

A web e o Twitter como difusores do populismo nas trincheiras *on-line* do Brasil e dos Estados Unidos: tensionamentos entre jornalismo, notícia e opinião

The web and Twitter as distributors of populism in the online trenches of Brazil and the United States: tensions between journalism, news and opinion

La web y Twitter como distribuidores de populismo en trincas online en Brasil y Estados Unidos: tensiones entre periodismo, noticias y opinión

Walter Lima Teixeira Júnior

Universidade Federal de São Paulo
<walterteixeiralimajunior@gmail.com>

Jéssica de Souza Carneiro

Universidade Federal do Pará
<jessica.souza.jor@gmail.com>

Resumo

Neste século, um ecossistema de mídia permeado de polarizações remete a um possível cenário de guerra informacional, em que conceitos de jornalismo, notícia e opinião estão (con)fundidos nas possibilidades da existência *on-line*, o que é bastante favorável aos animadores do populismo e aos interesses da *Big Tech*. Nesse contexto, a violência emerge do discurso de líderes como Bolsonaro e Trump, os quais se utilizam das redes sociais, como o Twitter, para difundir opiniões de impacto e amplo alcance. Esta rede, por vez, em muitas situações, se mostra conivente, em alguns casos, e extremamente rígida, em outros. Para demonstrar isso e buscar comprovar nossa hipótese, tomaremos para análise notícias de *web* mídia, *tweets* das contas dos presidentes mencionados e as políti-

Abstract

In this century, a media ecosystem permeated by polarizations leads to a possible scenario of informational war, where concepts of journalism, news and opinion are (con)fused in the possibilities of online existence, which is very favorable to the animators of populism and the interests of Big Tech. Nesse contexto, a violência emerge do discurso de líderes como Bolsonaro e Trump, os quais se utilizam das redes sociais, como o Twitter, para difundir opiniões de impacto e amplo alcance. This network, in turn, in many situations, proves to be coniving, in some cases, and extremely rigid, in others. To demonstrate this and seek to prove our hypothesis, we will take for analysis news from web media, tweets from the accounts of the mentioned presidents and the removal/censorship policies of Twit-

Resumen

En este siglo, un ecosistema mediático permeado por polarizaciones conduce a un posible escenario de guerra informacional, donde conceptos de periodismo, noticia y opinión se (confunden) en las posibilidades de la existencia online, muy favorable a los animadores del populismo. y los intereses de Big Tech. Nesse contexto, a violência emerge do discurso de líderes como Bolsonaro e Trump, os quais se utilizam das redes sociais, como o Twitter, para difundir opiniões de impacto e amplo alcance. Esta red, a su vez, en muchas situaciones, resulta confabuladora, en algunos casos, y extremadamente rígida, en otros. Para demostrar esto y buscar probar nuestra hipótesis, tomaremos para análisis notícias de medios web, tweets de las cuentas de los presidentes mencionados y las políticas de remoción

cas de remoção/censura de conteúdo do Twitter, considerando os cenários Brasil e EUA, relativos, respectivamente, às crises do agravamento da pandemia no país, especificamente no estado do Amazonas; e à ocupação do Capitólio, em Washington DC, ambas ocorridas no início de 2021, para as quais olharemos sob o conceito de *media ecology* (STRATE et al., 2019).

Palavras-chave: Guerra Informacional. Twitter. Populismo.

O cenário de tensão

O contexto da pandemia do Covid-19 robustece um arrastão planetário para a vida digital em que, por meio de ações em redes sociais, dentre outros meios, é necessário disputar pela credibilidade de narrativas e pela detenção do poder ideológico dominante.

Nesse sentido, é possível observar a formação de um ecossistema comunicacional, aos moldes do que propôs McLuhan com a ecologia das mídias (STRATE; BRAGA; LEVINSSON, 2019), que, na contemporaneidade, se sustenta entre multimeios, notícias, *fake news*, teorias da conspiração e até mesmo desinformação.

Vemos, então, surgir, um tipo de guerra informacional (TRIVINHO, 2005), em que o universo digital é a arena onde são propagadas mensagens diversas, que tendem a polarizar e politizar grupos com diferentes crenças a respeito do que diz, neste caso, a ciência sobre o vírus mortífero que atingiu e modificou a sociabilidade nas mais diversas classes, dentre outras opiniões.

Tal ascendência sobre a vida digital favorece a vigilância de dados por meio da *Big Tech*, nas palavras de Morozov (2018,

ter content, considering the Brazilian and US scenarios, relating, respectively, to the worsening crises the pandemic in the country, specifically in the state of Amazonas; and the occupation of the Capitol, in Washington DC, both occurred in early 2021, which we will look at under the concept of Media Ecology (STRATE et al., 2019).

Keywords: Informational Warfare. Twitter. Populism.

/ censura de contenido de Twitter, considerando los escenarios brasileño y estadounidense, relacionados, respectivamente, con el agravamiento de las crisis de la pandemia en el país, específicamente en el estado de Amazonas; y la ocupación del Capitolio, en Washington DC, ambos ocurrieron a principios de 2021, que veremos bajo el concepto de Ecología de Medios (STRATE et al., 2019).

Palabras clave: Guerra Informacional. Gorjeo. Populismo.

p. 11), “as maiores e mais dominantes empresas do setor de tecnologia da informação dos Estados Unidos”, que, ao dominar os principais meios de existência *on-line* (a exemplo do Google e dos conglomerados de redes sociais), passa a ter papel fundamental na formação e manutenção desse ecossistema informacional.

Do que podemos vislumbrar a seguinte inquietação: qual é o interesse da *Big Tech* em alimentar a disputa por narrativas no ambiente digital? Por que em alguns casos há conivência da *Big Tech* em publicizar certas informações em detrimento de outras ou em selecionar os perfis que continuam ou não produzindo informações na *web*, sejam elas verdadeiras ou não?

A proposta metodológica que utilizamos para verificar tais questionamentos foi de empreender um método comparativo entre dois movimentos que, a nosso ver, tiveram ações no Twitter (rede social consolidada para a divulgação de opiniões pessoais), como combustível no desenrolar de acontecimentos *off-line* acirrados pela guerra informacional digital a respeito de determinados assuntos: a suspensão do *lockdown* no Amazonas em meio à segunda

onda do Covid-19 no Brasil e a invasão ao Capitólio em Washington DC, EUA, ambos acontecimentos do início desse ano de 2021, tendo em sua gênese discursos populistas de líderes políticos e seus seguidores/apoiadores.

No Brasil, à revelia das informações propagadas pela Organização Mundial da Saúde (OMS) sobre como enfrentar a pandemia com menos danos, o presidente Jair Bolsonaro populariza posicionamentos pessoais que contradizem a ciência, e, ainda assim, permanece *on-line*, apenas tendo alguns *tweets* apagados ou marcados com advertências.

