

## **Comunicação Pública em tempos de Pandemia: um olhar a partir da *live* do presidente Jair Bolsonaro<sup>1</sup>**

Eva Márcia Arantes Ostrosky Ribeiro<sup>2</sup>  
Tiago Mainieri<sup>3</sup>

### **Resumo**

O artigo propõe pensar acerca da comunicação pública em um contexto da pandemia da Covid 19 no Brasil. O objetivo é entender se, a partir das *lives* publicadas pelo presidente Bolsonaro em suas redes sociais, há uma conversação com o cidadão. E mais, se esta conversação é pautada por assuntos de interesse público, característica importante da comunicação pública, como apontado por autores como Zémor (1995), Duarte (2007), Brandão (2007). Metodologicamente o estudo fundamenta-se na análise qualitativa da *live* do dia 25 de fevereiro de 2021, tendo como critério de escolha seu conteúdo com assuntos atinentes à Pandemia da Covid-19. Como resultado, busca-se refletir a importância da comunicação pública em tempos de pandemia, em um ambiente virtualizado.

### **Palavras-chave**

Comunicação Pública; Pandemia Covid- 19; Internet; *Lives*.

### **Comunicação Pública- reflexões**

De acordo com diversos teóricos da área, a definição de comunicação pública é ampla e seu estudo ainda tem muitos caminhos a serem percorridos, principalmente no Brasil. Na verdade, ao abordar o papel da comunicação no âmbito público, faz-se necessário distinguir a comunicação pública da comunicação política e da governamental. Para isso, Oliveira<sup>4</sup> se apoia nas ideias de Brandão (2007), para quem a comunicação governamental visa à prestação de contas de um determinado governo para a sociedade e

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho (GT) Relações Públicas, Política e Sociedade, atividade integrante do XV Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas.

<sup>2</sup> Doutoranda em Comunicação pelo Programa de Pós Graduação em Comunicação, na linha de pesquisa Mídia e Cidadania, da Universidade Federal de Goiás. E-mail: evarantesribeiro@gmail.com

<sup>3</sup> Docente do Programa de Pós Graduação em Comunicação, na linha de pesquisa Mídia e Cidadania, da Universidade Federal de Goiás. E-mail:tiagomainieri@ufg.br

<sup>4</sup> Disponível em: <http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/cidadania/0207.htm>. Acessado no dia 08/03/2021.

tem um caráter informativo, uma comunicação de via única, com o objetivo de esclarecer a sociedade sobre as ações e práticas de determinado governo.

Quando Oliveira aborda a comunicação política, ela associa essa comunicação ao marketing político e às estratégias de comunicação persuasiva e de convencimento. De acordo com a autora, “a comunicação política é a mais praticada nos dias de hoje, utiliza essencialmente técnicas de marketing, que definem os assuntos e o formato como eles são apresentados ao cidadão” (OLIVEIRA, s.d., 2003).

Para entendermos, de fato, o conceito de comunicação pública, devemos ir além da questão da persuasão enfocada no conceito de comunicação política. É necessário pensar a comunicação pública como detentora de informação de interesse público.

Na verdade, entende-se por interesse público algo que está relacionado ao interesse e bem-estar de todos, algo que se diferencia de um interesse individual. De acordo com Maia,

Interesse público é um conceito de difícil definição. Refere-se ao “bem comum” ou ao “bem-estar de todos”. Perpassa a política e a natureza mesma do governo democrático. Ao passo que quase todos reivindicam que a política democrática deve favorecer o interesse público, não há consenso sobre o que constitui o interesse público. (MAIA, 2011, p. 260)

Mesmo sabendo das dificuldades em se buscar uma definição para interesse público, como apontado por Maia, neste artigo, vamos recorrer ao entendimento de que interesse público está associado ao interesse de uma coletividade e, também, à busca de um bem-estar coletivo, algo que se contrapõe ao interesse individual. E é nesse sentido que relacionamos esse conceito ao entendimento e à reflexão que abordaremos sobre comunicação pública.

Brandão (2007) identifica cinco áreas de conhecimento para a comunicação pública. Para ela, a comunicação pública pode ser identificada com a área de comunicação organizacional, comunicação científica, comunicação política, comunicação governamental e comunicação da sociedade civil.

A acepção do conceito de comunicação pública no âmbito organizacional visa à busca de um enfoque estratégico da comunicação e tem como objetivo o estabelecimento de relacionamentos duradouros com diferentes públicos, construindo assim uma imagem positiva da organização para com esses públicos e para a sociedade em geral. Essa concepção da comunicação pública, de acordo com a autora, procura divulgar as

instituições e seus produtos para públicos diversos, com o objetivo de vender seus produtos, sua imagem.

