

#VACINAJÁ: UMA ANÁLISE DAS EMOÇÕES MOBILIZADAS NA DISPUTA DISCURSIVA ONLINE SOBRE A APROVAÇÃO DAS VACINAS CONTRA A COVID19

#VACINAJÁ: AN ANALYSIS OF THE MOBILIZED OF THE MOBILIZED EMOTIONS IN THE ONLINE DISCOURSE DISPUTE OVER THE APPROVAL OF VACCINES AGAINST COVID19

Claudio Luis de Camargo Penteado¹

Marcus Abílio Gomes Pereira²

Maria Alice Silveira Ferreira³

Julia Marks Santana Chaves⁴

Resumo: O artigo tem como objetivo identificar as principais emoções mobilizadas pelos usuários do Twitter na conversação online sobre a aprovação pela Anvisa do uso emergencial de duas vacinas contra a Covid-19 (AstraZeneca e CoronaVac) que ocorreu nos dias 17 e 18 de janeiro de 2021. A partir da análise das mensagens mais retuitadas, por meio de técnicas de análises de conteúdo e de discurso, foram identificadas as principais narrativas e as emoções contidas nos textos. Os resultados apontam a prevalência de mensagens positivas favoráveis à aprovação das vacinas no Twitter, principalmente por meio da expressão de entusiasmo, alegria e orgulho, mobilizados pelo discurso de celebração da vacina, da ciência, do Sistema Único de Saúde (SUS) e também de mensagens críticas à atuação do governo federal no enfrentamento à pandemia.

Palavras-Chave: Vacina; ANVISA; Twitter; Emoções; Opinião Pública; Conflito online.

Abstract: The article aims to identify the main emotions mobilized by Twitter users in the online conversation about the approval by Anvisa of the emergencial use of two vaccines against Covid-19 (AstraZeneca and CoronaVac). From the analysis of the most retweeted messages, through techniques of content and discourse analysis, the main narratives and emotions contained in the texts were identified. The results point to the prevalence of positive messages on Twitter, mainly through the expression of enthusiasm, joy and pride, mobilized by the speech of celebration of the

¹ Professor Associado do Bacharelado Interdisciplinar em Ciências e Humanidades da UFABC. Pesquisador do Observatório de Conflitos na Internet (Observa), LabLivre/ UFABC e NEAMP/PUCSP. Doutor em Ciências Sociais. E-mail: claudio.penteado@ufabc.edu.br.

² Professor Associado do Departamento de Ciência Política da UFMG e coordenador do Centro de Pesquisas em Política e Internet (CePPI-UFMG). E-mail: marcusabilio@fafich.ufmg.br

³ Doutoranda e Mestra em Ciência Política pela UFMG. Pesquisadora do CePPI-UFMG. E-mail: m.alicesilveira@gmail.com

⁴ Graduanda em Ciências e Humanidades pela Universidade Federal do ABC. Pesquisadora do Observatório de Conflitos na Internet (Observa). Email: julia.marks1@yahoo.com.br.

vaccine, of science, of the Brazil's Unified Health System (SUS) and criticisms of the performance of the federal government in facing the pandemic.

Keywords: Keyword 1. Keyword 2. Keyword 3.

1. Introdução

No dia 17 de janeiro de 2021 o Brasil acompanhou a votação na ANVISA (Agência de Vigilância Sanitária) da liberação para uso emergencial das vacinas AstraZeneca (desenvolvida em parceria entre Oxford e Fiocruz) e CoronaVac (parceria entre o laboratório chinês Sinovac e Instituto Butantã) para a imunização contra a COVID-19. As polêmicas e disputas políticas em torno das vacinas, fizeram com que uma reunião técnica conduzida pelos especialistas da agência despertasse muito interesse por parte dos brasileiros, tendo sido transmitida ao vivo por canais televisivos e gerando um intenso debate nas redes sociais digitais.

No Brasil, a politização em torno da vacina para o combate ao coronavírus envolve uma disputa discursiva nas plataformas de redes sociais digitais entre políticos e seus grupos de apoiadores), que buscam criar narrativas associadas aos seus interesses e projetos políticos.

Em uma sociedade digitalizada, as mídias sociais digitais ganham centralidade como espaço de debate público. A comunicação nas plataformas digitais permite a expressão de antagonismos políticos entre agentes políticos, assim como a identificação da opinião das pessoas no enfrentamento à pandemia da Covid-19 (RECUERO & SOARES, 2021).

Como demonstra a literatura (JASPER, 2018), as emoções são importantes ferramentas para a mobilização social. Entender o papel dessas emoções pode ser central para a análise política (GOODWIN, JASPER e POLETTA, 2001) e na formação e mobilização da opinião pública. Através de afetos, expressos por meio de narrativas (PAPACHARISSI, 2015), é possível interferir e direcionar o comportamento dos usuários das plataformas e da opinião pública em geral.

A linguagem (verbal ou escrita), por sua vez, está carregada de emoções (TARROW, 2013) e, por meio de palavras e imagens é possível despertar sentimentos e construir significados. Além disso, palavras morais e emocionais (como medo, amor, honra) têm chamado atenção na conversação online e têm sido importantes para convocar os indivíduos para o debate político (GANTMAN, BRADYE VAN BAVEL, 2019).

Neste contexto, este artigo tem como objetivo identificar as principais emoções mobilizadas pelos usuários do Twitter na conversação online sobre a aprovação pela Anvisa do uso emergencial de duas vacinas contra a Covid-19 (AstraZeneca e CoronaVac). Ao todo, foram coletados 1.644.508 tweets sobre o assunto nos dias 17 e 18 de janeiro de 2021.

A partir de um recorte feito com esses dados utilizamos das técnicas de análises de conteúdo e de discurso para identificar as principais narrativas e as emoções contidas nos textos. Desta forma, o artigo se encontra estruturado em 6 seções além desta introdução: na seção seguinte apresentamos uma breve discussão teórica sobre redes sociais digitais e a mobilização de emoções nas interações discursivas. Com o objetivo de contextualizar o conflito analisado, na seção 3 apresentamos uma descrição da conjuntura na qual diferentes atores mobilizam seus discursos em torno da aprovação das vacinas. Na parte 4, o artigo descreve os procedimentos e abordagens utilizadas para analisar as disputas discursivas, identificando, na seção 5, os perfis mais importantes, as formações discursivas e as emoções mobilizadas pelos tweets. Ao final, apresentamos breves considerações finais sobre a importância das emoções empregadas neste conflito e apontamos algumas questões que possam avançar na agenda de estudos sobre o papel das emoções em conflitos online.

2. Redes Sociais digitais e Emoções

Na última década as redes sociais digitais se consolidaram como também um ambiente de debate público, tornando possível inúmeras conversações, debates e controvérsias online. O Twitter, por exemplo, é uma relevante plataforma que

possibilita debates de alcance nacional e internacional. Essa plataforma permite uma comunicação entre todos os seus usuários em até 240 caracteres. As mensagens são simultâneas e a disseminação, muitas vezes, é imediata. Atores com grande visibilidade, por exemplo, manifestam suas opiniões, mobilizando discussões por meio do uso de hashtags (LINDEGREN, 2019), formação de redes de retweets e replies (PAPACHARISSI, 2015) e outras formas de interações disponíveis pela plataforma.