Nos EUA, Donald Trump, tendo tido posicionamentos parecidos com os de Bolsonaro sobre a pandemia ao longo de todo o ano de 2020, também com *tweets* censurados e/ou advertidos, teve a conta bloqueada no Twitter e, em seguida, definitivamente apagada, sob alegação de incitar a violência no caso Capitólio. Nossa hipótese é a de que, em ambos os casos, os líderes incitam/incitaram a violência.

Explicamos: são inúmeras as mortes no Brasil por Covid-19, as quais podem ou não ter sido decorrentes da popularização de narrativas negacionistas quanto ao vírus pelo presidente Jair Bolsonaro ou por seus seguidores. Enquanto nos EUA, apesar de estar ao lado do Brasil entre os países no mundo com maior quantidade de casos de infecções por coronavírus, por também ter um líder mundial que desacredita de informações de organizações oficiais de saúde, só houve intervenção da rede social na conta de Donald Trump por incitar a violência

com a morte de cerca de oito pessoas em decorrência da invasão ao Capitólio, embora esse episódio pudesse ter desencadeado outros, caso tivesse sido bem-sucedido.

O que nos leva a pensar: em muitas situações, o próprio Twitter toma partido na guerra informacional e se mostra conivente, em alguns casos, e extremamente rígido, em outros, conforme seus próprios interesses.

Ora, sabemos que, ao ter sua conta bloqueada, Trump já estava em final de mandato, perdendo popularidade, com uma eleição perdida e um novo presidente prestes a assumir. Há muitas mais vantagens para a *Big Tech* em “associar-se” ideologicamente ao novo líder eleito do que ao líder fracassado.

No cenário brasileiro, Bolsonaro, que claramente usou as redes sociais como máquina eleitoral em 2019, e, após eleito, ganhou força e popularidade por meio delas, ainda está na metade de seu primeiro mandato, tendo também chances de reeleição para mais quatro anos de governo.

Centrando nossa atenção, então, nesses fatos, pretendemos relacionar populismo,¹ mídia e jornalismo por meio da análise sobre o contexto de criação/aplicação das políticas de remoção/censura de conteúdo das redes sociais, tendo como base o Twitter, tanto sobre o Covid-19 quanto sobre a incitação à violência, cruzando-as às ações efetivamente empreendidas (ou não) pela empresa no que respeita aos conteúdos que foram banidos e os que continuam/continuaram circulando, considerando os cenários Brasil e EUA, relativos, respecti-

1 Entendido enquanto princípio da democracia, isto é, quando o povo é soberano, mas que, se tomado sob o ponto de vista do progresso e da liberdade, pode tornar-se fonte de ameaça para a própria democracia Todorov (2012, p. 153): “É o que a oposição corrente entre povo e populacho, democracia e populismo, nos revela”.

vamente, às crises: (1) do agravamento da pandemia no país, especificamente no estado do Amazonas; e (2) à ocupação do Capitólio, em Washington DC, ambos ocorridas no início de 2021.

Para definir o conteúdo que comentaremos neste artigo, utilizaremos como recurso notícias divulgadas na mídia a respeito da conduta, no Twitter, de Bolsonaro e de Trump, bem como de seus seguidores, na publicação de postagens sobre os assuntos que nos interessam, uma vez que o posicionamento populista em redes sociais de líderes mundiais polêmicos, a exemplo dos aqui citados, é rotineiramente comentado e divulgado na imprensa de *web* de um modo geral.

Olharemos para esse conteúdo revisitando o conceito de *media ecology*,² que nos ajuda a visualizar como mídia, tecnologia e comunicação afetam os ambientes humanos.

Assim, poderemos demonstrar como a retórica populista floresceu em espaços da opinião pública, no caso o Twitter, e se tornou ubíqua mediante crises globais recentes, fazendo até que essa mídia mudasse e impusesse novas políticas quanto aos conteúdos específicos, de modo que tal comportamento influenciou também a mídia tradicional, que transformou a atuação da *Big Tech* em relação a discursos polêmicos difundidos por meio de suas plataformas em assunto de interesse público.

A partir de contatos diretos entre o líder e “o povo”, promovendo confrontações com a mídia tradicional, usando *fake news*³ e/ou “fatos alternativos”, movimentos populistas e seus líderes – sejam eles Bolsonaro ou Trump –, sistematicamente, colocam em dúvida a natureza da mídia e do jornalismo e seus papéis na política, encontrando em redes sociais como o Twitter um palanque de poucas/nenhuma ou até seletivas regras.

Observando isso do ponto de vista de notícias divulgadas por portais de notícias, poderemos também vislumbrar respostas para as seguintes perguntas: como a mídia cobre partidos populistas e qual é o papel dos jornalistas na (des)legitimação de ideias populistas? De que modo o discurso populista condiciona e recondiciona a competição partidária em ambientes hipermediados?⁴

Caiu na rede, virou notícia. Mas será que é mesmo?

Em março de 2020, tão logo a pandemia estourou no Brasil, o Portal G1, pertencente ao conglomerado Globo, noticia na coluna de Política: “Twitter apaga publicações de Jair Bolsonaro por violarem regras da rede”.⁵ A justificativa foi a de que a rede social expandiu regras para abranger conteúdos que fossem eventualmente contra informações de saúde pública orientadas por fontes oficiais e que pudessem colocar as pessoas em

2 Disponível em: <https://www.media-ecology.org/>. Acesso em: 6 out. 2021.

3 Neste ecossistema: “Verdade é o que gera mais visualizações. Sob a ótica das plataformas digitais, as fake news são apenas as notícias mais lucrativas” (MOZOROV, 2018, p.11).

4 No livro *Remediation* (BOLTER; GRUSIN, 2000, p. 329), os autores falam: “a hipermediação oferece um espaço heterogêneo, em que a representação é concebida não como uma janela para o mundo, mas sim como “janela” em si – com janelas que se abrem para outras representações ou outras mídias.”

5 Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/03/29/twitter-apaga-publicacoes-de-jair-bolsonaro-por-violarem-regras-da-rede.ghtml>. Acesso em: 6 fev. 2021.

maior risco de transmitir Covid-19.

Nesse mesmo dia, segundo a reportagem, o presidente postou *tweets* em que aparecia em público sem máscara, provocando aglomerações e criticando o isolamento social.