Outro enfoque da comunicação pública, apontado por Brandão, é a identificada com a comunicação científica, ou seja, buscar uma divulgação do campo científico para a população. Podemos perceber que a característica dessa comunicação é tentar buscar uma aproximação entre ciência e opinião pública, com o objetivo de despertar o interesse dos cidadãos em relação a assuntos relacionados ao campo da ciência.

O terceiro enfoque apontado por Brandão (2007) é a identificação da comunicação pública com o Estado, ou seja, a comunicação governamental. Para ela, “esta é uma dimensão da comunicação pública que entende ser de responsabilidade do Estado e do Governo estabelecer um fluxo informativo e comunicativo com seus cidadãos” (BRANDÃO, 2007, p. 4). Assim, percebemos que a comunicação governamental pode ser entendida como comunicação pública, no sentido de ser uma comunicação de cunho informativo, com o intuito de prestar contas à sociedade, divulgar as ações e projetos implantados no âmbito do governo e levar ao conhecimento da sociedade informações de interesse público.

Seguindo o pensamento da autora, outro enfoque dado a comunicação pública é identificada com a comunicação política. Brandão (2007) entende a área da comunicação política sob dois ângulos. O primeiro ângulo de entendimento, enfatizado pela autora, está relacionado à comunicação política e aos seus instrumentos e técnicas para tornar públicas as ideias e as propostas tanto do governo quanto dos partidos políticos, para, com isso, angariar apoio da opinião pública. O segundo apontamento que a autora faz é em relação às “disputas perenes entre os proprietários de veículos e detentores das tecnologias de comunicação e o direito da sociedade em interferir e poder determinar conteúdos e acessos a esses veículos e tecnologias em seu benefício” (BRANDÃO, 2007, p. 6).

O último enfoque abordado diz respeito ao fato de a comunicação pública ser identificada com estratégias de comunicação da sociedade civil organizada. Para a autora, nesse enfoque a comunicação pública deve ser entendida e praticada com responsabilidade, não apenas pelos governantes, mas também pela sociedade civil no que tange a participar ativamente do processo e decisões políticas. Nesse sentido, podemos entender que a comunicação pública se realiza num processo de trocas e de diálogo entre sociedade e governo.

Para Brandão, de todos os enfoques relacionados ao campo da comunicação pública o mais conhecido e estudado é o da comunicação pública identificada como comunicação política. Confirmando esse pensamento, a autora ressalta que “este é o sentido mais conhecido da expressão comunicação pública, advinda de uma tradição de estudos que analisa a questão da comunicação contraposta ao interesse público e o seu lugar de direito no espaço público” (BRANDÃO, 2007, p. 6).

Mesmo com todos esses enfoques acerca do tema comunicação pública, deve-se encontrar um ponto comum de entendimento. E, nesse artigo, iremos adotar a comunicação pública como aquela que acontece entre Estado, governo e sociedade, cujo principal intuito é consolidar um processo comunicativo em que os sujeitos envolvidos possam participar e tornar-se ativos no processo de comunicação. Ou seja, a comunicação pública transcende a informação e busca uma interação entre os agentes envolvidos no processo, por meio de debate e um diálogo social.

Duarte (2007) sustenta a ideia de que a comunicação pública tem como centro do seu processo comunicativo o cidadão e, portanto, busca uma relação dialógica entre governo e sociedade. Por esse viés, a comunicação pública deve estimular a participação ativa e de responsabilidade entre governo e sociedade, e é nesse sentido que o autor ressalta a importância da prática da comunicação pública. Segundo o autor, “informação é a base primária do conhecimento, da interpretação, do diálogo, da decisão” (DUARTE, 2007, p. 62).

É importante perceber que apenas transmitir informação não se caracteriza como um processo de comunicação pública, embora essa transmissão seja essencial para a realização desse processo. Na verdade, gerar informação para o cidadão é importante, porém devem-se abrir canais de comunicação para o diálogo e um debate entre Estado e cidadão. Nessa perspectiva, sim, realiza-se a comunicação pública.

