

UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS E NATURAIS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS

VICTORIA LYRIO FERRO

Polarização política, opinião pública e mídias sociais: um estudo das batalhas narrativas sobre vacinação no Twitter entre os anos de 2020 a 2023

Vitória
2023

VICTORIA LYRIO FERRO

Polarização política, opinião pública e mídias sociais: um estudo das batalhas narrativas sobre vacinação no Twitter entre os anos de 2020 a 2023

Monografia apresentada ao Departamento de Ciências Sociais do Centro de Ciências Humanas e Naturais da Universidade Federal do Espírito Santo, como requisito parcial para obtenção do Grau de Bacharel em Ciências Sociais.

Orientador: Dr. Fábio Malini

Vitória
2023

VICTORIA LYRIO FERRO

Polarização política, opinião pública e mídias sociais: um estudo das batalhas narrativas sobre vacinação no Twitter entre os anos de 2020 a 2023

Monografia apresentada ao Departamento de Ciências Sociais do Centro de Ciências Humanas e Naturais da Universidade Federal do Espírito Santo, como requisito parcial para obtenção do Grau de Bacharel em Ciências Sociais.

Trabalho aprovado em: 18 de Dezembro de 2023.

Fábio Luiz Malini de Lima

Orientador

Mauro Petersem Domingues

Universidade Federal do Espírito Santo

Fábio Gomes Goveia

Universidade Federal do Espírito Santo

"Os filósofos limitaram-se a interpretar o mundo de diversas formas; no entanto, o que importa é modificá-lo."

(Karl Marx, Teses sobre Feuerbach, 1888)

RESUMO

O uso das redes sociais como ferramenta de socialização e fonte informacional já era uma realidade diante de um mundo globalizado, cujos limites da vida social e da interação digital se estreitam cada dia mais. Diante da pandemia de Covid-19 e considerando as medidas preventivas necessárias para evitar a proliferação da doença, foi possível observar a migração massiva da sociedade global para o ambiente virtual, que tornou-se o principal meio de comunicação, fonte de informação e de expressão de opinião entre as pessoas. Assim, a proposta de compreender os posicionamentos dos indivíduos sobre as vacinas dentro do cenário pandêmico será realizada por meio de uma análise de dados retirados da plataforma do *Twitter* durante os anos de 2020 a 2023, que será ligada à perspectiva de polarização política em seu contexto histórico e social, abarcando as dinâmicas e peculiaridades próprias da sociedade brasileira, bem como seu cenário político.

Palavras-chave: Pandemia; Redes sociais; Covid-19; Twitter; Polarização.

ABSTRACT

The use of social media as a socialization tool and information source was already a reality in a globalized world, where the limits of social life and digital interaction are becoming increasingly narrower. In the face of the Covid-19 pandemic and considering the necessary preventive measures to avoid the spread of the disease, it was possible to observe the massive migration of global society to the virtual environment, which has become the main means of communication, source of information and expression of opinion among people. Thus, the proposal to understand people's position about vaccines within the pandemic scenario will be carried out through an analysis of data taken from the Twitter platform during the years 2020 to 2023, which will be linked to the perspective of political polarization in a historical and social context, covering the dynamics and peculiarities of Brazilian society, as well as its political scenario.

Keywords: Pandemic; Social Media; Covid-19; Twitter; Polarization.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

| | |
|---|----|
| Figura 1 - Percentual da predominância de cada tipo de posicionamento nas narrativas sobre temática vacinal no Twitter..... | 28 |
| Figura 2 - Clusters de palavras das narrativas Anti-Vacina..... | 30 |
| Figura 3 - Clusters de palavras das narrativas Pró-Vacina..... | 32 |
| Figura 4 - Percentual de retweets de cada tipo de posicionamento contido nas postagens analisadas..... | 34 |

SUMÁRIO

| | |
|--|-----------|
| 1. INTRODUÇÃO..... | 8 |
| 2. POLARIZAÇÃO POLÍTICA..... | 10 |
| 2.1. Polarização política no Brasil..... | 13 |
| 3. OPINIÃO PÚBLICA E MÍDIAS DIGITAIS..... | 17 |
| 4. DESINFORMAÇÃO E POLÍTICA..... | 20 |
| 4.1. Mídias sociais e pandemia..... | 20 |
| 4.2. Infodemia: um fenômeno decorrente do uso das mídias sociais..... | 20 |
| 4.3. Política e as mídias sociais..... | 22 |
| 4.4. Covid-19, hesitação vacinal e desinformação..... | 25 |
| 5. RESULTADOS E DISCUSSÕES..... | 27 |
| 5.1. Distribuição percentual de tweets por posicionamento..... | 28 |
| 5.2. Viralidade das narrativas sobre vacina no Twitter..... | 29 |
| 5.3. Viralidade de posicionamentos no Twitter..... | 33 |
| 6. DESDOBRAMENTOS DA DESINFORMAÇÃO E DANOS COLETIVOS À SAÚDE..... | 35 |
| 7. CONCLUSÃO..... | 36 |
| 8. REFERÊNCIAS..... | 38 |

1. INTRODUÇÃO

Compreender a opinião e os sentimentos das pessoas sempre foi um interesse, tanto das instituições públicas quanto privadas (Pang; Lee, 2008). Tal interesse se manifesta pela necessidade dessas organizações em compreender se as atitudes tomadas por elas serão bem aceitas pelo público-alvo que se busca alcançar.

Na perspectiva da sociologia clássica, especialmente no pensamento de Durkheim (2011), o elemento estabelecido numa sociedade que faz com que os indivíduos ajam de maneira similar ou padronizada é a coerção social, ou seja, a iminência de serem rejeitados e excluídos pela sociedade caso ajam de maneira diferente dos demais. Dessa maneira, trazer fatos sociais – formas de agir, pensar e sentir – a um debate contemporâneo que englobe as plataformas digitais de mídia e interação como ferramentas de socialização exige a compreensão de que estes dispositivos digitais ocupam uma posição central nas relações neste século, seja como um espaço de conversação, seja como uma fonte de informação.

Nos dias atuais, tendo como ponto de partida o recorte temporal desde o ano de 2004 até o ano de 2023, é possível afirmar que o mundo vivencia a era da internet denominada “Web 2.0” (O’Reilly, 2005), cujas mídias sociais cumprem papel fundamental na emissão de opinião e sentimentos em comunidades (Pang; Lee, 2008), sendo capazes de influenciar diretamente a opinião de outros usuários da rede social. O fato de que as redes sociais constituíram-se como ferramenta central da vida dos indivíduos tornou o meio digital um espaço relevante para os debates de assuntos de interesse público, sendo capaz de

[...] convencer os outros, começar guerras, invocar amor e paz, derrubar um governo, destruir reputações, compartilhar emoções e opiniões. Pode-se expressar ideias, pensamentos, ideologias, sentimentos e fracassos (Spenillo, 2017, p. 221-222). É assim que, na atualidade, o interesse é determinar se as pessoas assumem as visões expressadas através das mídias sociais, como indício do pensamento do público geral, mas também, identificar as consequências comportamentais dessas percepções. (Zerback; Fawzi, 2016, p. 1035 *apud* Rodríguez; Torres, 2022, p. 788, tradução própria).

Considerando a relação entre opinião pública, mídias sociais e política, o presente trabalho busca, com base no evento histórico da pandemia de COVID-19, compreender de qual maneira o movimento antivacina no Brasil foi – e ainda é –

capaz de influenciar diretamente nas políticas públicas referentes à saúde coletiva e quais consequências podem ser observadas no cenário atual do país.

Por conta disso, a pergunta de partida para o desenvolvimento desta pesquisa é: *de quais maneiras os posicionamentos políticos emitidos nas redes sociais, advindos da polarização política evidente no Brasil, contribuem na fabricação da desinformação e na hesitação vacinal?*

A hipótese que responde a esse problema inclina-se para a compreensão de que a polarização política afetiva encontra-se em um campo que envolve sentimentos e emoções inerentes ao ser humano. Por conta disso, a sua influência direta na emissão de opinião e na crença de “verdades” ou “mentiras” não se valida tão somente por postulados científicos, céticos ou racionais. A hesitação vacinal pode ser considerada um produto da incerteza informacional (Malini *et al.* 2020), porém, o fator afetivo produzido pela polarização política do Brasil torna-se um elemento crucial na influência à vacinação, principalmente tendo em vista que as vacinas tornaram-se ferramenta do jogo político.

O objetivo geral da pesquisa é analisar os embates narrativos entre os polos envolvidos no processo de infodemia vacinal no *Twitter*. Dessa maneira, os objetivos específicos traçados foram: mapear os posicionamentos nas narrativas dos atores; realizar um levantamento estatístico do percentual de predominância de cada tipo de narrativa no *Twitter*; calcular a viralidade de cada tipo de narrativa; **relacionar os resultados observados no plano virtual com as consequências sociais observadas no cotidiano do indivíduo brasileiro**; e por fim, compreender o papel da polarização política no processo de hesitação vacinal.

Para isso, será realizada uma análise de postagens realizadas na plataforma digital *Twitter* durante os anos de 2020 a 2023 como forma de compreender a opinião pública manifestada por meio das redes sociais.

Do ponto de vista metodológico, o trabalho foi dividido em sete etapas. Na primeira etapa, a de extração, 5.618.068 *tweets* foram coletados diretamente da API do *Twitter*, utilizando para isso o *software* de coleta de dados *Ford*, desenvolvido pelo Laboratório de Internet e Ciência de Dados (Labic/UFES). Na etapa seguinte, a de mineração de dados, foram filtrados os 1.665 *posts* mais replicados (os

chamados *virais*) pelos mais de 1,5 milhão de usuários participantes dessa base de dados. Na terceira etapa, cada um desses *tweets* foi rotulado, sendo separados em “Pró-Vacina”, “Anti-Vacina” e “Outros” (que correspondem aos *tweets* relativos a notícias e memes). Na quarta etapa, foram detectados os temas mais populares de cada um desses posicionamentos. Isso foi feito a partir da contagem dos termos mais frequentes nos *virais* pró e anti-vacina. Em seguida, foi realizada a visualização de gráficos para demonstrar quais desses posicionamentos possuem mais capacidade de difusão online e quais temáticas tornam-se mais *virais* em cada um desses pólos no *Twitter*. Na sexta etapa, foram produzidos grafos de palavras por meio do uso da ferramenta *Gephi*, *software* utilizado para a manipulação de redes complexas, a fim de traçar a relação entre os termos mais utilizados pelos atores envolvidos nas narrativas coletadas e estabelecer uma rede de palavras. Por fim, a última etapa contou com a análise dos resultados, combinada com uma revisão bibliográfica sobre polarização, que possui enfoque no aparecimento desse fenômeno na plataforma digital de socialização estudada diante do advento da pandemia de Covid-19.

2. POLARIZAÇÃO POLÍTICA

Conceituar e compreender o que é polarização política, em primeiro momento, faz-se necessário a criação do pano de fundo no qual a análise que será desenvolvida encontra-se, como uma forma de estabelecer uma conexão entre os objetivos traçados no projeto. Desse modo, remetendo à bibliografia clássica sobre a temática dentro da ciência política, Fiorina e Abrams (2008) traçam uma contextualização histórica dos primeiros momentos em que o termo ‘polarização’ apareceu no meio político e nos veículos de mídia dos Estados Unidos, no início dos anos 1990.