O Twitter não informou quais pontos específicos das imagens ou das declarações dos dois posts levaram à exclusão. Além dos dois apagados, há outros posts do passeio dele em Brasília e de declarações deste domingo sobre o coronavírus que continuam no ar. (TWITTER APAGA..., 2020).⁶

O apelo populista das postagens aparece quando a reportagem explicita que, na ocasião, Bolsonaro conversa com um ambulante e defende que as pessoas continuem trabalhando ou quando acena positivamente em resposta a uma das pessoas na aglomeração que defende a abertura dos comércios. O presidente chegou a defender que o vírus se espalhasse para que a população alcançasse imunidade e ainda o tratamento por meio de medicações sem ação comprovada contra o vírus, argumentos em linha de contramão das recomendações de autoridades sanitárias.

Apesar de apagado no Twitter, o conteúdo permaneceu *on-line* em outras redes sociais do mesmo grupo: “O G1 perguntou ao Google, dono do YouTube, e ao Facebook sobre o posicionamento das empresas em relação a estes conteúdos, mas não teve

resposta até a última atualização desta reportagem”.⁷

No *blog* do Twitter,⁸ são listados os tipos de conteúdos que passam a ser contra as regras da rede em relação à pandemia:

- Negação das recomendações de autoridades de saúde locais ou globais para diminuir a possível exposição ao COVID-19 com a intenção de influenciar as pessoas a agir contra as orientações recomendadas, como: “o distanciamento social não é eficaz” ou incentivar ativamente as pessoas a não se distanciar socialmente em áreas impactadas pelo COVID-19.
- Descrição de tratamentos ou medidas de proteção que não sejam diretamente prejudiciais, mas ineficazes; que não se aplicam ao contexto do COVID-19; ou que estão sendo compartilhadas com a intenção de enganar outras pessoas, mesmo que sejam em tom de humor [...].
- Descrição de tratamentos prejudiciais ou medidas de proteção ineficazes; que não se aplicam ao COVID-19; ou estão sendo compartilhadas fora de contexto para enganar pessoas, mesmo que sejam feitas em tom de brincadeira [...].
- Negação de fatos científicos estabelecidos em relação a transmissão durante o período de incubação ou orientação das autoridades de saúde locais e globais, como “COVID-19 não

⁶ Idem.

⁷ Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/03/29/twitter-apaga-publicacoes-de-jair-bolsonaro-por-violarem-regras-da-rede.ghtml>. Acesso em: 6 fev. 2021.

⁸ Disponível em: https://blog.twitter.com/pt_br/topics/company/2019/uma-atualizacao-sobre-nossa-estrategia-continua-durante-o-covid-19.html. Acesso em: 6 fev. 2021.

infecta crianças porque não vimos nenhum caso de crianças doentes”.

- Afirmações específicas em torno das informações do COVID-19 que têm como objetivo manipular as pessoas para um determinado comportamento, para ganho de terceiros [...].
- Afirmações específicas e não verificadas que incitam as pessoas a agir e causam pânico generalizado, agitação social ou desordem em larga escala [...].
- Afirmações específicas e não verificadas feitas por pessoas que se passam por um funcionário, organização ou governo de saúde, como uma conta de paródia de um oficial de saúde italiano afirmando que a quarentena do país acabou.
- Propagação de informações falsas ou enganosas sobre os critérios ou procedimentos de diagnóstico do COVID-19 [...].
- Declarações falsas ou enganosas sobre como diferenciar COVID-19 de outra doença e informações que tenham o objetivo de diagnosticar alguma pessoa [...].
- Informações de que grupos específicos ou nacionalidades nunca são suscetíveis ao COVID-19 [...].
- Afirmações de que grupos específicos ou nacionalidades são mais suscetíveis ao COVID-19 [...] (GADDE, 2020).⁹

Para compor essa reflexão, também realizamos pesquisa por palavras-chave no Google com termos como “Trump” e “Twitter”, que resultaram em inúmeras manchetes na imprensa de *web* brasileira, parecidas com esta do Portal G1, dentre as quais foram escolhidas as que se referiam à conduta e às opiniões pessoais de Donald Trump a respeito da pandemia, com a finalidade de servir à análise aqui proposta. Santino (2020), no site Olhar Digital,¹⁰ reproduz uma das falas do Twitter de Trump do período de eclosão da pandemia no mundo:

A temporada da gripe está chegando! Muitas pessoas todo ano, às vezes mais de 100 mil, mesmo com a vacina, morrem de gripe. Vamos fechar nosso país? Não, nós aprendemos a viver com ela, assim como estamos aprendendo a viver com a Covid, que em muitas populações é muito menos letal. (SANTINO, 2020).

A matéria intitulada “Twitter e Facebook punem publicação de Trump com informação incorreta sobre Covid”¹¹ confronta as opiniões do presidente norte-americano com evidências científicas e recomendações oficiais da Organização Mundial da Saúde (OMS). Da mesma forma, o *site* da revista *Veja* anuncia em outubro de 2020: “Trump é advertido por Twitter e Facebook por menosprezar Covid-19”.¹²

⁹ Idem.

¹⁰ Disponível em: <https://olhardigital.com.br/2020/10/06/coronavirus/twitter-e-facebook-punem-publicacao-de-trump-com-informacao-incorreta-sobre-covid/>. Acesso em: 7 fev. 2021.

¹¹ Idem.

¹² Disponível em: <https://veja.abril.com.br/mundo/trump-e-advertido-por-twitter-e-facebook-por-menosprezar-covid-19/>. Acesso em: 7 fev. 2021

De volta ao cenário brasileiro, no desenrolar dos fatos da pandemia no país, após várias trocas de ministros na área da Saúde e um saldo surpreendente de contágios e mortes pela doença ao longo de 2020, quando a maioria das nações mundiais já aplicava planos de vacinação de sua população, uma manchete no *website* do *Correio do Povo*, já em janeiro de 2021, estampa: “Twitter aponta publicação do Ministério da Saúde como ‘enganosa’ – Postagem com conteúdo sobre ‘tratamento precoce’ foi desativada pela ferramenta”.¹³

A publicação está na editoria de política do referido *website*, sem assinatura de jornalista. Ao ter como nome *Correio do Povo*, podemos perceber o caráter populista do veículo, que prefere evidenciar o fato de que o Twitter caracterizou como enganosa a informação divulgada pelo Ministério da Saúde do que tematizar de fato a conduta duvidosa da pasta da Saúde brasileira em relação às formas de combate e tratamento do Covid-19, o que colocaria em risco a população prestes a enfrentar a segunda onda da doença em todo o país.

No *tweet* referido pela reportagem, o Ministério da Saúde defende o chamado tratamento precoce, sem eficácia comprovada,¹⁴ que induz a população a utilizar medicamentos como cloroquina, azitromicina e até ivermectina para prevenir o contágio ou driblar os sintomas da Covid-19.