Contribuindo com esse pensamento, Matos (2011) enfatiza que a comunicação pública não deve ser pensada como uma comunicação unilateral, cujo objetivo é apenas o fluxo informacional. Para a autora, essa perspectiva reduz a característica principal da comunicação pública, que deve proporcionar o diálogo entre governo e cidadão, num espaço de interação. Em suas palavras:

A comunicação pública não pode se restringir ao fluxo de mensagens institucionais que, hierarquizadas, partem das esferas governamentais para atingir cidadãos que não encontram espaços de interlocução com seus dirigentes. A comunicação pública deve ser pensada como um processo político de interação no qual prevalecem a expressão, a

interpretação e o diálogo. É preciso salientar que o entendimento da comunicação pública como dinâmica voltada para as trocas comunicativas entre instituições e a sociedade é relativamente pequeno. (MATOS, 2011, p. 44-45)

Diante de tudo isso, podemos afirmar que o intuito primeiro da comunicação pública é transmitir informação de interesse público aos cidadãos, o que constitui um passo inicial para estabelecer diálogo e uma relação entre Estado e sociedade. Cabe salientar que a obtenção de informação da instituição pública é um direito assegurado ao cidadão. Assim, não devemos pensar a comunicação pública apenas por um viés informativo. Na verdade, é preciso percebê-la como uma comunicação que transcende o fluxo informativo e busca estabelecer uma relação dialógica e interativa entre os atores envolvidos.

Quando a comunicação pública cumpre seu primeiro papel, que é o informativo, ela abre espaço para que haja diálogo e participação; só assim ela se caracteriza como comunicação pública. Esta se diferencia da comunicação política, que busca apenas visibilidade e votos, apresentando conteúdo de cunho persuasivo.

Assim, com a exposição de diferentes autores acerca do tema comunicação pública, percebe-se que todos sustentam a ideia de que, para haver comunicação pública, é preciso ir além do processo informativo.

É importante, nesse sentido, salientar que esses autores se apoiam em Zémor (1995), o qual argumenta fundamentalmente que “espera-se da comunicação pública que sua prática contribua para alimentar o conhecimento cívico, facilitar a ação pública e garantir o debate público” (ZEMOR, 1995, p.7) De forma mais específica, salienta Zémor:

A comunicação pública é objeto de um paradoxo. Todos os cidadãos têm direito à informação. Não se poderia, então, informar massivamente usando os veículos e os apelos da publicidade, aptos a reduzir e simplificar as mensagens? A resposta é negativa. A igualdade visada pela obrigação de informar não é sinônimo de unicidade da mensagem. A diversidade das situações de recepção e a complexidade das mensagens públicas que devem se adaptar a essas variedades descartam esta possibilidade em grande parte dos casos. (ZÉMOR, 1995, p. 7/8)

Seguindo o pensamento do autor, existem cinco categorias da comunicação pública de acordo com sua missão, a qual, *a priori*, é a de transmitir informações de interesse público e possibilitar o diálogo entre os agentes sociais.

As categorias identificadas por Zémor (1995) são: 1. Responder à obrigação que têm as instituições públicas de levar informação a seus públicos; 2. Estabelecer a relação e o diálogo de forma a desempenhar o papel que cabe aos poderes públicos, bem como para permitir que o serviço público atenda às necessidades do cidadão de maneira mais precisa; 3. Apresentar e promover cada um dos serviços oferecidos pela administração pública; 4. Tornar conhecidas as instituições a elas mesmas, tanto por comunicação interna quanto externa; 5. Desenvolver campanhas de informação e ações de comunicação de interesse geral.

Através dessas categorias, percebe-se que o papel primeiro da comunicação pública é abrir canais de comunicação para aproximar Estado e cidadão, informando este dos serviços e funções das atividades públicas; e, para além disso, a comunicação pública deve estimular o diálogo, a participação e o debate.

A partir dessas ideias, pode-se entender que não basta apenas a utilização dos meios de comunicação de massa para divulgar informações, mas deve-se, sim, propiciar uma troca, um debate, com assuntos de interesse e relevância pública.

Nos dias atuais, não podemos deixar de ressaltar que as mídias sociais também se configuram como importantes emissoras de conteúdo e informações e, com isso, essa função não se torna mais exclusiva dos meios de comunicação tradicionais, como jornal e TV, por exemplo.

Para Mainieri,

Caminhando no sentido da comunicação pública, vislumbra-se na internet uma possibilidade de ampliação das formas de expressão da sociedade, e, conseqüentemente, uma maior pluralidade. Em verdade, o que está em questão não é a tecnologia em si, mas a capacidade de organização e mobilização dos cidadãos na criação de espaços de interlocução na própria internet. A partir dessa tônica vamos conduzir e aprofundar a discussão em torno da comunicação pública. (MAINIERI, 2016, p.40).

