



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS  
Instituto de Geociências

LUIS GUILLERMO VELÁSQUEZ PÉREZ

**TECNOLOGIA E POLÍTICA: O COMPORTAMENTO DAS REDES SOCIAIS  
VIRTUAIS NA DISSEMINAÇÃO DO BOLSONARISMO NO BRASIL EM 2022**

CAMPINAS  
2023

LUIS GUILLERMO VELÁSQUEZ PÉREZ

TECNOLOGIA E POLÍTICA: O COMPORTAMENTO DAS REDES SOCIAIS VIRTUAIS  
NA DISSEMINAÇÃO DO BOLSONARISMO NO BRASIL EM 2022

DISSERTAÇÃO APRESENTADA AO INSTITUTO  
DE GEOCIÊNCIAS DA UNIVERSIDADE  
ESTADUAL DE CAMPINAS PARA A OBTENÇÃO  
DO TÍTULO DE MESTRE EM POLÍTICA  
CIENTÍFICA E TECNOLÓGICA.

ORIENTADOR: PROF. DR. RAFAEL DE BRITO DIAS

ESTE EXEMPLAR CORRESPONDE À VERSÃO  
FINAL DA DISSERTAÇÃO APRESENTADA  
PELO ALUNO LUIS GUILLERMO VELÁSQUEZ  
PÉREZ E ORIENTADO PELO PROF.  
DR. RAFAEL DE BRITO DIAS

CAMPINAS

2023

Ficha catalográfica  
Universidade Estadual de Campinas  
Biblioteca do Instituto de Geociências  
Marta dos Santos - CRB 8/5892

V541t Velásquez Pérez, Luis Guillermo, 1993-  
Tecnologia e política : o comportamento das redes sociais virtuais na disseminação do Bolsonarismo no Brasil em 2022 / Luis Guillermo Velásquez Pérez. – Campinas, SP : [s.n.], 2023.

Orientador: Rafael de Brito Dias.  
Dissertação (mestrado) – Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Geociências.

1. Tecnologia. 2. Mídia social. 3. Desinformação. 4. Direita e esquerda (Ciência política). 5. Radicais. 6. Brasil - Política e governo - 2019-2022. I. Dias, Rafael de Brito, 1982-. II. Universidade Estadual de Campinas. Instituto de Geociências. III. Título.

Informações Complementares

**Título em outro idioma:** Technology and politics : the behavior of social media in the diffusion of Bolsonarism in Brazil in 2022

**Palavras-chave em inglês:**

Technology

Social media

Desinformation

Right and left (Political science)

Radicals

Brazil - Politics and government - 2019-2022

**Área de concentração:** Política Científica e Tecnológica

**Titulação:** Mestre em Política Científica e Tecnológica

**Banca examinadora:**

Rafael de Brito Dias [Orientador]

Diego Jair Vicentin

Alcides Eduardo dos Reis Peron

**Data de defesa:** 17-03-2023

**Programa de Pós-Graduação:** Política Científica e Tecnológica

**Identificação e informações acadêmicas do(a) aluno(a)**

- ORCID do autor: <https://orcid.org/0000-0002-1685-8496>

- Currículo Lattes do autor: <http://lattes.cnpq.br/8088734391521151>



**UNICAMP**

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS  
INSTITUTO DE GEOCIÊNCIAS**

**AUTOR:** Luis Guillermo Velásquez Pérez

**Tecnologia e política: o comportamento das redes sociais virtuais na disseminação do bolsonarismo no Brasil em 2022**

**ORIENTADOR:** Prof. Dr. Rafael de Brito Dias

Aprovado em: 17 / 03 / 2023

**EXAMINADORES:**

Prof. Dr. Rafael de Brito Dias - Presidente

Prof. Dr. Diego Jair Vicentin

Prof. Dr. Alcides Eduardo dos Reis Peron

*A Ata de Defesa assinada pelos membros da Comissão Examinadora consta no processo de vida acadêmica do aluno.*

Campinas, 17 de março de 2023.

## DEDICATÓRIA

Dedico esta dissertação ao povo brasileiro por seguir acreditando na universidade pública, gratuita e de qualidade; apesar do avanço do negacionismo científico e do projeto autoritário para desmontar a cultura política democrática.

Eu aprendi desde criança, por causa do meus pais, a amar o Brasil. Com sua música, seu futebol e sua cultura, vocês me deram uma linda rivalidade com meus irmãos e influenciaram fortemente os dias de alegria familiar.

Sem suspeitar, juntamente com a Argentina, tem marcado algumas das melhores memórias da minha vida. Agora posso retornar, com conhecimento e honestidade intelectual, a formação, o apoio e o carinho que este país maravilhoso com suas pessoas me tem proporcionado durante muitos anos.

## AGRADECIMENTOS

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001. Nesse sentido, agradeço à CAPES, pois a realização tanto do programa de pós-graduação em Política Científica e Tecnológica quanto desta dissertação não teriam sido possíveis sem o apoio fornecido através do Programa de Excelência Acadêmica (PROEX). Seu valioso suporte na formação acadêmica e na produção científica tem impactos permanentes além do Brasil que devem ser apreciados, preservados e reforçados pela sociedade civil e as instituições públicas.

O Instituto de Geociências da Unicamp foi um ótimo espaço para a aprendizagem, a discussão e a compreensão das teorias, os paradigmas e as políticas que têm moldado as infraestruturas e as sociedades que habitamos. Seus docentes, estudantes, funcionários e instalações fizeram da minha estadia uma experiência formidável, que tem contribuído para meu crescimento humano e profissional, cujo produto formal é esta dissertação sobre o comportamento bidirecional do ecossistema tecnopolítico do Bolsonarismo e as mídias sociais durante o ano 2022.

As contribuições do meu orientador Rafael Dias e dos professores Diego Vicentin e Alcides Perón foram indispensáveis para sua realização, particularmente para uma discussão mais ampla da relação entre tecnologia e política e as diferentes dimensões sociais e digitais que tem adotado o Bolsonarismo; assim como no aperfeiçoamento da abordagem dos objetivos que foram traçados. Agradeço profundamente suas sugestões, as quais foram incorporadas com o desejo que os resultados atingidos e analisados neste trabalho contribuam à compreensão deste fenômeno sociotécnico que intervém diretamente na cultura política e nas instituições democráticas.

Agradeço também às pessoas que me deram seu apoio e carinho nesta viagem inesquecível no país maravilhoso: Kleinsy, Noé, Miriam, Negli, Miguel, Patrícia, Ricardo, Juliana, Fernando, Bruno e Matheus. Mas especialmente a meus pais, Eduardo y Patrícia; minha avó, Martha; meus irmãos, Manuel, Martín e Santiago; e minha namorada, Tita. Para eles, minha adorável família, só tenho gratidão por não me deixarem sozinho com minhas convicções, por sua infinita incondicionalidade e por me ensinarem a tremenda beleza de ser um eterno aprendiz.

## EPÍGRAFE

“A ocupação dos bairros pobres assim se institucionaliza, também no sentido de ter apoio estatal permanente. Em um movimento de pinça, os Bolsonaro apoiam tanto matanças policiais como milícias nos bairros pobres. Apresentadores de TV sanguinários fazem a propaganda do bolsonarismo político e militar-miliciano. É fácil perceber que diagnósticos socioeconômicos não ajudam a explicar a persistência do bolsonarismo popular, como não explicavam parte da política, digamos, normal. Mas cabe a pergunta, que não é acadêmica: por que não explicam?”

**Vinicius Torres Freire**

“Competição com bolsonarismo nas redes sociais é injusta. Não é só o Lula ou o PT que tem dificuldades, todo o campo democrático tem dificuldade de competir com o bolsonarismo, porque este não tem qualquer apreço pela ética, ou até mesmo pelas leis, para conduzir seu conteúdo. Eles estão o tempo todo engajando em conteúdos mentirosos, desinformação, sendo que o outro campo é colocado em uma lente de escrutínio, pela qual eles precisam seguir a regra, a ética, a moral”.

**David Nemer**

## RESUMO

As mídias sociais têm tido um papel relevante durante os últimos tempos no Brasil, no caso da sua relação com a política, objetivando influir no processo democrático, como foi observado no uso do *WhatsApp* para a disseminação massiva de *Fake News* por sistemas automatizados contratados por empresas durante campanha eleitoral de 2018. Tal fato provocou a conformação de uma Comissão Parlamentar Mista de Inquérito para investigá-las entre 2019 e 2020, assim como para investigar o espalhamento do discurso da nova extrema direita com características autoritárias que têm sido uma constante desde o *impeachment* a Dilma Rousseff em 2016 até o governo de Jair Bolsonaro (2019-2023). Pretendeu-se neste estudo estabelecer como foi o comportamento bidirecional entre o Bolsonarismo e as mídias sociais após desses acontecimentos e, particularmente, no contexto eleitoral de 2022; não apenas para continuar aprofundando a compreensão das dinâmicas e dos impactos de sua atuação político-tecnológica, senão também porque é importante estabelecer quais foram as métricas que mais influíram no seu espalhamento e que tem o potencial de contribuir tanto para aumentar sua margem de crescimento quanto para sua consolidação no ambiente virtual da direita brasileira. Para atingir este objetivo foi realizada uma análise descritiva das principais métricas, postagens e antecedentes dos usuários mais relevantes que compõem o ecossistema tecnopolítico bolsonarista, uma análise de conteúdo das principais publicações espalhadas pelo ecossistema e uma análise multivariada da relação e a influência das métricas dos usuários nas mídias sociais onde se espalharam as principais publicações sobre tópicos relacionados ao Bolsonarismo.

**Palavras-chave:** Tecnologia; Mídias sociais; Desinformação; Nova extrema direita; Bolsonarismo.



## RESUMEN

Las redes sociales virtuales han tenido un papel relevante durante el último tiempo en Brasil, en el caso de su relación con la política con el objetivo de influir en el proceso democrático, como se observó en el uso de *WhatsApp* para la difusión masiva de *Fake News* a partir de sistemas automatizados contratados por empresas durante la campaña electoral de 2018 que provocó la conformación de una Comisión Parlamentaria para investigarlas entre 2019 y 2020, así como por la propagación del discurso de la nueva extrema derecha con características autoritarias que ha sido una constante desde el *impeachment* a Dilma Rousseff en 2016 hasta el gobierno de Jair Bolsonaro (2019-2023). Se trató, entonces, de establecer el comportamiento bidireccional entre el Bolsonarismo y las redes sociales virtuales después de estos acontecimientos y, particularmente, en el contexto electoral de 2022; no sólo para seguir profundizando en la comprensión de las dinámicas e impactos de su acción político-tecnológica, sino también porque es importante establecer cuáles fueron las métricas que más influyeron en su difusión y tienen el potencial de contribuir tanto a aumentar su margen de crecimiento como a su consolidación en el entorno virtual de la derecha brasileña. Para ello se ha realizado un análisis descriptivo de las principales métricas, publicaciones y antecedentes de los usuarios más relevantes que conforman el ecosistema tecnopolítico bolsonarista, un análisis de contenido de las principales publicaciones difundidas por el ecosistema y un análisis multivariante de la relación e influencia de las métricas de los usuarios en las redes sociales virtuales donde se difundieron las principales publicaciones sobre temas relacionados al Bolsonarismo.