O conceito de polarização, a priori, foi promulgado pelos veículos tradicionais de mídia no ano de 1992, após o discurso de Pat Buchanan – na época, um insurgente candidato à presidência da república dos Estados Unidos e ex-diretor de comunicação da Casa Branca – durante a Convenção Nacional Republicana. Seu discurso, carregado por uma declaração notável de guerra cultural em defesa da ‘alma americana’, é considerado por Fiorina e Abrams (2008) como um marco inicial

dos conflitos que se sucederam, dando início ao conceito de polarização que tentam determinar.

Por definição, polarização é “enfaticamente a presença simultânea de princípios de oposição ou conflito, tendências ou pontos de vista” (Fiorina; Abrams, 2008, p. 566, tradução própria). Sob uma análise sistemática da distribuição de eleitores divididos em dois partidos centrais da disputa eleitoral dos Estados Unidos, Fiorina e Abrams (2008) notaram que, para que o rótulo de ‘polarização’ seja sustentado, a bimodalidade é um elemento que se faz necessário. Isso significa dizer que a consideração de que a polarização existe dentro de um sistema democrático só pode tornar-se uma afirmativa diante do caráter distributivo que, concentrado nos extremos da escala partidária ou ideológica, demonstre o esvaziamento do centro (Fiorina; Abrams, 2008).

Um exemplo da forma como a polarização atingiu os Estados Unidos dentro do contexto estudado por Fiorina e Abrams (2008) é evidenciado com a observação realizada pelos teóricos a respeito dos mapas eleitorais, divididos em azul (Partido Democrata) e vermelho (Partido Republicano). Com base na exemplificação, Fiorina e Abrams (2008) colocam-se como iconoclastas em relação à representação da predominância “colorida” implementada pela mídia estadunidense, sob a afirmação de que a polarização não é um fenômeno estático, mas que ela se modifica de acordo com características próprias de seu tempo, podendo apresentar níveis distintos de intensidade.

Diante da compreensão sobre a elasticidade da polarização política, Fiorina e Abrams (2008) recorrem ao estudo retroativo sobre a compreensão do que é polarização na perspectiva de DiMaggio (1996), que toma como ponto de partida a delimitação do que não é a polarização. Paul DiMaggio compreende que, apesar da polarização culminar, muitas vezes, em processos barulhentos de incivilidade diante de mudanças políticas, o conceito aproxima-se da extensão da discordância, e não das formas como ela é expressa. Por mais que DiMaggio não descarte uma potencial relação empírica entre as formas de manifestação da discordância e da discordância em si, o teórico aponta que

A polarização é tanto um estado quanto um processo. Polarização como um estado refere-se à medida em que opiniões sobre uma questão aparecem em sentido oposto a uma máxima teórica. Polarização como processo

refere-se ao aumento da oposição ao longo do tempo. O nosso foco de análise é a polarização em seu último sentido. (DiMaggio, 1996, p. 693, tradução própria)

DiMaggio (1996) afirma, ainda, que para realizar uma análise categórica sobre a polarização e as mudanças que esta sofre enquanto um fenômeno político e social, é necessário ter a capacidade de medi-la e, para isso, a capacidade de defini-la, assim como demonstrar as razões pelas quais estamos interessados em seu estudo.

Nossa premissa é que, igualmente a outras coisas, a polarização de atitudes milita contra a estabilidade social e a política ao reduzir a probabilidade de formação de grupos no centro da distribuição de opinião, aumentando a probabilidade de **formação de grupos com preferências políticas distintas e irreconciliáveis**. (DiMaggio, 1996, p. 693, tradução própria, grifo próprio)

O grifo na passagem de DiMaggio busca evidenciar exatamente o que o presente trabalho almeja capturar no cenário da polarização política e sua relação com a temática vacinal proposta nos objetivos de pesquisa. Ademais, antes de adentrar na contextualização da polarização no cenário brasileiro, é necessário compreender outras ramificações trazidas pela teorização da polarização política em sentido de classificar o fenômeno. A partir disso, a leitura sobre as formas de polarização que incidem sobre o Brasil será realizada com base em uma análise histórica e social do sistema político brasileiro, tendo como ponto de partida o marco histórico da redemocratização observada no final dos anos 1980.

Pensando nas maneiras de polarização como processo, como já proposto por DiMaggio (1996), o conceito de Abramowitz (2008) sobre a polarização ideológica aparece como uma maneira eficaz de explicar o aumento das discordâncias entre as partes envolvidas no processo político atual. Identificar que a opinião pública sofreu – e sofre constantemente – determinadas “atualizações” de suas pautas ao longo dos processos históricos da humanidade abre caminho para a compreensão do aumento do distanciamento entre os pólos da política.

Partindo desse entendimento, Abramowitz (2008) traça uma comparação entre identificação política dos atores envolvidos na esfera pública e as pautas incorporadas em suas ideologias, que giram em torno de questões como trabalho, direitos civis, moldes econômicos, etc. Ademais, Abramowitz não foi o único estudioso a compreender essas mudanças no cenário político. Contemporâneos ao seu estudo, Fiorina e Abrams (2008) também trouxeram em seus estudos as novas

características evidentes que influenciam a polarização, apontando para a sucessão de acontecimentos a partir do discurso de Buchanan, citada no início do tópico e reafirmada pela máxima conclusiva de que a polarização não é estática.

Em 1994, os democratas perderam o controle da Câmara de Representantes pela primeira vez em 40 anos, um resultado chocante atribuído a “homens brancos raivosos” economicamente inseguros que **atacam o aborto, as ações afirmativas, os direitos dos homossexuais, o controle de armas, a Hillary Clinton, a imigração e outras provocações culturais** [...] (Fiorina; Abrams, 2008, p. 564, tradução própria, grifo próprio)

Apesar da análise da polarização, até o momento, ser voltada para o cenário eleitoral estadunidense, o tópico a seguir buscará evidenciar que o movimento de mudanças ideológicas não é uma dinâmica exclusiva da cultura local norte-americana.

2.1. Polarização política no Brasil

Ao indicar que os estudos sobre polarização política iniciaram-se nos Estados Unidos, Fuks e Marques (2022) compreenderam que, para analisar as elites dominantes da política, deve-se ter o entendimento que uma discussão ideológica é indispensável, como já havia sido apontado por Abramowitz (2008). Porém, ao entenderem que o Brasil possui características próprias do contexto histórico e social do país, Fuks e Marques (2022) apontam para a existência de mais de um tipo de polarização ao estudarem a política brasileira.

Considerando o predomínio da disputa entre o PT (Partido dos Trabalhadores) e o PSDB (Partido da Social Democracia Brasileira) nas urnas brasileiras a partir do ano de 1994 – que perdurou até o ano de 2014 – foi possível observar uma predominância do PT no poder presidencial em comparação ao PSDB. O fato é que Fuks e Marques (2022) compreendem que poucas eram as diferenças ideológicas entre os partidos que sempre disputaram o “pódio” das eleições, classificando que, tanto o PT quanto o PSDB, que até então representavam a “esquerda” e a “direita” brasileiras, respectivamente, “deslocavam-se progressivamente em direção ao centro da escala ideológica” (p. 561).

Tatagiba (2018) analisa que, diante de uma trajetória iniciada no ano de 1980, o PT, já no ano de 2002, podia ser observado como um partido que em vinte e dois anos de existência atraiu para si um aumento significativo no percentual de eleitores

que se posicionavam contra o partido, criando uma identidade “antipetista”. Esses posicionamentos antipartidários vieram a público diante da mudança de direcionamento por parte da base de apoio do PT, que passou a se aproximar dos setores mais populares do Brasil e, conseqüentemente, a se distanciar das classes médias do país.

O sentimento antipetista foi exatamente o que alimentou a sequência de protestos dos setores mais à direita do plano político brasileiro, que tiveram um primeiro impulso no ano de 2013, durante o primeiro mandato da ex-presidenta Dilma Rousseff. “Por mais que os protestos enviesados pelo antipetismo apresentem caráter político-eleitoral, enquanto fenômeno sociopolítico o antipetismo não trata-se apenas de rejeição partidária e, sim, de um sentimento de ódio extremamente mobilizador” (Tatagiba, 2018, p. 10).

O ódio ao PT vincula-se, dessa maneira, ao que é denominado polarização afetiva em literaturas da ciência política. Esse conceito classifica-se como o aumento da desafeição entre grupos políticos rivais (Iyengar; Sood; Lelkes, 2012 *apud* Fuks; Marques, 2022). É com base nisso que se torna difícil definir o tipo de polarização que é vista recentemente no Brasil, pois ao mesmo tempo em que a polarização ideológica demonstrada com o esvaziamento do centro é evidente em termos identitários para os eleitores que se definem dentro de determinado alinhamento político, a polarização afetiva mostra sua presença em um cenário de ódio ao PT como partido.

Porém, ao mesmo tempo em que o PT atraiu a repulsa de diversos eleitores da classe média brasileira, o partido não perdeu seus apoiadores mais fiéis. Ademais, é válido ressaltar que muitos desses apoiadores demonstraram-se enfraquecidos após o primeiro mandato de Dilma Rousseff, evidenciando a desvinculação partidária destes e a projeção política atrelada à imagem do ex-presidente Lula.

Esse contexto justifica analisar o fenômeno da polarização no Brasil não só a partir de suas bases partidárias, mas também em referência a lideranças políticas e candidatos. Dessa forma, nossa expectativa é que a polarização brasileira se organize não apenas em função de laços partidários, mas principalmente por meio do vínculo com essas lideranças, expressando, portanto, um caráter personalista. (Fuks; Marques, 2022, p. 265)

Essa discussão torna-se necessária para compreender as razões pelas quais a polarização política no Brasil se consolidou apenas a partir do ano de 2018,

momento em que o partido do ex-presidente Jair Bolsonaro toma centralidade na disputa eleitoral contra o então candidato Fernando Haddad, do PT.

Para além do caráter personalista verificado nas eleições de 2018, a polarização ideológica não pode ser considerada como fenômeno isolado no Brasil. Houve o surgimento de uma extrema direita atualizada (Alkmim; Terron, 2022), que trouxe ao debate político novas abordagens a respeito de temáticas diferentes das chamadas “clássicas” pela literatura da ciência política. Se, até então, a política tinha como princípio central a economia e o estado de bem-estar social, o que pôde ser observado em âmbito internacional foi um direcionamento da preocupação dos eleitores com questões morais e valores – aborto, adoção de crianças por casais gays, descriminalização das drogas, cotas raciais, etc (Alkmim; Terron, 2022). O deslocamento dos princípios centrais da política, abordados de forma adequada aos recentes debates sociais e dinâmicas culturais, vai de encontro com o anteriormente teorizado por Fiorina e Abrams (2008).