Apesar de ser taxada com a mensagem: “Este *Tweet* violou as Regras do Twitter sobre a publicação de informações enganosas e potencialmente prejudiciais relacionadas à COVID-19” (TWITTER APONTA..., 2021), a informação continua no ar, uma vez que “O

Twitter determinou que pode ser do interesse público que esse *Tweet* continue acessível” (TWITTER APONTA..., 2021).

Ou seja, o que o Twitter determina ser informação que pode ou não circular, ainda que sob rótulos de verídica e/ou enganosa, no universo digital das redes sociais, tornou-se assunto de política. E mais, podemos dizer até que o discurso populista dos líderes e de seus governos politizou a saúde, que não aparece mais ou apenas dentre os assuntos da ciência e foi parar também na editoria de política.

Mesmo alertado sobre o colapso de saúde em Manaus, Pazuello e sua equipe voltaram a apostar no “tratamento precoce” como saída para a crise na capital do Amazonas. Nesta semana, o general pressionou médicos a prescreverem medicamentos de eficácia questionada e lançou na cidade o *TrateCOV*, aplicativo que ajuda no diagnóstico da covid-19 e sugere o uso do tratamento precoce. Bolsonaro culpou a crise na cidade, que está sem oxigênio para pacientes da covid-19 e bebês prematuros, pela falta deste tratamento. (TWITTER APONTA..., 2021).

Com este trecho adentramos no tema sobre agravamento da pandemia no estado do Amazonas, no Brasil, que embarcou em uma segunda onda de contágios por um novo tipo de coronavírus muito mais transmissível e letal, o qual fez com que o estado iniciasse o ano em gravíssima crise sanitária, marcada pela falta de oxigênio e de leitos hospitalares para atender a demanda da população.

13 Disponível em: <https://www.correiodopovo.com.br/not%C3%ADcias/pol%C3%ADtica/twitter-aponta-publica%C3%A7%C3%A3o-do-minist%C3%A9rio-da-sa%C3%BAde-como-enganosa-1.555810>. Acesso em: 7 fev. 2021.

14 Disponível em: <https://www.sanarmed.com/fake-news-tratamento-precoce-contra-covid-19-nao-funciona>. Acesso em: 18 mar. 2021.

O aumento no número de casos da doença já havia sido vislumbrado desde dezembro de 2020, e o governador do Amazonas, Wilson Lima, publicou em vésperas de Natal um decreto¹⁵ em que determinava um *lockdown* no estado, no período de 26 de dezembro de 2020 a 10 de janeiro de 2021, suspendendo o funcionamento de todos os estabelecimentos comerciais e serviços não essenciais destinados à recreação e lazer.

Em janeiro de 2021, o site *Metrópoles* tratou como notícia na editoria Brasil: “*Tweets* de parlamentares defendendo o fim do *lockdown* em Manaus circulam na *web*”,¹⁶ com o seguinte subtítulo: “Depois do colap-

so na saúde em Manaus, nesta quinta-feira (14/1), uma onda de posts tomou conta das redes, criticando os parlamentares”.¹⁷

Diferentemente do *Correio do Povo*, que destaca o fato de Bolsonaro atribuir a segunda onda de Covid em Manaus à não utilização do tratamento precoce, a jornalista do *Metrópoles* noticia uma série de publicações no Twitter de internautas que atribuem a crise de Manaus ao negacionismo por parte de “parlamentares simpatizantes do governo Bolsonaro” (COSTA, 2021), que defenderam o fim do *lockdown*. O artigo, no entanto, reproduz os *tweets* dos parlamentares e não dos usuários que os criticam:



Figura 1 - Reprodução de imagem de artigo do site *Metrópoles* (COSTA, 2021).

15 Disponível em: <https://www.legisweb.com.br/legislacao/?id=406838>. Acesso em: 8 mar. 2021.

16 Disponível em: <https://www.metropoles.com/brasil/prints-de-parlamentares-defentweets-de-parlamentares-defendendo-o-fim-do-lockdown-em-manaus-circulam-na-web>. Acesso em: 7 fev. 2021.

17 Idem.

 **Osmar Terra** 
@OsmarTerra




Embora noticiário alarmista, Manaus tem queda importante de óbitos desde julho, mostrando uma imunidade coletiva (de rebanho) em formação e se manteve assim até o último dia do ano. As escolas reabriram ainda em setembro e não houve alteração da curva de óbitos como mostra gráfico



11:43 AM · 4 de jan de 2021

5,2 mil  Veja as últimas informações sobre a COVID-19 no Twitter

Figura 2 - Reprodução de imagem de artigo do site Metrôpoles (COSTA, 2021).

 **Eduardo Bolsonaro**  
@BolsonaroSP

1º Búzios e agora Manaus. Todo poder emana do povo.

6:24 PM · 26 de dez de 2020



28,3 mil  5,9 mil  Copiar link para o Tweet

Figura 3 - Reprodução de imagem de artigo do site Metrôpoles (COSTA, 2021).



Figura 4 - Reprodução de imagem de artigo do site Metrôpoles (COSTA, 2021).

O último *tweet* reproduzido, que dá fechamento à matéria, inclusive, interpela e ameaça diretamente o governador de Manaus:

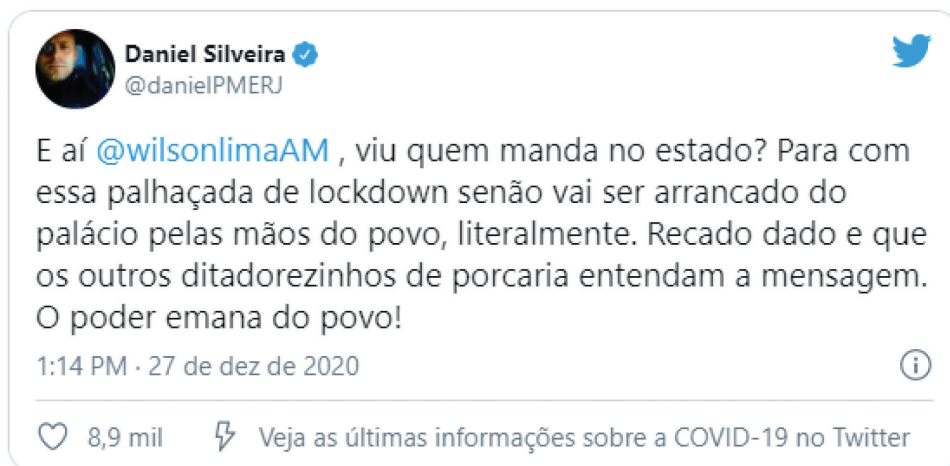


Figura 5 - Reprodução de imagem de artigo do site Metrôpoles (COSTA, 2021).

Onde está a versão do povo?