**Palabras clave:** Tecnología; Redes Sociales Virtuales; Desinformación; Nueva Extrema Derecha; Bolsonarismo.

## ABSTRACT

The social media have had a relevant role during the last time in Brazil, in the case of their relationship with politics with the aim of influencing the democratic process, as was observed in the use of WhatsApp for the massive dissemination of Fake News from automated systems hired by companies during the 2018 election campaign that caused the formation of a Parliamentary Commission to investigate them between 2019 and 2020, as well as by the propagation of the extreme far-right discourse with authoritarian characteristics that has been a constant since the impeachment of Dilma Rousseff in 2016 until the government of Jair Bolsonaro (2019-2023). The aim, then, was to establish the bidirectional behavior between Bolsonarism and social media after these events and, particularly, in the electoral context of 2022; not only to further deepen the understanding of the dynamics and impacts of its political-technological action, but also because it is important to establish which were the metrics that most influenced its diffusion and have the potential to contribute both to increase its margin of growth and its consolidation in the virtual environment of the Brazilian right. For this purpose, a descriptive analysis of the main metrics, publications and background of the most relevant users that make up the bolsonarist technopolitical ecosystem, a content analysis of the main publications disseminated by the ecosystem and a multivariate analysis of the relationship and influence of the metrics of the users in the virtual social networks where the main publications on Bolsonarism-related topics were disseminated.

**Keywords:** Technology; Social media; Disinformation; New Far Right; Bolsonarism.

## **LISTA DE ILUSTRAÇÕES**

FIGURA 1. PROCESSO DE DISSEMINAÇÃO SOB UMA LÓGICA DE CAPTURA TECNOLÓGICA DA DEMOCRACIA.....	120
--	-----

## LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1. TIPO DE USUÁRIO POR REDE SOCIAL .....	81
GRÁFICO 2. NÚMERO DE PUBLICAÇÕES CLASSIFICADO POR USUÁRIO E MÍDIA SOCIAL.....	82
GRÁFICO 3. INTERAÇÕES DAS PUBLICAÇÕES CLASSIFICADO POR USUÁRIO E MÍDIA SOCIAL .....	87
GRÁFICO 4. QUANTIDADE DE REAÇÕES, COMENTÁRIOS E COMPARTILHAMENTOS CLASSIFICADO POR USUÁRIO E MÍDIA SOCIAL.....	90
GRÁFICO 5. OS TÓPICOS RELACIONADOS AO IDEÁRIO BOLSONARISTA NAS PUBLICAÇÕES MAIS ESPALHADAS ANTES DO COMEÇO DA CAMPANHA ELEITORAL .....	102
GRÁFICO 6. OS TÓPICOS RELACIONADOS AO IDEÁRIO BOLSONARISTA NAS PUBLICAÇÕES MAIS ESPALHADAS APÓS O COMEÇO DA CAMPANHA ELEITORAL.....	104
GRÁFICO 7. OS TÓPICOS RELACIONADOS AO IDEÁRIO BOLSONARISTA NAS PUBLICAÇÕES ANTES E APÓS O COMEÇO DA CAMPANHA ELEITORAL .....	107
GRÁFICO 8. VARIÂNCIA CONTABILIZADA PARA A DIMENSÃO 1 DAS MÉTRICAS MAIS INFLUENTES NO INSTAGRAM.....	109
GRÁFICO 9. VARIÂNCIA CONTABILIZADA PARA A DIMENSÃO 1 DAS MÉTRICAS MAIS INFLUENTES NO FACEBOOK.....	110
GRÁFICO 10. VARIÂNCIA CONTABILIZADA PARA A DIMENSÃO 1 DAS MÉTRICAS MAIS INFLUENTESNO TIKTOK .....	111

## LISTA DE TABELAS

TABELA 1. TIPOS DE DESORDEM INFORMACIONAL .....	27
TABELA 2. ECOSISTEMA E TECNOLOGIAS DA DESINFORMAÇÃO.....	29
TABELA 3. OS COMPONENTES IDEOLÓGICOS DA NOVA EXTREMA DIREITA .....	36
TABELA 4. BASE IDEOLÓGICO-DISCURSIVA DO BOLSONARISMO .....	50
TABELA 5. OPERACIONALIZAÇÃO DOS OBJETIVOS.....	60
TABELA 6. USUÁRIOS IDENTIFICADOS NA REVISÃO DOCUMENTAL GERAL .....	63
TABELA 7. MÉTRICAS DO ECOSISTEMA TECNOPOLÍTICO QUE FORAM DESCRITAS .....	65
TABELA 8. MÉTRICAS ESPECÍFICAS UTILIZADAS PARA FILTRAR AS PUBLICAÇÕES MAIS ESPALHADAS PELO ECOSISTEMA TECNOPOLÍTICO DO BOLSONARISMO .....	67
TABELA 9. OS TÓPICOS IDENTIFICADOS NAS PUBLICAÇÕES MAIS ESPALHADAS PELO ECOSISTEMA TECNOPOLÍTICO DO BOLSONARISMO DURANTE 2022 .....	69
TABELA 10. AS MÉTRICAS MAIS RELEVANTES DE CADA REDE SOCIAL SEGUNDO AS CORRELAÇÕES E A VARIÂNCIA CONTABILIZADA.....	76
TABELA 11. CRITÉRIOS DE INTERPRETAÇÃO DAS CORRELAÇÕES E AS QUANTIFICAÇÕES DAS MÉTRICAS.....	79
TABELA 12. ESTATÍSTICAS DESCRITIVAS DAS PUBLICAÇÕES MAIS RELEVANTES.....	96
TABELA 13. ESTATÍSTICAS DESCRITIVAS SEGUNDO OS RCC E O IP .....	97
TABELA 14. AS 21 PUBLICAÇÕES MAIS RELEVANTES EM RELAÇÃO ÀS MÉTRICAS GERAIS E ESPECIFICADAS POR REDE SOCIAL .....	98

## SUMÁRIO

<b>I. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>15</b>
1.1 TECNOLOGIA E POLÍTICA .....	17
1.1.1. As infraestruturas têm política .....	18
1.1.1.1. <i>A dimensão política das mídias sociais</i> .....	21
1.1.2. A nova extrema direita: ideário e metapolítica .....	31
1.1.2.1. <i>O Bolsonarismo como expressão brasileira da nova extrema direita</i> .....	40
1.2 ESTUDOS SOBRE AS IMPLICAÇÕES POLÍTICAS DAS MÍDIAS SOCIAIS .....	53
1.2.1. Extremos políticos e mídias sociais .....	55
1.2.1.1. O Bolsonarismo nas mídias sociais.....	57
1.3 ABORDAGEM METODOLÓGICA.....	60
1.3.1. Fases da pesquisa .....	60
<b>II. APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS .....</b>	<b>80</b>
2.1 O ECOSISTEMA TECNOLÓGICO DO BOLSONARISMO NO BRASIL .....	80
2.2 O CONTEÚDO DAS PRINCIPAIS PUBLICAÇÕES ESPALHADAS PELO ECOSISTEMA TECNOLÓGICO.....	96
2.3 A RELAÇÃO E A INFLUÊNCIA DAS MÉTRICAS NAS PRINCIPAIS MÍDIAS SOCIAIS QUE ESPALHARAM O CONTEÚDO BOLSONARISTA.....	107
<b>III. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS .....</b>	<b>112</b>
3.1 A UTILIDADE DAS MÍDIAS SOCIAIS PARA O ECOSISTEMA BOLSONARISTA .....	112
3.2 A FUNÇÃO DO CONTEÚDO NAS MÍDIAS SOCIAIS DO ECOSISTEMA .....	115
3.3 AS MÉTRICAS MAIS RELEVANTES DAS PRINCIPAIS MÍDIAS SOCIAIS NA DISSEMINAÇÃO DO BOLSONARISMO .....	121
<b>IV. REFLEXÕES FINAIS.....</b>	<b>124</b>
4.1 LIMITAÇÕES DA PESQUISA .....	124
4.2 O BOLSONARISMO: ¿ECOSISTEMA E INFRAESTRUTURA? .....	125
<b>V. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>128</b>

## I. INTRODUÇÃO

Diante a irrupção da sociedade em rede e do estabelecimento do World Wide Web como uma extensão do mundo material<sup>1</sup>, se tornou importante analisar, a partir de diferentes disciplinas científicas e métodos de investigação, os múltiplos impactos destas tecnologias digitais nos indivíduos e na sociedade em virtude da transformação das relações humanas e seus entornos com base no alto grau de interconectividade. Devido à enorme quantidade de informações e comunicações cruzadas, contraditórias, personalizadas e recíprocas que se apresentam de maneira instantânea na rede, é fundamental identificar como elas foram geradas, os interesses que estão detrás dela, assim como quais foram suas motivações e seus objetivos; mas também compreender como os usuários recebem e interpretam tanto esses fluxos de informação e comunicação quanto quais foram ou são seus efeitos sobre tais usuários.

Nessa linha de investigação científica, torna-se importante compreender de uma maneira cada vez mais ampla sua configuração, seu funcionamento e seus impactos, considerando sobre tudo a crise generalizada da democracia (DO NASCIMENTO CUNHA, 2020; MALAMUD; CASTELLANO, 2021; SADH K. et al., 2022) e o crescente ambiente de regressão autoritária na América Latina (RUSSO; MORLINO, 2020; VELÁSQUEZ PÉREZ, 2020), onde as mídias sociais tem desenvolvido um papel importante no surgimento e na expansão desses fenômenos, particularmente na ascensão da nova extrema direita nos Estados Unidos e Brasil, para dar dois exemplos regionais (SANCHES DE FRIAS, 2021).

Para contribuir nesta discussão científica foi realizada uma análise bidirecional sobre as razões pelas quais o Bolsonarismo, como ecossistema, utilizou as mídias sociais e como as mídias sociais, como infraestrutura, difundiram seus conteúdos e usuários durante o ano eleitoral no Brasil. A abordagem desse objetivo geral nessa dissertação se dividiu em três partes. No primeiro capítulo, foi realizada uma discussão teórico-conceitual sobre as principais categorias de análise e foram descritos os procedimentos metodológicos que serviram para operacionalizar os objetivos.

No segundo capítulo, os resultados obtidos foram apresentados, descrevendo a composição do ecossistema tecnopolítico do Bolsonarismo nas mídias sociais; interpretando as principais publicações espalhadas pelo ecossistema e estabelecendo a relação e a influência das

---

<sup>1</sup> Embora estejam surgindo propostas de grandes corporações para dividir ou isolar o mundo virtual do mundo físico, como propõe o Metaverso (tecnologias tridimensionais e de realidade virtual) de Mark Zuckerberg,

métricas dos usuários nas redes onde se espalharam essas publicações sobre tópicos relacionados ao ideário bolsonarista. No terceiro capítulo foram discutidos os resultados obtidos por cada um dos objetivos específicos, assinalando a utilidade das mídias sociais, a função do conteúdo e as métricas que explicam o comportamento dessa relação bidirecional entre as mídias sociais e o Bolsonarismo no Brasil durante 2022. Finalmente, no quarto capítulo foram sinaladas as principais limitações da pesquisa e se reflete sobre a constituição do Bolsonarismo como uma infraestrutura sociotécnica.



## 1.1 Tecnologia e política

O enfoque de que a tecnologia é socialmente construída ou moldada emerge após o surgimento, nos anos 1960 e 1970, do movimento de contracultura e do movimento ambiental como forças mobilizadoras e impulsionadoras da mobilização social na rejeição dos efeitos negativos da ciência e da tecnologia na sociedade americana do pós-guerra (VELHO, 2011), como os ocasionados pela tecnologia nuclear, pelos pesticidas no campo, pela incursão da indústria militar no Vietnã e pela extração de petróleo.