O conservador *versus* o liberal dentro das novas estruturas políticas, tanto nacionais quanto mundiais, muito se baseia na identidade social (Mesquita; Lopes; Herrero, 2021). A teoria da identidade social, formulada inicialmente por Tajfel (1979), busca compreender as dinâmicas intergrupais que fazem com que os membros de uma comunidade criem laços de identificação com o grupo que estão inseridos. O estudo de Tajfel, apoiado em uma abordagem *Gestalt* – compreensão do todo para dar sentido às partes –, ao observar a construção de estereótipos sociais e seus desdobramentos transformados em preconceito e discriminação, constatou que estes tornam-se um marco no estudo das relações intergrupais (Doise, 2002).

Isso significa dizer que o sentimento de pertencimento a um grupo é uma fonte de orgulho e autoestima por parte dos integrantes, fazendo com que haja um processo de categorização social, conhecido como *in-group* (nós) e *out-group* (eles) (Mesquita; Lopes; Herrero, 2021). É a partir dessa categorização que a tendência dos membros desses grupos em encontrar aspectos negativos de um indivíduo de fora do grupo a que pertence aparece, evidenciando um caráter afetivo do processo de polarização quando observado diante de uma dinâmica da vida política.

No Brasil a polarização afetiva mostrou-se ainda mais específica quando vista do ângulo do antipetismo, pois foi possível observar um ressentimento social por parte desse grupo de eleitores em relação às minorias sociais que compõem o eleitorado do PT (Bello, 2023). Ademais, a questão religiosa também pode ser apontada como um fator de relevância para o aumento da divisão política, entrando em uma zona que diz respeito a uma guerra cultural.

Nesse contexto, o paralelismo político encaixa-se como um conceito relevante na análise da polarização política:

Hallin e Mancini (2004) situam paralelismo político como uma das dimensões comparativas de sua tipologia de sistemas midiáticos, definido como alinhamento e simetria entre a imprensa jornalística e os partidos políticos [...] um alto nível de paralelismo político configura o que os autores chamaram de modelo pluralista-polarizado das relações entre mídia e política; ou seja, alta disponibilidade de veículos que refletem diferentes visões partidárias na escala ideológica [...]. (Junior, 2023, p. 7)

Junior (2023) entende que o paralelismo político na mídia foi marcado pela “ausência de jornalismo profissionalizado com audiência volumosa *catch-all*, isto é, com distanciamento entre as editorias de opinião e notícia e apelo para o público amplo e não partidarizado” (p. 7). A reverberação dos estudos sobre o paralelismo nas pesquisas brasileiras em comunicação aponta para uma cobertura midiática desfavorável em relação a candidatos do PT, ainda que as análises e os estudos empíricos afastem a relação entre a abordagem negativa e o alinhamento dos veículos de mídia a determinado partido político (Junior, 2023).

A polarização da elite partidária e das massas influencia a exposição seletiva e a confiança nas notícias (Stroud, 2010). Sobretudo num cenário midiático com alta disponibilidade de escolha e audiência fragmentada pelos avanços tecnológicos, como a televisão a cabo e a internet, a audiência jornalística tende a seguir, em algum grau, preferências políticas (Iyengar e Hahn, 2009). (Junior, 2023, p.10)

Um debate que se encontra no estudo da polarização, especialmente no que toca à construção da opinião pública, aparece diante do crescimento vertiginoso do consumo de informação por meio de plataformas digitais (Junior, 2023).

Mais à frente, será realizada uma análise sobre os desdobramentos da hiperfragmentação e personalização do acesso a notícias (Junior, 2023), em paradoxo ao fato de que, hoje, a oferta de conteúdo informacional variado e diverso marca a era comunicacional em que vivemos diante da pluralidade e a capacidade de escolha do que será consumido.

3. OPINIÃO PÚBLICA E MÍDIAS DIGITAIS

A opinião pública pode ser considerada um elemento essencial para a vida coletiva, sendo capaz de influenciar diretamente nas atividades fundamentais dos atores sociais. Ela é proveniente dos diálogos entre setores social, político e econômico de uma sociedade.

A filosofia política de Jürgen Habermas (1962) traz um apanhado histórico sobre o surgimento do conceito de opinião pública, que aparece ao final do século XVIII, momento em que há a consolidação dos ideais de cidadania no ocidente. O termo ‘opinião pública’ é classificado por Habermas como um exercício preliminar ao público, que se torna capaz de julgar. Ainda na busca de uma definição de opinião pública, o conceito desdobra seu significado na ideia de uma racionalidade argumentativa e crítica, elementos estes que ele exige como critérios para a sua existência (Habermas, 1962).

Antes de chegar ao conceito de opinião pública, Charaudeau (2006) busca classificar o que é opinião por si só. O teórico da linguística classifica que

A opinião é o resultado de uma atividade que consiste em **"reunir elementos heterogêneos e associá-los ou compô-los segundo a lógica do necessário ou do verossímil"**. Ela depende, com efeito, de um cálculo de probabilidade, que leva o sujeito a tomar uma atitude intelectual de aceitação ou não da verossimilhança. **A opinião assemelha-se à crença, pelo movimento de ser a favor ou contra, mas dela se distingue pelo cálculo de probabilidade que não existe na crença e que faz com que a opinião resulte de um julgamento hipotético a respeito de uma posição favorável/desfavorável e não sobre um ato de adesão/rejeição.** Por outro lado, **a opinião não deve ser confundida com o conhecimento.** Este é independente do sujeito que sabe; a opinião, ao contrário, revela o ponto de vista do sujeito a respeito de um saber. **A opinião não enuncia uma verdade sobre o mundo, ela remete ao sujeito.** (Charaudeau, 2006, p.121-122, grifo próprio)

Diante da percepção da opinião pública sob o ponto de vista das mídias, Charaudeau (2006) cita que esta é tratada como uma entidade parcialmente homogênea em relação a uma espécie de razão conceitual. O linguista observa a opinião pública como um produto do “entrecruzamento entre conhecimentos e crenças de um lado, opiniões e apreciações de outro” (p. 123).

Apesar das abordagens clássicas sobre a temática estabelecerem uma relação restrita sobre a opinião pública, cujo predomínio incide sobre a visão dicotômica de esfera pública *versus* governo em sua análise clássica, em literaturas mais recentes

há a consideração de que o conceito foi expandido para outros âmbitos da vida em sociedade, criando raízes em questões mercadológicas, religiosas, culturais, etc. (Rodríguez; Torres, 2022). A ideia de opinião pública não se identifica ao produto da somatória de várias opiniões individuais. Ao contrário disso, é categorizada como “um conjunto de visões predominantes em uma maioria de cidadãos” (Childs, 1939, p.331 *apud* Rodríguez; Torres, 2022, p.791, tradução própria).

Relativo ao entendimento de que a vida política está passando por mudanças estruturais importantes e de forma “dramática” (Rodríguez; Torres, 2022), a principal evidência do novo cenário das formas de se fazer política é a percepção de que “os veículos de mídia tradicional já não possuem mais o monopólio da informação, e estão sendo substituídos por meios alternativos para o debate, a discussão e a formação da opinião pública” (Rodríguez; Torres, 2022, p. 788, tradução própria).

O conceito de mídia abrange qualquer instrumento ou meio de comunicação social, tendo como seus meios tradicionais a televisão, o rádio e o jornal impresso.

Estes meios tradicionais de comunicação de massa sempre tiveram forte influência sobre a opinião pública, mesmo que de forma velada. No princípio da comunicação de massa eram esses meios que, por exemplo, definiram temas que deveriam ser discutidos e pautados, além dos quais deveriam ser excluídos da esfera pública, através do conteúdo que vinculavam e como o vinculavam. O poder da comunicação é apontado por Guareschi (1993) como o quarto poder. (Pereira, 2017, p. 21)

Sob o olhar da comunicação, a mídia em seu uso corriqueiro do termo, até o ano de 2004, partia da ideia de “uma extensão ou decorrência natural de conjunto de meios de comunicação” (Guazina, 2007, p. 51). A origem do uso do termo “mídia” surge em meio às pesquisas norte-americanas, em períodos pré e pós-guerra (entre os anos 1920 e 1940), sobre comportamento eleitoral e propaganda, intuitivamente direcionadas às influências desses meios em influenciar a opinião pública do eleitorado (Wolf, 2003).

O papel dos meios de comunicação de massa, a partir dos anos 1960, passa a ser destaque em meio às campanhas eleitorais norte-americanas do período. Esse papel central ocupado pelos veículos como a televisão e o rádio tornaram os estudos sobre a influência da comunicação de massa mais sofisticados (Guazina, 2007). A constituição de uma subárea direcionada à Comunicação e Política fez-se necessária diante da percepção de que esses veículos de comunicação de massa

promovem um “processo pelo qual o indivíduo modifica a sua própria representação da realidade social’ (Noelle-Neumann apud Wolf, 2003, p.138) a partir do que é apresentado pelos e nos meios de comunicação” (Guazina, 2007, p. 53)

Em tempos de globalização, houve convergência tecnológica no setor da comunicação, abarcando novas ferramentas, especialmente voltadas para a informática – a internet (Guazina, 2007). “À medida que as redes sociais tornaram-se espaços mais relevantes para o debate de assuntos de interesse público, o estudo da opinião pública direciona seu foco para a forma como os mencionados âmbitos se manifestam a partir de então” (Rodríguez; Torres, 2022, p. 788, tradução própria).

O novo sistema comunicacional baseado na internet e nas mídias digitais é visto por estudiosos da área da comunicação como um processo de democratização e ampliação da informação e do contato entre indivíduos sem o intermédio das grandes mídias tradicionais (Gilsogamo, s.d.). Com isso, há a ampliação do que é considerado o “espaço público”, as mídias digitais tomaram a centralidade da vida social, de um modo que fez com que os limites entre o concreto e o virtual se estreitassem a um nível que não houvesse mais a diferenciação entre ambos os espaços.

Sob outra perspectiva, Gilsogamo (s.d., p. 2) reforça:

[...] quero ressaltar a importância da não generalização e idealização do sistema de comunicação digital, especialmente o das redes sociais, como um ambiente extremamente plural, em que todos têm voz e não é induzida a ponto de passar a sensação errada de que aquilo que é comentado, publicado e, especialmente compartilhado, nas redes digitais possui maior representatividade e é, por essência, uma opinião pública mais pura, no sentido de menos induzida, subjetiva e totalmente individual, do que aquela que se apresenta nos demais canais de informação.

O novo modo de fluxo informacional, apesar de “ter facilitado a ação coletiva em termos de mobilização, expansão, organização global e geração de novos canais” (Rodríguez; Torres, 2022, p. 788, tradução própria), criou conjuntamente à democratização da informação novos modos de reinserção do controle da opinião pública, assim como novas formas de exercer poder.

4. DESINFORMAÇÃO E POLÍTICA

4.1. Mídias sociais e pandemia

Pensar no uso das mídias sociais no cotidiano já era uma realidade antes da pandemia de Covid-19, porém, com seu início oficial no ano de 2020, foi possível observar um aumento no número de usuários dessas redes. Para Bezerra e Gibertoni (2021, p. 146), “um dos maiores motivadores no aumento do número de usuários nas mídias sociais é a maior permanência em domicílio, considerando que uma das medidas de segurança proposta por especialistas é o isolamento social durante a pandemia [...]”.