Ainda na visão do autor “a comunicação pública engendra uma comunicação cujo cerne repousa no dialogismo.” (MAINIERI, 2016, p.75). Neste sentido, percebemos que a Internet amplia possibilidades de conversação entre Governo e cidadão, trazendo maiores condições de diálogo.

Entendemos que a Internet é uma mídia essencialmente interativa, e de acordo com Lemos e Lévy (2010), modifica a forma das pessoas se comunicarem, apresentando um novo modelo de comunicação denominado todos-todos, ou seja, hoje todos são

emissores e receptores de conteúdo, não existindo mais papéis pré-definidos no processo comunicativo.

Corroborando esse pensamento, para Gomes (2008), a Internet tem como principal característica e o que mais a difere das mídias tradicionais, é que ela é potencialmente e essencialmente interativa, promovendo uma participação ativa de todos. Assim, a Internet pode facilitar muito a aproximação entre Governo e cidadão, abrindo um espaço de comunicação dialógica entre eles, essencial para a comunicação pública, como aponta Zemor (1995).

Porém, entendemos também que existem fenômenos na Internet que podem influenciar na prática desse diálogo, como por exemplo, o fenômeno das câmaras de eco, fundamentadas por Recuero et al (2000) e Sunsteinte et al (2016). Essa temática será melhor aprofundada em estudos futuros, porém entende-se, que o conceito vem da tradução do termo “*Echo Chambers*” e representa um fenômeno que acontece nas redes sociais, com cada vez mais frequência. A câmara de eco, de acordo com Recuero et al (2020), pode ser entendida “como grupos que filtram o conteúdo que compartilham, dando preferência a informações que reforcem uma narrativa política em particular.” (RECUERO, et al, 2020, sem página)

Assim, é uma metáfora usada para demonstrar que dentro de uma câmara de eco, as ideologias e opiniões passam a ser inquestionáveis e repercutidas como verdadeiras, criando, um ambiente em que as opiniões não são contestadas, discutidas, porém ecoadas.

Nessa perspectiva, e de acordo com Sunsteinte et al (2016), passa-se a ter um fenômeno do “viés da confirmação”, que significa a confirmação das informações e ideologias que são aceitas pelo grupo, sem ter espaço para uma conversação crítica e opiniões divergentes.

Para aprofundar a reflexão da comunicação pública no âmbito da Internet, vamos no próximo tópico analisar a *live* do presidente Bolsonaro.

### **A *live* do presidente - comunicação pública x desinformação**

A *live*<sup>5</sup> analisada nesse artigo, faz parte de um conjunto de *lives* denominadas de “*Lives* de 5ª Feira”. São transmissões semanais, nas redes sociais (como *Facebook*, *Instagram* e *Youtube*) do presidente Bolsonaro. Essas *lives* começaram a ser postadas em

---

<sup>5</sup> <https://www.facebook.com/jairmessias.bolsonaro/videos/698380240842899>. Acessado no dia: 09/03/2021



março de 2019, com o nome de “*Live Semanal de 5ª Feira*”, hoje denominada apenas como “*Lives de 5ª Feira*”.

A partir de uma pesquisa preliminar, identificou-se que temas diversos são apresentados nas *lives*. O presidente é geralmente acompanhado por alguns ministros a depender do assunto tratado, incluindo ainda o intérprete de libras ou algum outro membro do governo.

A justificativa para a escolha em analisar essas *lives*, dá-se pelo fato de os assuntos pautados repercutirem não apenas entre os seguidores do presidente como também na mídia. Portanto, as *lives* constituem-se em um espaço de relevância pública. Assuntos atinentes à pandemia e que revelam o posicionamento do presidente são abordados nessas *lives*.

A *live* analisada foi a do dia 25 de fevereiro de 2021<sup>6</sup>, com duração de 28 minutos e 20 segundos. Além do presidente Bolsonaro, participaram o presidente da Caixa Econômica Federal (CEF), Pedro Guimarães, e uma intérprete de libras. Essa *live* teve 1 milhão de visualizações e 32 mil comentários no *Facebook*. No *Instagram* teve 900.293 visualizações e 6.489 comentários. Já no *Youtube* teve 67.623 visualizações, tendo 2.092 comentários.

Como o foco do artigo é a comunicação pública em tempos de pandemia da Covid-19, serão enfatizadas as falas do presidente relacionadas à pandemia durante a *live*. Entretanto, ao longo da transmissão são tratados assuntos diversos, em geral, sobre as realizações do próprio governo.