Nesse contexto, a Construção Social da Tecnologia (CST) procura entender as ligações entre processos sociais e técnicos, identificar os grupos sociais que se relacionam com a tecnologia e analisar as influências sociais na escolha de rotas que têm distintos resultados tecnológicos e diferentes implicações em grupos sociais particulares e na sociedade em geral (PINCH; BIJKER, 1993). Desenvolve dessa maneira uma visão da tecnologia como processos e artefatos que são influenciados por engenheiros, forças de mercado, demanda dos consumidores, assim como por indivíduos ou grupos sociais (LATOUR, 2000; LAW; CALLON, 1988).

Esta abordagem também critica o determinismo tecnológico e o determinismo social (PINCH; BIJKER, 1993). A primeira porque afirma que o impacto final que a tecnologia terá num determinado contexto social depende dela, e que ela constitui inclusive a principal razão para a mudança social, ignorando como aponta Pamplona da Costa (2021), que ela é um produto social projetado pelas condições de sua criação e uso; e a segunda porque a geração e implementação de novas tecnologias não derivam exclusivamente de um conjunto de decisões socialmente condicionadas, mas sim de uma combinação de um conjunto de considerações técnicas e uma série de fatores sociais.

Na análise mais recente sobre a divisão sobre quem desenvolve (atores), o que eles desenvolvem (artefatos, infraestruturas e sistemas tecnológicos) e a direção que aquilo que é desenvolvido toma (programa de inovação), a CST se concentra em compreender os problemas de negociabilidade e irreversibilidade, em esclarecer quais são e como funcionam os interesses setoriais que moldam a tecnologia, assim como as razões pelas quais certas infraestruturas tecnológicas podem perdurar no tempo ou predominar sobre outras, seja em sentido positivo ou negativo.

### 1.1.1. As infraestruturas têm política

As infraestruturas, então, são fundamentalmente relacionais e se constituem como tal em relação às práticas organizadas cuja utilidade e funcionalidade varia de acordo com quem as utiliza (STAR; RUHLEDER, 1996). Vinculando, seguindo a Edwards (2003), uma série de elementos sociotécnicos: hardware, organizações, conhecimentos prévios comunicados socialmente, uma aceitação geral, assim como uma acessibilidade quase ubíqua; que por um lado “constituem um entorno artificial, canalizando e/ou reproduzindo propriedades do ambiente natural [...] mais úteis e confortáveis, proporcionando outras que o ambiente natural não pode” (p. 4), inclusive eliminando características que possam parecer perigosas, incomodas ou inconvenientes.

Enquanto pelo outro lado, embora mantendo a mesma lógica, “as infraestruturas co-constroem a sociedade e a tecnologia, ao mesmo tempo em que as mantêm ontologicamente separadas<sup>2</sup>” cujo conhecimento é apreendido como parte da pertença a determinadas comunidades e culturas onde se vinculam “sem fissuras o hardware e a organização social interna com estruturas sociais mais amplas<sup>3</sup>” (EDWARDS, 2003, p. 4). Criando, a partir dessa co-construção, duas dimensões cognitivas em torno do senso comum sobre as infraestruturas: uma na qual o usuário está familiarizado com seu funcionamento, inclusive com a capacidade de lidar com elas; e outra na qual é formada uma *black box*, onde o usuário não reconhece ou desconhece a composição e os alcances delas.

Essa natureza sociotécnica, como aponta Hughes (1993), está delimitada pelos limites de controle exercidos por operadores artificiais e humanos cujas propriedades, segundo Star e Ruhleder (1996) e Bowker e Star (2000), implicam a inserção em outras estruturas e arranjos sociais e tecnológicos; o suporte das práticas para as quais foram feitas sem perceber que seu funcionamento interno se torna visível quando elas colapsam; o alcance espacial e/ou temporal além de um único evento ou prática em um único lugar; a possibilidade de conhecê-las em profundidade através da participação em grupos que os desenvolvem, concebem e atualizam; a incorporação de padrões e classificações de outras infraestruturas; a construção e compatibilização em relação a instalações mais antigas e formatos existentes, assim como a modificação incremental através de mecanismos de negociação e adaptação local.

---

<sup>2</sup> Tradução do autor.

<sup>3</sup> Tradução do autor.

Construir infraestruturas, portanto, é construir simultaneamente um tipo particular de meio ambiente e outro tipo particular de sociedade e tecnologia (EDWARDS, 2003); e na fase de seu desenvolvimento, seguindo Hughes (1993), “são incorporadas as características econômicas, políticas e sociais necessárias para permanecer no mundo do uso<sup>4</sup>” (p. 62). Os grupos sociais adotam assim, de acordo com Bijker, Hughes e Pinch (1987), um papel fundamental no fornecimento de sentido e soluções dos dilemas que se formam na trajetória e uso dos artefatos e infraestruturas tecnológicas, dotando-os de uma ótica de uso e possibilidades que podem ser diferentes dos objetivos institucionais que lhes foram atribuídos (apud RODRÍGUEZ MONTIEL, 2009).

Nesse sentido, contrário às noções de idealismo (Bacon e Descartes), imparcialidade (positivismo lógico e falsacionismo) e neutralidade (Merton) que foram recorrentes na composição das diferentes visões sobre a ciência e a tecnologia entre os séculos XVIII e o XX (EASLEA; LOVELACE, 1977; SISMONDO, 2010), o que diferencia às infraestruturas não são suas propriedades intrínsecas, senão sua relação com o entorno social, onde a “escolha entre alternativas não depende, em última instância, da eficiência técnica ou econômica, mas sim do ajuste entre os artefatos e os interesses e crenças dos vários grupos sociais que influenciam o processo de desenho” (FEENBERG, 1999, p. 79).

Essa escolha, acrescenta Feenberg (1999), é política porque as diferentes soluções técnicas a um problema podem ter efeitos diferentes na distribuição de riqueza e poder e, portanto, as implicações (políticas) dela serão de alguma maneira incorporadas à tecnologia. Um exemplo clássico disso foi o projeto de Robert Moses para uma das primeiras autopistas de New York em meados do século XX, que incluíam viadutos que eram muito baixos para ônibus urbanos, o que dissuadia os pobres de Manhattan que dependiam de ônibus, de visitar as praias de Long Island (WINNER, 2020).

Embora esse exemplo tenha gerado uma série de controvérsias sobre a probabilidade de que Winner estivesse errado e que os ônibus circularam naquela época (WOOLGAR; COOPER, 1999), é importante considerá-lo porque como Woolgar e Cooper (1999) indicam, as propriedades dos artefatos, as infraestruturas e os sistemas tecnológicos são o resultado e não a causa de sua recepção, seu status responde mais a seu uso do que a suas qualidades internas e, nesse sentido segundo eles, os viadutos de Moses fazem parte de uma manifestação

---

<sup>4</sup> Tradução do autor.

significativa dos discursos opostos aos quais nossa experiência de tecnologia está sujeita e dentro dos quais lhe damos sentido.

Isto se relaciona com a interpretação paradoxal das infraestruturas, as quais podem ser ao mesmo tempo generativas e degenerativas, readaptáveis e mitigadoras e criadoras de riscos. O que implica, seguindo Howe et al. (2016), que elas não são inertes e que estão imbuídas de significados sociais, refletindo prioridades e atenções mais amplas. Winner (2020) de fato, argumenta, que ao examinar os padrões sociais que caracterizam os ambientes de sistemas técnicos pode-se descobrir que certos dispositivos quase sempre se ligam a formas específicas de autoridade e poder.

Feenberg (1999) reforça essa ideia afirmando que a tecnologia é ambivalente e que não existe uma única relação entre o avanço tecnológico e a distribuição do poder social, a qual pode ser resumida nos princípios de conservação da hierarquia e da racionalização democrática. O primeiro é que a hierarquia geralmente é preservada e reproduzida na medida em que se introduzem novas tecnologias (continuidade do poder apesar das mudanças técnicas), o segundo é que a nova tecnologia também pode ser usada para minar a hierarquia social existente ou para forçá-la a satisfazer necessidades que tem ignorado (reformas estruturais e tentativa de democratização do controle social).

Winner (2020) aponta ainda dois tipos de interpretações que indicam como os artefatos podem ter qualidades políticas. No primeiro, “aspectos específicos do projeto ou do arranjo de um dispositivo ou sistema podem prover um meio conveniente de estabelecer padrões de poder e autoridade em um dado contexto” cujas dimensões materiais são flexíveis e por isso “suas consequências para a sociedade precisam ser entendidas com referência aos atores sociais capazes de influenciar a escolha do projeto e dos arranjos” (p. 38); como aconteceu com a construção e operação de muitos sistemas de produção, transporte e comunicação, que exigiu o desenvolvimento de organizações grandes, descentralizadas e hierárquicas administradas por gerentes altamente especializados (CHANDLER, 1977).

No segundo, “as propriedades intratáveis de certos tipos de tecnologia são fortemente, talvez inevitavelmente, ligadas a particulares padrões institucionais de poder e autoridade” cuja “escolha inicial sobre adotar ou não adotar alguma coisa é decisiva tendo em vista suas consequências” porque “não há projetos físicos ou arranjos alternativos que possam fazer uma diferença significativa” independentemente do tipo de sistema; como acontece com os riscos

da energia nuclear, sua possível contribuição à contaminação ambiental, sua relação à proliferação de armas nucleares e a adoção de medidas extraordinárias de segurança nacional que poderiam sacrificar liberdades individuais (WINNER, 2020, p. 38).

As especificações de desenho podem ter, então, uma gama de vieses raciais, de classe, de gênero; como acontece com os algoritmos das mídias sociais que contêm viés políticos relacionados à visão de mundo daqueles que os criam e operam (BOZDAG, 2013; O'NEIL, 2016). Isto porque, como infraestrutura, neste caso cibernética ou eletrônica, adapta, reformula e inclusive internaliza elementos do seu entorno no processo de crescimento e consolidação (EDWARDS et al., 2009).

#### *1.1.1.1.A dimensão política das mídias sociais*

As teorias formuladas sobre o que acontece na virtualidade não podem ser compreendidas sem que sejam consideradas as mudanças produzidas a partir dos anos setenta com a revolução da tecnologia da informação e o surgimento da *sociedade em rede* por meio do informacionalismo<sup>5</sup>, da constituição da internet e da emergência da cultura da virtualidade, especialmente a partir das inovações da indústria militar após da segunda guerra mundial. Nesse sentido, é importante definir qual tem sido o espaço onde a sociedade em rede foi moldada. Isso acontece no contexto do espaço dos fluxos, o qual segundo Edwards (2003), expressa “a estreita interação entre as infraestruturas sociotécnicas e as grandes pautas da mudança cultural, econômica, psicológica e histórica do século XX” (p. 3), e que pode ser entendido como:

“a organização material das práticas sociais em tempo compartilhado que funciona através [...] das sequências de intercâmbio e interação determinadas, repetitivas e programáveis entre as posições fisicamente sem conexão que mantêm os atores sociais nas estruturas econômicas, políticas e simbólicas da sociedade [...]; onde por estruturas dominantes entendo os dispositivos das organizações e instituições cuja lógica interna têm uma função estratégica na formação das práticas sociais e da consciência social da sociedade em geral” (CASTELLS, 2008, p. 488).