O crescente aumento das interações e conversações políticas no ambiente online tem chamado atenção para uma maior polarização política nesses espaços. Autores como Sunstein (2018) e Pariser (2012) destacam a presença de câmaras de eco e bolhas de filtro, capazes de refinar informações que os usuários podem ver, gerando nichos onde as pessoas irão dialogar com discursos semelhantes aos seus. Isso, por sua vez, gera uma maior fragmentação e polarização.

No entanto, alguns pesquisadores têm argumentado que ainda não há evidências empíricas de que as plataformas digitais geram uma maior polarização, principalmente no que diz respeito ao debate político (BRUNS, 2019; YARCHI et.al; 2020; NGUYEN, HONG, 2019). Bruns (2019) destaca, por exemplo, que há uma imprecisão conceitual com relação aos termos “câmara de eco” e “filtro-bolha”, e isso dificulta a comparabilidade das pesquisas feitas nesse campo de estudo.

Yarchi et.al (2020) afirmam que a polarização nas mídias sociais não pode ser entendida de forma geral. É preciso levar em conta as *affordances* e as diferentes arquiteturas que compõem cada plataforma, com diferentes recursos de interação e propósitos. A conversação online não se dará de forma uniforme e isso traz diferentes implicações para o entendimento da polarização política.

Para isso, os autores apontam três diferentes aspectos da polarização nessas mídias: a polarização interacional; a polarização posicional e a polarização afetiva. A polarização interacional está relacionada a um processo em que os participantes de um debate interagem cada vez mais com indivíduos com ideias semelhantes e se afastam de outros com opiniões opostas. A polarização posicional se refere à ideia clássica de polarização, onde há preferências políticas antagônicas e extremas

(Fiorina & Abrams, 2008 apud Yarchi et.al, 2020). Fuks e Marques (2020) também chamam de polarização ideológica, onde há um aumento da distância ideológica entre grupos políticos e, consequentemente, o esvaziamento do centro.

A polarização afetiva, por sua vez, ocorre quando há um aumento do desafeto entre grupos políticos rivais (Fuks e Marques, 2020 apud Iyengar, Sood e Lelkes, 2012). Para Yarchi et.al (2020) a polarização afetiva ocorre quando há um aumento da hostilidade no discurso político em relação aos agrupamentos políticos opostos (Settle, 2018 apud Yarchi et.al, 2020). Segundo os autores, discussão política entre indivíduos com pensamentos semelhantes tende a ativar sentimentos positivos, já a discussão com indivíduos com ideias distintas tende a estimular sentimentos negativos (uma vez que a discordância pode causar desconforto).

O Twitter, com suas *affordances*⁵ e características específicas, permite a formação de comunidades coesas e a formação de um *feed* de notícias que personaliza o conteúdo apresentado de acordo com seus interesses e opiniões (Yarchi et.al, 2020). De Yarchi et.al (2020) acreditam que os algoritmos do Twitter parecem privilegiar conteúdos emocionais ao passo que o pouco espaço pode limitar a contestação argumentativa.

A mobilização de conteúdos emocionais na conversação online tem chamado cada vez mais a atenção de pesquisadores sobre a capacidade das redes sociais de internet em intensificar a mobilização de emoções e afetos por meio das narrativas e do discurso dentro de um contexto plataformizado. De fato, isso não é algo exatamente novo. Gutierrez Vidrio (2016) aponta que meios de comunicação são capazes de gerar e potencializar emoções e isso sempre foi um dos seus principais objetivos. Além de formadores de opinião pública, eles podem ser formadores de emoções públicas (GUTIERREZ VIDRIO, 2016). Mas a autora reconhece que as tecnologias trazem novos elementos para ação política e que a dimensão emocional tem um papel importante nessas ações.

Goodwin, Jasper e Poletta (2004) apontam que as emoções podem oferecer diversos recursos e desafios para a ação política, em especial aos movimentos

⁵A *affordance* é o atributo do objeto que permite às pessoas saberem como utilizá-lo, são as possibilidades e limites das interfaces (PREECE; ROGERS; SHARP, 2005).

sociais. Pensando nisso, os autores elaboraram uma definição em que eles dividem as emoções em quatro tipos. São eles: emoções reflexivas, laços afetivos, humores/disposição e emoções morais. As emoções reflexivas são emoções que surgem de forma involuntária e geralmente tem um curto prazo. Raiva, medo e alegria são exemplos desses tipos de emoções. Os laços afetivos, por sua vez, são aquelas emoções mais duradouras. Isso porque, de acordo com os autores, os afetos são compromissos positivos e negativos que temos com relação a pessoas, lugares e coisas. Dessa forma, amor, ódio e confiança seriam exemplos de laços afetivos.

Já os humores/disposição são emoções modulares. Eles podem ser modificados de acordo com o contexto e levados de uma situação para outra. Os humores são contagiantes. Otimismo e esperança são exemplos desse tipo de emoção.

Por fim, as emoções morais são aquelas que surgem de compreensões cognitivas e choques morais. Elas estão totalmente relacionadas com a nossa visão de mundo e envolvem, muitas vezes, julgamentos sobre nossas ações ou ações do outro. Indignação e orgulho são considerados emoções morais.

Ao falar sobre a importância das emoções nos protestos políticos, James Jasper (1998) ressalta que o que gera emoções, o que sentimos e como expressamos esses sentimentos são moldados por expectativas construídas no contexto social. Dessa forma, pessoas em situações semelhantes têm mais probabilidade de compartilhar os mesmos sentimentos. As emoções também podem surgir a partir das interações sociais e o impacto de um indivíduo na emoção do outro pode ser intencional ou não em níveis diferentes. Jasper (1998) ainda elabora uma lista de emoções (TAB. 1) que ele considera potencialmente relevantes para o protesto e ação. Ele classifica essas emoções em afetos primários, emoções reflexivas e humores.

TABELA 1
Lista de emoções

Afetos Primários	Descrição
Ódio, hostilidade, repugnância:	Sentimento poderoso na criação de indignação e a fixação da culpa. Pode alterar metas de resultados práticos para punir os adversários.
Amor	Pode ser relacionado a pessoas já no movimento; o amor também molda o mapa afetivo do mundo.
Solidariedade, lealdade	Sentimentos positivos em relação aos outros podem levar a ação em nome desse grupo ou categoria.
Suspeita, Paranoia	Muitas vezes, levam à indignação e à articulação da culpa.
Confiança, Respeito	Sentimentos positivos básicos que influenciam outras respostas emocionais e cognitivas, padrões de alianças e credibilidade de alianças e credibilidade.
Reações Primárias	Descrição
Raiva	Pode ter muitas fontes e pode ser canalizada em várias direções, incluindo raiva e indignação. Pode interferir com estratégias eficazes.
Luto, Perda, Tristeza	A perda, especialmente de um ente querido, pode trazer a passagem da vida e levantar questões sobre o significado da vida.
Injúria, Indignação	Constroem sobre outras emoções, em grande parte, fornecendo um alvo ou análise.
Vergonha	Pode levar a raiva e reações agressivas
Humores	Descrição
Compaixão, simpatia, piedade	Leva a imaginar o sofrimento dos outros e desenvolver o desejo de ajudá-los.
Cinismo, depressão	Desencorajam o protesto diminuindo as esperanças de mudança.
Desafio	Postura que incentiva a resistência.
Entusiasmo, orgulho	Emoções positivas que os líderes do protesto tentam encorajar: entusiasmo pelo movimento e pela causa, orgulho na identidade coletiva associada, como no poder negro, nos direitos de gays e lésbicas.
Inveja, ressentimento	Exagerado pelos primeiros teóricos da multidão, estas são emoções que poucos admitem e que geralmente levam a outras ações que não o protesto; no entanto, eles também podem aparecer entre os manifestantes.
Medo, temor	Podem surgir de uma sensação de ameaça às rotinas diárias ou crenças morais. Eles podem paralisar, mas também se desenvolver em indignação.
Alegria, esperança	A pessoa pode ser atraída pelas alegrias do empoderamento, um senso de "fluxo" em protesto e política, ou a antecipação de um melhor estado de coisas no futuro.
Renúncia	Como o cinismo, pode diminuir a possibilidade percebida de mudança