De fato, alguns dias antes, outro artigo no mesmo site/editoria¹⁸ noticia um vídeo em que moradores protestam contra o fechamento do comércio em Manaus.

Mas, em nenhum momento, nem um dos dois artigos mostrou argumentos da população que defendessem o *lockdown* no estado ou de cientistas/profissionais de saúde que pudessem fornecer opiniões

comprovadas sobre a importância da medida como prevenção à transmissão da doença pandêmica, deixando claro seu viés populista. Observamos ainda que nenhum dos *tweets* acima foi vetado, taxado ou advertido pelo Twitter, nem mesmo o que ameaça o governador Wilson Lima.

No site *The Intercept – Brasil*, que se propõe uma “agência de notícias dedicada à responsabilização dos poderosos por



Figura 6 – Reprodução de imagem de artigo do site Metrôpoles (BORGES, 2020).

18 Disponível em: <https://www.metropoles.com/brasil/video-moradores-protestam-contrafechamento-do-comercio-em-manauas>. Acesso em: 7 fev. de 2021.

meio de um jornalismo destemido e combativo”,¹⁹ o olhar é sob outro ângulo. A reportagem de Tatiana Dias (2021)²⁰ traz outro personagem à baila nesta guerra informacional que culpabiliza diferentes atores sociais no que se refere ao caos pandêmico que se instalou no Amazonas. Em “Manaus: o Twitter também tem culpa”, Dias alerta que a “Narrativa negacionista genocida se espalha sem ser incomoda-

da na rede social”.²¹ Ela diz que, por mais que a empresa tenha regras em relação ao compartilhamento de informações sobre o Covid, falha ao aplicá-las. E para basear sua informação, traz a voz do pesquisador Fabio Malini, da Universidade Federal do Espírito Santo, que, por meio do próprio Twitter, demonstra dados que polarizam ainda mais as opiniões acerca de medidas de contenção da pandemia:



Figura 7 – Reprodução de imagem de artigo do site The Intercept - Brasil (DIAS, 2021).

19 Disponível em: <https://theintercept.com/brasil/staff/>. Acesso em: 7 fev. 2021.

20 Disponível em: <https://theintercept.com/2021/01/17/manaus-o-twitter-tambem-tem-culpa/>. Acesso em: 7 fev. 2021.

21 Idem.

A narrativa negacionista continua se espalhando e dominando o debate público, mesmo claramente violando as próprias regras da rede social. Enquanto o mensageiro continuar se escondendo atrás de termos de uso hipócritas e um discurso de suposta neutralidade, o negacionismo genocida terá o seu palanque. (DIAS, 2021).

Em sites como o *The Intercept*,²² jornalistas têm o aval empresarial para atuar com liberdade editorial, ou seja, emitindo opiniões explícitas ao longo das produções jornalísticas. E, se em sua política de restrição, o Twitter afirma que os conteúdos mais preocupantes seriam aqueles que pudessem “aumentar a chance de exposição ao vírus” ou tivessem “efeitos adversos na capacidade de lidar com a crise do sistema público de saúde”,²³ como não encaixar nessas categorias os *tweets* que incitaram o fim do *lockdown* em Manaus e os que questionam a eficácia das vacinas?

Em outros veículos, como o *Metrópoles*,²⁴ os jornalistas precisam se guiar por partidarismos; e, em outros, a opinião aberta, por mais que sinalizada por meio de pistas veladas, fica designada às colunas específicas para tal, como a da versão digital do jornal *O Globo*, denominada Analítico, na qual Pedro Doria (2020)²⁵ relembra a já conhecida inclinação de redes sociais como Facebook e Twitter, além do próprio Google, para a “vista grossa” quanto à desinformação que circula por meio delas,

principalmente em períodos de campanha eleitoral, tanto como o de 2016, na eleição de Trump, quanto como de 2019, na eleição de Jair Bolsonaro.

Mas, questiona:

[...] o que fazer quando a fonte de desinformação é uma autoridade pública? Ao apagar publicações do presidente brasileiro, as empresas do Vale do Silício parecem ter tomado uma decisão. Em alguns casos, apagarão, sim. Mas o principal alvo, possivelmente, não é Bolsonaro, que hoje distorceu uma fala do presidente da Organização Mundial de Saúde e deve fazer isso de novo em pronunciamento em cadeia de rádio e TV. São empresas americanas. Bolsonaro é um conhecido aliado de Trump. Apagar o que o presidente brasileiro publicou não é apenas uma inflexão da política interna americana. É, também, um recado direto a Trump para os próximos meses. (DORIA, 2020).

Em sua coluna de opinião, Doria parece até prever o que aconteceria meses depois, quando, no início de 2021, o presidente dos Estados Unidos teria tido seus perfis suspensos/bloqueados em redes sociais após incentivar protesto contra a vitória do democrata Joe Biden, prestes a tomar posse da Casa Branca.

O Twitter teria sido o meio pelo qual Trump escolhera para manifestar posicionamentos que questionavam o sistema elei-

22 Disponível em: <https://theintercept.com/brasil/staff/>. Acesso em: 7 fev. 2021

23 Disponível em: https://blog.twitter.com/en_us/topics/company/2020/covid-19.html. Acesso em: 18 mar. 2021

24 Disponível em: <https://www.metropoles.com/brasil/>.

25 Disponível em: <https://oglobo.globo.com/analitico/bolsonaro-levou-twitter-facebook-anteciparem-movimento-contra-desinformacao-previsto-para-campanha-eleitoral-dos-eua-24341582>. Acesso em: 7 fev. 2021.

toral dos EUA e proferir declarações que, na avaliação inclusive da própria plataforma, teriam impulsionado a invasão à sede do Congresso norte-americano, o Capitólio, em Washington DC.

Assim como a conduta de Bolsonaro e de seus apoiadores em redes sociais foi notícia na mídia, também a de Trump, com suas ideias populistas, tendo sido destaque em inúmeros veículos de jornalismo digital e colunas de opinião na *web* durante todo seu mandato, culminando com o caso Capitólio, quando o presidente teria feito diversas postagens que acarretariam “risco de mais incitação à violência”.

Ao menos 12 empresas se manifestaram contra a continuidade das pu-

blicações do presidente dos EUA ou relacionadas a ele em suas plataformas: Facebook; Instagram; Twitter; Google; Snapchat; Shopfy; Reddit; Twitch; YouTube; TikTok; Discord e Pinterest. (12 REDES..., 2021)²⁶.

Dentre elas, o Twitter foi mais longe e bloqueou permanentemente o perfil do presidente norte-americano. Antes da decisão, três publicações de Trump já haviam sido alvo de bloqueios e sua conta tinha sido suspensa por 12 horas. Com a suspensão definitiva do Twitter, não é mais possível visualizar nenhum conteúdo que Trump já tenha compartilhado na rede social, conforme mostra a imagem a seguir:



Figura 8 – Imagem do *site* Poder 360 (2020), que reproduz o perfil da conta @realDonaldTrump no Twitter.