Na *live* analisada, o presidente começa falando de sua visita a Usina de Itaipu, questões energéticas no país, e afirma que a Usina mencionada foi feita durante o governo militar e dá os parabéns aos três presidentes militares envolvidos, por suas visões de futuro.

Em seguida, o presidente aborda a queda das ações da Petrobrás e a alta dos combustíveis, de forma superficial, porém enfatizando que fez um decreto obrigando os postos a colocar, visível ao consumidor, o valor dos impostos dos combustíveis e lucros dos postos e refinarias, para que os “consumidores não culpem o presidente pela alta”.

Na oportunidade, o presidente da CEF, Pedro Guimarães, fala da agenda da Caixa e do programa de viajar e conhecer o Brasil, principalmente norte e nordeste, e enfatiza a agenda de inaugurações com presença do Bolsonaro.

---

<sup>6</sup> <https://www.facebook.com/jairmessias.bolsonaro/videos/698380240842899>. Acessado no dia 08/03/2020.



Após 10 minutos de *live*, o presidente menciona um estudo de uma universidade alemã, sem citar qual, sobre o uso de máscaras em crianças. Apesar da pandemia estar em ascensão no Brasil e o processo de vacinação caminhar a passos curtos, esse é o primeiro momento durante a transmissão que se aborda o tema. Entretanto não há nenhuma referência ao número de mortos, vacinação, entre outros.

De acordo com a fala do presidente, o referido estudo afirma que o uso de máscaras em crianças é prejudicial, podendo gerar: irritabilidade, dor de cabeça, dificuldade de concentração, menor percepção de felicidade, recusa de ir para escola ou creche, desânimo, vertigem e fadiga. Seguindo essa narrativa, Bolsonaro afirma que “começa a aparecer aqui ó, os efeitos colaterais das máscaras, não vou entrar em detalhe porque tudo que eu digo deságua em crítica em cima de mim né? Eu tenho minha opinião sobre máscara e cada um tem a sua.” A fala do presidente, ao trazer um estudo descontextualizado, enfatiza supostos efeitos colaterais decorrentes do uso da máscara. Desse modo, desinforma e ao mesmo tempo instiga seus seguidores a não utilizarem a máscara.

Após essa exposição, continua discorrendo sobre sua agenda e ações do governo na semana, como a privatização dos Correios, leis e Proposta de Emendas Constitucional (PECs). Junto com o presidente da Caixa Econômica Federal, falam sobre o auxílio emergencial, que segundo eles, já beneficiou 68 milhões de brasileiros e é o maior programa virtual de inserção social.

Na sequência do tema sobre o auxílio emergencial, o presidente Bolsonaro começa a falar sobre o isolamento durante a pandemia da Covid-19. Para ele<sup>7</sup>,

[...] a política de fecha tudo e vai para casa é bom para quem tem dinheiro, poupança bacana, salário fixo garantido todo mês. Mas para mais de 40 milhões de pessoas que foram obrigadas a ficarem em casa, aquilo foi um desastre. O governo atendeu essas pessoas por 6 meses, 600 reais por mês ajudou bastante, não tenho dúvidas, e depois por mais 4 meses, 400 reais por mês... tem muita gente ainda que quer que a gente continue com isso eternamente, isso não é dinheiro que está no cofre, isso é endividamento. (2019- 2022: JAIR MESSIAS BOLSONARO)

Continuando com sua fala,

[...] agora a população quer voltar a trabalhar, infelizmente, um ou outro governador ou prefeito ainda teima em baixar decretos obrigando essas pessoas a ficarem em casa. Agora quem quer auxílio emergencial, vamos cobrar do prefeito, vamos cobrar do respectivo governador, já que ele quer que você fique em casa eternamente. Já que quer mandar a conta para nós pagar, eu teria maior prazer em pagar salário para todo

<sup>7</sup> <https://www.facebook.com/jairmessias.bolsonaro/videos/698380240842899>. Acessado no dia 08/03/2020.

mundo ficar em casa, mas isso não existe... o que nós queremos: a volta da normalidade. (2019- 2022: JAIR MESSIAS BOLSONARO)

Com essa narrativa, o presidente reafirma seu pensamento contrário ao distanciamento social, às medidas de fechamento do comércio e áreas não essenciais, no dia em que o Brasil apresenta seus números mais alarmantes de letalidade desde o começo da pandemia da Covid 19 no país, com uma média de 1.541 mortes por dia<sup>8</sup>.