FONTE – JASPER, 1998

Ao falar sobre emoções e tecnologias, Papacharissi (2015) aponta que as estruturas digitais são caracterizadas por relações afetivas. Nesse sentido, as redes sociais de internet seriam, então, capazes de remodelar e amplificar histórias, permitindo dar sentidos e evocar sentimentos das pessoas. Um estudo feito por

Gantman, Brady e Van Bavel (2019) mostrou que palavras morais e palavras emocionais (como misericórdia, medo e amor), capturaram mais atenção do que palavras neutras (como, por exemplo, labirinto e romance). Os mesmos autores mostraram também que essas palavras, quando incorporadas aos tweets, são capazes de chamar mais atenção e são mais propensas ao compartilhamento se comparado com palavras neutras.

Crocket (2017) afirma que as mídias sociais podem promover a indignação moral uma vez que ela é capaz de alterar a experiência subjetiva dos atores de várias maneiras. A raiva, por exemplo, muitas vezes pode gerar a indignação. Da mesma forma, Gerbaudo (2016) fala sobre o entusiasmo digital como emoção importante para a mobilização dos atores. Em seu estudo, ele aponta que o entusiasmo foi criado por um processo de trabalho de emoção realizado pelos administradores de páginas do Facebook com o objetivo de obter uma resposta emocional positiva dos usuários.

As expressões pessoais e afetivas se acumularam e se dispersaram viralmente por meio de redes digitalmente habilitadas, chamando discursivamente outros públicos de apoio (GERBAUDO, 2016). Assim, o ambiente online tem proporcionado estímulos para despertar emoções e sentimentos como orgulho, indignação, entusiasmo, alegria, raiva, esperança, entre tantas outras.

Importante destacar aqui que, neste trabalho, emoções, afetos e sentimentos serão tratados como intercambiáveis. Sabe-se, porém, que tal caminho é controverso, já que existe um debate profundo sobre a diferenciação desses conceitos (principalmente em áreas como psicologia e psicanálise, por exemplo). Greco e Stenner (2008), no entanto, afirmam que essa diferenciação não é útil para as Ciências Sociais e, nesse caso, mais atrapalha do que ajuda na definição conceitual. Os autores mostram que muitos pesquisadores utilizam o termo “afeto” para falar sobre experiências que se encaixam como emoções, como vergonha, raiva, medo, entre outras e não fazem uma diferenciação clara sobre isso. Muitas vezes escolhem um termo a outro porque a matriz teórica que trabalham abordam daquela forma.

Dessa forma, não se trata de não reconhecer este debate, mas o foco deste trabalho se concentra na dimensão emotiva, entendida aqui como algo público e construído socialmente (OLIVEIRA, 2016). Focaremos no caráter social desse objeto teórico, tentando entender como as emoções são construídas, sentidas e expressadas a partir das relações sociais e políticas entre os indivíduos. Outros trabalhos sobre emoções e política também seguem entendimento semelhantes sobre esses termos (MARCUS, 2002; 2007; OLIVEIRA, 2016).

3. Contextualização

A pandemia gerada pelo vírus SARS-CoV-2 no ano de 2020 colocou o mundo todo diante de desafios inesperados nos quais os danos econômico, político e social são incalculáveis. Diante de milhões de mortos, todos os países do mundo tiveram que adotar medidas sanitárias e sociais na tentativa de minimizar os óbitos enquanto a tão esperada e estudada vacina não chegasse. A vacinação é a melhor forma de prevenção, combate e erradicação de doenças e agravos -como as infecções virais de sarampo, poliomielite e as infecções bacterianas como o tétano- e é considerada uma das principais estratégias de saúde pública.

O Programa Nacional de Imunização (PNI) brasileiro é referência mundial, sendo precursor na disponibilização de modo universal das vacinas, conseguindo alcançar índices de imunização infantil de mais de 95% do público, garantindo a erradicação de diversas doenças imunopreveníveis (Beltrão et al, 2020). No entanto, desde 2014 notou-se que esses números de cobertura vêm diminuindo. Entre 2015 e 2016 o Brasil teve a pior taxa de vacinação dos últimos 12 anos, vacinando apenas 86% da população, e doenças já erradicadas no final dos anos 1990, tais como o sarampo, a poliomielite e a febre amarela estão retornando para o cenário brasileiro (Saraiva & De Faria, 2019). Em 2018 houve um surto de sarampo no Brasil e a poliomielite tornou-se alarmante, com uma alta chance de reintrodução em pelo menos 312 cidades (Passos & Filho, 2020).

O “Movimento Antivacina” é, de fato, o grande responsável pela queda da adesão à vacinação, esse movimento é composto por pessoas que acreditam nos

supostos efeitos colaterais que a imunização provoca (Passos & Filho, 2020), como por exemplo as teorias de que as vacinas podem levar a uma sobrecarga imunológica, causar doenças como o autismo, que essas são formuladas com metais pesados ou mesmo que sejam um modo de controle populacional pelo Estado. Assim, a imunização traria mais malefícios do que benefícios. Os argumentos do movimento utilizam de artifícios como crenças ou emoções, de cunho filosófico, espiritual e/ou político, o movimento tenta provar que o uso de vacinas é uma ameaça à população (Beltrão et al, 2020). Além do medo e da falta de informação, a circulação de notícias falsas em diferentes plataformas digitais é um dos fatores agravantes do “Movimento Antivacina” e é colocada pelo próprio Ministério da Saúde brasileiro como uma das principais responsáveis pela queda no número de indivíduos imunizados no país..

Destarte, as possíveis vacinas para o vírus SARS-CoV-2 também sofreram diversos questionamentos quanto a sua eficácia, segurança e procedência, principalmente nas mídias sociais.

Outro ponto relevante a ser analisado neste contexto da vacinação foi a política sanitária adotada pelo Governo Federal de Jair Bolsonaro para combater o vírus, que vai em choque com as ações tomadas por parte dos governos estaduais.