Esse espaço dos fluxos tem duas dimensões extrapoláveis ao mundo da World Wide Web. Como propõe Castells (2008), a primeira dimensão consiste em um circuito de pulsos eletrônicos, a partir da microeletrônica até tecnologias da informação, em que a infraestrutura tecnológica que dá forma define o novo espaço de maneira semelhante ao que as infraestruturas

---

<sup>5</sup> Foi proposto na década de 1980 e Castells (2006) refere-se a ele como um paradigma tecnológico ligado ao industrialismo, que se baseia no aumento da capacidade de processamento de informações e comunicações através da microelectrónica, do *software* e da engenharia genética.

materiais definiram regiões econômicas e mercados industriais nacionais, porém onde, a partir da sua lógica estrutural, nenhum lugar existe por si mesmo, já que as posições são definidas pelo intercâmbio de fluxos na rede.

Em relação à segunda dimensão, o mesmo autor argumenta que consiste em seus nodos e eixos, os quais formam uma rede eletrônica que conecta locais específicos com uma variedade de características bem definidas, onde os nodos têm funções estratégicas para conectar à localidade com a rede como um todo e onde os eixos são responsáveis por coordenar para que exista uma interação uniforme de todos os elementos integrados nela. As duas dimensões são expressões de um processo de transformação urbana de substituição da relação cultura-lugar-história da localidade pela uniformidade de entornos e estilos de vida da cultura global e seus padrões de consumo, assim como do isolamento das elites gerenciais dominantes em relação ao resto dos setores sociais. É precisamente a ideia de embaçamento do lugar e a conformação de uma sociedade sem barreiras e sem fortes vínculos vitais, o que permite associar os espaços de fluxos com a rede virtual.

Uma rede virtual cujo próprio processo evolutivo é uma extensão do mundo físico, baseada em uma relação contraditória entre lugares e fluxos que criou uma série de espaços digitais que agilizam e até mesmo transformam em algo imediato uma grande variedade de tipos de relacionamento, informação, serviços e conteúdo, inclusive mais rápido e instantâneo do que o poder de difusão da televisão, da rádio e dos meios de comunicação da última década do século XX. Dessa maneira, “qualquer tempo de espera torna-se em um potencial tempo de comunicação, e a noção geral de tempo é suavizada para acomodar qualquer tipo de atividade, às vezes simultaneamente” (CASTELLS et al., 2007, p. 272).

É assim como a World Wide Web evoluiu, fazendo uma transição dos sistemas de informação para infraestruturas cibernéticas ou eletrônicas através de, como estabelecem Edwards et al. (2009), duas grandes mudanças: a transferência da gestão das informações de computadores individuais e redes locais para paradigmas de redes ou nuvens mais distribuídas que dependem de conexões ubíquas para e através da internet global e a convergência digital com a rápida integração da maioria de mídias e a fusão do processamento de dados e edição de texto como áudio, vídeo e imagens.

Tornando-se, seguindo aos mesmos autores, “em uma condição *sine qua non* do comércio, o governo e vida social em grande parte do mundo” e “sistemas e serviços robustos, confiáveis e amplamente acessíveis que começam a ser vistos na forma e centralidade como os equivalentes digitais das infraestruturas de telefonia canônica, eletricidade e rede ferroviária” (p. 365-366); os quais incluem artefatos, hábitos, normas e roles humanos; encontrando resistências e mudando relações de poder.

Nos muitos espaços onde acontece essa digitalização das experiências físicas no tempo atemporal estão as mídias sociais, as quais se classificam em generalistas (*Facebook, Whatsapp, Instagram, Twitter*), profissionais (*Linkedin, Academia.edu, Viadeo*) e especializadas (*Tinder, Twitch, Athlinks*). Como aponta Amaral (2016), interpretando as ideias de Tang e Liu, as mídias podem ser entendidas como um “grupo de serviços de mídia *online* que partilham características como participação, conteúdo aberto, conversação, comunidades e conectividade” (p. 151).

Nessa operacionalização dos serviços *online*, como propõem Tang e Liu (2010), além da questão dos dados, as mídias envolvem tipos heterogêneos de entidades e interações multidimensionais<sup>6</sup> ou multimodais<sup>7</sup>, criando assim na linha conceitual de Castells e Wellman, grupos esparsos mais largos e laços menos fortes que se espalham e alteram por meio de variados tipos de conexões internas e externas entre pessoas e objetos digitais que podem estar interligadas ou não (RECUERO, 2006). Em outras palavras, são constituídas comunidades mais dispersas, nas quais a coesão e a localização geográfica específica da sociabilidade mudam para um sistema de relações centrado no indivíduo e não no grupo (RECUERO, 2006), caracterizado por uma inclinação à personalização dos coletivos de relação social, apesar dos perfis conterem grandes somas de amigos em comum (COELHO DOS SANTOS; CYPRIANO, 2014).

A intermediação, distribuição e potencialização desse individualismo em rede que acontece nas interações e (inter)conexões entre pessoas e objetos digitais, especialmente em relação aos conteúdos, está dada pelos algoritmos. Bozdog (2013) argumenta que eles são intermediários de informação e que, muitas vezes, são tratados erroneamente como objetivos e

---

<sup>6</sup> Múltiplos tipos de interações entre o mesmo conjunto de usuários.

<sup>7</sup> Envolve atores heterogêneas onde cada nodo representa um tipo de entidade.

confiáveis em virtude do fato de automatizarem suas operações básicas, “fazendo parecer que as máquinas, não os seres humanos, tomam as decisões cruciais, criando a impressão de que os algoritmos evitam os vieses de seleção e descrição inerentes a qualquer mídia editada por humanos<sup>8</sup>” (p. 210).

Enquanto Miniuchi e Barreto (2019) conceitualizam os algoritmos como “programações informáticas que determinam quais informações serão oferecidas no ambiente on-line nas situações em que o usuário acessa suas redes sociais [...], realiza pesquisas nos mecanismos de busca [...], pesquisa preços em agregadores ou lojas virtuais, entre outras [...]” por meio de uma “sequência de comandos formulada por analistas de sistemas computacionais e que são alimentados pelos dados dos próprios usuários<sup>9</sup>” (p. 58).

A partir desses processos de intermediação, distribuição e potencialização das interações e os oferecimentos na rede, os algoritmos têm a capacidade de explorar seres humanos por meio da extração, análise e circulação de dados, o que os torna um alvo de agenciamento para uma diversidade de fins políticos, econômicos e culturais<sup>10</sup> (TAIT; DOS REIS PERON; SUÁREZ, 2022), pois criam as condições para a formação de uma monocultura devido a que, como argumentam Amaral e Santos (2019), eles “personalizam a informação de acordo com as interações passadas dos utilizadores e da leitura semântica distribuídos por estes” (p. 75).

Mas também contém objetivos, ideologias e inclusive podem ser manipuláveis por terceiros atores (O’NEIL, 2016). Isso significa que ao ter viés políticos e incapaz de identificar o sarcasmo e a ironia<sup>11</sup> (BOZDAG, 2013; O’NEIL, 2016), estão longe da noção de neutralidade que define os algoritmos como intermediários e distribuidores imparciais da informação. Os espaços de fluxos nas redes sociais, então, se veem penetrados por um coquetel de abundantes informações acessíveis e contraditórias<sup>12</sup> que concorrem pela atenção das pessoas (em tempo e emoções) e que são introduzidas pelos mesmos usuários em relação a suas visões de mundo e pelas máquinas que foram moldadas com o fim de máximo rendimento dos objetivos e interesses de seus criadores, indistintamente da sua natureza e de seus efeitos práticos.

---

<sup>8</sup> Tradução do autor.

<sup>9</sup> Traduções do autor.

<sup>10</sup> Coloniais, segurança, controle territorial, entre outros.

<sup>11</sup> Pelo qual podem limitar a liberdade de expressão quando eles são fortemente regulados.

<sup>12</sup> Informações que podem ser aleatórias, dirigidas, manipuladas e/ou de qualidade.



Em outras palavras, se cria uma infraestrutura de vigilância e um ecossistema que gravita na informação-desinformação. A primeira é baseada na capacidade de armazenar, capitalizar e comercializar os dados das pessoas e da possibilidade de saber o que o indivíduo fará, embora ele não saiba o porquê<sup>13</sup> (HAN, 2020); aproveitando as assimetrias de conhecimento e poder que se acumulam a partir dele, em que a privacidade é delegada em troca de informação, conexão e demais bens digitais, registrando-se cada clique, cada palavra, cada mensagem (ZUBOFF, 2020).

Embora isto ressalte o valor psicológico da transparência e da conectividade sem fronteiras, que em um cenário extremo poderia conduzir à eliminação do espaço de intimidade e introspeção do indivíduo, consiste fundamentalmente na modulação da visualização e distribuição de conteúdo para favorecer certos encontros, mensagens, discursos, imagens ou sons em detrimento de outros, como forma de interferir nas ações ou nas escolhas dos usuários (SALVIANO; VICENTIN, 2022), dentro de um ciclo de governamentalidade algorítmica que ocorre em três tempos: coleta (extração), tratamento e produção (análise) e ação sobre os comportamentos (circulação).

Segundo Rouvroy e Berns (2015), o primeiro é “a coleta e conservação automatizada de quantidade massiva de dados não classificados” (p. 39), o segundo é “o tratamento automatizado destas quantidades massivas de dados de modo a fazer emergir correlações sutis entre eles”, e o terceiro é elaboração algorítmica de perfis, que inclui a informação ao nível individual que é perceptível, o saber produzido sob previsões estatísticas e probabilísticas sobre as preferências dos usuários, assim como a utilização desses saberes produzidos para fins de antecipação dos comportamentos individuais associados a perfis definidos a partir de correlações descobertas previamente.

Através dessa modulação de conteúdos que se organiza, segundo Amadeu da Silveira (2019), oferecendo opções de visualização de conteúdos, orientando possibilidades de ação e controlando as subjetividades, pode-se gerenciar os afetos e conduzir as condutas das pessoas, mesmo contrárias à cultura democrática, podendo também induzi-las à desordem informacional cuja rápida difusão leva à geração de grandes lucros e à concepção da liberdade como um

---

<sup>13</sup> Han e Zuboff concordam que até agora a big data só tem capacidade descritiva (o que acontece), mas não inferencial (porque)

serviço cujas condições, como a autonomia e a privacidade, podem ser procuradas e adquiridas no mercado (MOROZOV, 2018).

A infraestrutura de vigilância que utiliza técnicas coerção e consentimento consiste, então, segundo Zuboff (2020), na modificação comportamental e na acumulação de novas fontes de excedente comportamental para ter maior poder preditivo com o objetivo de “atingir predições que se equiparem a resultados garantidos sobre os comportamentos da vida real. A extração começa na rede, mas o imperativo preditivo acrescenta seu impulso e, com isso, ele orienta a extração para novas fontes a serem exploradas no mundo real” (p. 220); inclusive sem que as pessoas envolvidas tomem conhecimento e afetando especialmente aos setores mais vulneráveis da população (AMADEU DA SILVEIRA, 2019).