O discurso claramente incita a população a rebelar-se contra governadores ou prefeitos que impõem medidas mais restritivas na tentativa de evitar o colapso na saúde, por meio de decretos mais rigorosos em relação ao funcionamento de atividades comerciais.

No dia 14 de março, conforme matéria publicada no site do G1<sup>9</sup>, manifestantes fizeram carreatas e atos a favor do presidente Jair Bolsonaro e contra as medidas restritivas em várias cidades do país. Podemos perceber, que essa manifestação pode ser uma resposta dos apoiadores ao discurso do presidente feito na *live*, conformado descrito acima.

Os temas relativos à Covid 19 apresentados durante a *live* versaram na verdade sobre aspectos controversos da posição adotada pelo presidente na condução da pandemia no Brasil. Basicamente, o desestímulo ao uso da máscara e a volta à normalidade (abertura do comércio e retomada das atividades), em plena curva ascendente da pandemia, vão de encontro às formas de prevenção preconizadas pela Organização Mundial da Saúde (OMS). Tanto o uso de máscara quanto o isolamento social, desde o princípio da pandemia, são defendidos pela OMS no enfrentamento da Covid 19, ao redor do mundo.

Observa-se, que a *live* é um instrumento de divulgação, enfatizando as realizações do governo e, em especial, enaltecendo a própria figura do presidente. Em alguma medida, a *live* cumpre com a categoria da comunicação pública apontada por Zémor (1995) que diz respeito a apresentação e promoção dos serviços oferecidos pela administração pública. Entretanto, a informação disponibilizada na *live* é superficial e não proporciona o diálogo com os seguidores.

---

<sup>8</sup><https://www.bbc.com/portuguese/brasil-56208535#:~:text=Bolsonaro%2C%20enquanto%20isso%2C%20citou%20em,dificuldade%20de%20concentra%C3%A7%C3%A3o%2C%20entre%20outros>. Acessado em: 09/03/2021.

<sup>9</sup><https://g1.globo.com/politica/noticia/2021/03/14/cidades-registram-manifestacoes-pro-bolsonaro-e-contra-medidas-de-restricao-a-covid-19.ghtml>. Acessado em: 09/03/2021.



As palavras em maior destaque foram as mais mencionadas. E de acordo com esses comentários, não foi percebida uma busca de conversação por parte dos seguidores, tampouco pela equipe do presidente. Além disso, os comentários continham, na maioria, mensagens de apoio ao presidente, com palavras de Deus, força Presidente. Alguns comentários reproduzidos na íntegra,

Boa noite presidente. Vamos nós unirmos pra colocar esse país no lugar que ele deveria estar todos os brasileiros estão juntos pra um país novo de verdade 🇧🇷🇧🇷

Parabéns presidente. Comece a colocar os militares pra ir ajudando vc assim vc poderá confiar nos seus funcionários.

Votei e estou satisfeito. Só não fez muito mais ainda porque além de uma pandemia mundial, tem um monte de bandidos fazendo de tudo para atrapalhar. Deus é fiel.

(<https://www.facebook.com/jairmessias.bolsonaro/videos/698380240842899>, 2021)

Com uma análise previa dos comentários, podemos inferir que muitos que assistem a *live* concordam com a postura do presidente, podendo, assim, esse espaço ser pensando como uma câmara de eco, como apontado anteriormente, onde as opiniões são repercutidas como verdadeiras e ecoadas.

Vale ressaltar ainda, que durante a *live*, via áudio de celular, foram feitas três perguntas direcionadas ao presidente da Caixa Econômica Federal, por jornalistas do programa “Pingos nos Is”, transmitido pela Jovem Pan. Esses questionamentos foram respondidos, porém, foi uma participação de jornalistas, e não dos cidadãos/ seguidores.

Apesar da *live* ser um importante instrumento de comunicação pública, que supostamente possibilitaria ao presidente dialogar de uma forma mais direta com seus seguidores, durante a transmissão não há nenhum tipo de interação com os internautas.