A postura negligente adotada pelo Presidente Bolsonaro durante toda a pandemia tem sido alvo de críticas pela mídia e por diferentes autoridades⁶, uma vez que o mesmo tentou minimizar os danos causados pelo coronavírus, tornando-se assim responsável por uma estratégia equivocada de combate à pandemia. Com relação à vacina, Bolsonaro se mostrou relutante na defesa da mesma, e preferiu não investir antecipadamente na sua compra ou produção, chegando a comemorar a interrupção dos estudos de desenvolvimento da “CoronaVac” no Instituto Butantan em São Paulo. Além disso, o presidente declarou que não iria tomar a vacina e se

⁶O presidente Jair Bolsonaro já foi denunciado a diversas entidades internacionais de saúde e direitos humanos pela postura adotada durante a pandemia. Além disso, o mesmo sofre uma apuração pela Procuradoria Geral da República junto ao então ministro da saúde Eduardo Pazuello pelos crimes de prevaricação e de perigo para a vida ou saúde de outrem.

manifestou favorável ao chamado ‘Kit Covid’ - tratamento precoce e ineficaz da Covid-19, segundo os cientistas⁷.

O governador João Dória, por sua vez, travou uma disputa com o presidente brasileiro e defendeu a ciência e a vacinação como a saída para a pandemia. Seu principal resultado foi o desenvolvimento do imunizante “CoronaVac”, produzido a partir de uma parceria do Instituto Butantan e com o laboratório chinês Sinovac. A aprovação para o uso emergencial da “Coronavac” e do também imunizante para a SARS-CoV-2, Oxford/AstraZeneca⁸, ocorreu no dia 17 de janeiro de 2021 em uma votação transmitida ao vivo pelo canal no Youtube da Anvisa, decidida por unanimidade entre os diretores da agência, gerando comoção em todas as redes sociais e veículos midiáticos. No mesmo dia, em uma coletiva realizada no Hospital das Clínicas de São Paulo o governador deu início à campanha de imunização, tendo sido a enfermeira Mônica Calazans a primeira brasileira a ser imunizada em território nacional, seguida de outros 112 profissionais da saúde vacinados no mesmo domingo. A aprovação emergencial da vacina, em conjunto com a queda da aprovação de Bolsonaro, modificou as narrativas do presidente, que passou a declarar que “a vacina é do Brasil, não de nenhum governador”⁹, intensificando ainda mais a disputa política na chamada pelas mídias como a “corrida pela vacina”¹⁰.

4. Metodologia

Para mais informações verificar: <<https://sintufrj.org.br/2021/02/bolsonaro-e-denunciado-na-onu-e-na-oms-por-negligencia-no-combate-a-pandemia/>> e <<https://congressoemfoco.uol.com.br/saude/pgr-apura-conduta-do-governo-bolsonaro-na-pandemia/>>, ambos acessados em 06/04/2021.

⁷Para mais informações verificar: <<https://www.agazeta.com.br/es/politica/de-jacare-a-vacina-do-doria-relembre-frases-de-bolsonaro-sobre-vacinacao-0121>>. Acesso em 06/04/2020.

⁸Imunizante desenvolvido pela Oxford e produzido no Brasil em parceria com a FioCruz, no Rio de Janeiro.

⁹Para mais informações verificar: <<https://g1.globo.com/bemestar/vacina/noticia/2021/01/18/apos-dizer-que-nao-compraria-a-coronavac-bolsonaro-diz-que-a-vacina-e-do-brasil-nao-e-de-nenhum-governador.ghtml>> Acesso em 06/04/2020.

¹⁰Para mais informações verificar: <<https://brasil.elpais.com/brasil/2021-03-27/corrida-de-doria-e-bolsonaro-pela-vacina-propria-contra-a-covid-19-tem-acodamento-e-omissoes.html>> Acesso em 06/04/2020

A partir do contexto mencionado, o presente artigo busca identificar as principais emoções mobilizadas pelos usuários do Twitter na conversação online sobre a aprovação emergencial na Anvisa das vacinas contra a Covid-19.

A análise se encontra dividida em duas partes. Primeiramente, foi realizada uma análise textual quantitativa dos 1.644.508 tweets coletados durante os dias 17 e 18 de janeiro de 2021. Procuramos identificar as principais palavras mencionadas e também os principais perfis que mobilizaram as redes naqueles dias.

Dessa forma, procuramos analisar 1) o perfil dos 50 usuários que foram mais retuitados no período analisado; 2) os principais sentidos mobilizados nesses tweets, isto é, a formação discursiva no qual os agentes envolvidos (perfis) articulam a percepção do evento (votação na Anvisa), dando um sentido para seu discurso (NARVAZ et al, 2006); 3) a presença de emoções no texto, levando em conta as seguintes questões: a) análise do discurso como um texto, entendendo aqui discurso como toda forma falada e escrita da linguagem como prática social (WOOD & KROGER, 2000 apud PAPACHARISSI, 2015), ou como “toda produção verbal, escrita ou oral, constituída por uma frase, ou por uma sequência de frases que tenha começo e fim e apresente certa unidade de sentido” (REBOULD, 2005, p.XIV); b) análise retórica, que diz respeito à capacidade de persuadir pelo discurso é uma importante ferramenta quando se quer analisar o campo discursivo dentro de um contexto.

A interpretação de textos é importante porque muitas vezes, as emoções não aparecem de forma direta. Por isso, a análise do discurso e a análise retórica oferecem ferramentas que colaboram na identificação desses indícios. Primeiramente, levamos em conta o contexto em que os textos foram escritos, ou seja, o debate online em torno da aprovação da vacina contra a Covid-19. Como vimos anteriormente, a análise contextual donde ocorrem os discursos é fundamental para identificarmos entre os perfis os sentidos e as emoções mobilizadas.

A vacina tem sido a grande aposta para que a pandemia acabe, gerando em muitas pessoas a esperança de que a vida possa voltar ao normal. No caso brasileiro, também é possível perceber o orgulho e entusiasmo com relação ao SUS

e o Instituto Butantan (produtor da Coronavac no país). Ao mesmo tempo, a vacina foi vista com muita descrença e desconfiança por algumas pessoas (medo da vacina não ser segura ou não ser eficaz). O contexto ainda é importante para captar a ironia e o sarcasmo, discursos muitas vezes carregados de sentimentos. Esses sentimentos, por sua vez, só podem ser percebidos quando se conhece uma determinada situação. Aliados a essas informações, também levamos em conta todos os elementos gráficos presentes, buscando identificar os componentes emocionais a partir da escrita com os usos de pontos de exclamação, letras maiúsculas, repetições, redundância, hashtags e emojis. Também foram analisadas fotos, imagens e vídeos das postagens para identificar indícios emocionais.

5. Análise dos resultados

Os dados foram coletados pela equipe do projeto do Observatório de Conflitos da Internet (Observa¹¹), do qual os autores e autoras deste texto participam. No total foram coletados 1.664.508 tweets, sendo que deste total 71% foram de retweets e 0,7% de replies, no período dos dias 17 a 18 de janeiro de 2021 por um período de 24 horas.

Entre os termos mais utilizados (gráfico 1), o termo “vacina” foi o mais recorrente, com 208.669 ocorrências, o que sinaliza que o debate se formou em torno da própria vacina. Com números mais baixos de incidência aparecem as palavras: “anvisa”, “tomar”, “vacinação”, “agora” e “coronavac”. Esses termos sinalizam que houve uma maior interação na plataforma em torno da temática da vacina, alvo de muitas polêmicas, conforme retratado acima. Importante destacar também as ocorrências de “bolsonaro” e “doria” entre os dez termos mais utilizados, o que indica a politização do debate em torno do presidente, principal opositor da vacina Coronavac produzida pelo Butantane do governador paulista, seu principal divulgador.