A continuidade das atividades cotidianas diante de um cenário de calamidade pública em nível global fez com que as pessoas, por necessidade, adotassem as plataformas digitais como meios de entretenimento, fonte de informação, fonte de renda e instrumento de comunicação.

Durante muito tempo difundiu-se a visão de que o tempo de uso nas mídias sociais é um tempo mal investido, uma atividade tida como infrutífera ou de baixa prioridade, porém, com a pandemia, essa percepção negativa em relação às mídias sociais tornou-se diluída, já que todas as relações sociais e intercomunicantes receberam um novo palco de atuação, esse é o digital, logo as mídias sociais se tornaram uma realidade para muitos que escolheram se afastar delas ou que nunca tiveram contato. (Bezerra; Gibertoni, 2021, p. 148)

De acordo com o Relatório Digital de Visão Global do ano de 2021 (*DataReportal*, 2021 *apud* Bezerra; Gibertoni, 2021), o número de usuários das plataformas de mídia social aumentou em mais de 13% se comparado com o ano de 2020, contemplando um total de mais de meio bilhão de novos usuários plataformizados. Esse número representa uma soma de 4,2 bilhões de usuários ao redor do globo, que em termos percentuais, corresponde à metade do mundo atual. Diante do aumento significativo do processo de digitalização – ou seja, do número de pessoas adeptas às plataformas digitais – foi possível observar fenômenos decorrentes do uso das mídias sociais.

4.2. Infodemia: um fenômeno decorrente do uso das mídias sociais

A infodemia pode ser classificada como um fenômeno que se desdobra diante do excesso de informações que chegam aos indivíduos de maneira ininterrupta na era digital atual (Kitamura *et al.*, 2022). Em outras palavras, o termo deriva da ideia de

massificação do conteúdo informacional, que circula a todo momento nos meios digitais, provocando no receptor deste um sentimento de estar “soterrado” por informações a todo instante.

O estudo de Malini *et al.* (2020) sobre medo e infodemia constatou que as narrativas presentes nas redes sociais são capazes de moldar comportamentos coletivos e individuais. “É, portanto, analisando as variações discursivas no tempo que se é possível cravar os diferentes enquadramentos temáticos que oscilam nas opiniões e conversações públicas das redes sociais” (Malini *et al.*, p. 4, 2020).

A construção da opinião pública, para Emerson Cervi (2010), parte de vários contextos a que os indivíduos estão expostos. Esses contextos podem ser classificados como questões relativas à vida pessoal dos integrantes da sociedade e podem, também, caminhar até questões externas a estes, possuindo o poder de afetar diretamente as ideias que serão formadas por determinadas pessoas, classes e grupos sociais (Cervi, 2010). Dessa maneira, Cervi (2010) considera que o conteúdo informacional – que de forma simplificada, trata-se dos diferentes níveis de conhecimento e acesso à informação que chegam a cada pessoa de maneira diferente – é um fator que deve ser levado em consideração diante do estudo da formação e emissão de opinião. A experiência adquirida por meio do uso das redes sociais, somada às vivências do cotidiano externo do indivíduo, contribui para a formação de opiniões e comportamentos na vida social concreta.

Essas influências se mostram tanto na individualidade do sujeito quanto coletivamente, visto que a identificação e o pertencimento são os fatores determinantes para a formação da coletividade – do sentimento de grupo (Tajfel *et al.*, 1979). Bezerra e Gibertoni (2021) compreendem que “o pertencimento sempre foi extremamente importante para a raça humana como espécie e isso se dá pelos instintos de agrupamento social, não sendo diferente com as mídias sociais” (p.145).

Dessa forma, ao imergir-se em uma rede que ecoa as mesmas vozes e estampa as mesmas narrativas para onde quer que se olhe – algo como uma bolha ideológica –, a produção de subjetividade se torna limitada a afetar e principalmente ser afetada apenas por aquele meio. (Cavalini, 2022, p. 19)

4.3. Política e as mídias sociais

Desde o ano de 2016, período em que ocorreram as eleições mais polêmicas dos Estados Unidos, cujo candidato favorito – e que levou a presidência por decisão popular – era o bilionário Donald Trump, a plataforma digital do *Twitter* foi observada como a principal ferramenta de campanha do, agora, ex-presidente do país. Um fator que chamou a atenção durante o período eleitoral foi a forte disseminação de notícias falsas a respeito da rival de Trump, Hillary Clinton, por meio das redes sociais. De acordo com a jornalista e colunista de política internacional do jornal espanhol *El País*, Amanda Mars (2018), a disseminação de desinformação a respeito de Clinton foi um fator crucial para a vitória de Trump.

Ao analisar a trajetória da desinformação e tendo como ponto de partida as eleições estadunidenses do ano de 2016, Nemer (2022) compreende que a disseminação de notícias falsas está associada ao uso de apelos emocionais em meio às narrativas construídas nos conteúdos circulados. Nesse momento, é relevante compreender a entrada do termo “desinformação” no glossário dos estudos de mídia e jornalismo, definido como “um conteúdo que é intencionalmente falso e designado para causar dano e que é motivado por três fatores: para gerar lucro; para a obtenção de poder político, seja este internacional ou nacional; ou para causar problemas, apenas, ‘porque sim’” (Wardle, 2020, n.p., tradução própria).

Desde então, o uso de desinformação ganhou um grande destaque nas redes sociais enquanto ferramenta do jogo político. A limitação de 140 caracteres para expressar uma opinião tornou o *Twitter* um palco perfeito para o grande alcance das postagens que são realizadas na plataforma (Nascimento; Osiek; Xexéo, 2015), consequentemente construindo um ambiente propício para a infodemia. O fato das postagens serem curtas e diretas facilita ao usuário da rede social a absorção do que foi lido e, como desdobramento, a formular uma opinião com base naquela narrativa, sem a preocupação em buscar a fonte ou veracidade da informação que foi recebida.

Pensando nessa perspectiva diante da pandemia de Covid-19, foi possível observar um movimento de importação cultural, advindo dos Estados Unidos para o Brasil, em relação às vacinas. Isso não significa dizer que antes da pandemia de coronavírus o movimento antivacina não existia. Muito pelo contrário, a batalha entre

a ciência da imunologia e os indivíduos que acreditam que as práticas e métodos de imunização trazem malefícios à população existe desde as epidemias de varíola, que tiveram seus primeiros registros na Idade Média (Guedes, 2022).

Não obstante à percepção de tantos riscos, uma objeção atávica à vacinação está historicamente registrada em frequentes momentos de embate entre intervenções públicas imunizadoras e discursos de evocação às liberdades individuais.

Na Inglaterra de 1853, a vacinação obrigatória por força de um ato governamental – *compulsory vaccination act* – suscitou enfáticas manifestações de desaprovação da classe média alta. Tido como atitude de força inadmissível em um estado liberal, pais ingleses se organizaram em defesa da liberdade de arbitrar sobre o estado imunológico de seus filhos, do que decorreu alta mortalidade por infecções não observadas nos territórios que aderiram à vacinação. (Vasconcellos-Silva; Castiel; Griep, 2015, p. 608)

Esse movimento foi observado em muitas das ondas epidemiológicas ao redor do mundo desde então, cuja questão conflitante sobre a obrigatoriedade vacinal dizia respeito à proteção das liberdades individuais dos cidadãos. No Brasil, a Revolta da Vacina, ocorrida em 1904, seguiu o mesmo padrão diante da intervenção do Estado sobre a obrigatoriedade vacinal para pessoas acima de seis meses. Apesar disso, ao longo da história, o Brasil não se apresentou como um país cujos movimentos antivacina destacaram-se em revoltas periódicas ou constantes levantes populares ao ponto de tornarem-se característica cultural da nação.

Em meados dos anos 1980 até o início dos anos 2000, a comunicação social foi capaz de criar e sustentar um personagem que foi visto como sinônimo de vacina no imaginário coletivo brasileiro – o Zé Gotinha –, representado por um personagem forte, com super poderes e ilustrando para a população a necessidade da vacinação como algo benéfico para a saúde (Rocha, 2003). As campanhas de imunização brasileiras tornaram o país uma vitrine vacinal para o resto do mundo, fazendo do “orgulho” de possuir um sistema de saúde coletiva eficaz, público e de qualidade parte inerente à cultura do país.

Os fluxos culturais entre países é algo que, com a globalização, ocorre de maneira veloz e com o encurtamento de barreiras e distâncias. Pensando nisso, a importação de ideologias e movimentos sociais surgidos em determinadas localidades atravessa as fronteiras com a ajuda das redes sociais, que surgem como um espaço único de união de pessoas dos mais diversos lugares ao redor do mundo em um único “território” comum – o ambiente virtual (Pang; Lee, 2008).

Considerando as noções de importação cultural e saúde coletiva, foi possível observar uma mudança de comportamento nos ideais do indivíduo brasileiro a partir do ano de 2015, – ano em que Donald Trump anunciou sua candidatura para o cargo de presidente dos Estados Unidos a ser disputada em 2016 – que passou a adotar as formas de expressão política observadas ao norte do globo. Isso se tornou ainda mais evidente após o ex-presidente Jair Bolsonaro, ainda como potencial candidato na época, mostrar-se simpático às ideias de Trump, tratando-o como uma espécie de guru.

A mescla da ideologia estadunidense nas influências da política brasileira apresentaram, a partir de então, um crescimento exponencial, que pôde ser observado nas redes sociais na emissão de opiniões cada vez mais similares entre os indivíduos da extrema-direita de ambos os países. Isso também foi observado nos métodos de manobra política para alcançar o almejado, – a vitória de seus candidatos – por meio da utilização de redes sociais como ferramenta, mesmo que isso significasse mentir e propagar tais notícias falsas para atingir os adversários.

O movimento antivacina dos Estados Unidos ganhou força no início dos anos 1980, tendo como ponto de partida um documentário pseudo-científico que associou danos cerebrais em crianças após a imunização com a vacina tríplice viral. Mais tarde, em 1998, um estudo realizado por Wakefield – cuja metodologia inconsistente foi amplamente criticada pelos profissionais da saúde na época – associou a mesma vacina citada anteriormente a casos de autismo em crianças (Levi, 2013). Tais documentários e estudos foram noticiados em diversos canais de comunicação em suas respectivas épocas, fortalecendo o movimento antivacina – que antes possuía um caráter cristão, anti-indústria farmacêutica e, a partir disso, agregou os naturalistas como membros do grupo.

Em 1998, Wakefield *et al.* publicaram estudo conduzido em pequeno número de crianças, propondo associação entre a vacina SCR e o desenvolvimento de hiperplasia ileonodular e, decorrente dessa situação, retardo do desenvolvimento. Isso ocorreria por má absorção de vitaminas essenciais e outros nutrientes, facilitando, no entanto, a absorção de proteínas que poderiam causar encefalopatia, levando ao aparecimento de autismo e outros distúrbios de desenvolvimento. (Levi, 2013, p. 40)

Com a pandemia de Covid-19 a partir do ano de 2020 e considerando as influências da sociedade estadunidense no comportamento brasileiro desde o período pré-eleitoral de 2018, a vacinação, que antes era vista pela população

brasileira como um orgulho nacional, tornou-se alvo de desconfianças por parte de indivíduos de extrema-direita, tendo esse pensamento sido reforçado pelo então presidente da república, Jair Messias Bolsonaro. Nas redes sociais, foi possível observar uma quantidade massiva de postagens e narrativas realizadas por simpatizantes do ex-presidente que buscavam desqualificar as vacinas, apontando-as como inseguras, ineficazes e perigosas.