### **A repercussão da *live* na mídia**

Os assuntos controversos da transmissão, como a questão do uso de máscara e das medidas restritivas e de isolamento social, repercutiram imediatamente na mídia. Não será realizado um mapeamento de todas as matérias veiculadas a partir da repercussão da *live*, pois o objetivo do artigo foi analisar o conteúdo da *live* a partir da perspectiva da comunicação pública. Entretanto, é importante ressaltar a circulação e produção de

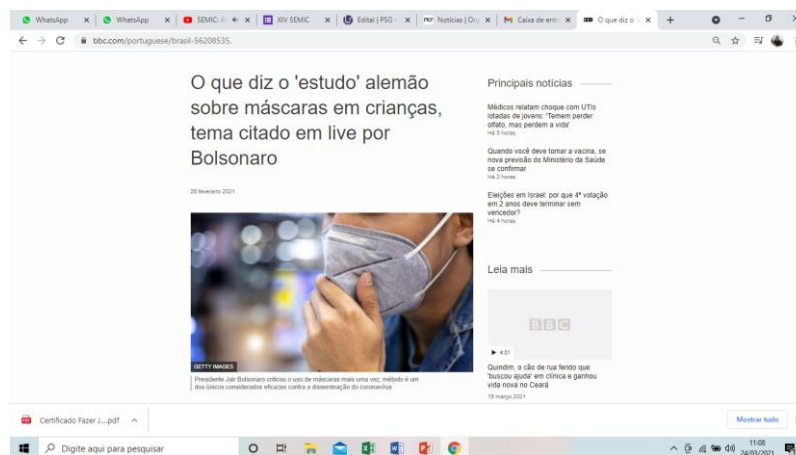
sentido nos meios de comunicação a partir da transmissão semanal do presidente que tem pautado em grande medida o debate público.

Apesar de não ser novidade a postura do presidente que de forma contumaz aparece em eventos sem utilização de máscara e promovendo aglomeração de pessoas, durante a *live* Bolsonaro torna a insistir na volta à normalidade em plena pandemia.

A fala do presidente de forma geral repercute negativamente na imprensa nacional e estrangeira, em relação a crítica ao uso de máscaras e também ao isolamento social, reforçando o momento mais letal da pandemia no Brasil e seu posicionamento contrário ao que é defendido pela OMS.

A título ilustrativo destacamos duas matérias, uma veiculada pela BBC News Brasil e outra pelo portal de notícias G1. Ambas repercutem negativamente a postura do presidente em relação a condução da pandemia e, em especial, a partir da fala durante a *live* do dia 25 de fevereiro.

**FIGURA 2-** Matéria BBC News



Fonte: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-56208535>.

A matéria abaixo, publicada no dia 26 de fevereiro pela BBC News Brasil<sup>10</sup>, apresenta o que de fato diz o estudo alemão citado pelo presidente durante a *live*. De acordo com o jornal,

Há um estudo preliminar feito na Alemanha sobre o efeito de uso de máscaras em crianças que foi publicado em dezembro que menciona os problemas comentados por Bolsonaro. Não está claro se foi este o estudo a que Bolsonaro se referiu. A pesquisa, de médicos da Universidade de Witten/Herdecke, é preliminar e não foi revisada por pares, ou seja, não foi submetida ao escrutínio de um ou mais especialistas do mesmo escalão que os autores. Uma das observações

<sup>10</sup> <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-56208535>. Acessado no dia 08.03.2021.

na plataforma de publicação da pesquisa diz que ela "não deve ser considerada conclusiva, usada como base de práticas clínicas ou considerada uma informação válida pela imprensa... A organização sem fins lucrativos Health Feedback, que convida cientistas para verificar informações que afirmam ser baseadas na ciência, analisou o estudo. Entre as críticas e observações feitas sobre a pesquisa, está a de que não é possível demonstrar uma relação causal entre os efeitos observados e o uso de máscaras. Além disso, o estudo não tem controles, ou seja, um grupo de crianças que não usou máscaras, para comparar resultados. Por causa disso, é impossível determinar se os efeitos negativos relatados foram devido ao uso da máscara ou se teriam ocorrido mesmo se as crianças não usassem máscaras. (BBC News Brasil, 26.02.2021)

A outra matéria a qual nos referimos, foi divulgada no G1<sup>11</sup>, também dia 26 de fevereiro, “No dia mais letal da pandemia no Brasil, o presidente Jair Bolsonaro escolheu questionar mais uma vez o uso de máscaras e o isolamento social, dois métodos considerados eficazes para conter a disseminação do coronavírus.” (G1, 26.02.2021)

A repercussão da *live* nos meios de comunicação de massa, em um momento crítico da pandemia no país, revela a abordagem negacionista do presidente e contrária à ciência. Sem mencionar os mortos pela doença e sem incentivar a população a seguir os cuidados preconizados pela OMS durante a Pandemia, o discurso do presidente afasta-se da comunicação pública e pauta-se pela desinformação.