26 Disponível em: <https://www.poder360.com.br/midia/como-cada-rede-social-esta-restringindo-trump/>. Acesso em: 7 de fev. de 2021.



Figura 9 – Reprodução Twitter no canal Uol (2021).

Alguns sites, no entanto, exibem reproduções dos *tweets* fatídicos, que circularam poucos minutos antes do bloqueio. É o caso do Tecnoblog:

De acordo com a plataforma, o bloqueio definitivo da conta do republicano ocorreu com base em dois *tweets*. “Os 75 milhões de grandes patriotas americanos que votaram em mim, *AMERICA FIRST* e *MAKE AMERICA GREAT AGAIN* terão uma VOZ GIGANTE por muito tempo no futuro. Eles não serão desrespeitados ou tratados injustamente de nenhuma forma”, dizia uma das mensagens.

Pouco tempo depois, Trump publicou: “A todos os que me perguntaram, não irei à posse no dia 20 de janeiro”. (SILVA, 2021).

Segundo o site, no contexto dos EUA, os *tweets* violaram a Política contra a Glorificação da Violência,²⁷ pois, nas palavras do próprio Twitter, “eram altamente propensos a encorajar e inspirar as pessoas a replicarem os atos criminosos que ocorreram no Capitólio dos EUA em 6 de janeiro de 2021”²⁸.

No canal *Tilt*, do Uol²⁹, a notícia vem acompanhada da reprodução do *tweet* de bloqueio (Figura 9).

27 Disponível em: <https://help.twitter.com/en/rules-and-policies/glorification-of-violence>. Acesso em: 8 fev. 2021.

28 Disponível em: <https://tecnoblog.net/400561/twitter-decide-banir-trump-por-risco-de-incitacao-a-violencia/>. Acesso em: 7 fev. 2021.

29 Disponível em: <https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2021/01/08/twitter-anuncia-suspensao-permanente-de-donald-trump-na-rede-social.htm?cmpid=copiaecola>. Acesso em: 7 fev. 2021.

Da editoria de política à de tecnologia, o bloqueio de Trump no Twitter foi amplamente divulgado e comentado na *web* mídia. Em *O Globo*, Maggie Haberman (2021), do *The New York Times*, analisa que, fora do Twitter, seria um desafio para Trump chamar atenção, já que durante todo a sua campanha – e, por pouco, quase todo o mandato –, foi a “rede social que deu a ele uma oportunidade única para dizer o que quisesse, sem filtros”.³⁰ A exemplo de Bolsonaro, que parece ter o presidente americano como modelo a ser seguido.

Cruzando informações e desinformações

Mas em que, além do uso das redes sociais para propagar opiniões polêmicas, o caso da suspensão do *lockdown* no Amazonas e a invasão ao Capitólio em Washington se aproximam?

Consideramos que, ao reproduzir os posicionamentos polêmicos de seus líderes, os seguidores e apoiadores, tanto de Bolsonaro, no caso brasileiro, quanto de Trump, no caso dos EUA, incitaram a violência e colaboraram em grande medida para a guerra informacional que polariza e politiza informações desencontradas sobre os mais diversos assuntos, em particular em relação à pandemia do Covid-19, e, principalmente, em relação ao cenário político desencadeado pelo governo populista de ambos os países, que demonstraram grande inaptidão em gerenciar tais crises.

Observando sob o conceito de ecologia das mídias, com Mascarenhas (2021), acreditamos que, como muitas vezes na contemporaneidade nosso único acesso a

determinadas informações ocorre por meio das percepções que nos são entregues pelas mídias sociais, passamos a considerá-las reproduções fidedignas da realidade, seja qual for a fonte. “Ao fazermos isso, nós nos equivocamos, pois nos esquecemos de que são impressões narradas por alguém” (MASCARENHAS, 2021), que traz consigo suas ideologias, seus pontos de vista e bagagens culturais.

Se a narração de um indivíduo pode deturpar e condicionar nossa visão para uma realidade construída, que podemos dizer então dos meios tecnológicos que potencializam, infinitas vezes, essa capacidade de reconstrução imagética dos fatos? (MASCARENHAS, 2021).

De McLuhan (1911-1980) a Postman (1931-2003), já se abordavam influências provocadas pelos meios midiáticos na formação humana. Na atualidade, tudo isso fica ainda mais evidente a partir do que provocam as tecnologias:

[...] percebemos o papel fundamental exercido pela mídia na criação e construção de verdades, por meio de seu aparato tecnológico, com o objetivo de condicionar o olhar do público para determinadas crenças fomentadas por empresas, políticos e outros grupos hegemônicos. (MASCARENHAS, 2021).

Analisando a cobertura de mídia sobre os dois episódios, podemos ver ainda que o jornalismo de *web* sustenta o discurso populista e tira a atenção da gravidade do que ocorre/

30 Disponível em: <https://oglobo.globo.com/mundo/fora-do-twitter-trump-enfrenta-um-novo-desafio-como-chamar-atencao-24833998>. Acesso em: 7 de fev. 2021.

ocorreu em ambos os casos, “vilanizando” a plataforma ao tomar medidas de restrição para a propagação de desinformação de maneira tardia. O que, em nossa avaliação, demonstra, ao contrário, que a rede social foi conivente com a conduta dos líderes políticos e de seus seguidores/apoiadores que manifestaram opiniões polêmicas e que podem ter incitado comportamentos *on-line*, os quais têm/tiveram consequências em nível *off-line*, a exemplo das milhares de pessoas que, sem o *lockdown*, se contaminaram e morreram sufocadas pela falta de oxigênio em Manaus; ou dos manifestantes mortos/feridos em Washington, durante a invasão ao Capitólio.

Sobre o caso dos EUA, o *The Intercept* norte-americano foi categórico: “Facebook e Twitter finalmente fazem um pouco mais do que nada literalmente em relação ao Trump”³¹ [tradução nossa], o que nos leva a questionar: por que a Big Tech só tomou uma atitude diante do presidente-americano no apagar das luzes de seu mandato?

E se Bolsonaro também colabora com a morte de milhares de pessoas diariamente no Brasil, incentivando o funcionamento normal do comércio – ainda que diante do agravamento da pandemia, e defendendo o tratamento precoce em detrimento da imunização coletiva –, por que, para ele, e para outros tantos dos seus seguidores, as medidas seguem sendo mais brandas?