Bolsonaro, desde o início da pandemia, acentuou em suas aparições públicas que não acreditava na periculosidade do Coronavírus. Além disso, quando as vacinas contra a doença estavam em fase final para distribuição, o ex-presidente fez diversos discursos públicos alegando que não confiava nos imunizantes.

4.4. Covid-19, hesitação vacinal e desinformação

Com o marco histórico da pandemia de Covid-19 observada a partir do ano de 2020 ao redor do mundo, que se estendeu oficialmente até o ano de 2023, as redes sociais passaram a ser o principal instrumento de interação entre as pessoas diante do isolamento social necessário para a contenção do vírus e proteção populacional, aumentando ainda mais o uso dessas ferramentas digitais no cotidiano das pessoas. Bachur (2021) considera que durante a pandemia o uso de tecnologias de mídia digital foi exatamente o que possibilitou a continuidade de atividades cotidianas, como a economia, a educação e o trabalho.

Porém, ao mesmo tempo em que houve essa facilidade em “tocar a vida”, mesmo que de maneiras alternativas, o uso excessivo das redes sociais provocou alterações permanentes e profundas nos modelos de sociabilidade.

Diante da hipótese de que as causas principais da desinformação em relação à pandemia e às vacinas estão atreladas à incerteza informacional, as narrativas analisadas ao longo do experimento realizado — e que serão mostradas mais adiante — evidenciam que a linguagem adotada durante o período pandêmico. Esta foi utilizada para comunicar as pessoas quanto à propagação do vírus e formas de profilaxia, porém, foram estruturadas de forma a direcionar os interlocutores a sentimentos de medo e urgência, culminando em processos de desinformação (Malini *et al.*, 2020).

Os processos de desinformação que culminam no fenômeno social da hesitação vacinal, além de serem fruto direto de notícias falsas, são também impactados por dinâmicas políticas próprias do seu tempo. Em especial, pode-se destacar a polarização política afetiva, que, intensificada na última década no Brasil, transformou-se, para grandes grupos populacionais, em um fundamento para se “ter um posicionamento” sobre o que consumir, opinar e adotar como práticas que as tornem informadas sobre assuntos que as conduzem a comportamento saudáveis (Lopes; Mesquita; Herrero, 2021). É relevante mencionar que a polarização política é um fenômeno que se modifica constantemente – podendo se intensificar ou suavizar – de acordo com mudanças temporais e dinâmicas de uma sociedade (Bello, 2023).

Desse modo, faz-se necessário compreender o motivo pelo qual as pessoas acreditam na em notícias falsas sobre saúde e, diante disso, analisar que a desinformação possui mais de uma estrutura operante no processo de infodemia. Wardle (2020) classifica três tipos de desinformação:

A “*disinformation*” é o tipo de conteúdo que é intencionalmente falso e designado a causar dano [...] a “*misinformation*” descreve conteúdo falso, porém, a pessoa que a compartilha não percebe que seu conteúdo é falso ou enganoso. [...] A outra categoria que usamos é a “*malinformation*”. O termo descreve informações verdadeiras, porém, que são compartilhadas com a intenção de causar danos. Um exemplo disto foi quando agentes russos invadiram e-mails do Comitê Nacional Democrata e da campanha de Hillary Clinton e divulgaram certos detalhes ao público para prejudicar a reputação da, então, candidata. (Wardle, 2020, n.p., tradução própria, grifo próprio)

Considerando que o processo de captar a desinformação apresenta-se como um fenômeno, muitas vezes, induzido por questões psicológicas que não estão diretamente atreladas à ideia de poder, compreender os estados cognitivos dos atores envolvidos no processo de infodemia vacinal contribui para o entendimento das razões pelas quais as pessoas acreditam na desinformação.

[...] Muitas vezes uma desinformação é recebida por alguém que não percebe que é falsa e essa pessoa a compartilha nas suas redes, acreditando que está ajudando outros indivíduos [...] o compartilhamento de “*misinformation*” é impulsionado por fatores sócio-psicológicos. Online, as pessoas representam suas identidades. Querem sentir-se ligados à sua “tribo”, sejam membros do mesmo partido político, pais que não vacinam os seus filhos, ativistas preocupados com as alterações climáticas ou aqueles que pertencem a uma determinada religião, raça ou grupo étnico. (Wardle, 2020, n.p., tradução própria)

O ato de acreditar na desinformação pode ser explicado por dois fatores, sendo eles as características psicológicas e o estado psicológico dos indivíduos envolvidos

na dinâmica informacional. O primeiro conceito surge como a ideia literal de característica atrelada à personalidade, ou seja, valores, identidade de grupo e modos de pensar, construídos por influência direta de elementos como cultura, realidade social e questões biológicas. Já o segundo termo traz a ideia de sentimentos e percepções, que possuem um caráter subjetivo em relação a um fenômeno (Nan; Thier; Wang, 2023).

Crucialmente, como Traberg e Van der Linden (2022) demonstraram, o impacto das características psicológicas (ex: identificação com partido político) em aceitar desinformação funciona através de estados psicológicos (ex: como fonte de credibilidade). (Nan; Thier; Wang, 2023, p. 11, tradução própria)

A compreensão que entrelaça o estado psicológico com as características psicológicas dos indivíduos torna ainda mais consistente a afirmação de que a desinformação está ligada à polarização política afetiva, especialmente se for levado em consideração a delimitação de quais posições cada um desses postulados ocupa na dinâmica política da questão vacinal. A identificação partidária toma centralidade na definição do que é considerada uma característica psicológica, pois o alinhamento político pode ser considerado um reflexo da personalidade do indivíduo, comportando seus valores e crenças (Nan; Thier; Wang, 2023).

Já a credibilidade concebida por esses atores que reproduzem a desinformação, sob uma perspectiva de que uma figura política adorada ou um partido político cujo indivíduo possui afinidade jamais estaria errado, equivocado ou tivesse a intenção de prejudicar a população, afina-se com o que Nan, Thier e Wang (2023) compreendem como uma questão de estado psicológico, diretamente ligado à ideia de afetividade proposta pela teoria da polarização política já discutida anteriormente.

5. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Diante do experimento realizado, cujo processo metodológico descrito na introdução englobou a coleta de dados retirados diretamente da API do *Twitter* e a análise destes, foram produzidos recursos visuais para auxiliar na compreensão do que foi constatado.

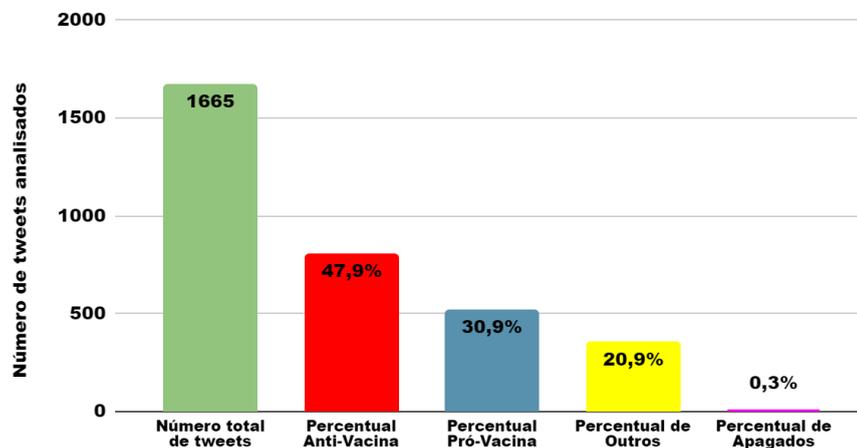
A leitura dos dados coletados e o uso destes para o entendimento do fenômeno estudado estão divididos em três subtópicos, que ilustrarão a predominância das

narrativas sobre vacinação e saúde coletiva no Twitter entre os anos de 2020 a 2023 e, com base nisso, tornarão evidente a hipótese formulada no início do projeto.

5.1. Distribuição percentual de *tweets* por posicionamento

Os resultados preliminares, visualizados no gráfico percentual de posicionamentos da amostra analisada, apontam que dentre os 1.665 *top tweets* – mensagens mais populares sobre o tema vacina – estudados na realização da pesquisa, a predominância se evidencia em prol das narrativas “Anti-Vacina”.

Figura 1 - Percentual da predominância de cada tipo de posicionamento nas narrativas sobre temática vacinal no *Twitter*



Fonte: Labic/UFES.

Dentro da cartografia realizada, a Figura 1 mostra que cerca de 798 *tweets* tratam-se de narrativas contra as vacinas e contém a presença de desinformação sobre questões relativas à saúde coletiva e imunização, representando 47,9% do total de postagens analisadas. Outro destaque percebido no estudo foi o alto percentual de “Outros” dentro do *dataset*, categoria criada para diferenciar as postagens que não possuem posicionamentos explícitos em seu conteúdo, mas que se encaixam nas narrativas sobre vacinação. Esse percentual, que conta com o total 348 *tweets* rotulados nessa categoria, pode ser explicado pelo período eleitoral do ano de 2022, cujos debates entre os candidatos à presidência da república foram amplamente noticiados e comentados no *Twitter*, incluindo detalhes e transcrições literais de falas dos candidatos em relação à pandemia de Covid-19 e seus desdobramentos para a sociedade brasileira e mundial.

Ainda foi possível observar a exclusão de 5 *tweets* pela própria plataforma do *Twitter* devido à violação da política de uso da rede social em relação à propagação de notícias falsas e desinformação, que representam 0,3% das postagens estudadas e estão categorizados pelo rótulo “Apagados”, atualmente, classificadas pelo nome “deplataformizadas”.

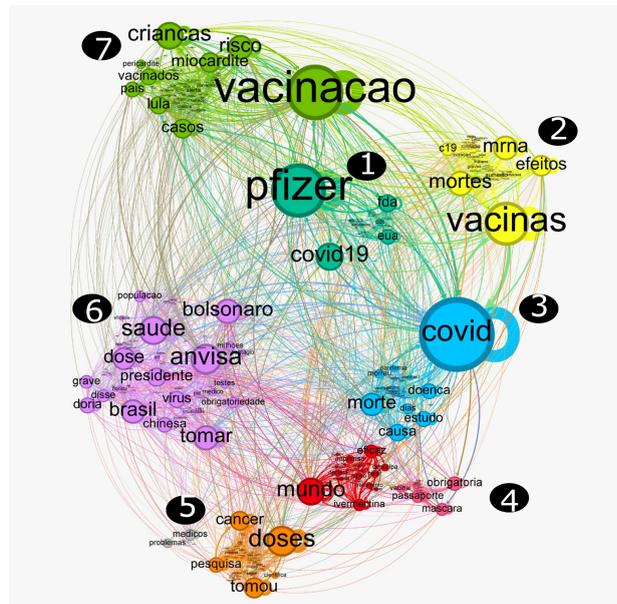
5.2. Viralidade das narrativas sobre vacina no *Twitter*

Para demonstrar as temáticas mais relevantes na análise de viralidade das narrativas sobre vacinação no *Twitter*, foram produzidos *word graphs* – grafos de palavras – por meio do *software* de estruturação e visualização de redes complexas, *Gephi*. O intuito da utilização dos grafos é realizar demonstrações visuais das redes de palavras que compõem o banco de dados utilizado para o desenvolvimento desta pesquisa. Os *word graphs* são compostos por nós, que se tratam das esferas que formam os aglomerados de léxicos similares – denominados *clusters* – e que possuem tamanhos variados de acordo com o grau de relevância e influência na rede estudada. Além dos nós, os grafos são compostos de arestas, referentes às linhas que conectam os *clusters*, demonstrando de qual maneira eles se relacionam.