O segundo, ainda de acordo com Rouvroy e Berns (2015), o ecossistema, coloca sob prova a capacidade de discernimento das pessoas em espaços virtuais, os quais além de ser dominados pelos atores que têm mais recursos tecnológicos, financeiros e políticos; apresentam conteúdos, seja seguindo seus perfis (*filter bubbles* ou bolhas sociais) que foram introduzidas pelo Google a partir de 2009 através das buscas personalizadas ou quando se adequam aos parâmetros de difusão massiva dos algoritmos estabelecidos por seus próprios criadores. São as estruturas dominantes identificadas por Castells evoluídas e que estão atuando sob novas lógicas de comunicação e mecanismos de influência no espaço digital.

Seguindo a Wardle (2017), o ecossistema atual de informação está composto tanto pelos diferentes tipos de conteúdo que estão sendo criados e compartilhados, quanto pelas motivações daqueles que criam este conteúdo e as formas como esse conteúdo é divulgado. Na cadeia de criação, produção, distribuição e reprodução dos conteúdos podem acontecer distorções da informação (verificável) que geram uma variedade de implicações na sociedade, como nas atitudes políticas, na opinião pública ou no comportamento político das pessoas.

Segundo Angulo Marcial, a informação pode ser entendida como “o significado que os dados adquirem como resultado de um processo consciente e intencional de adequação dos dados ao entorno, às finalidades e ao contexto de aplicação, assim como à estrutura de conhecimento do sujeito” (GOÑI CAMEJO, 2000, p. 204). Enquanto suas distorções, conforme Wardle e Derakhshan (2017), podem ser classificadas em: informação errada (*mis-information*), desinformação maliciosa (*mal-information*) e desinformação (*disinformation*). A

primeira é quando se compartilham informações falsas sem intenção de danificar, a segunda quando informações genuínas são compartilhadas a fim de causar danos<sup>14</sup> e a terceira quando informações falsas são compartilhadas, com conhecimento de causa, a fim de causar danos.

Tabela 1. Tipos de desordem informacional<sup>15</sup>

Tipos	Definição	Caraterísticas
<b>Informação errada</b>	Informações falsas, mas não são criadas com a intenção de causar prejuízo.	Conexão falsa, conteúdo enganoso.
<b>Desinformação maliciosa</b>	Informações baseadas na realidade que são utilizadas para impor prejuízos a uma pessoa, organização ou país.	Vazamentos, assédio, discurso de ódio.
<b>Desinformação</b>	Informações falsas e criadas deliberadamente para prejudicar uma pessoa, grupo social, organização ou país.	Falso contexto, conteúdo impostor, conteúdo manipulado, conteúdo fabricado.

Fonte: elaboração própria com dados obtidos de (WARDLE; DERAKHSHAN, 2017)

Embora muitas das informações erradas não sejam criadas intencionalmente, elas podem ser massivamente disseminadas pelos próprios mecanismos de difusão dos algoritmos nos sistemas de busca e de compartilhamento das publicações, a ponto de mudar total ou parcialmente as interpretações das pessoas. O mesmo acontece com a desinformação maliciosa, mesmo que não seja inicialmente apresentada com o objetivo de mal informar ou de impor prejuízos, os preconceitos sociais dos usuários e suas redes de proximidade, inclusive daqueles que se opõem, podem torná-las virais por meio novamente da lógica de difusão das mídias. Isto em virtude de que privilegiar os conteúdos mais atrativos e facilmente reproduzíveis é a base do modelo de negócio das plataformas.

Ao contrário do estreito conceito de *Fake News* que se limita à proliferação e troca de informação falsa e da noção de pôs-verdade<sup>16</sup> que se refere à formulação de opiniões baseadas

<sup>14</sup> Segundo os autores isso acontece muitas vezes transferindo para a esfera pública informações que deveriam permanecer privadas.

<sup>15</sup> Tradução do autor.

<sup>16</sup> É um conceito que surge no final de século XX e utilizado para ilustrar o impacto das redes sociais virtuais na opinião pública, significa afirmar que, no passado recente, a verdade tinha um papel importante nas dinâmicas sociais. Como se nunca tivesse havido campanhas na mídia baseadas em fatos enganosos ou em mentiras deliberadas para manipular a opinião pública para fins políticos, por exemplo, as campanhas anticomunistas para derrubar governos democraticamente eleitos na América Latina no último século.

predominantemente em crenças pessoais sem vínculos com o real e o factual (RAZQUIN ZAZPE, 2018; SAFATLE, 2017), o conceito de desinformação como ecossistema é mais amplo e complexo, e refere-se à elaboração, alteração ou manipulação da informação em qualquer momento da cadeia (criação até reprodução) como o objetivo de enganar, danar e/ou lucrar com ela; assim como ao compartilhamento inadvertido ou intencional de conteúdos fraudulentos (*Fake News*), enganosos (*misleading content*), de ódio (*mal-information*), deliberadamente falsos (*false speech*) e/ou distorcidos (*mis-information*) (RODRÍGUEZ, 2019; WARDLE, 2017).

Esse ecossistema está composto por agentes, mensagens, intérpretes e, finalmente, pelas tecnologias que tornam possível a reprodução massiva da desordem informacional. Os agentes são os atores que estão envolvidos em todas as fases da cadeia e que têm uma ou várias motivações; as mensagens são os produtos que podem ser comunicados pelos atores pessoalmente, em texto ou material áudio/visual; os intérpretes são as audiências que recebem e/ou compartilham os conteúdos a partir de seu próprio status sociocultural, posições políticas e experiências pessoais; enquanto as tecnologias da desinformação são aqueles mecanismos que a dirigem, intensificam ou amplificam.

Seguindo a Chen, Chen e Xia (2022), essas tecnologias permitem a ampliação do domínio físico da rede para o domínio cognitivo da informação, desenvolvendo uma guerra técnica e psicológica para penetrar na rede, orientar a opinião pública e intervir nas audiências desempenhando um papel importante na organização e planificação de acontecimentos significativos, onde *bots* “criam conteúdos e mensagens, que são injetados em plataformas sociais online e lidos e disseminados por outros” através de “notícias enganosas, a invasão e divulgação de comunicações privadas, a fabricação de incidentes, declarações ou resultados, e a propagação do medo para influenciar a política, os militares e a economia do país alvo” (p. 4-5).

Tabela 2. Ecossistema e tecnologias da desinformação

<b>Tipo</b>	<b>Características</b>
<b>Atores</b>	Usuários, intermediários da internet (motores de busca, mídias sociais, aplicações etc.), órgãos públicos, serviços militares ou de inteligência, partidos políticos, empresários, organizações de notícias, agências de publicidade, de relações públicas, lobby político.
<b>Motivações</b>	Financeiras (lucrar com a desordem informacional), políticas (desacreditar políticos, influir na opinião pública), sociais (conectar com um determinado grupo) e psicológicas (buscar prestígio ou apoio).
<b>Mensagens</b>	Podem ser imprecisas ou perfeitamente fabricadas; legais ou ilegais; podem usar nomes e logotipos reais, fictícios ou roubados; são desenhadas e projetadas para permanecer um momento (notícias de última hora), a curto prazo (durante uma eleição) ou a longo prazo (guerras ou perpétuas) e tem como objetivo influenciar um indivíduo, uma organização, um grupo social ou uma sociedade inteira.
<b>Interpretações</b>	Podem ser hegemônicas (aceitando a mensagem como foi codificada), negociadas (aceitando aspectos da mensagem) ou de oposição (declinando a forma como a mensagem foi codificada).
<b>Tecnologias da desinformação</b>	Bots: são operadas por pessoas para a automatização, compartilhamento e difusão de mensagens falsos alterados ou descontextualizados; a polarização da opinião pública e geração de tendências nas mídias sociais; a geração de ataques dirigidos a pessoas, instituições, governos e grupos vulneráveis; a imitação e emulação de identidades de pessoas com o objetivo de não ser reconhecidos como contas controladas por algoritmos ou para a infiltração em servidores e equipamentos com o objetivo de extrair informação privada e filtrá-la para atacar a outros.
	Deepfake: aplicações de inteligência artificial que fusionam, combinam, substituem e sobrepõe imagens e vídeos para criar vídeos falsos que parecem autênticos e podem ser usados para danar a credibilidade das pessoas, manipular a opinião pública e alterar os processos políticos e democráticos.
	Filter bubbles: experiências personalizadas e seletivas, conteúdos que validam unicamente nossas próprias ideias, viés de confirmação e isolamento seguindo os padrões de comportamento na web.
	Astroturfing: esconde o verdadeiro remetente de uma mensagem de propaganda para passá-la como uma expressão popular e espontânea.
	Troll factory: órgãos públicos, empresas ou organizações privadas que pagam a seus empregados para escrever comentários a favor ou contra alguém ou algo que se faz passar por usuários comuns da internet.

Fonte: elaboração própria com dados obtidos de (HERNÁNDEZ, 2018; RAZQUIN ZAZPE, 2018; ROSAS, 2020; WARDLE; DERAKHSHAN, 2017).

As tecnologias de desinformação, então, se constituem contra a opinião pública com o objetivo de controlar o processo de produção, interpretação e disseminação; e, nesse sentido, a relação usuários-algoritmos é chave no ecossistema de (des)informação. Por um lado, as convicções, as motivações e os interesses do mundo físico se estendem ao mundo virtual por meio das tecnologias e, por outro, os algoritmos por meio das mídias sociais e dos seus próprios comandos intervêm como nodos ou *brokers* no processamento, intercâmbio e fluxo da comunicação e informação no individualismo em rede. Porém, como essa intermediação não é neutral por sua própria lógica de difusão na facilitação, sistematização, otimização e direcionamento e aumento dos fluxos, influem nas atitudes, nas opiniões e no comportamento das pessoas. No caso das tecnologias da desinformação, alterando de maneira ilícita ou ilegítima, o processo político e democrático.

As mídias sociais incitam, persuadem ou manipulam o comportamento dos usuários através das publicações, comentários e do conteúdo digital em geral, principalmente, daquelas que apelam para suas emoções. Nessa linha lógica, há duas grandes linhas de influência, a primeira é que a linguagem on-line proposta pelas mídias sociais propiciam comportamentos de trincheiras nos usuários (KAUL DE MARLANGEON; CORDISCO, 2014); enquanto a segunda aponta que a frequente participação dos indivíduos, tanto no mundo físico quanto no virtual, constrói relações de confiança que incrementam a capacidade das mídias para estimular o compromisso nos protestos sociais, assim como em outros comportamentos políticos (SCHERMAN; ARRIAGADA; VALENZUELA, 2013).

Uma mostra disto na América do Sul foi o papel das mídias sociais para incentivar a ação coletiva nos protestos estudantis em 2011 no Chile (CABALÍN-QUIJADA, 2014); na organização da mobilização social massiva #8N contra a presidenta Cristina Kirchner em 2012 na Argentina (LÓPEZ MADEO, 2015); e na contaminação do comportamento político por causa dos sentimentos de raiva e medo durante o impeachment à presidenta Dilma Rousseff em 2016 no Brasil (MALINI; CIARELLI; MEDEIROS, 2017).

### 1.1.2. A nova extrema direita: ideário e metapolítica

A nova extrema direita surgiu no cenário global durante as primeiras duas décadas do século XXI<sup>17</sup> com Marine Le Pen liderando o Agrupamento Nacional<sup>18</sup> (RN) desde 2011 na França; Matteo Salvini liderando a Liga Norte (La Lega) desde 2013 na Itália; Nigel Farage conduzindo, por meio do Partido da Independência do Reino Unido (Ukip), a campanha Pro-Brexit que levou seu país a sair da União Europeia; e, mais recentemente, com a radicalização contra imigrantes de Viktor Orbán na Hungria no ano 2015<sup>19</sup>; com Donald Trump hackeando o establishment republicano em 2016 nos Estados Unidos e Jair Bolsonaro capitalizando o esgotamento da polarização entre o Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB) e o Partido dos Trabalhadores (PT) em 2018 no Brasil.