Bidle (2021)³² arrisca responder:

A indústria da publicidade é geralmente reconhecida como uma das

indústrias mais avessas ao risco e covardes do planeta, com a tomada de decisões guiada em grande parte pela tentativa de ser o mais inofensiva possível para o maior número de pessoas possível, tomando posição sobre uma questão apenas em termos mais fracos, mais seguros e mais cuidadosamente protegidos disponíveis. Embora empresas como o Facebook e o Twitter detenham o poder insondável de controlar a distribuição de informações para bilhões de pessoas ao redor do mundo e gostem de pensar em si mesmas como ajudando a trazer a humanidade para o próximo nível de consciência, eles ainda estão muito no negócio de publicidade. [Tradução nossa].

De modo que, assim, a própria *Big Tech* dá sua contribuição para o discurso populista que aquece a guerra informacional digital da contemporaneidade, podendo, inclusive, mudar de ideia a qualquer momento do futuro, de acordo com as mudanças no poder governamental – como ocorreu nos Estados Unidos – e a temperatura da opinião pública.

Em outras palavras, é sempre mais seguro para as empresas do Vale do Silício manter-se ao lado do time que está “ganhando”. Afinal, no Brasil, como mostrou o gráfico do pesquisador Malini (2021),³³ a propagação do tema *#tratamentoprecoce*, até então, era dominante.

31 Disponível em: <https://theintercept.com/2021/01/07/trump-capitol-facebook-twitter-social-media/>. Acesso em: 7 fev. 2021.

32 Idem.

33 Disponível em: <https://twitter.com/fabiomalini/status/1350079250955689984/photo/1>. Acesso em: 7 fev. 2021.

Considerações finais

Com base nas análises empreendidas, podemos dizer que a imprensa de *web* brasileira se aproveita da guerra informacional (TRIVINHO, 2005) presente nas redes sociais para criar personagens e fatos que julga noticiáveis, acabando por repercutir narrativas de coletivos que estejam no poder (MALINI, 2020).

Desse modo, tende a orientar a tomada de posição por parte da opinião pública, uma vez que figuras públicas, a exemplo de Bolsonaro e Trump, bem como seus partidistas, estimulam grupos a se auto-organizar em torno de temáticas polêmicas.

Segundo Malini (2020), a imprensa configura, até mesmo a primeira camada do que denomina “narrativismo”, em que se atua para a fabricação de mensagens persuasivas na rede associadas à disseminação sincronizada de relatos propagandísticos veiculados em sites de notícias para agitar e dar direções à agenda das conversações públicas.

Os narrativistas, portanto, seriam “as figuras públicas que com suas declarações estimulam o grupo a se auto-organizar rapidamente através de narrativas por ele puxadas” (MALINI, 2020), o que bem se adequa à definição do populista por Todo-rov (2012), que neste trabalho utilizamos como referência, tanto para pessoa quanto para discurso, como para veículo de comunicação.

Sendo os jornalistas, a mídia de *web* e as redes sociais os intermediários de tudo

isso, já que muitas – se não em totalidade – das práticas sociais da contemporaneidade se processam exclusivamente nas redes comunicacionais, “sob a égide do comportamento interativo, como modelo predominante de relação com a máquina, com a rede e, por meio delas, com a alteridade” (TRIVINHO, 2005), a violência fica nas entrelinhas da tecnocultura sofisticada.

No meio disso, as empresas de tecnologia têm interesse em manter o fluxo e a presença *on-line*, visto que a rápida viralização de notícias, isto é, que se espalha feito vírus – ou mesmo de *fake news* e de discursos populistas – alimenta o capitalismo de plataforma³⁵ e a regulação algorítmica,³⁶ ao que, no contexto do Covid-19, já se chama infodemia (ZAROCOSTAS, 2020).

Na perspectiva da *media ecology*, com a popularização da internet e o surgimento das redes sociais, a audiência também ganha voz e espaço, assim como os líderes e representações dominantes, que não precisam mais de intermediário para serem ouvidos, apenas de mediadores para transportarem as informações, criando a falsa impressão de que, pela primeira vez, a tecnologia atende às necessidades de cada um (MASCARENHAS, 2021). Com a enxurrada informacional virtual, formam-se as chamadas “bolhas”, que impedem os internautas de enxergar o todo que diz respeito ao fato comunicado, o que tensiona ainda mais os limites entre jornalismo, notícia e opinião.

35 “Movimento das plataformas digitais como uma nova forma organizacional e de realização de negócios” (MORAES, 2020).

36 “Regulação algorítmica resulta da transferência da autoridade decisória de autoridades e gestores públicos para os sistemas de tomada de decisões baseados ou operados por algoritmos” – sendo estes um conjunto de rotinas finitas e logicamente encadeadas cujos dados extraídos são principais elementos de análise para desenvolvedores (SILVEIRA, 2018).

Referências bibliográficas

12 REDES SOCIAIS fizeram restrições a Trump; veja quais. **Poder**, 360. 10 jan. 2021. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/midia/como-cada-rede-social-esta-restringindo-trump/>. Acesso em: 13 out. 2021.

BIDLE, Sam. Facebook and Twitter Finally Do Slightly More Than Literally Nothing About Trump. **The Intercept**. 7 jan. 2021. Disponível em: <https://theintercept.com/2021/01/07/trump-capitol-facebook-twitter-social-media/>. Acesso em: 13 out. 2021.

BOLTER, J. D.; GRUSIN, R. 2000. **Remediation**. Understanding New Media. Cambridge: The MIT Press.

BORGES, Rebeca. Vídeo: moradores protestam contra fechamento do comércio em Manaus. **Metrópoles**. 26 dez. 2020. Disponível em: <https://www.metropoles.com/brasil/video-moradores-protestam-contra-fechamento-do-comercio-em-manaus>. Acesso em: 13 out. 2021.

BRASIL. Decreto N°43234 de 23 de dezembro de 2020. Dispõe sobre medidas para enfrentamento da emergência de saúde pública de importância internacional, decorrente do novo coronavírus. AM: Manaus, 2020. Disponível em: <https://www.legisweb.com.br/legislacao/?id=406838>.

CORONAVIRUS: Staying safe and informed on Twitter. **Twitter / Twitter Inc**. 12 Jan. 2021. Disponível em: https://blog.twitter.com/en_us/topics/company/2020/covid-19.html. Acesso em: 13 out. 2021.

COSTA, Marina. Tweets de parlamentares defendendo o fim do lockdown em Manaus circulam na web. **Metrópoles**. 15 jan. 2021. Disponível em: <https://www.metropoles.com/brasil/prints-de-parlamentares-defentweets-de-parlamentares-defendendo-o-fim-do-lockdown-em-manaus-circulam-na-web>. Acesso em: 13 out. 2021.