Ademais, o processo utilizado para a análise das narrativas, denominado *clusterização*, parte de uma observação detalhada do grafo, sendo dividida *cluster a cluster* para uma análise assertiva dos principais termos presentes nos discursos coletados, cuja finalidade é estabelecer a relação entre as palavras e a construção narrativa da rede de atores envolvidos no processo de infodemia vacinal.

Referente aos assuntos de maior viralidade, os resultados mostram que o tema que ganhou maior propagação entre os usuários anti-vacina foi a insegurança atribuída à vacina da fabricante Pfizer, que pode ser visualizado no *word graph*, contemplado na Figura 2, como um dos termos mais utilizados nas narrativas contra as vacinas, representado no centro do *cluster* 1, de cor verde-ciano. Junto com “Pfizer”, que apareceu 106 vezes nas narrativas anti-vacina, mais quatro termos se destacaram como os principais, sendo eles, em ordem decrescente de número de aparições: ANVISA (59 aparições), mRNA (33 aparições), Miocardite (28 aparições) e VaChina (24 aparições).

Figura 2 - *Clusters* de palavras das narrativas Anti-Vacina



Fonte: Labic/UFES.

Os usuários anti-vacina associam a vacina da fabricante Pfizer a comorbidades e morte de pessoas que se imunizaram com ela, criando uma narrativa de medo e hesitação vacinal. O grafo mostra também que esses atores qualificam seus posicionamentos por meio da divulgação de estudos pseudo-científicos extraídos de sites estadunidenses, que apontam o órgão FDA (*Food and Drug Administration*), situado no estado da Flórida, como referência em estudos sobre os supostos males das vacinas, especialmente a da Pfizer.

MAIA, F. C. (@fcmia2515): “AGORA A CULPA É DE QUEM? QUEM É O GENOCIDA? Criador da Vacina da Pfizer, Robert Malone, assume publicamente para o mundo, que AS VACINAS ESTAVAM EM TESTE E QUE NÃO FUNCIONAM e que as milhares de mortes causadas e efeitos colaterais malefícios, por si já respondem.” 16 Nov. 2022, 6:35 pm. *Tweet*.

MICHELIN, K. (@karinamichelin): “Pela primeira vez, as autoridades de saúde dos EUA falam da possibilidade de uma ligação entre a vacina Covid da Pfizer e o AVC. Eles o fazem por meio de um comunicado de imprensa assinado pelo CDC e pela FDA.” 16 Jan. 2023, 9:31 pm. *Tweet*.

No *cluster 2*, de cor amarela, outra vertente discursiva foi percebida em relação à composição das vacinas e seus supostos efeitos adversos, que são apontados como capazes de alterar a genética dos vacinados e causar mortes a partir da presença de mRNA na composição do imunizante.

ZANOTTO, P. (@epimeme): “Governo da Flórida inicia oficialmente investigação sobre Pfizer na Suprema Corte do Estado sobre corrupção, mentiras sobre vacina e danos à saúde. Parlamento Inglês questiona o

desempenho catastrófico das vacinas de mRNA no UK. Lula: "quem critica vacinas deve se desculpar" 14 Dez. 2022, 8:46 am. *Tweet*.

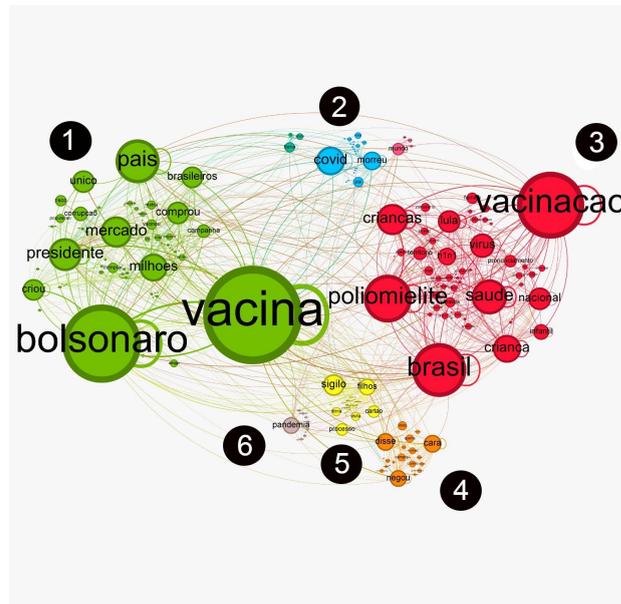
No *cluster 3*, de cor azul, o destaque para os termos 'Covid', 'morte', 'doença', 'causa' e 'estudo' surgem em referência a narrativas anti-vacina, sugerindo que instituições estrangeiras de pesquisa desenvolveram estudos sobre as vacinas contra a Covid-19 e que foram descobertas comorbidades causadas pelos imunizantes.

BARROS, R. (@renatogbbr): "ESTUDO ISRAELENSE LIGA VACINAS CONTRA COVID A AUMENTO DE 25% NOS CASOS DE PARADA CARDÍACA. Um novo estudo perturbador conduzido por pesquisadores israelenses e publicado na Nature demonstrou um aumento de mais de 25% nas chamadas de emergência relacionadas a doenças." 4 Jun. 2022, 4:20 pm. *Tweet*.

Com relação direta ao *cluster 3*, o *cluster 7*, de cor verde, mostra uma perspectiva complementar do pensamento anti-vacina em relação às supostas comorbidades derivadas da imunização, trazendo às narrativas um teor apelativo ao envolver o bigrama "vacinação+crianças" ao centro dos termos mais utilizados, associando o imunizante à episódios de miocardite e risco de vida.

LOIOLA, J. (@jakelyneloiola_): "ASSUSTADOR! 173 crianças em Portugal c/ problemas graves! Em Portugal, as televisões abertas continuam alertando as pessoas sobre o risco de Miocardite em crianças. Foram registradas 173 casos de casos e a DSG está pedindo aos pais que observem seus filhos após a vacinação." 7 Fev. 2023, 10:40 pm. *Tweet*.

Em relação aos usuários que se posicionaram como pró-vacina, os resultados mostram que as narrativas que mais ganharam viralidade dentro desse grupo foram relativos a exposições sobre o cenário pandêmico do Brasil, bem como questões de ordem política que envolviam a situação da saúde pública no país. O *word graph* representado na Figura 3 demonstra o direcionamento das principais narrativas utilizadas pelos usuários pró-vacina.

Figura 3 - *Clusters* de palavras das narrativas Pró-Vacina

Fonte: LABIC/UFES.

O *cluster* 1, de cor verde, evidencia a predominância das palavras: Vacina, Bolsonaro, País, Mercado, Presidente, Comprou e Milhões. Diante disso, foi possível compreender que a força discursiva pró-vacina se concentrou em determinar que a baixa adesão vacinal, acompanhada por 700 mil mortes no Brasil, foi uma consequência direta da política de saúde coletiva adotada pelo governo do ex-presidente, Jair Bolsonaro.

HILTON, E. (@erikahilton) "Uma nova onda de covid, mais transmissível, em franco crescimento. Bolsonaro AINDA não comprou a vacina de segunda geração. Sobre isso, pouco se fala na mídia, e não incomoda os donos do "mercado". Irônico, trágico e indignante, tudo ao mesmo tempo." 16 Nov. 2022, 11:00 am. *Tweet*.

O *cluster* 2, de cor azul, aparece em menor destaque dentro do grafo, porém, a presença de palavras como 'covid', 'morreu' e 'pai' evidenciam relatos e experiências dos usuários em relação à pandemia, demonstrando a manifestação de sentimentos na plataforma como justificativa de seus posicionamentos.

RODRIGUES, R. (@randolfeap) "Pergunto ao Sr. Augusto Aras: como se arquiva a dor de um filho que perdeu um pai porque Bolsonaro mandou usar cloroquina? Como se arquiva a dor de uma mãe que perdeu um filho porque o governo não comprou vacina? Pergunto ainda: onde o Sr arquivou a sua consciência?" 25 Jul. 2022, 7:53 pm. *Tweet*.

No *cluster* 3, de cor vermelha, é possível observar um aglomerado de palavras (Vacinação, Poliomielite, Crianças, Brasil e Saúde) utilizadas pelos usuários

pró-vacina, direcionadas a expor os desdobramentos causados pela baixa adesão vacinal, como a volta de doenças que, até então, eram consideradas extintas no Brasil.

ADNET, M. (@marceloadnet) “Governo negacionista não reeleito passando vergonha na queda da vacinação. A poliomielite voltou.” 6 Nov. 2022, 8:47 pm. *Tweet*.

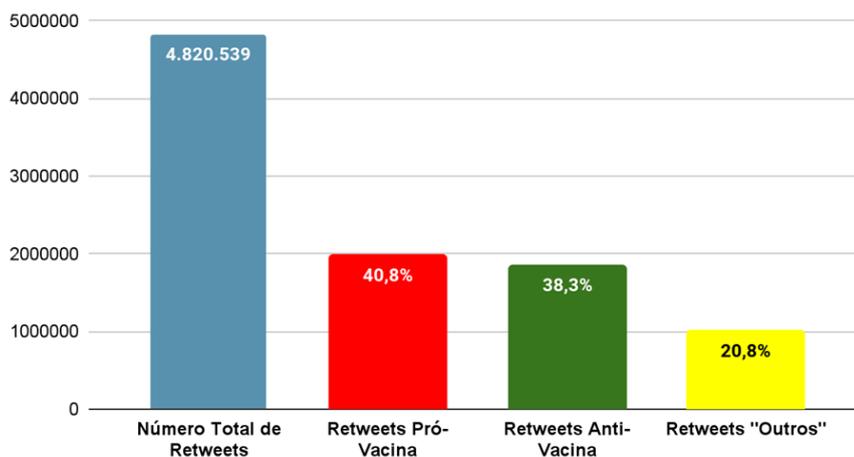
Foi observado que, além de expor a situação da saúde pública no Brasil, o grupo pró-vacina buscou reforçar a necessidade da vacinação e os benefícios da imunização. O uso constante de mensagens imperativas, como “use máscara”, “vacine-se”, “viva à ciência” aparecem de maneira central nos discursos desse grupo. Um exemplo da viralidade dessas narrativas é representado no número absoluto de aparições de termos que induzem à ideia do incentivo, que em ordem decrescente de repetições, são: Dose (47 aparições), Vírus (33 aparições), Máscara (26 aparições) e Ciência (18 aparições). Tais termos encontram-se em postagens de reforço à vacinação e às medidas de prevenção à doença, que surgem como uma contrapartida às narrativas anti-vacina, em uma tentativa de desmistificação de potenciais notícias falsas, desinformações ou teorias das conspiração acerca dos imunizantes.

