o perfil do *Twitter Moments Brasil* (@MomentsBrasil). Analisamos os três primeiros meses de 2020 de cada perfil, buscando observar diferentes estágios de comunicação sobre o novo coronavírus entre os perfis, verificando desde quando ainda era uma suspeita de um novo tipo de pneumonia, em janeiro, até o pronunciamento do presidente Jair Bolsonaro, em março. Assim, foi realizada uma análise de discurso após a coleta manual (*printscreens*) de *tweets* do perfil da OMS e dos *moments* do perfil *Twitter Moments Brasil* do período de janeiro a março de 2020. A partir da análise dos dados coletados foi possível notar diferentes narrativas da divulgação científica entre esses dois perfis que mostram distintas comunicações no Brasil e no mundo.

**Palavras-chave:** Divulgação Científica. COVID-19. Redes Sociais. Twitter.

### Abstract:

This paper aims to analyze the repercussion of information regarding the novel coronavirus and its disease, COVID-19, in both Brazil and the world, by analyzing profiles from the social media *Twitter*. Our goal is to analyze two profiles that can be considered reliable sources of information regarding the novel coronavirus, and can also be related to two different dimensions of the pandemic, the first one is the scientific dimension and the second one is the social dimension. For the scientific dimension it was analyzed the profile of the World Health Organization (@WHO) and for the social dimension it was analyzed the profile of *Twitter Moments Brazil* (@MomentsBrasil). It was analyzed the first three months of 2020 in each profile, with the means of observing different stages of communication about the novel coronavirus between the profiles, analyzing from when there was only a suspicion of new kind of pneumonia in January until President Jair Bolsonaro's statement in March. Therefore, it was used a discourse analysis after a manual data collection (*printscreens*) of tweets from WHO and moments from

<sup>39</sup> Bacharel em Antropologia pela Universidade Federal Fluminense e mestranda em Divulgação da Ciência, Tecnologia e Saúde pela Casa de Oswaldo Cruz, Fundação Oswaldo Cruz. E-mail: amanda.tp.paes@gmail.com.

<sup>40</sup> Doutora em Educação, Gestão e Difusão em Biociências pelo Instituto de Bioquímica na Universidade Federal do Rio de Janeiro (IBqM/UFRJ), Brasil. Coordenadora do Instituto Nacional de Comunicação Pública da Ciência e Tecnologia (INCT-CPCT) e docente do mestrado em Divulgação da Ciência, Tecnologia e Saúde, Casa de Oswaldo Cruz, Fundação Oswaldo Cruz. Bolsa Produtividade do CNPq 1B e Cientista do Nosso Estado da Faperj. E-mail: luisa.massarani8@gmail.com.

<sup>41</sup> Doutora pelo Programa de Educação, Gestão e Difusão em Biociências, da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Pesquisadora do INCT - Comunicação Pública em Ciência e Tecnologia e colaboradora do Núcleo de Estudos de Divulgação Científica do Museu da Vida, Fundação Oswaldo Cruz. E-mail: vanessabrasilcarvalho@gmail.com.

Moments Brazil throughout the period of January up until March of 2020. By the analysis of the collected data, it was possible to notice different narratives of science communication between the two profiles that show different communication in both Brazil and the world.

**Keywords:** Science Communication. COVID-19. Social Media. Twitter.

## Introdução

O ano de 2020 foi marcado pela pandemia de COVID-19. Um ano essencial para a ciência não apenas em razão do acelerado avanço científico e tecnológico em busca de identificação, tratamento e imunização, mas também pensando em como ela está sendo comunicada e como ela está sendo debatida pela sociedade. Em todas as mídias, o assunto da pandemia é colocado em pauta, seja na televisão, na mídia impressa ou nas redes sociais. E isso ocorre pelo impacto que a pandemia teve em nossas vidas, tanto no último ano, quanto nos anos que virão. É um momento histórico na humanidade e na divulgação científica.

Pensando em redes sociais, em especial o *Twitter*, é possível observar o debate que ocorre sobre a pandemia e como ele é mobilizado pelos diferentes setores da sociedade. Por isso, o objetivo deste estudo é analisar como essas duas dimensões, da ciência e da sociedade, afetam e são afetadas pela pandemia e repercutem as informações sobre o novo coronavírus no *Twitter*. Para isso analisaremos dois perfis que refletem essas duas dimensões: o perfil da Organização Mundial de Saúde (@WHO) para a dimensão científica, numa perspectiva internacional, e o perfil do *Twitter* Moments Brasil (@MomentsBrasil) para a dimensão social, numa perspectiva nacional.