O surgimento dessa extrema direita foi impulsionado pelas tensões sociais derivadas da imigração e da emergência dos refugiados, o ressentimento dos trabalhadores brancos que produziu as políticas econômicas neoliberais, a crise da democracia liberal, assim como pela rápida expansão das grandes plataformas digitais (BROWN, 2018; NOBRE, 2022; VALENTE DA COSTA, 2012). Embora suas raízes inclusive se encontrem em inspirações pré-modernas e do século XX, a crise serviu para fornecer uma base prática a seu ideário, principalmente porque ligaram alguns dos seus componentes com as principais consequências da grande recessão de 2008 e da desafeição generalizada à representação política.

De fato, segundo Brown (2018), isto faz parte das consequências do amplo ataque da razão neoliberal ao social e ao político, a primeira denunciando-a como uma ficção através da qual a igualdade é perseguida em detrimento da ordem espontânea gerada pelos mercados e pela moralidade; e a segunda de pretender o conhecimento e fazer uso da coerção quando prevalece a ignorância e deveria reinar a liberdade. Essa racionalidade propõe, como neutralizador desses perigos, um Estado despolitizado e antiregulatório que acabou desencadeando a desdemocratização da cultura política e o descrédito generalizado das normas e práticas de inclusão, pluralismo, tolerância e igualdade.

---

<sup>17</sup> Também irromperam os partidos Identidade e Democracia e Conservadores e Reformistas Europeus no Parlamento Europeu, o Partido da Liberdade na Áustria e na Holanda, Irmãos na Itália, Vox na Espanha, Chega em Portugal, Lei e Justiça na Polónia, Fidesz e Jobbik na Hungria, os Democratas Suecos, Solução Grega, entre outros.

<sup>18</sup> Antigamente Frente Nacional.

<sup>19</sup> Ganhou as eleições pela primeira vez em 2010 capitalizando o sentimento antissistema sob um discurso do conservadorismo social.

Dois exemplos dessa virada autoritária da cultura política e do descrédito desses princípios democráticos são a rejeição à globalização e à imigração. A primeira com o enfraquecimento e desestruturação das economias nacionais e a limitação da capacidade do Estado-Nação para responder em seu campo a problemas que são globais na origem como os problemas financeiros, os direitos humanos, a mudança climática, a economia criminal ou o terrorismo (CASTELLS, 2018); enquanto a segunda, tanto pela perda de controle das pessoas sobre o mercado e seu Estado que significou o entrincheiramento no seus próprios espaços culturais, quanto pela redução de oportunidades laborais sob a ideia de defender ou recuperar sua posição de dominação cultural (CASTELLS, 2018; FASSIN, 2018).

Ambas desembocam em dois dos componentes ideológicos centrais da nova extrema direita: o globalismo e o nativismo. O primeiro, seguindo a Juvencio Pena (2019), “surge como uma negação da globalização, sendo um termo cunhado para denominar a globalização por um viés negativo [...] como um apagamento das fronteiras culturais e econômicas de cada país, um distanciamento do Estado-Nação” (p. 372). A partir dessa negação fabricam uma oposição à intromissão do capital cultural, à extensão dos mercados extra-nacionais e ao domínio de uma elite cosmopolita por considerá-los os bastiões da degradação da espiritualidade.

O segundo, por sua vez, se refere à ideia de que “os estados devem ser habitados exclusivamente por membros do grupo nativo e que os elementos não nativos são uma ameaça fundamental para o Estado-nação homogêneo” (MUDDE; ROVIRA KALTWASSER, 2017, p. 74). Esse essencialismo nacionalista do lugar de origem, de acordo com Brown (2018), é aprofundado na medida em que a expansão dos mercados e a moralidade deslocam os discursos da sociedade e da democracia, passando a própria nação a figurar como uma questão privada que tem duas funções: a de uma empresa cujo único objetivo é fazer negócios inteligentes e a de uma casa que precisa de segurança em um mundo perigoso. O que leva paradoxalmente, seguindo a autora, a exigir o crescimento do poder estatal sob a forma de protecionismo paternalista tanto econômico quanto securitário.

A ideia e a sensação de insegurança social, cultural e econômica que atravessa de forma transversal estas derivações práticas e cognitivas se articulam e mobilizam com outros componentes ideológicos; realçando a importância da força pública e da securitização<sup>20</sup> (autoritarismo) para, como sinala Brown (2018), se proteger tanto dos internos aversivos

---

<sup>20</sup> Muros, portões, sistemas de segurança.



quanto dos externos invasores e assegurar sua vasta extensão de liberdade pessoal e desregulada que demarca o privado do público, o protegido do aberto e o familiar do estranho; assim como reforçando os valores conservadores, como argumentam Preston e Shin (2022), a partir de um enfoque dogmático e autoritário das crenças religiosas (fundamentalismo religioso) que, seguindo Brown (2018), adota expressões de raiva, ações impulsivas e participação eleitoral contra uma série de objetos antagônicos a esses valores.

Inclusive sob um imaginário de guerra cultural, baseado na rejeição do marxismo cultural, outro dos componentes que é entendido como o projeto comunista de “desacreditar instituições como a nação, a pátria, as hierarquias tradicionais, a autoridade, a família, o cristianismo, a moralidade tradicional, em favor da emergência de uma nação global ultra igualitária e multicultural, sem raízes e sem alma” que tem sido representada na última década pela agenda feminista e da «ideologia de gênero» (JAMIN, 2014, p. 86). No fundo, é uma expansão do ideário que gira em torno de si mesmo, colocando mais uma vez a centralidade do apagamento das fronteiras culturais diante da imposição do reconhecimento da universalidade dos direitos.

Nesta órbita e convulsão de ideias, a erosão democrática desempenha o componente direcionador devido que conduz à negação e à restrição do exercício das instituições democráticas (iliberalismo). De fato, nesta ligação e distinção entre os componentes ideológicos relacionados particularmente às concepções da sociedade e do Estado, Mudde (2021) observa que a diferença principal entre a nova e a clássica extrema direita reside no fato de que a segunda rejeita a soberania popular e o princípio de maioria, enquanto a primeira se opõe particularmente a elementos fundamentais da democracia liberal, aos direitos das minorias sociais e às instituições do Estado Democrático de Direito. Isto, em grande medida, porque consideram que ela responde apenas às visões cosmopolitas da sociedade e não à vontade do povo puro.

O elemento diferenciador entre ambas, então, é a inscrição e o funcionamento sob ideias abertamente totalitárias, fascistas e nazistas da versão clássica em comparação à aceitação da extrema direita da vontade geral e da diversidade cultural (não assim do multiculturalismo) de cada povo em seu espaço nacional sem inferências de outras culturas ou projetos hegemônicos nelas, embora possam ter ligações programáticas ou pragmáticas entre e dentro dessas ideologias como é descrito mais adiante nas ligações históricas do Tradicionalismo como o fascismo e, mais recentemente, com o populismo.

A rápida expansão das grandes plataformas digitais, por sua vez, tem servido para disseminar, convencer e mobilizar pessoas tanto para gerar partidários quanto para promover os componentes ideológicos dessa extrema direita na sociedade. De fato, Forti (2021) acrescenta a definição de Mudde afirmando que ela é nova fundamentalmente por causa de sua “capacidade de utilizar as novas tecnologias, sobretudo, em relação à propaganda política” (p. 26), utilizando-as geralmente “para minar a qualidade do debate público, promover percepções errôneas, fomentar maior hostilidade e corroer a confiança na democracia, no jornalismo e nas instituições” (p. 125).

Nagle (2017) ilustra isto traçando a trajetória das diferentes guerras culturais *online*, particularmente entre e dentro das culturas e subculturas norte-americanas da internet, que tem criado turbas reacionárias de ódio compostos por “gamers adolescentes, pseudônimos que publicavam suásticas, amantes do anime, humoristas anti-feministas, nerds assediadores e trolls criadores de memes” (p. 2), assim como por “amalgamas de grupos de homens que frequentemente se veem a si mesmos como subgrupos de homens «beta» de baixo status” (MACLEOD, 2019, p. 535).

Seus grupos primários se constituíram majoritariamente em sites anônimos como *4Chan*<sup>21</sup> que permitiam a violência, o abuso e o extravasamento dos usuários e seus conteúdos nos fóruns e que se fortaleceram em ambientes de *games online*, através da apropriação pela extrema direita da identidade *gamer*, utilizando esses ambientes para recrutamento de jovens, para manutenção do ódio e para opressão das minorias (MAIA, 2021), cujo interesse surgiu provavelmente da grande capacidade dos *games* para incorporar a linguagem de outras redes, adaptar seus recursos semióticos, mover nossa imaginação e estimular nosso raciocínio (AMADEU DA SILVEIRA, 2009; SANTAELLA, 2007)

Nessa linha evolutiva de sua conformação, Amadeu e Junior (2022) mostram como atraíram os jovens entediados sem futuro para romper com o sistema, atacando aos *normies*<sup>22</sup> e “passaram a rir de quem defendia os direitos sociais, atacar pessoas que estavam fora dos padrões de beleza da indústria dos cosméticos, rir de um cadeirante que caia em uma calçada em desnível” sob a ideia de que ninguém podia limitar sua liberdade de dizer o que quisessem. Esses grupos têm se expandido para outras redes sociais como *Facebook* e *Twitter*, nos quais

---

<sup>21</sup> Fórum de mensagens e imagens.

<sup>22</sup> Assim são nomeadas as pessoas politicamente corretas que defendiam direitos e garantias individuais e coletivas.

desenvolvem e disseminam produtos políticos e culturais associados ao ideário da extrema direita, segundo Nagle (2017), sempre fazendo uso desde conteúdos convencionais e divertidamente transgressores até decididamente nacionalistas e supremacistas.

As consequências da crise democrática e dessa expansão digital na formação e no surgimento da nova extrema direita trouxeram consigo uma de suas características mais distintivas relacionadas à irrupção do Tradicionalismo<sup>23</sup> no cenário político como força de influência ideológica e estratégica. Praticamente inédito não apenas porque vem de uma posição isolada do submundo da direita, mas porque como assinala Teitelbaum (2021), “o Tradicionalista é obrigado a resistir ao máximo que ele puder” e por isso “sua encarnação política parece tão radical e tão difícil de imaginá-lo operando dentro das instituições da política democrática” (p. 24).

Seja porque acreditaram que o renascimento está se aproximando ou porque simplesmente queriam colaborar em uma revolta contra o mundo moderno, o certo é que, como documenta Teitelbaum (2021), filósofos tradicionalistas a partir do ano 2000 começaram, com uma rede de comunicação entre eles, a se associar e a influenciar as lideranças populistas de extrema direita sob princípios Tradicionalistas e os postulados de Julius Evola e René Guénon, dois filósofos pensadores que compreendiam à modernidade como um ataque à espiritualidade e a priorização do material.