5.3. Viralidade de posicionamentos no Twitter

Diante dos resultados da predominância discursiva das postagens que circularam no *Twitter* durante o recorte temporal analisado e, de acordo com os posicionamentos mapeados, foi calculado o número de *retweets* de cada tipo de postagem já rotulada no intuito de compreender o índice de viralidade que predomina na rede social em questão. Foi realizada uma contagem do número total de *reposts* que formam o banco de dados da amostra, totalizando um valor de mais de 4,8 milhões de *retweets*, relativos aos 1665 *top tweets* do período estudado.

O resultado encontrado mostrou que a narrativa pró-vacina predomina em questão de viralidade, apesar da narrativa anti-vacina possuir uma quantidade maior de postagens em circulação no *Twitter*. O gráfico percentual da distribuição do número total de *retweets* por categoria pode ser visualizado na Figura 4.

Figura 4 - Percentual de *retweets* de cada tipo de posicionamento contido nas postagens analisadas



Fonte: Labic/UFES

Foi percebido que, apesar da narrativa pró-vacina estar à frente do anti-vacina em questão de engajamento na rede social estudada, a diferença percentual entre os posicionamentos é limítrofe. Os *retweets* de postagens pró-vacina estão, apenas, 2,5% à frente dos *retweets* de postagens anti-vacina. Em números totais, isso significa dizer que as narrativas anti-vacina receberam 121.802 replicações a menos que as narrativas pró-vacina em um plano de mais de 4,8 milhões de *retweets*.

Para compreender as razões pelas quais os números resultaram nessa proporção, foram analisados os paradigmas das estruturas discursivas e organizacionais dos dois principais grupos da análise.

Os usuários anti-vacina apostam em artifícios que direcionam o interlocutor ao medo, apreensão e desconfiança por meio do uso de termos específicos, matérias, relatos e sites para consolidar suas narrativas, além de se organizarem em grupos de interação sobre a temática vacinal.

Jürgen Habermas (1992), ao estudar o papel da racionalização da comunicação na sociedade politizada, compreende que criar uma linguagem normativa e institucional auxilia na qualificação de um sistema em curso, seja ele público ou privado. Baseado nisso, é possível compreender os motivos que fazem com que a linguagem utilizada pelos usuários anti-vacina colaborem com a sua credibilidade e

difusão. Muitos dos atores envolvidos no processo de desordem informacional validam suas narrativas com base em termos técnicos usados na medicina e na política, fazendo com que o receptor da informação identifique a narrativa como produto de conhecimento na área da saúde e, dessa maneira, esteja mais suscetível a absorver o que foi lido ou visualizado como uma verdade.

Já os usuários pró-vacina travam uma luta para desmistificar os principais temas da desinformação ao trazerem informações de fontes confiáveis, porém, muitas vezes embargadas por barreiras como o *PayWall*. Além de não possuírem uma rede de compartilhamento organizada, os usuários pró-vacina utilizam termos gerais e corriqueiros para se referirem à vacinação, não possuindo uma identidade discursiva tão marcante quanto a dos usuários anti-vacina.

6. DESDOBRAMENTOS DA DESINFORMAÇÃO E DANOS COLETIVOS À SAÚDE

Considerando a predominante circulação de conteúdos voltados à narrativa anti-vacina no ambiente virtual do *Twitter* – apesar das características de viralidade e engajamento se apresentarem como um terreno sob disputa acirrada entre os grupos pró e anti-vacina – a tentativa de compreender os desdobramentos das *fake news* fora do ambiente virtual faz-se necessária diante da observação de notícias sobre o cenário sanitário do Brasil nos últimos anos.

Ao analisar dados sobre a baixa adesão vacinal causada por informações falsas, cada uma adequada ao seu próprio contexto histórico e temporal, Levi (2013) exemplifica¹, com números relacionados aos casos analisados por ele, que a existência de grupos não vacinados em uma sociedade representa risco, tanto individual quanto coletivo.

[...] as taxas de vacinação anti pertússis no Reino Unido caíram de 81% para 31%. Em razão dessa queda, seguiu-se uma epidemia de coqueluche, com a morte de algumas crianças. Após publicação governamental restabelecendo confiança na eficácia da vacina, as taxas subiram novamente para acima de 90% e a incidência da doença diminuiu dramaticamente. Fato semelhante ocorreu na Suécia, onde a vacinação da coqueluche foi suspensa de 1979 a 1996. Em consequência, 60% das

¹ Levi (2013), ao fazer um apanhado histórico do movimento antivacina, bem como as consequências da não vacinação, traz como exemplo ao seu estudo os casos de baixa cobertura vacinal anti pertússis no Reino Unido em 1974, causada por relatórios que atribuíam reações graves à vacinação da tríplice bacteriana. Em conjunto, Levi também utilizou como exemplo o caso da suspensão da vacinação contra a coqueluche na Suécia entre 1979 a 1996, pela mesma crença incidida no Reino Unido.

crianças desse país adquiriram a doença até os 10 anos de idade. (Levi, 2013, p. 45)

A desinformação possui participação direta na hesitação vacinal e em outros elementos da vida social e política da sociedade desde o início da história que conhecemos. A midiaticização da esfera pública implicou na aceleração dos fenômenos sociotécnicos-discursivos de produção, circulação e de recepção de mensagens e informações (Fausto Neto, 2009, p. 16 *apud* Terra; Souza, 2019, p. 2). A construção da opinião pública a partir do processo de plataformização da vida social, afetada também pela infodemia, contribuiu diretamente no processo de baixa adesão vacinal no Brasil. As consequências desdobram-se na criação de um ambiente propício para a possibilidade da volta de doenças já consideradas extintas, como a poliomielite – como observado pelo médico sanitário Drauzio Varella (Fantástico, 2022).

Um dos principais imunizantes do Programa Nacional de Imunizações (PNI) é a vacina tríplice viral (contra sarampo, caxumba e rubéola), que registra números de cobertura insuficientes desde 2017. Naquele ano, o indicador registrou 86,2%; em 2021, a cobertura caiu para 71,4%. Esse decréscimo na vacinação vem contribuindo para o surgimento de novos surtos de sarampo, uma doença altamente contagiosa [...] Já a procura pela vacina contra poliomielite, o imunizante de gotinhas, caiu de 96,5% em 2012 para 67,6% no último ano. A doença foi considerada erradicada no Brasil em 1989, quando ocorreu o último caso, mas a queda da imunização coloca em risco esse avanço. (Instituto Butantan, 2022)

O produto da lógica do acesso seletivo à informação evidencia o aparecimento de um novo tipo de indivíduo, movido tão somente por valores próprios, que toma atitudes com base em conhecimento delimitado por ideologias e afetos e que, na dúvida, prioriza seguir em direção a “rostos célebres e biografias que soam familiares do que, ao contrário, se orientar às médias das estatísticas oficiais, indeterminadoras e intangíveis por natureza” (Vasconcellos-Silva; Castiel; Griep, 2015, p. 613). A midiaticização social, no âmbito da imunização coletiva, passa a transcender a ideia de sociedade da informação, inclinando-se a agregar no conjunto social a forte característica de ser uma sociedade de risco (Vasconcellos-Silva; Castiel; Griep, 2015).

7. CONCLUSÃO

Em termos conclusivos, o experimento mostrado ao longo do desenvolvimento do presente projeto visou demonstrar que o mapeamento dos posicionamentos

presentes nos *tweets* de maior viralidade analisados aparece como uma amostra de uma dimensão ainda maior que é o ambiente digital.

Por meio de uma metodologia de coleta e análise de dados sistemática, foi possível compreender as relações previamente estabelecidas nos objetivos da pesquisa, relativas à conexão entre as mídias sociais, opinião pública, polarização política e vacinação.

A consolidação da hipótese formulada no início do projeto afirma-se de maneira evidente após a análise dos dados trazidos para a pesquisa, mostrando que a desinformação em saúde, considerando o contexto político e sanitário vivido no Brasil e no mundo ao longo dos três anos que se sucederam diante da pandemia de Covid-19, não é produto meramente racional das relações cotidianas dos indivíduos platformizados. Como analisado, a disseminação de desinformação em relação às vacinas perpassa por questões de afetividade política, repulsa a outro pólo do mesmo plano, constante necessidade de reafirmação da identidade social e sentimentos de apreensão e medo diante de uma doença desconhecida.

Os resultados também mostram a força da extrema-direita bolsonarista no centro da desinformação, reafirmando a premissa da polarização política afetiva tantas vezes reforçada ao longo do desenvolvimento do projeto e a sua relação direta com o movimento anti-vacina no Brasil. Apesar de verificar que as postagens que mais possuem engajamento e divulgação no *Twitter* são relativas a narrativas pró-vacina e que priorizam a ciência enquanto fonte de informação, perceber que o número de postagens anti-vacina publicadas na plataforma é superior às demais categorias analisadas mostra a importância e o poder do processo de organização dos grupos.

Por fim, a opinião expressa em redes sociais pode ser considerada como um referencial válido para o monitoramento da vida política por parte dos órgãos e instituições governamentais, sendo o *Twitter* uma rede social importante no fornecimento de dados para vigilância devido à sua característica de disponibilidade das informações em tempo real, além de atributos como localização dos usuários e outras informações relevantes para potenciais mapeamentos (Xavier *et. al*, 2020).

Partindo do estudo das ferramentas digitais, estas tornam-se dispositivos válidos para a implementação de medidas que visem combater a desinformação, além de

serem instrumentos que auxiliam na tomada de decisão para que haja efetividade nas políticas de saúde coletiva e bem-estar social.

8. REFERÊNCIAS

ABRAMOWITZ, A. **Is polarization a Myth?** The Journal of Politics, University of Chicago Press on behalf of the Southern Political Science Association, vol. 70, nº 2, pp. 542-555, 2008.

ADNET, M. (@marceloadnet) “**Governo negacionista não reeleito passando vergonha na queda da vacinação. A poliomielite voltou.**” 6 Nov. 2022, 8:47 pm. *Tweet*. Disponível em: <https://twitter.com/MarceloAdnet/status/1589404213343571969>. Acesso em: 15 de Setembro de 2023.

ALKMIM, A.C.; TERRON, S.L. **O Brasil é realmente um país polarizado? Análise das eleições presidenciais de 1989 a 2018.** Revista Estudos Avançados, 36 (106), USP, São Paulo, 2022.

BACHUR, J. P. **Desinformação Política, Mídias Digitais e Democracia: Como e Por Que as Fake News Funcionam?** Assunto Especial, RDP, Brasília, Volume 18, n. 99, 436-469, 2021.

BARROS, R. (@renatogbbr) “**ESTUDO ISRAELENSE LIGA VACINAS CONTRA COVID A AUMENTO DE 25% NOS CASOS DE PARADA CARDÍACA. Um novo estudo perturbador conduzido por pesquisadores israelenses e publicado na Nature demonstrou um aumento de mais de 25% nas chamadas de emergência relacionadas a doenças.**” 4 Jun. 2022, 4:20 pm. *Tweet*. Disponível em: <https://twitter.com/renatogbbr/status/1533166790901125121>. Acesso em: 15 de Setembro de 2023.