## 1. Metodologia

### 1.1 Escolha de perfis

A escolha dos perfis ocorreu em razão das relações de força presentes nos diferentes discursos que surgiram durante a pandemia. Essa relação presume que determinados sujeitos possuem mais autoridade em um determinado tópico devido ao caráter hierarquizado das relações da nossa sociedade, sendo marcadas também por relações de poder (ORLANDI, 2012). Portanto, foram selecionados perfis que não apenas fossem reconhecidos pelo seu conteúdo, mas também pela figura de autoridade que representam para determinado público sobre determinado tópico.

A OMS foi escolhida por ter esse caráter de figura de autoridade em saúde no mundo. Esse perfil possui uma função de divulgação científica institucional, ou seja, a sua função enquanto perfil de divulgação científica é a de fazer trabalho de relações públicas em nível

internacional. Isso significa fazer comunicados sobre a instituição, como transmissão de eventos ou fazer anúncios, além de fazer atividades de divulgação pontuais, sem abrir muito espaço para interatividade com outros usuários (SU *et al.*, 2017; UREN; DADZIE, 2015). O perfil da OMS, portanto, se insere no objetivo de analisar um perfil que esteja na dimensão científica encontrada no *Twitter* e que possui a autoridade reconhecida para divulgar as informações confiáveis sobre a COVID-19.

O segundo perfil, Moments Brasil, foi escolhido pela sua autoridade reconhecida no *Twitter* como uma fonte confiável de qualquer assunto que seja relevante em discussões que estejam em voga na rede social; o que inclui desde eventos de premiação ou destaque de *tweets* que viralizaram na rede, até as atualizações mais recentes sobre algum acontecimento, como um ataque terrorista, mantendo um fluxo constante de atualizações de eventos para manter a atenção do público.

O perfil tem como característica usar seus *moments* para promover o debate, colocando diferentes lados da mesma história e fazendo um trabalho constante de compartilhamento de checagem de fatos. Faz parte da política de curadoria realizada pelo perfil a imparcialidade, a precisão, a correção e as normas de conduta. Isso significa um compromisso com “alto padrão de precisão, imparcialidade e justiça” (TWITTER, 2021), numa tentativa de posicionar a empresa e o perfil como mensageiros neutros da informação, evitando conflitos de interesse comerciais e de conteúdo, ao promover a pluralidade do debate com diferentes atores de destaque sendo exibidos na discussão e corrigindo as informações quando necessário. Além disso, os seus *moments* estão disponíveis para todos os usuários na página de busca e para muitos usuários esta é uma forma de se atualizar sobre as notícias do mundo, já que há sempre atualizações sobre os assuntos mais comentados e populares no *Twitter* e as principais notícias do dia (DUGUAY, 2018).

Para a Análise de Discurso, os *moments* criados por esse perfil são muito importantes para entender a pluralidade de discursos que são feitos pelos usuários num cenário como o *Twitter* (LEMOS, 2008). Dessa maneira, Moments Brasil é ideal para compreender a dimensão social da pandemia no *Twitter*, pensando não apenas as notícias que estão sendo compartilhadas e que são relevantes, mas também mostrando como os próprios usuários estão reagindo a elas.

### 1.2 Procedimentos metodológicos

Para a extração de dados da análise foram coletados os *tweets* de janeiro a março de 2020. Como nesse período o termo coronavírus ou COVID-19 não era frequente, especialmente

em janeiro, não encontramos os termos em palavras-chave ou hashtags. Portanto, o recorte para este trabalho foi feito por meio de uma *research search*, ou seja, uma pesquisa utilizando termos relacionados a um assunto específico (GUHA; MCCOOL; MILLER, 2003), realizada a partir de uma seleção visual dos *tweets* que descreviam situações relacionadas ao novo coronavírus, a doença, o contágio, a quarentena e a eventual pandemia. A coleta desses *tweets* foi realizada por meio de capturas de tela pelo aplicativo Evernote, onde foram organizados por data e assunto. Dessa forma, o corpus para análise consiste em 166 *tweets* da OMS e 314 do Moments Brasil, totalizando 480 *tweets*<sup>42</sup>.