De fato, as ligações dos Tradicionalistas como Evola e Savitri Devi com o fascismo e o nazismo se baseavam na ideia de que o primeiro poderia revitalizar a sociedade do guerreiro<sup>24</sup>, e o nazismo poderia criar uma população totalmente ariana que lutara pela pureza do corpo e do espírito, apesar de que consideraram que ambas eram causas políticas modernas influenciadas pela ciência moderna e discordaram em questões fundamentais como a superação do passado e a criação de um novo mundo baseado em ideias materiais supremacistas focadas na raça biológica<sup>25</sup> (TEITELBAUM, 2020).

---

<sup>23</sup> Uma escola filosófica e espiritual com raízes no sul de Europa do início do século XX que procura, no campo filosófico, desvendar as verdades do universo por meio do estudo dos ramos esotéricos de várias religiões, quanto no ideológico, está centrada na tarefa de oposição à modernidade por considerá-la a mais profunda ofensiva às verdades eternas (TEITELBAUM, 2020).

<sup>24</sup> Ainda que o Estado Militar não fosse o ideal, era melhor do que os comerciantes e escravos, e começaria, dessa forma uma volta no tempo: da idade do comerciante para a do guerreiro e, depois, para a do sacerdote (idade de ouro) (TEITELBAUM, 2021).

<sup>25</sup> Teitelbaum (2021) assinala como nenhum dos regimes fascistas da Europa aceitaram suas ideias. Heinrich Himmler da SS lhe chamou de pseudocientista com potencial de causar complicações ideológicas na Alemanha

Nesse sentido, a nova extrema direita não é neofascista porque ela não busca a construção de uma nova sociedade baseada em critérios supremacistas, ao contrário, procura a existência isolada das diferentes etnias e culturas (etnopluralismo). Como afirmava Dugin nos fundamentos da geopolítica, sem interferir na vida dos outros nem diminuir a diversidade local com as demandas do capitalismo global e os direitos humanos universais (apud TEITELBAUM, 2021). Delineando dessa forma uma correlação entre etnopluralismo e globalismo. Mas também não se trata do populismo convencional porque não reconhece os procedimentos e as instituições da democracia liberal nem articula seu programa para melhorá-la, mesmo que nasça dela e as utilize em primeira instância para alcançar o poder político.

Trata-se mais de um populismo autoritário sob os princípios Tradicionalistas. Populista porque tem uma política (militante) e um discurso focado em uma sociedade separada em dois campos homogêneos e antagônicos, «o povo puro» contra «a elite corrupta» (MUDDE; ROVIRA KALTWASSER, 2017). Autoritário porque, como aponta Mudde (2021), reivindica a solução dos problemas públicos a partir de uma ótica de ordem pública e da possibilidade do uso excessivo da força. Enquanto Tradicionalista porque, como o próprio Bannon reconhece, coloca a espiritualidade acima de tudo, se opõe à modernidade e rejeita tanto o iluminismo quanto o materialismo (TEITELBAUM, 2021).

Tabela 3. Os componentes ideológicos da nova extrema direita

<b>Componentes</b>	<b>Subcomponentes</b>
<b>Nativismo</b>	Nacionalismo
	Xenofobia
<b>Fundamentalismo</b>	Islamofobia
	Antisemitismo
	Valores conservadores
	Contramodernidade
<b>Tradicionalismo</b>	Espiritualidade
	Etno-pluralismo
	Anti-establishment
<b>Rejeição ao globalismo</b>	Euroscepticismo
	Multipolarismo
	Soberania nacional

de Hitler, quanto Guido Landra, teórico racial do governo de Mussolini, afirmou que o conceito de raça dele beneficiava exclusivamente os judeus porque permitia que vários povos reivindicassem um espírito ariano.

	Feminismo
<b>Rejeição ao marxismo cultural</b>	Comunismo
	Ideologia de gênero
	Terrorismo
<b>Autoritarismo</b>	Força pública
	Lei e ordem
	Iliberalismo
<b>Erosão democrática</b>	Redução de direitos
	Debilitamento das instituições democráticas
	Amigo-inimigo
<b>Populismo</b>	Corrupção cosmopolita
	Povo puro

Fonte: elaboração própria com base em (JAMIN, 2014; JUVENCIO PENA, 2019; MUDDE; ROVIRA KALTWASSER, 2017; PRESTON; SHIN, 2022; TEITELBAUM, 2021)

É importante assinalar a essência dessas ideias e suas ligações tanto entre os componentes quanto com outras correntes ideológicas do mundo da direita porque os filósofos Tradicionalistas as usariam e reinterpretariam para, como constatou Teitelbaum (2021), conduzir múltiplas campanhas geopolíticas e fortalecer partidos nacionalistas em todo o mundo. Aleksandr Dugin influenciando em Vladimir Putin na Rússia e na promoção do Eurasianismo, em Gábor Vona de Jobbik na Hungria e na Liga Norte na Itália; Steve Bannon em Trump, em Viktor Orbán na Hungria e nas lideranças do Brexit e Olavo de Carvalho em Jair Bolsonaro no Brasil<sup>26</sup>.

Essas relações entre filósofos e políticos (inclusive entre empresários) levaram à metapolítica, entendida como “a tarefa de desmitificar a cultura dominante, cuja consequência natural é tirar o sustento do poder político” (BUELA, 2013, p. 179), já que, segundo Benoist e Mellado (2020), subjacente a ela está a ideia de que “a mudança cultural e ideológica é uma condição prévia para as transformações políticas” (gramscismo de direita) e que suas empresas “contribuem para a normalização das narrativas da extrema direita e, eventualmente, favorecem seu sucesso nas eleições” (p. 46).

<sup>26</sup> Em muitas ocasiões influíam ou tinha contato cruzado. Como no caso de Bannon que também tinha ligações com Liga Norte e Bolsonaro. Na

De fato, seguindo a Teitelbaum (2021), é uma estratégia que envolve “fazer campanha não por meio da política, mas por meio da cultura, das artes, do entretenimento, do intelectualismo, da religião e da educação” (p. 62). Nesse sentido, há pelo menos duas maneiras nas quais a metapolítica se expressa: ativistas procurando “injetar suas mensagens em canais culturais já existentes” ou procurando “criar canais alternativos próprios para competir com os da ideologia dominante” (p. 62). A diferença, aponta o mesmo autor, é “entre editar artigos da Wikipédia e criar uma enciclopédia on-line alternativa; entre infiltrar-se em uma subcultura jovem e começar um novo movimento seu; entre alterar o currículo da educação pública e fundar uma escola privada totalmente dedicada à causa” (p. 62).

A primeira, segundo Teitelbaum (2021), “tenta cultivar solidariedade política entre a população em geral, com ênfase no alcance da mensagem”, enquanto a segunda “propõe-se a formar uma sociedade paralela dentro de uma dada sociedade, grande e radical o suficiente para lutar pelo poder” (p. 62-63). O exemplo mais famoso e ilustrativo foi a adoção inovadora, em paralelo, das duas formas de metapolítica contemporânea impulsionadas por Bannon em parceria com Cambridge Analytica que começaram em 2014 e implementaram para as eleições dos Estados Unidos e o Referendo sobre o Brexit em 2016.

“A Cambridge Analytica testava maneiras de se infiltrar nas esferas gerais da mídia (*Facebook* e *Twitter*, em vez de criar um portal alternativo), abarrotando a *timeline* dos usuários dessas redes sociais de massa com mensagens dissidentes. Ao mesmo tempo, o objetivo era tirar os indivíduos-alvo da corrente dominante (*mainstream*) e expô-los cada vez mais às mensagens feitas sob medida (como as da Breitbart<sup>27</sup>) que deslegitimariam as fontes-padrão de informação e radicalizariam o apoio a uma dada causa política [...] Ele estava criando propaganda e pesquisas ao mesmo tempo, além de uma ferramenta tecnológica para direcionar mensagens às pessoas certas” (TEITELBAUM, 2021, p. 63).

Embora o Tradicionalismo (mais antigo) tenha pouca conexão formal com a metapolítica em virtude de que sua forma mais doutrinária não procura converter as massas a suas mensagens<sup>28</sup> em comparação à extrema direita que vê nela um marco que rompe a ortodoxia e tende a levar a seus membros as ideias e os métodos alternativos (TEITELBAUM, 2020), há dois objetivos que a explicam como ponto de encontro pragmático entre os filósofos tradicionalistas e as lideranças populistas, a tal extremo de que foram os próprios filósofos que

---

<sup>27</sup> Descrito pelo próprio Bannon como uma plataforma para a alt right (versão dos Estados Unidos da nova extrema direita). Foi criado em 2007 aproveitando a irrupção da mídia digital e em 2012 sob a liderança de Bannon tornou-se em site focado em atrair o público de direita e hegemonizá-lo direção aos princípios tradicionalistas e de extrema direita.

<sup>28</sup> Porque não devem ser celebradas ou enaltecidas.

a levaram a cabo, como nos casos apresentados por Teitelbaum (2021), no uso de alta tecnologia por parte de Bannon e nas escolas Rei Átil de Tibor Baranyi na Hungria e Lega de Formação Política da Liga Norte na Itália, que se basearam em metapolítica de baixa tecnologia a uma doutrinação mais profunda focada na política prática, na ideologia, no treinamento de personalidade e no estilo de vida.

O primeiro objetivo é circunstancial tanto porque os métodos alternativos constituem fontes para se contrapor às narrativas oficiais da modernidade quanto para ser usado para a rejeição da democracia liberal em virtude de que «a destruição faz parte do ciclo<sup>29</sup>». O segundo, por sua vez, é um objetivo de fundo, relacionado à prevalência do projeto de poder, que consiste na proteção e promoção dos guardiões da autenticidade pré-moderna (Tradicionalistas) e na capitalização política de um povo que se tornara na base social na luta contra à elite cosmopolita (populistas). No caso dos Estados Unidos, segundo Bannon, é a classe trabalhadora rural e menos escolarizada, sobretudo branca (América real); enquanto no caso do Brasil, para de Carvalho, é o povo pobre e simples majoritariamente cristão das zonas rurais (Brasil Profundo) (apud TEITELBAUM, 2021).

De fato, foi através de projetos como Cambridge Analytica, baseado na classificação de perfis de eleitores a partir da coleta de uma grande quantidade de dados que geravam informações sobre sua situação financeira, tendências políticas e seus gostos culturais, que tanto o perfil do eleitorado de líderes como Trump quanto os incentivos que precisavam para se tornar em um, foram descobertos (TEITELBAUM, 2021). Esse é o ponto de encontro prático entre duas vertentes essencialmente diferentes, entre o Tradicionalismo hierárquico e elitista e o populismo antissistema e antielitista descritos pelo Teitelbaum. O primeiro aproveitando a flexibilidade e capacidade de adaptação do segundo para atrair o segmento populacional que pode combater a modernidade, o segundo capitalizando a guia política e cultural do primeiro para seus objetivos políticos.

---

<sup>29</sup> Para eles o tempo tem ciclos e há homens que cumprem uma função nesse ciclo: homens no tempo, acima do tempo e contra o tempo. Os primeiros estariam abertos à violência, os segundos escapariam da escravidão através da iluminação e obteriam insights sobre a verdade e o tempo, entendendo que a salvação estaria na eternidade e não no futuro, enquanto os terceiros assumiriam a direção do mundo para e pela escuridão, sendo tanto raios quanto sol. Devi descreveu Hitler como um homem contra o tempo que foi derrotado politicamente e Bannon descreveu Trump como um homem no tempo cuja função era agir para destruição e colapso (ciclo do tempo).