¹¹O site com dados disponíveis de outros conflitos para download está disponível em: <https://observa.pesquisa.ufabc.edu.br/>. Acesso em 01/05/21.

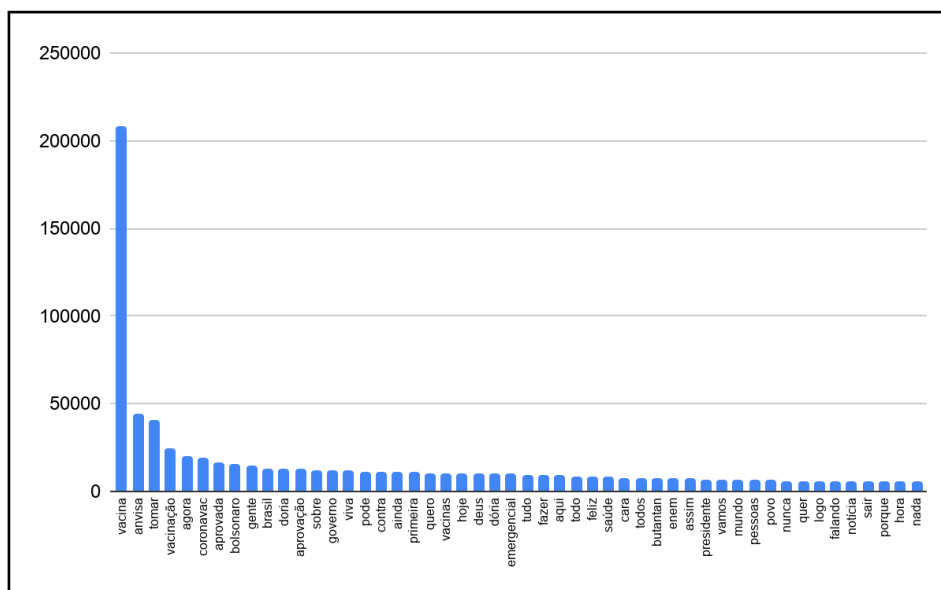


GRÁFICO 1 – Termos mais utilizados
FONTE - Autores, 2021

A partir do recorte dos 50 tweets mais retuitados, foram classificados o tipo do perfil dos usuários. Segue abaixo a tipologia e sua descrição (TAB.2):

TABELA 2
Tipos de perfis

Tipo de perfil	Descrição
Político	usuário que ocupe ou tenha ocupado algum cargo eletivo ou de nomeação
Celebridade	usuário oriundo dos meios massivos, como por exemplo apresentador de programa televisivo, ou um ator ou atriz
Influenciador	usuário que é oriundo dos próprios meios digitais e que possui mais de 10.000 seguidores. usuário que (re)produz conteúdo com intuito de influenciar a opinião, atitude ou comportamento de suas audiências/ seguidores e pode ser considerado como liderança de opinião (Dubois & Gaffney, 2014; Soares et al., 2018)
Mídia tradicional	portais de notícias de conglomerados de mídia massiva
Mídia digital	Portais de notícias criado originalmente na internet
Jornalista	usuários que se autodeclararam jornalistas
Instituição	perfil ligado a instituição pública ou privada
Usuário comum	usuário comum com menos de 9.999 seguidores
Outros	usuários que não se encaixam em nenhuma anterior
Conta não identificada	conta suspensa ou excluída ou inexistente na plataforma no momento da análise (abril/maio 2021)

FONTE – Autores, 2021

No gráfico 2, verificamos a predominância de perfis de influenciadores entre os Top 50 RT, com 50% das ocorrências. Interessante notar que não houve ocorrência de mídia tradicional, sendo que apenas aparecem 8% de jornalistas e 2% de mídia digital. Esses dados indicam que o debate em torno da aprovação para o uso emergencial das primeiras vacinas foi dominado por influenciadores digitais na plataforma, caracterizando uma reconfiguração do ecossistema de comunicação, com a entrada de novos agentes difusores e produtores de informação que influenciam o debate público.

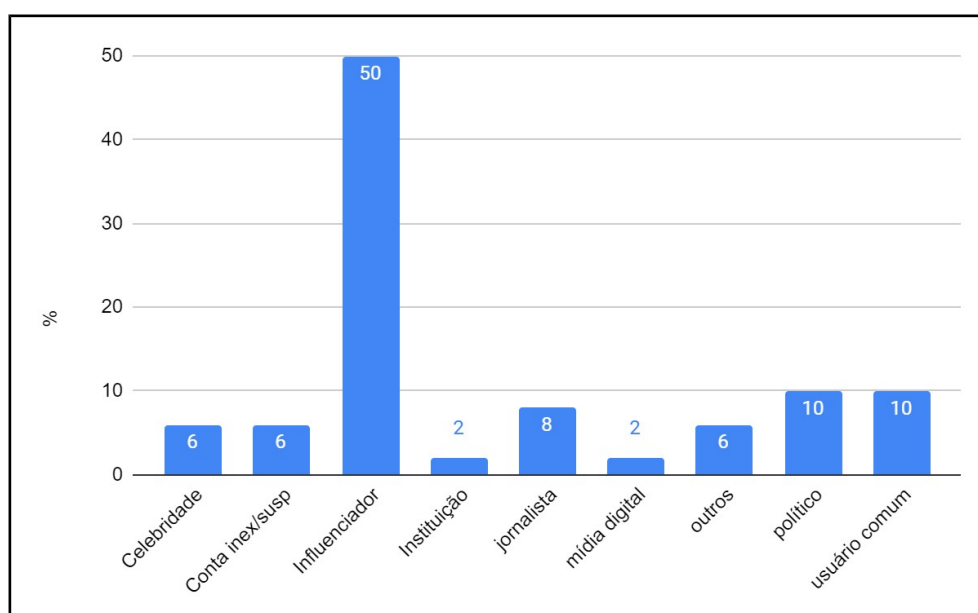


GRÁFICO 2 - Tipos de perfis (em %)
FONTE – Autores, 2021

Os enunciadores dos discursos se articulam em torno de formações discursivas (FD) na disputa pela produção de sentido dos acontecimentos. Essas formações discursivas são unidades de análise que buscam identificar os principais significados mobilizados por diferentes sujeitos (perfis) em determinados contextos históricos (votação da vacina pela Anvisa). As FD sempre se articulam de forma relacional, isto é, em uma relação de disputa pela produção de “efeitos de sentidos” entre os sujeitos envolvidos sobre determinada realidade ou acontecimento (NARVAZ et al,

2006). Para este estudo, procuramos identificar as principais formações discursivas mobilizadas pelos perfis da amostra.