Para a análise desse *corpus* foi utilizada a Análise de Discurso (ORLANDI, 2012). O primeiro passo para a análise foi a partir desses *tweets* fazer uma descrição das *threads* e dos *moments* em que eles estão inseridos, para que contextualizasse e resumisse o que cada *thread* ou *moment* estava se referindo, visto que muitos deles continham imagens e vídeos que também precisavam passar pelo processo de descrição. Para isso, todos os *moments*, *threads* e *tweets* foram resumidos em um texto, sendo descritos os assuntos mais relevantes de cada dia a fim de filtrar informações não relacionadas ao tema de COVID-19 e, portanto, não relevantes para análise, como ocorria em *lives* diárias da OMS em que mencionavam outros assuntos de saúde, como uma participação do diretor-chefe em um evento sobre Ebola, por exemplo, ou em *moments* em que o novo coronavírus aparecia brevemente, o que permitia resumir e inserir o contexto do *moment* e como se relaciona com a pandemia.

Após esse processo, foram destacados em cada dia quais tópicos de informação eram compartilhados ou postados, como, por exemplo, se eram *tweets* que informavam medidas de prevenção ou atualizações da situação da doença em termos de casos e mortes, entre outros. Os tópicos que apareciam com mais frequência constituem o *corpus* de análise utilizado para a construção de uma narrativa.

Em seguida, iniciou-se o processo de interpretação e de-superficialização dos tópicos, onde começa a análise de quem diz, o que diz e em que circunstâncias diz o discurso que vai ser analisado (ORLANDI, 2012). A última etapa desse processo de interpretação é a análise de processo discursivo, em que ocorre a associação do que foi dito com a historicidade e ideologia da fala (ORLANDI, 2012). Com a conclusão de todas as etapas de análise foi possível, a partir de uma abordagem sociopolítica, observar quais narrativas foram criadas sobre a COVID-19 nesses primeiros meses, tanto em âmbito científico internacional quanto nacional.

---

<sup>42</sup> Cada *tweet* do perfil Moments Brasil corresponde a um *moment*, ou seja, um compilado de *tweets* curado pelo perfil. Alguns *moments* são ao vivo, ou seja, estão sendo atualizados desde o início da pandemia, o que impossibilita a recuperação desses dados. Nesses casos apenas o *tweet* está sendo levado em conta na análise.

## 2. Narrativas nos primeiros três meses

### 2.1 Janeiro

A narrativa de janeiro da OMS pode ser definida pela preocupação, prevenção, informação e atualização. A preocupação pelos números alarmantes de casos que começam a crescer na China e rapidamente começam a ser espalhados pelo mundo. Além disso, é possível observar uma preocupação da OMS com a maneira que o mundo vai reagir com a China e como uma possível estigmatização do povo chinês, o que pode ser notado pelas diversas vezes em que o diretor-chefe da OMS, dr. Tedros Adhanom Ghebreyesus, faz elogios à eficácia da China em detectar, repassar informações e talvez até conseguir controlar a doença.

A prevenção aparece nos diversos *tweets* sobre cuidados e prevenção. Lavar as mãos, manter distanciamento, cozinhar bem a carne, entre outras formas de prevenção contra doenças aparecem diversas vezes durante o mês, sendo mencionada, “tweetada” ou o link com a *thread* sobre prevenção sendo usado em outras *threads*.

A informação surge no cenário em que vivemos de pós-verdade e *fake news*, em que há uma desconfiança com a ciência (COSTA, 2017). Os *tweets* da OMS refletem diversas vezes a importância da transparência e da confiança no processo científico. Exemplos disso são elogios ao esforço coletivo de compartilhar o sequenciamento genético do vírus pela China e também as constantes postagens desmentindo as diversas *fake news* sobre o novo coronavírus, como se comer alho previne a doença ou se antisséptico bucal mata o vírus.

Finalmente, percebe-se a constante atualização das informações sobre o novo coronavírus. Isso inclui não apenas informações sobre a doença em si, como taxa de gravidade ou a origem, mas inclui também as diferentes pesquisas, investigações e missões que foram feitas para chegar a essas novas informações sobre o novo coronavírus. Inclui-se também as constantes postagens sobre a atualização de número de novos casos e mortes, tanto na China quanto no mundo.