BELLO, A. **Polarização política dinâmica: evidências do Brasil.** Revista Opinião Pública, Campinas, vol. 29, no 1, p. 42-68, jan.-abr., 2023.

BELLO, A. **Polarização política e voto: o papel das questões morais e econômicas.** Revista Brasileira de Ciência Política, UnB, Brasília, nº40, pp.1-37, 2023.

BEZERRA, L.S.; GIBERTONI, D. **As Mídias Sociais Durante a Pandemia do Covid-19: Análise comportamental dos usuários durante este período e as possibilidades para o futuro.** Revista Interface Tecnológica - v. 18 n. 2, pp. 144-156,. Fatec Taquaritinga, São Paulo, 2021.

DURKHEIM, E. **Fato social e divisão do trabalho.** Apresentação e comentários: Ricardo Musse. São Paulo, Editora Ática, 2011.

CAVALINI, A. **Um estudo de caracterização do uso do Telegram como veículo de desordem informacional.** Monografia (Bacharelado em Ciência da Computação) – Universidade Federal do Espírito Santo. Vitória, Espírito Santo, 2022.

CERVI, E. **Opinião pública e comportamento político**. Curitiba: Editora IBPEX, 2010.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. São Paulo: Editora Contexto, 2006.

CLAASSEN, R.; HIGHON, B. **Policy Polarization among Party Elites and the Significance of Political Awareness in the Mass Public**. *Political Research Quarterly*, vol. 62, nº 3, University of Utah, pp. 538-551, 2009.

DIMAGGIO, P. *et al.* **Have Americans' Social Attitudes Become More Polarized?**. *American Journal of Sociology*, Vol. 102, nº 3 (Nov. 1996), pp. 690-755, University of Chicago Press, 1996.

DOISE, W.. **Da psicologia social à psicologia societal**. *Psicologia: teoria e pesquisa* [online], 18(1), 27-35, 2002.

FANTÁSTICO. **Com baixa adesão à vacinação contra a poliomielite, Brasil vive risco de voltar a ter casos da doença, alerta Drauzio Varella**. Portal G1, 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/fantastico/quadros/drauzio-varella/noticia/2022/09/25/com-baixa-adesao-a-vacinacao-contr-a-poliomielite-brasil-vive-risco-de-voltar-a-ter-casos-da-doenca-alerta-drauzio-varella.ghtml>. Acesso em: 2 de Julho de 2023.

FIORINA, M.P.; ABRAMS, S.J. **Political Polarization in the American Republic**. *Annual Review of Political Science*, University of Iowa, 2008.

FUKS, M.; MARQUES, P.H. **Polarização e contexto: medindo e explicando a polarização política no Brasil**. *Revista Opinião Pública*, Vol. 28, nº4, (Set-Dez), CESOP-Unicamp, 2022.

GILSOGAMO, A.P. **Há opinião pública nas redes sociais digitais?** *Anais USP* [s/d].

GUAZINA, L. **O conceito de mídia na comunicação e na ciência política: desafios interdisciplinares**. *Revista Debates*, Porto Alegre, v.1, n.1, p. 49-64, jul.-dez, 2007. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/303962811.pdf>

GUEDES, M.J. **Movimento antivacina: saiba o que é e como surgiu**. Organização Politize!, 2022. Disponível em: <https://www.politize.com.br/antivacina/> . Acesso em: 30 de Novembro de 2023.

HABERMAS, J. **Mudança estrutural da esfera pública: Investigações sobre uma categoria da sociedade burguesa**. Editora Unesp, 2ª edição (2014), São Paulo, 1962.

HABERMAS, J. **Direito e Democracia**. Vol. II, Editora Tempo Brasileiro, Rio de Janeiro, 1992.

HILTON, E. (@erikahilton) **“Uma nova onda de covid, mais transmissível, em franco crescimento. Bolsonaro AINDA não comprou a vacina de segunda geração. Sobre isso, pouco se fala na mídia, e não incomoda os donos do "mercado". Irônico, trágico e indignante, tudo ao mesmo tempo.”** 16 Nov. 2022,

11:00 am. *Tweet*. Disponível em: <https://twitter.com/ErikakHilton/status/1592880409217466370>. Acesso em: 15 de Setembro de 2023.

INSTITUTO BUTANTAN. **Queda nas taxas de vacinação no Brasil ameaça a saúde das crianças. Doenças erradicadas graças às vacinas, como sarampo e poliomielite, correm o risco de voltar por falta de vacinação.** Portal do Butantan, 2022. Disponível em: <https://butantan.gov.br/noticias/queda-nas-taxas-de-vacinacao-no-brasil-ameaca-a-saude-das-criancas>

JUNIOR, M.A. **As flutuações de longo prazo da polarização no Brasil - Análise do Compartilhamento de Informações Políticas entre 2011 e 2019.** Revista DADOS, Rio de Janeiro, vol.66 (2): e20200076, 2023.

LIU, B. **Sentiment Analysis and Opinion Mining.** Morgan and Claypool Publishers, N. May, 2012.

LOIOLA, J. (@jakelyneloiola_): **“ASSUSTADOR! 173 crianças em Portugal c/ problemas graves! Em Portugal, as televisões abertas continuam alertando as pessoas sobre o risco de Miocardite em crianças. Foram registradas 173 casos de casos e a DSG está pedindo aos pais que observem seus filhos após a vacinação.”** 7 Fev. 2023, 10:40 pm. *Tweet*. Disponível em: https://twitter.com/Jakelyneloiola_/status/1623134538158276609 . Acesso em: 23 de Outubro de 2023.

MAIA, F. C. (@fcmaia2515). **“AGORA A CULPA É DE QUEM? QUEM É O GENOCIDA? Criador da Vacina da Pfizer, Robert Malone, assume publicamente para o mundo, que AS VACINAS ESTAVAM EM TESTE E QUE NÃO FUNCIONAM e que as milhares de mortes causadas e efeitos colaterais malefícios, por si já respondem.”** 16 Nov. 2022, 6:35 pm. *Tweet*. Disponível em: <https://twitter.com/fcmaia2515/status/1592994912680964096>. Acesso em: 15 de Setembro de 2023.

MALINI, F.; REISLER, C. et al. **Medo, infodemia e desinformação: a timeline dos discursos sobre coronavírus nas redes sociais.** Goiás, Revista UFG, v.20, 2020.

MARS, Amanda. **Como a desinformação influenciou nas eleições presidenciais? El País,** 2018. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/02/24/internacional/1519484655_450950.html . Acesso em: 29 de Junho de 2023.

MESQUITA, E.; LOPES, E. L.; HERRERO, E. **“E se a pessoa tomar a vacina e virar um jacaré?”: um estudo do efeito da polarização ideológica na intenção de compra.** Revista Brazilian Business Review, vol. 19, FUCAPE, Vitória, 2021.

MICHELIN, K. (@karinamichelin) **“Pela primeira vez, as autoridades de saúde dos EUA falam da possibilidade de uma ligação entre a vacina Covid da Pfizer e o AVC. Eles o fazem por meio de um comunicado de imprensa assinado pelo CDC e pela FDA.”** 16 Jan. 2023, 9:31 pm. *Tweet*. Disponível em: <https://twitter.com/karinamichelin/status/1615144641258553347>. Acesso em: 15 de Setembro de 2023.

NASCIMENTO, P.; OSIEK, B. A.; XEXÉO, G. **Análise de sentimento de tweets com foco em notícias**. Revista Eletrônica de Sistemas de Informação, v. 14, n. 2, mai-ago 2015.

NEMER, D. **Seminário “Desinformação, Desigualdades de Comunicação e Regulação”**. Grupo de Pesquisa Jornalismo, Direito e Liberdade, USP, São Paulo, 2022.

O'REILLY, T. **What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software**, 2005.

PANG, B.; LEE, L. **Opinion mining and sentiment analysis, Foundation and Trends in Information Retrieval**, v. 2, n. 1-2, p. 1-135, 2008.

PEREIRA, L. C. **A formação da opinião pública no site da rede social Facebook: uma análise a partir da pós-verdade na política**. Monografia (Bacharelado em Comunicação Social - Habilitação em Relações Públicas) – Universidade de Santa Cruz do Sul. Rio Grande do Sul, 2017.

ROCHA, C. M. V. **Comunicação social e vacinação**. História, Ciências, Saúde Manguinhos, vol. 10 (suplemento 2): 795-806, 2003.

RODRIGUES, R. (@randolfeap) **“Pergunto ao Sr. Augusto Aras: como se arquiva a dor de um filho que perdeu um pai porque Bolsonaro mandou usar cloroquina? Como se arquiva a dor de uma mãe que perdeu um filho porque o governo não comprou vacina? Pergunto ainda: onde o Sr arquivou a sua consciência?”** 25 Jul. 2022, 7:53 pm. *Tweet*. Disponível em: <https://twitter.com/randolfeap/status/1551702287134953472>. Acesso em: 15 de Setembro de 2023.

RODRÍGUEZ, J.C.; TORRES, C. **La opinión pública en Twitter: Análisis durante la contienda electoral en la capital colombiana**. Revista Opinión Pública, Campinas, vol. 28, nº 3, pp. 787-827, set.-dez, 2022.

TAJFEL, H. *et al.* **An integrative theory of intergroup conflict**. Organizational identity: A reader, pp. 56-65, 1979.

TATAGIBA, L. **Entre as ruas e as instituições: os protestos e o impeachment de Dilma Rousseff**. Lusotopie Journal, Editora Brill, vol. 17, pp. 112-135, Paris, 2018.

TERRA, C.; SOUSA, G. **Opinião pública em tempos de mídias sociais: midiaticização, comunicação desintermediada em memes**. Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas, São Paulo, 2019.

VASCONCELLOS-SILVA, P.R.; CASTIEL, L.D.; GRIEP, R.H. **A sociedade de risco midiaticizada, o movimento antivacinação e o risco do autismo**. Revista Ciência & Saúde Coletiva, 20(2):607-616, Rio de Janeiro, 2015.

WARDLE, C. **Understanding Information Disorder**. Essential Guides, First Draft Archive, 2020.

WOLF, M. **Teorias das Comunicações de Massa**. Editora Martins Fontes, São

Paulo, 2003.

XAVIER, F. et. al. **Análise de redes sociais como estratégia de apoio à vigilância em saúde durante a Covid-19**. Estudos Avançados, 34 (99), p. 261-281, 2020.

ZANOTTO, P. (@epimeme). **“Governo da Flórida inicia oficialmente investigação sobre Pfizer na Suprema Corte do Estado sobre corrupção, mentiras sobre vacina e danos à saúde. Parlamento Inglês questiona o desempenho catastrófico das vacinas de mRNA no UK. Lula:”quem critica vacinas deve se desculpar”** 14 Dez. 2022, 8:46 am. *Tweet*. Disponível em: <https://twitter.com/epimeme/status/1602993462537854978>. Acesso em: 15 de Setembro de 2023.