Para a identificação das formações discursivas, foi adotado um procedimento de análise dos 50 tweets com maior número de retuites. A partir da análise de cada publicação, e do contexto do estudo, foi possível identificar 5 categorias de formações discursivas (em relação às contas suspensas ou inexistentes não foi possível fazer a análise), conforme explicado na tabela abaixo (TAB.3):

TABELA 3
Descrição das formas discursivas

Formação discursiva	descrição
Ciência e Saúde Pública	tweets que, a partir da aprovação das vacinas, valorizavam e defendiam a ciência (principalmente o trabalho do desenvolvimento da vacina pelo Instituto Butantan e a Fiocruz) e a saúde pública universal (principalmente pela defesa do Sistema Único de Saúde - SUS).
Crítica governo Federal	tweets criticando a falta de apoio para o desenvolvimento da vacina e de medidas mais eficazes de combate ao coronavírus por parte do governo federal e/ou diretamente do presidente Jair Bolsonaro
Dúvidas e questionamentos (contra o CoronaVac)	tweets que duvidam e questionam a eficácia da vacina (principalmente da CoronaVac)
Pró vacina	tweets comemorando e celebrando a aprovação das vacinas
Outros	tweets com narrativas de sentidos mobilizados diferentes das categorias acima
Sem identificação	referências às contas suspensas ou inexistentes no momento do estudo

FONTE – Autores, 2021

Em relação as formações discursivas mobilizadas por esses perfis, pode-se observar no gráfico 3 que houve uma distribuição em três principais sentidos mobilizados: pró vacina (28%), defesa da ciência e da saúde pública (26%) e críticas à atuação do governo federal no enfrentamento da pandemia (24%). Somente 10% dos tweets que questionavam ou duvidavam da eficácia da vacina apareceram na listagem.

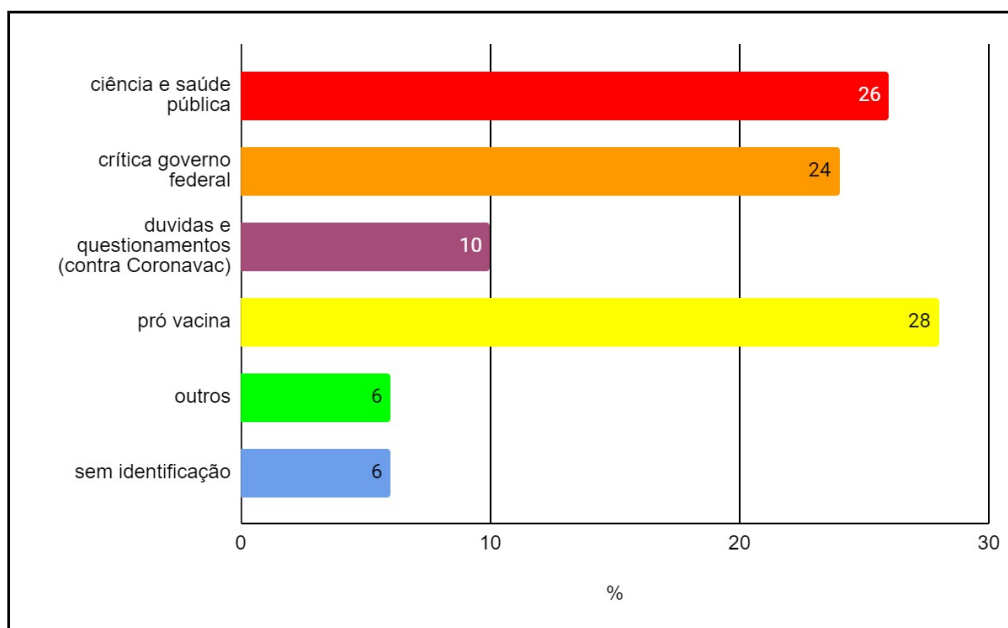


GRÁFICO 3 – Formações discursivas (em %)
FONTE - Autores, 2021

A segunda parte deste artigo concentrou-se na classificação das emoções nos tweets coletados. Para tal, primeiramente, foi executada uma catalogação a fim de identificar a presença dessas emoções. Fazendo o descarte de três tweets por estarem vinculados a uma conta suspensa, constatou-se que entre os 47 tweets restantes em apenas dois não foi possível determinar a presença de emoções. No gráfico abaixo podemos observar essa classificação representada em valores percentuais.

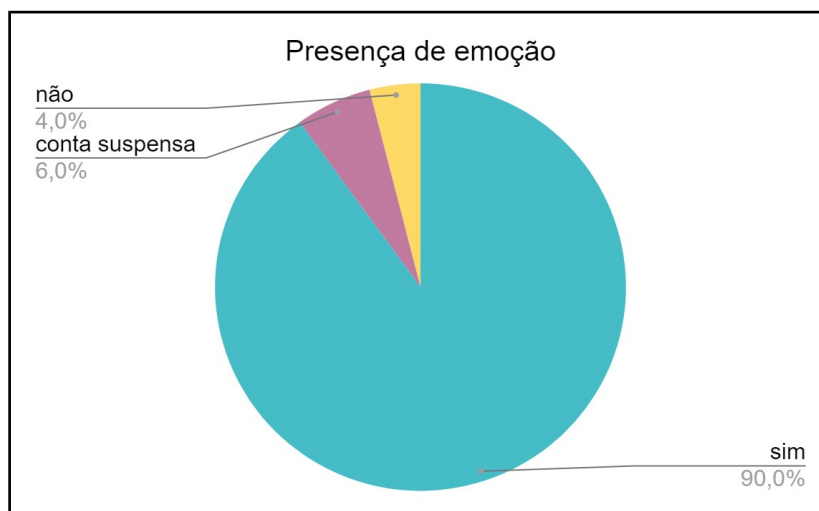


GRÁFICO 4 – Presença de emoção
FONTE - Autores, 2021

Na categorização das emoções, por sua vez, foram encontrados 11 rótulos (descritos na Tabela 1) diferentes: alegria, cinismo, desafio, empatia, entusiasmo, esperança, indignação, inveja, orgulho, repugnância e suspeita. Dos 45 tweets que apresentaram emoção, 29 foram classificados por uma única classificação, enquanto os outros 16 tiveram uma dupla classificação -correspondendo a 64,4% e 35,6%, respectivamente. Nos próximos gráficos é possível observar a análise feita em seus valores absolutos e percentualmente.