De modo geral, a OMS demonstra um esforço em fazer uma divulgação de informações sobre a doença e também uma comunicação de medidas a serem tomadas desde o princípio da então epidemia. O mesmo não acontece com o perfil do Moments Brasil. Por não ser um perfil focado em saúde, principalmente no âmbito internacional, a doença passou despercebida pelo perfil o mês de janeiro quase inteiro. Apenas em 20 de janeiro o perfil noticia um “vírus misterioso” na China, anunciando que é uma doença respiratória que já teve casos em mais três países na Ásia além da China. Os *moments* estão sempre em tom chocante, com ênfase no crescimento dos casos e mortes, utilizando frases como “deixou o país em estado de alerta”.

**Figura 1** – Segmento de *thread* do perfil @WHO sobre colaboração da China ao compartilhar o sequenciamento genético do novo coronavírus e como essa informação pode influenciar no combate à doença



**Fonte:** Perfil oficial da OMS no *Twitter* (@WHO)<sup>43</sup>

Ao se referir à China, os *moments* mostram a situação do país além dos dados científicos. Vídeos mostrando as ruas chinesas e até mesmo a imagem de um âncora de jornal usando máscara, além de relatos de brasileiros que estão em Wuhan, são exemplos da dimensão social que está sendo afetada pelo vírus.

O perfil, por meio dos *moments*, reforça a ideia de que a crise ainda é algo distante de nós, brasileiros, por ainda ter casos apenas na Ásia. Com o surgimento de casos nos EUA e na Europa, surge uma aproximação da doença com o ocidente e uma preocupação da preparação do Brasil para receber o vírus.

Os *moments* demonstram que havia um preparo para a chegada do novo coronavírus por parte da Anvisa. Havia também um controle de casos suspeitos e preparação em aeroportos e portos para receber possíveis casos vindos da China, além de uma preocupação em evitar desespero desnecessário, já que haviam casos suspeitos no Brasil desde de dezembro de 2019 que foram descartados. De modo geral, tudo indicava que o Brasil estava pronto para entrar com os protocolos de prevenção de uma situação como essa de emergência de saúde.

Além disso, os *moments* também fizeram várias menções ao que é o novo coronavírus e a como se prevenir. Informações sobre o que se sabia até o momento, atualizações constantes

<sup>43</sup> Disponível em: <<https://twitter.com/WHO/status/1216108498188230657?s=20>> e <<https://twitter.com/WHO/status/1216110920721629192?s=20>>. Acesso em 8 de jun. de 2021

de novos dados e de suspeitas de especialistas sobre a doença e o vírus, além de combate às *fake News*, foram tópicos que marcaram presença durante o mês de janeiro nesse perfil.

**Figura 2** – Resumo do conteúdo de *moment* no qual há um vídeo dos cidadãos de Wuhan aplaudindo os profissionais de saúde



**Fonte:** Moments Brasil do *Twitter* (@MomentsBrasil)<sup>44</sup>

O que podemos perceber nesse primeiro mês, apesar da defasagem da importância dada à doença e a informações sobre ela do Moments Brasil em comparação à OMS, é uma concordância entre os dois perfis de quais são os temas mais relevantes sobre essa nova doença que está afligindo o mundo. Ambos reportam as mesmas novidades sobre a doença, as mesmas atualizações de medidas de prevenção e aparentam caminhar para o mesmo caminho para a resolução desse problema.

## 2.2 Fevereiro

A partir de fevereiro de 2020, as narrativas da OMS e o Moments Brasil começam a divergir. Enquanto a OMS está preocupada com países com o sistema de saúde frágil, a falta de EPI no mundo, a estigmatização e o alerta aos países para se preparem, o que acompanhamos nos *moments* é uma preocupação com a vida cotidiana e o medo que assola com a aproximação da doença.

Além dos quatro tópicos anteriores que permanecem sendo importantes nas postagens da OMS, as palavras do mês de fevereiro são “janela de oportunidade” e “solidariedade”. A

<sup>44</sup> Disponível em: <<https://twitter.com/i/events/1222581203666010112>>. Acesso em 8 de jun. 2021

mensagem de janela de oportunidade é de que é possível conter a doença, pois ainda não está num estado tão crítico de contágio e nem está em tantos países. É o momento de valorizar a ciência e seguir, tanto as recomendações de prevenção, quanto o protocolo essencial de isolar, conter, diagnosticar e testar. É o momento de uma cooperação global em pesquisa científica para descobrir mais sobre a doença e assim desenvolver tratamentos seguros. É preciso perceber que o investimento em ciência não é um gasto desnecessário, porque se economiza no futuro e, com isso, se evita que hajam outras crises subsequentes de uma pandemia, como um possível impacto social e econômico ou a preocupação da OMS em falta de EPIs para os profissionais de saúde. O momento para conter a doença e evitar uma crise maior é agora.