### **Considerações Finais**

O artigo apresentou resultados parciais de uma pesquisa de doutoramento em andamento. Ainda em fase inicial, o resultado aqui apresentado permitiu-nos analisar a *live* do presidente no sentido de entender se esse espaço se constitui enquanto um *lócus* de comunicação pública, entre presidente e cidadão/ seguidor.

Conforme visto na teoria, a comunicação pública busca essencialmente, através da informação, promover uma aproximação entre cidadão e Governo, abrindo canais de comunicação para uma relação mais dialógica e participativa.

A Internet muito pode contribuir para uma prática mais efetiva da comunicação pública, porém não percebemos isso na *live* aqui estudada. Assim, como aponta Zémor (1995), a comunicação pública deve, primeiramente, buscar responder à obrigação que têm as instituições públicas de levar informação a seus públicos. O que constatamos na *live* em relação à pandemia, foi que as informações abordadas revelam uma narrativa que

---

<sup>11</sup> [Glo.com/educacao/volta-as-aulas/noticia/2021/02/26/o-que-diz-o-estudo-alemao-sobre-mascaras-em-criancas-tema-citado-em-live-por-bolsonaro.ghml](https://glo.com/educacao/volta-as-aulas/noticia/2021/02/26/o-que-diz-o-estudo-alemao-sobre-mascaras-em-criancas-tema-citado-em-live-por-bolsonaro.ghml). Acessado no dia 08.03.2021.



não está sendo pautada por interesse público, já que tendem a gerar mais desinformação na sociedade, em um momento muito crítico no enfrentamento à pandemia no país.

Negar uso de máscaras e distanciamento social é uma postura negacionista da pandemia, e que infelizmente, pode refletir no comportamento dos cidadãos, em especial, de uma parcela da população que vê o presidente como um portador importante de informações. Nos comentários dos seguidores constata-se essa admiração.

Difundir informações inverídicas, não pautadas em estudos, é negar a ciência, é negar de fato a gravidade da doença, e isso reflete em como o país ainda, mesmo após 1 ano do início da pandemia, apresenta recordes de mortes diárias pela Covid-19. A comunicação pública neste cenário é fundamental para aproximar-se do cidadão com informações verdadeiras e pautadas pela ciência, apresentando de fato medidas de segurança que poderiam salvar vidas. Finalizando, é possível afirmar que se tivéssemos uma comunicação pública efetiva exercida pelo presidente a pandemia teria outros rumos.

## Referências

BRANDAO, Elizabeth Pazito. Conceito de Comunicação Pública. In: DUARTE, Jorge (org.). **Comunicação Pública**: Estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2007.

BRITES, F.; PORCELLO, F. **Verdade x Mentira**: a ameaça das fake news nas eleições de 2018 no Brasil. In 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom. Joinville. São Paulo: Intercom, 2018. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/184434/001078994.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acessado em: 03/03/2021.

GOMES, Wilson. MAIA, Rousiley C. M. **Comunicação e democracia**: problemas e perspectivas. São Paulo: Paulus, 2008.

LEMOS, André; LÉVY, Pierre. **O futuro da internet**: em direção a uma ciberdemocracia. São Paulo: Paulus, 2010.

MAIA, Rousiley Celi Moreira. Em busca do interesse público: tensões entre a argumentação e a barganha. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling (org). **Comunicação Pública, Sociedade e Cidadania**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2011.

MAINIERI, Tiago. **Um peso, duas medidas**: desvelando a comunicação pública na sociedade midiaticizada. Goiânia: Gráfica UFG, 2016.

MATOS, Heloiza. Comunicação pública, esfera pública e capital social. In: DUARTE, Jorge (org.). **Comunicação pública**: Estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2007.



OLIVEIRA, Maria José da Costa. **Gestão Pública, Comunicação e Cidadania:** o caso da Prefeitura Municipal de Campinas. Disponível em: <http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/cidadania/0207.htm>. Acessado no dia 08/03/2021.

Quattrociocchi, Walter; Scala, Antonio; Sunstein, Cass R. **Echo Chambers on Facebook** 2016. SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2795110> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2795110> Disponível em: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2795110](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2795110). Acessado no dia 25/11/2020.

RECUERO, Raquel; SOARES, Felipe; ZAGO, Gabriela. **Polarização, Hiperpartidarismo e Câmaras de Eco:** Como circula a Desinformação sobre Covid -19 no Twitter. Revista Contracampo, 2020.