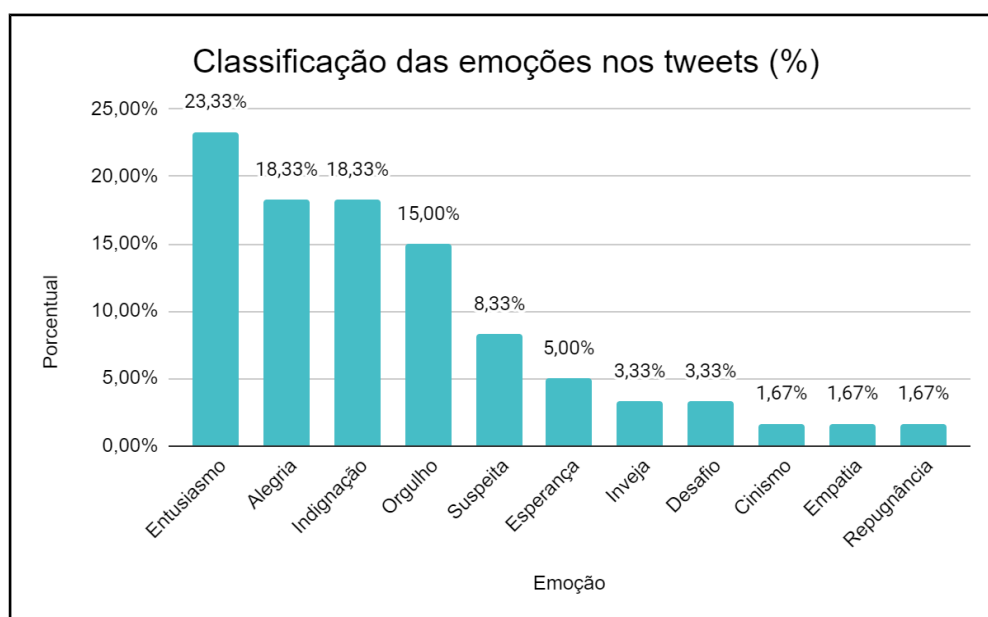


GRÁFICO 5 – Classificação das emoções nos tweets (%)
FONTE - Autores, 2021

Executada a análise pode-se determinar que a emoção que esteve mais presente entre os 45 tweets analisados foi o entusiasmo (14 tweets). Essa é uma emoção positiva de exaltação e fervor diante do fato. Nessa comemoração intensificada sobre a aprovação da vacina, foi observado o uso acentuado de caixa alta, vídeos ou gifs de pessoas festejando. O tweet abaixo (FIG. 1) ilustra, justamente, a exacerbação dessa celebração acompanhada de uma argumentação humorística a respeito das expectativas que o usuário tinha com o ano de 2021.

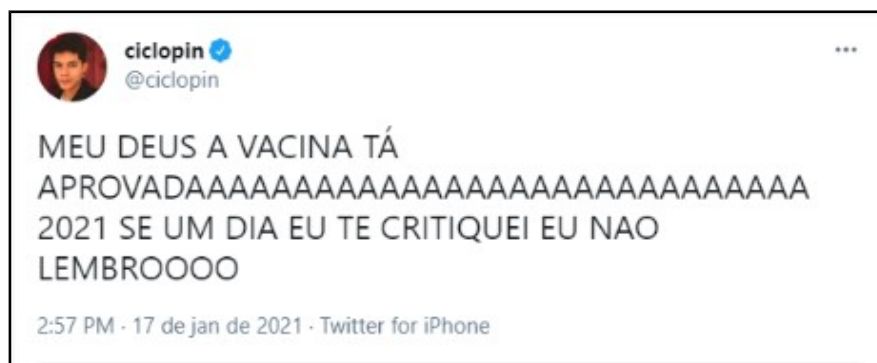


FIGURA 1 – Tweet entusiasmo
FONTE - Autores, 2020

Em seguida, houve duas emoções ocupando a segunda posição dentro da classificação entre os tweets (11 no total). Na categoria "alegria" pode-se perceber uma grande similaridade com os tweets do entusiasmo, diferenciando apenas no grau em que essa felicidade com o ocorrido foi articulada. No exemplo (FIG. 2) a seguir, podemos ver uma publicação feita pelo grupo musical Olodum que busca fazer uma referência a música Nossa Gente, onde a partir do trecho “Avisa lá, avisa lá, avisa lá, ô ô / Avisa lá que eu vou” foi realizado um trocadilho entre as palavras “avisa” e “Anvisa” - a Agência Nacional de vigilância Sanitária.



FIGURA 2 – Tweet alegria
FONTE - Autores, 2020

Aparecendo em 11 tweets, igualmente, a indignação representa uma reação de injustiça/revolta, majoritariamente contra a atuação do Governo Federal de Jair Bolsonaro nas políticas para a aquisição de vacinas e nos seus discursos proferidos em coletivas ou pela própria plataforma do Twitter. Em menor escala, aparecem indignações contra o governador João Dória e ao método de pesquisa e desenvolvimento da vacina. No próximo exemplo (FIG. 3), reporta-se exatamente a indignação ao Presidente aqui mencionada.

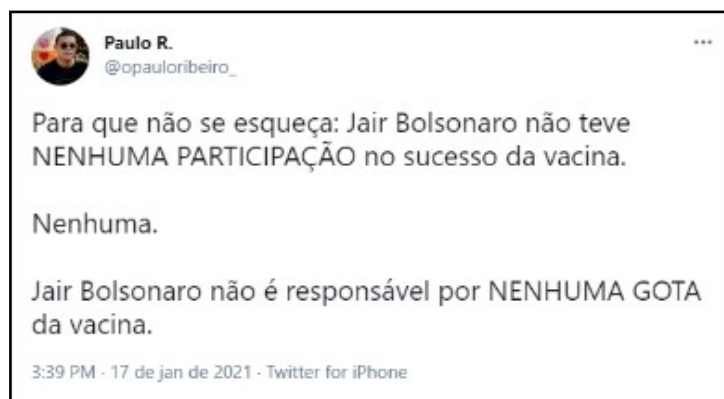


FIGURA 3 – Tweet Indignação
FONTE - Autores, 2020

A quarta emoção mais presente é o orgulho, neste contexto demonstrado por meio de uma satisfação pela conquista da ciência. São tweets, principalmente, que apresentam orgulho pelo Instituto Butantan, pela Fiocruz, pelos cientistas em geral e pelo SUS (Sistema Único de Saúde). No tweet abaixo (FIG. 4), o usuário faz uma citação do discurso feito pela enfermeira Mônica Calazans, primeira vacinada no

Brasil, demonstrando o orgulho em participar do desenvolvimento do imunizante CoronaVac do instituto Butantan.

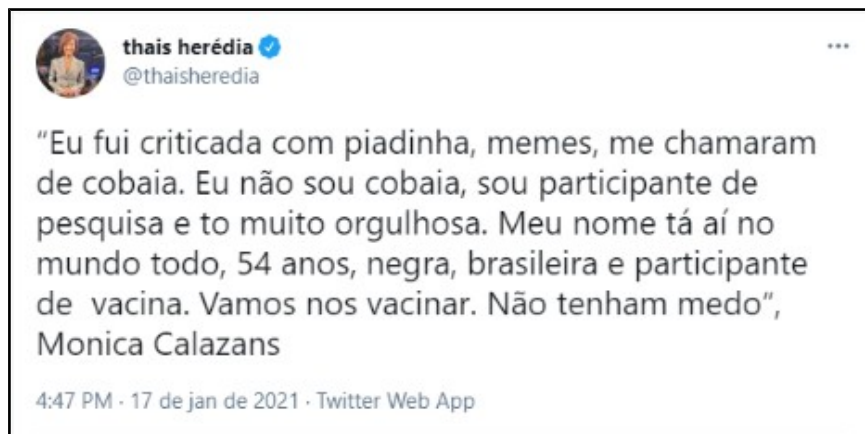


FIGURA 4 – Orgulho
FONTE - Autores, 2020

Em menor escala, também aparece a emoção ligada a suspeita (cinco tweets), isto é, tweets que demonstram a reação de desconfiança, nesse caso, direcionadas ao Governo Federal, em especial ao Presidente e o então Ministro Saúde, Eduardo Pazuello; ao Superior Tribunal Federal (STF); e ao governador João Dória. Também aparecem dentro dos tweets: a esperança (três tweets), a inveja e o desafio (dois tweets), e o cinismo, a empatia e a repugnância (um tweet cada).