Já a solidariedade ocorre num sentido de estender a mão para os países com sistemas de saúde mais frágeis, ou seja, prevenir um surto maior para que não morram muitas pessoas nesses países que não conseguem controlar uma crise de saúde como um país desenvolvido. De modo geral, a OMS reforça um esforço global pela cooperação, tanto científica, quanto financeira e política, já que, ao que podemos observar no fim do mês, com casos em 49 países e a diminuição de casos na China, a COVID-19 é um problema global em que os países devem estar prontos para receber e que devemos combater unidos.

**Figura 3** – Segmento de *thread* de transcrição de pronunciamento do Dr. Tedros Adhanom, diretor-geral da OMS, durante a sessão de encerramento do Conselho Executivo da organização



**Fonte:** Perfil oficial da OMS no *Twitter* (@WHO)<sup>45</sup>

Ao contrário do caráter globalizado das preocupações da OMS, o perfil Moments Brasil na maior parte do mês de fevereiro ainda foca em dados da China, mas os *moments* refletem em maior medida um interesse em compartilhar a situação na China em relação aos casos e mortes e o que se sabe até então. Esse cenário muda apenas com a aproximação da epidemia com o Ocidente, com os primeiros casos na Europa, quando há o compartilhamento de notícias sobre situações em outros países e de casos suspeitos no Brasil, além da repatriação de brasileiros e, finalmente, no fim do mês, o primeiro caso no Brasil.

<sup>45</sup> Disponível em: <<https://twitter.com/WHO/status/1226159658454396929?s=20>>. Acesso em 8 de jun. de 2021

Outras notícias desse período são sobre como um número alarmante de casos confirmados ou suspeitos estão afetando a vida das pessoas, principalmente na Ásia. Exemplos disso são os cancelamentos de eventos como GP da Fórmula 1 na China, o cancelamento de shows do grupo de k-pop BTS em Seul, ou o cancelamento das celebrações do ano novo chinês em São Paulo. Além disso, alguns eventos compartilhados pelo perfil mostram a preocupação das pessoas em terem suprimentos o suficiente para passar por essa, até então, epidemia. Na Itália, os cidadãos italianos começaram a fazer estocagem de comida, enquanto em Hong Kong uma gangue roubou 600 rolos de papel higiênico. No Brasil, foi possível notar um aumento de preços de itens como máscara e álcool em gel.

**Figura 4** – Resumo de conteúdo de *moment* divulgando primeira morte fora da Ásia, marcando o início de postagens mais focadas no Ocidente



**Fonte:** Moments Brasil do *Twitter* (@MomentsBrasil)<sup>46</sup>

Há também postagens sobre ciência e no reforço a informações que são baseadas em fatos científicos. Ao longo do mês são feitas diversas postagens desmistificando *fake news* e trazendo informações sobre a doença, como estudos que foram para determinar o grupo de risco e informações sobre sintomas e prevenção, temas também constantes no perfil da OMS. No final do mês, um *moment* foi criado para falar sobre o sequenciamento genético do vírus feito por pesquisadores da USP e de Oxford em 48 horas, lembrando da importância da ciência brasileira.

<sup>46</sup> Disponível em: <<https://twitter.com/i/events/1228623056026779648>>. Acesso em 8 de jun. 2021

### 2.3 Março

Nesse último mês analisado em nosso estudo, observamos uma diferenciação entre as narrativas da OMS e do Moments Brasil. A OMS deixa de focar na situação que já está controlada em Wuhan e passa a concentrar suas postagens num âmbito mais global, visto que é nesse período que é declarada pandemia, ou seja, uma epidemia global. Ao mesmo tempo, o Brasil começa a efetivamente ser afetado pelo novo coronavírus. Ações de prevenção são aplicadas, uma nova realidade, ou até um “novo normal”, surge nesse período e enquanto o brasileiro tenta se adaptar a essa nova realidade, o país ainda enfrenta controvérsias causadas pelo presidente Jair Bolsonaro por negar evidências científicas repetidas vezes.