DORIA, Pedro. Bolsonaro levou Twitter e Facebook a anteciparem movimento contra desinformação previsto para campanha eleitoral dos EUA. **O Globo**, 31 mar. 2020. Disponível em: https://oglobo.globo.com/analitico/bolsonaro-levou-twitter-facebook-anteciparem-movimento-contradesinformacao-previsto-para-campanha-eleitoral-dos-eua-24341582?utm_source=Api-WebShare&utm_medium=Social&utm_campaign=compartilhar. Acesso em: 13 out. 2021.

FAKE NEWS: tratamento precoce contra COVID-19 não funciona. **Sanarmed**, 18 mar. 2021. Disponível em: <https://www.sanarmed.com/fake-news-tratamento-precoce-contracovid-19-nao-funciona>. Acesso em: 13 out. 2021.

GADDE, Vijaya. 16 mar. 2020. Uma atualização sobre nossa estratégia contínua durante a COVID-19. **Blog Twitter**. Disponível em: https://blog.twitter.com/pt_br/topics/company/2019/uma-atualizacao-sobre-nossa-estrategia-continua-durante-o-covid-19.html. Acesso em: 13 out. 2021.

HABERMAN, Maggie. Fora do Twitter, Trump enfrenta um novo desafio: como chamar a atenção. **O Globo**, 12 jan. 2021. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/mundo/fora-do-twitter-trump-enfrenta-um-novo-desafio-como-chamar-atencao-24833998>. Acesso em: 13 out. 2021.

MALINI, Fábio. Luz e trevas. **Twitter: @fabiomalini**. 15 jan. 2021. Disponível em: <https://twitter.com/fabiomalini/status/1350079250955689984/photo/1>.

MALINI, Fábio. O vírus e o negacionismo: o sentimento anti-China na origem do discurso negacionista sobre a Covid-19. **Labic – Laboratório de Estudos sobre Imagem e Cybercultura**. 1 set. 2020. Disponível em: <http://www.labic.net/cartografia/o-virus-e-o-negacionismo-o-sentimento-anti-china-na-origem-do-discurso-negacionista-sobre-covid-19/>. Acesso em: 13 out. 2021.

MASCARENHAS, Mariana. Ecologia das mídias e suas significativas mudanças. **A12**. 9 set. 2021. Disponível em: <https://www.a12.com/redacaoa12/opinioao/ecologia-das-midias-e-suas-significativas-mudancas>. Acesso em: 6 out. 2021.

MCLUHAN, Marshall. **The Gutenberg Galaxy: the making of typographic man**. Toronto, Canada: University of Toronto Press, 1962.

MEDIA ECOLOGY ASSOCIATION.. **What is media ecology?** 6 out. 2021. Disponível em: <https://www.media-ecology.org/What-Is-Media-Ecology>. Acesso em: 13 out. 2021.

MORAES, Roberto. Commoditificação de dados, concentração econômica e controle político como elementos da autoágia do capitalismo de plataforma. **ComCiência – Revista Eletrônica de Jornalismo Científico**, 16 set. 2020. Disponível em: <https://www.comciencia.br/commoditificacao-de-dados-concentracao-economica-e-controle-politico-como-elementos-da-autofagia-do-capitalismo-de-plataforma/>. Acesso em: 13 out. 2021.

MOROZOV, Evgeny. **Big Tech: a ascensão dos dados e a morte da política**. Trad. Carlos Marcondes. São Paulo: Ubu Editora, 2018.

POSTMAN, Neil. **Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business**. US: Penguin, 1985.

REGRAS E POLÍTICAS DO TWITTER. Glorificação da política de violência. **Central de Ajuda do Twiter / Diretrizes e políticas gerais**. Mar. 2019. Disponível em: <https://help.twitter.com/en/rules-and-policies/glorification-of-violence>. Acesso em: 13 out. 2021.

SANTINO, Renato. Twitter de Facebook punem publicação de Trump com informação incorreta sobre Covid. **Olhar Digital**, 6 out. 2020. Disponível em: <https://olhardigital.com.br/2020/10/06/coronavirus/twitter-e-facebook-punem-publicacao-de-trump-com-informacao--incorreta-sobre-covid/>. Acesso em: 13 out. 2021.

TRUMP É ADVERTIDO por Twitter e Facebook por menosprezar Covid-19. **Revista Veja**, 7 out. 2020. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/mundo/trump-e-advertido-por-twitter-e-facebook-por-menosprezar-covid-19/>. Acesso em: 13 out. 2021.

TWITTER APAGA PUBLICAÇÕES de Jair Bolsonaro por violarem regras da rede. **G1. Política**. 29 mar. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/03/29/twitter-apaga-publicacoes-de-jair-bolsonaro-por-violarem-regras-da-rede.ghtml>. Acesso em: 13 out. 2021.

TWITTER APONTA publicação do Ministério da Saúde como “enganosa”. **Correio do Povo**, 16 jan. 2021. Disponível em: <https://www.correiodopovo.com.br/not%C3%ADcias/pol%C3%ADtica/twitter-aponta-publica%C3%A7%C3%A3o-do-minist%C3%A9rio-da-sa%C3%BAde-como-enganosa-1.555810>. Acesso em: 13 out. 2021.

Data do recebimento: 13/10/2021

Data do aceite: 22/11/2021

Dados dos autores:

Walter Lima Teixeira Júnior

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5189390968642420>

Pesquisador interdisciplinar em Tecnologia, Comunicação e Sistemas Cognitivos Artificiais. Pós-doutorado em Simbiose homem-computador pelo Departamento de Engenharia Mecatrônica da Escola Politécnica da Universidade de São Paulo (USP) e pós-doutorado em Sistemas Cognitivos e Comunicação pela Universidade de Aveiro (POR); Ph.D. Doutor em Comunicação Social pela Universidade de São Paulo (USP). Atualmente é professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Cultura e Amazônia da Universidade Federal do Pará (UFPA) e professor do Programa de Mestrado Profissional Interdisciplinar em Inovação Tecnológica da Universidade Federal de São Paulo. Atual diretor do Departamento de Comunicação Institucional da Universidade Federal de São Paulo.

Jéssica de Souza Carneiro

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8126495424867972>

Possui graduação em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal do Pará (2007). Pós-graduação em Língua Portuguesa: Uma abordagem Textual pela Universidade Federal do Pará (2009/2010). É mestre em Letras - área de concentração em Estudos Literários, pelo Instituto de Letras e Comunicação, da Universidade Federal do Pará (2010/2011). Atualmente é servidora pública e desempenha a função de jornalista/assessora de comunicação, na Assessoria de Comunicação Institucional da Universidade Federal do Pará (UFPA). Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Jornalismo Impresso e Digital, Novas Mídias e Comunicação Institucional.