6. Considerações finais

Neste artigo procuramos identificar as principais emoções mobilizadas durante uma conversação no Twitter. O caso analisado - a aprovação das vacinas pela Anvisa, transmitida pelo YouTube e pela televisão - gerou um grande debate no Twitter, mobilizando distintas emoções entre os usuários sobre o assunto.

A partir de um breve debate teórico, buscamos demonstrar como as mídias sociais digitais têm se constituído em espaços de intensa mobilização emocional durante debates sobre diferentes temáticas, tais como o combate a pandemia da Covid-19.

A análise focou, primeiramente, em uma apresentação descritiva das principais palavras citadas nos tweets coletados. Em um segundo momento, em uma investigação qualitativa dos 50 tweets mais retuitados, buscamos identificar: 1)

o perfil dos usuários que foram mais retuitados no período analisado; 2) a formação discursiva desses tweets e 3) a presença de emoção no discurso.

O estudo mostrou que metade dos tweets mais retuitados foram de contas de influenciadores, o que pode indicar uma predominância da difusão de conteúdo na plataforma por esse tipo de perfil. Também foi possível identificar que a maior parte dos tweets analisados manifestava um posicionamento “pró-vacina” e “ciência e saúde pública”. Identificamos também um grande número de tweets com críticas ao governo federal.

Já a análise das emoções mobilizadas neste embate discursivo mostrou que 90% dos tweets analisados apresentavam algum conteúdo emocional, evidenciando a importância da emoção no debate público e do desenvolvimento de uma agenda de estudos voltada para a temática. O entusiasmo foi a principal emoção identificada, mostrando a empolgação dos indivíduos com a possibilidade de poderem se vacinar. A alegria, orgulho, indignação e suspeita também foram encontradas, indicando que a conversação gerou sentimentos diversos sobre um determinado assunto. A sensação de orgulho foi percebida em textos que exaltavam a ciência, o Instituto Butantan e o SUS. Já a indignação foi percebida em tweets que criticavam a ausência de ações por parte do governo federal. A suspeita também foi encontrada em textos que tratavam de uma certa desconfiança com relação ao próprio governo federal e a outros atores institucionais.

Dessa forma, os resultados apontam que o evento da aprovação das vacinas pela Anvisa teve uma repercussão positiva no Twitter, principalmente por meio da expressão de entusiasmo, alegria e orgulho. Sentimentos negativos com relação à vacina foram encontrados em menor quantidade. Isso pode ser justificado pela data em que a coleta foi feita. A aprovação das vacinas foi vista com muita animação por cientistas, pela mídia tradicional e pelo público-geral, gerando um ambiente totalmente favorável para o entusiasmo. Um estudo prolongado da conversação online sobre as vacinas, no entanto, pode nos trazer outros resultados, já que as informações sobre a eficácia das vacinas contra a Covid-19, seus possíveis efeitos colaterais e o lento processo de vacinação em massa vem recebendo uma cobertura

diária dos meios de comunicação e mobilizado mais emoções em torno desse debate.

Referências

- BRUNS, Axel. **Filter Bubble**. Internet Policy Review. Vol.08, 2019.
- FUKS, M. MARQUES, P. **Afeto ou ideologia: medindo polarização política no Brasil?**. Trabalho apresentado no 12º Encontro da Associação Brasileira de Ciência Política, 2020.
- Lindgren, S. (2019). *Movement mobilization in the age of hashtag activism: examining the challenge of noise, hate, and disengagement in the #MeToo campaign*. Policy & Internet, 11(4), 418-438.
- Gantman, Ana P.; Brady, William J.; Van Bavel, Jay. Why Moral Emotions Go Viral Online, 2019. Disponível em :<https://www.scientificamerican.com/article/why-moral-emotions-go-viral-online/>
- GRECO, Monica; STENNER, Paul. **Emotions: a Social Science Reader**. Routledge student readers. New York, 2008.
- GUTIERREZ VIDRIO, Silvia. *El papel de las emociones en la conformación y consolidación de las redes y movimientos sociales*. IN: ARIZA, Marina. **Emociones, afectos y sociología: diálogos desde la investigación social y la interdisciplinar**. UNAM, Instituto de Investigaciones Sociales, 2016.
- GOODWIN, J.; JASPER, J. and POLLETTA, F. Introduction: *Why emotions matter*. In: **Passionate Politics**. Chicago: The University of Chicago Press, 2001.
- JASPER, James M. Emotions and Social Movements: Twenty Years of Theory and Research. Annual Review of Sociology, 2011.
- JASPER, James M. The emotions of protest. University of Chicago Press, 2018.
- MARCUS, G. **Emotions in Politics**. Annu. Rev. Polit. Sci. 2000.
- MARCUS, G. **The Sentimental Citizen** – Emotion in Democratic Politics. Pennsylvania: The Pennsylvania State University Press, 2002.
- NGUYEN, An; HONG, Tien Vu. **Testing popular news discourse on the “echo chamber” effect: Does political polarisation occur among those relying on social media as their primary politics news source?** First Monday, Volume 24, Number 6 - 3 June 2019. Disponível em: <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/rt/prinFRIENDLY/9632/7807>
- OLIVEIRA, W.M. **O uso público das emoções: o papel do choro em contexto deliberativo**. Dissertação de mestrado, 2016
- PAPACHARISSI, Zizi. **Affective Publics: Sentiment, Technology and Politics**. Oxford: Oxford University Press
- REBOUL, Olivier. Introdução à retórica. Martins Fontes, 1998.s, 2015.
- RECUERO, Raquel; SOARES, Felipe. O Discurso Desinformativo sobre a Cura do COVID-19 no Twitter. In: E-Compós. 2021. BELTRÃO, Renata Paula Lima et al. Perigo do movimento antivacina:



análise epidemio-literária do movimento antivacinação no Brasil. Revista Eletrônica Acervo Saúde, v. 12, n. 6, 2020

BELTRÃO, Renata Paula Lima et al. Perigo do movimento antivacina: análise epidemio-literária do movimento antivacinação no Brasil. Revista Eletrônica Acervo Saúde, v. 12, n. 6, 2020.

SARAIVA, Luiza JC; DE FARIA, Joana Frantz. A Ciência e a Mídia: A propagação de Fake News e sua relação com o movimento anti-vacina no Brasil. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Pará, v. 42, n. 01, p. 01-15, 2019.

TARROW, Sidney. The Language of Contention. Revolution in Words, 1688-2012. Cambridge University Press, 2013.

DA TRINDADE PASSOS, Flavia; DE MORAES FILHO, Iel Marciano. Movimento antivacina: revisão narrativa da literatura sobre fatores de adesão e não adesão à vacinação. Revista JRG de Estudos Acadêmicos, v. 3, n. 6, p. 170-181, 2020.

Narvaz, M. G., Nardi, H. C., & Morales, B. (2006). Nas tramas do discurso: A abordagem discursiva de Michel Pêcheux e de Michel Foucault. Revista de Psicologia Política, 6(12), 369-390.

Soares, F., Recuero, R., & Zago, G. (2018). Influencers in Polarized Political Networks on Twitter. 168–177. DOI <https://doi.org/10.1145/3217804.3217909>

YARCHI et. al.(2020): Political Polarization on the Digital Sphere: A Cross-platform, Over-time Analysis of Interactional, Positional, and Affective Polarization on Social Media, Political Communication, DOI: 10.1080/10584609.2020.1785067