O mês de março para a OMS se resume a ações de prevenção e evitar que aconteça a transmissão comunitária. A OMS acreditava que essa poderia ser a primeira pandemia controlada e que os países, que há décadas se preparam para uma situação como essa, precisam agir e tomar as atitudes para controle. Para isso, ela desenvolve diversos protocolos para serem seguidos: de prevenção, de pesquisa, de ações do governo, de ajuda aos países que precisam de auxílio financeiro (por parte do FMI), de guias para escolas e professores etc. A OMS tem uma missão clara: agir para evitar o pior. Teste em massa, localização das pessoas infectadas e rastreamento das pessoas com quem tiveram contato são a recomendação da OMS nesse momento. A contenção é a prioridade e é uma responsabilidade de todos os países. A OMS também reconhece a dificuldade em balancear a administração dessa crise com outros problemas econômicos e sociais que diversos países enfrentam e por isso está se esforçando para diminuir essas diferenças para que os países estejam mais prontos para enfrentar o vírus.

**Figura 5** – Segmento de *thread* de transcrição de *live* diária da OMS com a imprensa



**Fonte:** Perfil oficial da OMS no *Twitter* (@WHO)<sup>47</sup>

Enquanto isso, novas pesquisas continuam mostrando resultados e atualizações sobre a doença, que estão sendo comunicadas para o público. Nesse trabalho de comunicação se insere,

<sup>47</sup> Disponível em: <<https://twitter.com/WHO/status/1239581568101945348?s=20>>. Acesso em 8 de jun. de 2021.

mais uma vez, as ações de combate às *fake news* e também a preocupação em não estigmatizar um povo pela doença, como as *fake news* que associam diretamente a doença à China ou oferecem curas milagrosas.

Se os brasileiros antes observavam a COVID-19 como um problema distante, em março o país se encontra bem no olho do furacão. Os números crescentes de casos fizeram com que o país logo iniciasse medidas de prevenção contra o novo coronavírus – ainda que de forma desconcertada em seus esforços nacional, estaduais e municipais. Embora de maneira diferenciada de acordo com a parte do país em que vivem e sua inserção social, os brasileiros passaram a conviver com medidas como cancelamento de aulas presenciais e eventos, isolamento social e *home office*. Muitos *moments* são criados com o intuito de mostrar como está sendo a vida em isolamento dos usuários da rede social, falando de como é a vida em quarentena, quais os planos para quando ela terminar, entre outros, e também levar informações sobre a saúde mental nesses momentos difíceis.

O Moments Brasil mostra também como a vida de muitos brasileiros foi afetada financeiramente devido a essas medidas. Há uma crescente preocupação com a economia ser prejudicada com as medidas de isolamento em diferentes partes do país e o Moments Brasil mostra uma dificuldade do governo federal em criar medidas que assegurassem que o trabalhador e o empresário teriam renda no período de isolamento. O perfil também mostra o que está sendo feito em outros países e expõe debates do que poderia ser feito no Brasil. Em alguns *moments*, o perfil ressalta que *home office* é um privilégio para poucos, expondo discussões sobre os brasileiros que são trabalhadores informais, como motoristas de aplicativo, entregadores e empregadas domésticas ou diaristas. O perfil traz relatos de pessoas que não podem fazer isolamento social pois precisam sair de casa para terem como alimentar a família.

Além disso, a pandemia se torna uma questão política no Brasil. Pelo perfil Moments Brasil, é possível ver como o presidente incentiva aglomerações em manifestações e aparece em uma manifestação com suspeita de COVID-19. Além de incentivar o uso de um medicamento em que não há comprovações científicas de sua eficácia e ignorar recomendações da OMS sobre isolamento social. O presidente também entra em conflito com governadores e até mesmo o ministro da saúde sobre medidas de prevenção e reação à pandemia. Todas essas ações e reações chegam ao ápice durante o pronunciamento de 24 de março de 2020, em que o presidente Jair Bolsonaro minimiza a gravidade da doença e diz que é apenas uma “gripezinha”.

Em meio a este cenário, diversas vezes o Moments Brasil cria e compartilha *moments* de outros perfis que apresentem informações embasadas na ciência. São vários *moments* sobre

os diferentes tipos de isolamento, sobre a eficácia do isolamento, de prevenção, de atualização sobre informações sobre o vírus, relatos de cientistas sobre essas atualizações e um constante trabalho de adicionar às falas do presidente e do governo as informações corretas baseadas em evidências científicas.

**Figura 6** – Resumo de conteúdo de *moment* de checagem de fatos



**Fonte:** Moments Brasil do *Twitter* (@MomentsBrasil)<sup>48</sup>

## Considerações finais

As narrativas dos dois perfis analisados neste estudo, a saber World Health Organization (@WHO) e *Twitter* Moments Brasil (@MomentsBrasil), seguiram caminhos diferentes de suas propostas enquanto perfis de comunicação de instituições – OMS e *Twitter* Brasil – durante esse primeiro período da pandemia, muitas vezes ampliando o escopo de informações que o perfil se propunha a compartilhar. Apesar de manterem alguns temas constantes em suas postagens, como as atualizações de dados sobre casos e mortes, atualizações sobre a doença e o vírus e também sobre combate às *fake news*, as postagens mostram os caminhos que a pandemia tomou numa escala global e nacional.

A OMS iniciou suas publicações num contexto local, um surto de uma nova doença em uma cidade na China. Desde o início, entretanto, a organização alerta o mundo de uma possível pandemia e que é preciso que não se poupem esforços para que a situação seja controlada. Conforme o avanço da doença, o foco de atenção da OMS aumenta geograficamente: primeiro

<sup>48</sup> Disponível em: <<https://twitter.com/i/events/1240287674772013057>>. Acesso em 8 de jun. 2021

apenas a China, depois a Ásia, a Europa e, por fim, o mundo todo, mas sem nunca esquecer os países mais frágeis. A OMS, como uma instituição de saúde e ciência, utiliza seus conhecimentos acumulados com o tempo para preparar o mundo sobre uma doença ainda completamente nova, enquanto incentiva que, não apenas os cientistas foquem seus esforços, mas que os governos estejam prontos para investir na ciência e evitar uma crise maior.

O perfil Moments Brasil é um recorte do que a sociedade brasileira, em especial a comunidade brasileira no *Twitter*, está discutindo sobre a COVID-19. Apesar da defasagem de informações, é possível notar que os *moments* do perfil fazem um caminho de aproximação da doença com o país, surgindo na distante China, se aproximando do Ocidente com casos na Europa e nos EUA e finalmente chegando no Brasil, causando profundas mudanças na sociedade brasileira, tanto sociais quanto econômicas e políticas.

Os diferentes conteúdos dos perfis selecionados mostram a complexidade do tema da pandemia de COVID-19, pensando em como se convergem e se distanciam, em temas da ciência e da divulgação científica e também da sociedade. Muitas vezes o perfil da OMS fala da sociedade e muitas vezes o perfil do Moments Brasil fala de ciência. Não é um sistema binário de ciência e sociedade, e é essencial pensar numa integração do tema de ciência com a sociedade para entender como um afeta o outro e vice-versa.

## Referências

- COSTA, A. From Ear Candling to Trump: Science Communication in the Post-Truth World. *Spokes*, v. 27, p. 1-12, 2017.
- DUGUAY, S. Social media's breaking news: the logic of automation in Facebook Trending Topics and Twitter Moments. *Media International Australia*, v. 166, n. 1, p. 20-33, 2018.
- GUHA, R.; MCCOOL, R.; MILLER, E. Semantic search. In: *Proceedings of the 12th international conference on World Wide Web*. 2003. p. 700-709.
- LEMOS, L. O poder do discurso na cultura digital: o caso Twitter. *Jornada internacional de estudos do discurso*, v. 1, 2008.
- ORLANDI, E. *Análise de discurso: princípios & procedimentos*. Pontes, 2012.
- SU, Leona Yi-Fan et al. Information-sharing and community-building: Exploring the use of Twitter in science public relations. *Science Communication*, v. 39, n. 5, p. 569-597, 2017.
- TWITTER. *Diretrizes e princípios dos Moments do Twitter*, 2021. Central de Ajuda. Disponível em: <<https://help.twitter.com/pt/rules-and-policies/twitter-moments-guidelines-and-principles>>. Acesso em: 7 jun. 2021.

UREN, V.; DADZIE, A. Public science communication on Twitter: A visual analytic approach. *Aslib Journal of Information Management*, v. 67, n. 3 p. 337–355. 2015.