Não foi apenas uma influência política marginal ou ligeiramente ideológica as ligações entre elas, mas além da ideia Tradicionalista de que a classe trabalhadora se encontra isolada das influências corruptoras da modernidade, a organização e a atuação tecnológica por meio de ferramentas digitais em chave metapolítica têm sido fundamentais para identificar e fomentar sua base social, ampliar as mensagens, disseminar narrativas, mobilizar cidadãos e, particularmente, transformar atitudes em participação política e eleitoral. Uma novidade e um dos seus grandes distintivos.

Finalmente, para compreender o perfil do público, não sem contradições e volatilidades, a quem chegam essas mensagens e compõe finalmente a base social dessa extrema direita é importante descrever o perfil dos votantes de Trump, um dos casos mais paradigmáticos dela. Segundo Castells (2018), ele foi votado pelos brancos por 21 pontos percentuais de diferença em relação a sua concorrente, particularmente entre os setores menos educados (embora não os mais pobres), obtendo o 67% dos votos, entre os votantes brancos com educação universitária ganhou com o 45% dos votos e entre as mulheres brancas com baixo nível educacional alcançou 58%.

Segundo o mesmo autor, uma diferença racial decisiva nos estados do Meio Oeste, onde se concentram 40% dos votos, mas além disso, também assinala que no coração industrial dos Estados Unidos (tradicionalmente democrata), Hillary Clinton, obteve entre 7 e 15 pontos percentuais a menos do que Obama e, que daí, “a interpretação generalizada de que a classe trabalhadora branca, agredida pela globalização e ressentida com a imigração, foi o ator da vitória de Trump” (p. 45-46).

“O voto democrata nas grandes cidades do Meio Oeste não conseguiu compensar a onda do voto branco rural, representativo da população branca originária que apoiou ao candidato que lhes dava esperança de resistir à invasão do seu país por cima (globalização) e por baixo (imigração) [...] Particularmente acentuado entre os brancos menos escolarizados, mas igualmente majoritário entre os homens de classe média profissional. E, especialmente, os brancos velhos. De fato, as pesquisas mostraram uma correlação direta entre atitudes racistas e o voto a favor Trump. No entanto, embora os racistas votaram em Trump, a maioria deles não são racistas. São pessoas atemorizadas pela rápida mudança econômica, tecnológica, étnica e cultural do país”. (p.46)

#### *1.1.2.1. O Bolsonarismo como expressão brasileira da nova extrema direita*

Pinheiro Machado e Scalco (2018) identificam três fatores da ascensão do Bolsonarismo entre jovens periféricos porto-alegrenses, fatores estes que são extrapoláveis à compreensão nacional do fenômeno devido a sua semelhança com as perspectivas teóricas discutidas nesta subseção, assim como os fatores que impulsionaram o surgimento da nova



extrema direita no mundo. O primeiro fator foi a reação da masculinidade hegemônica diante sua perda de protagonismo social e a sensação de desestabilização derivados da emergência das lutas sociais e pautas identitárias de grupos que historicamente tinham sofrido preconceitos e exclusões sociais, especialmente de mulheres, LGBTQ+ e negros das periferias; o que motivou que jovens, homens maioritariamente, se aderissem ao ideário extremista e, posteriormente, às propostas de Bolsonaro.

Conforme as autoras, o segundo fator foi a redução da capacidade de consumo das classes populares derivada da crise econômica de 2014, aprofundada com o *impeachment* de 2016 e o avanço da agenda pró-mercado no governo de Temer; o que gerou uma profunda frustração na juventude devido ao fato de que a entrada de sujeitos ao mercado em contextos de economias emergentes, como o caso brasileiro, resulta na produção de sujeitos mais demandantes, conscientes ou exigentes. Enquanto o terceiro fator foi o medo da violência e do desamparo social, os quais criaram as condições para que uma figura militar como Bolsonaro despertasse profunda admiração, estimulando a fé no armamento da população e passassem a considerar importantes valores como a «mão forte» e a «ordem», embora nenhum deles defendesse a ditadura e eles mesmos fossem críticos da ação policial nas comunidades e estivessem contra da tortura e a censura.

“viam na imagem do militar uma forma de «último recurso», isto é, figurativamente, um pedido de socorro de jovens que já foram tomados pelo desalento [...] Existem simpatizantes do Bolsonaro entre meninos que pertencem a mundos completamente distintos, como o do funk, do tráfico, da Igreja ou da escola. Cada um desses grupos juvenis se apega a uma parte do repertório que, em comum, apenas passa pela figura de um homem que oferece uma solução radical à vida como ela é hoje [...] Esses jovens são muito mais flexíveis e abertos ao diálogo em profundidade do que se pode imaginar no senso comum midiático” (PINHEIRO MACHADO; SCALCO, 2018, p. 60)

Bastos Baldaia, Medeiros Araújo e Silva de Araújo (2021), por sua parte, baseados particularmente em Carvalho, Gala, Roncaglia e Bosco, mapearam quatro grandes fatores que propiciaram o Bolsonarismo. O fator institucionalista caracterizado pela crise do petismo e do lulismo enquanto forças políticas hegemônicas que irrompeu em 2013; o fator econômico derivado da exaustação do modelo de gestão introduzida pelo governo federal entre 2008 e 2014; o fator social como consequência da ampla disseminação da percepção sobre a incapacidade dos governos de atuarem na melhoria da vida dos indivíduos; e, finalmente, o fator cultural impulsionado pelo deslocamento do debate público para a esfera da moral, dos comportamentos e das identidades.

Aarão Reis (2020), por sua vez, assinala o entrelaçamento de três dimensões nessa ascensão: as tradições autoritárias da história brasileira, a conjuntura a partir da aprovação da Constituição de 1988 até o ano 2018 e a campanha eleitoral que levou à vitória de Bolsonaro. Das quais vale a pena destacar tanto a histórica quanto a político-institucional por seu caráter antecedente à formação do fenômeno como opção eleitoral. A primeira caracterizada pelas relações de aceitação, indiferença, neutralidade, ou de apoio ativo de numerosos segmentos sociais<sup>30</sup> à ditadura do Estado Novo (1937-1945) e à civil-militar (1964-1979), as quais construíram certos valores, como a intolerância, a discriminação e a violência, que ainda permanecem condicionando parte da sociedade, apesar das mudanças realizadas nas últimas décadas.

A segunda, segundo o mesmo autor, relacionada à perda gradual a partir de 2008 da capacidade de inovação dos dois principais partidos políticos (PSDB-PT)<sup>31</sup> e sua transformação em meros gestores do sistema que haviam prometido reformar após da realização de uma série de políticas que respondiam aos interesses das maiorias<sup>32</sup>; especialmente diante de sua incapacidade de lidar corretamente com as novas demandas, como a melhora da qualidade dos serviços públicos e o combate à insegurança; seu envolvimento em escândalos de corrupção que minou a legitimidade até mesmo do sistema político; assim como o pouco empenho em debater e legislar sobre as implicações da ditadura cívico-militar que poderia ter contribuído na construção da consciência cidadã e dos valores democráticos. Um bom exemplo disso é a ausência de profundas políticas de memória histórica como as que foram implementadas, por exemplo, na Argentina e na Alemanha.

Nobre (2022) descreve, a partir de uma perspectiva ainda mais institucionalista na qual acrescenta as interpretações que foram apontadas com antecedência nessa linha, dois fatores principais que impulsionaram o surgimento do Bolsonarismo. O primeiro foi a crise do pemedebismo caracterizado pelo esgotamento de um modelo de governo dominante desde 1980 baseado em supercoalizões legislativas e na fragmentação<sup>33</sup> (instabilidade e encarecimento do custo do apoio) e na neutralização da oposição (limitações na representação), evitando os conflitos abertos naturais dos processos políticos, e impedindo elaborá-los abertamente em

---

<sup>30</sup> Empresariado, forças armadas, burocracia civil estatal, intelectuais, classes médias e segmentos populares.

<sup>31</sup> Que ganharam sucessivamente seis mandatos presidenciais.

<sup>32</sup> Controle da inflação, aumentos do salário mínimo, redução da pobreza, ampliação das classes médias, criação de universidades e políticas de cotas para ingressar à educação universitária-

<sup>33</sup> Criadas por meio da migração de deputados até 2007 incentivada pela troca de favores e depois pela criação de vários partidos que se dedicavam à venda do seu apoio parlamentar ao partido ganhador das eleições.

disputas democráticas que envolvessem a sociedade. O segundo relacionado com a emergência de uma oposição social extrainstitucional que emparedou o sistema político brasileiro entre 2015 e 2018, caracterizado por sua razoável unidade, grande força política e significativa capacidade de mobilização em oposição ao establishment contra qualquer nível de governo e partido no poder.

Essa oposição extrainstitucional que não encontrou nenhuma canalização institucional diante a decisão do Partido dos Trabalhadores (PT) como líder na época do condomínio pemedebista de cerrar fileiras com o sistema político aos impulsos antissistema, foi organizada e canalizada pelas novas direitas<sup>34</sup> que tinham surgido em paralelo aos governos do PT desde 2003 (NOBRE, 2022). Como aponta o mesmo autor, nas vésperas da eleição de 2018 uma boa parte dessa base ativista que vinha alimentando o antipetismo na internet desde a aparição de *Orkut*<sup>35</sup> em 2004 e que tinha sido reforçada pelo lavajatismo<sup>36</sup> desde 2014, foi capitalizada em boa parte pelo Bolsonarismo, a ponto de torná-la em uma força anti-institucional baseada no negacionismo da institucionalidade democrática.

Mas esta perspectiva de Nobre fica incompleta se não se considera a importância dos militares na arquitetura que culmina com o Bolsonarismo, Leirner (2020) destaca a intervenção dos militares na construção do inimigo interno e na reafirmação da pertença nacional, como resposta ao que eles viam como «disrupções em série no Estado pelo PT<sup>37</sup> e pela esquerda em geral». Os militares sob uma estratégia de «guerra híbrida», produziram uma operação psicológica interna às forças armadas baseada em três ideias que nasceram das palestras de Olavo de Carvalho: “O PT dividiu o Brasil produzindo a «luta de classes»; o PT aparelhou o Estado para realizar uma «revolução gramsciana» e o PT se transformou numa organização criminosa que enredou as elites empresariais utilizando os dois meios acima, respectivamente através de chantagem e coação” (p. 35).

---

<sup>34</sup> Nobre (2022) as distingue da direita tradicional encastelada no sistema político e as entende como “forças antissistema que convergem, em dado momento, para uma oposição extrainstitucional” (p. 272), as quais se “valeram dos novos recursos digitais para debater e para se organizar” (p. 138).

<sup>35</sup> Foi criada em 2004 e se acabou por tornar o espaço principal de formação de arenas discursivas que dariam origem à nova direita brasileira e cujos usuários na época eram, em sua maioria, pessoas das classes média e alta, com alta escolaridade e moradoras do eixo sul-sudeste ( (ROCHA EM NOBRE, 2022)

<sup>36</sup> Nomeado assim aos apoiadores da operação Lava Jato, quem sem importar os procedimentos, queriam purificar o Brasil da corrupção.

<sup>37</sup> Inclusive quando eram governo.

a guerra híbrida é a “capacidade de transformação, de inversão dos sinais de mais e menos, de criar possibilidades de mudar de opinião, de ponto de vista” que “se materializa em imagens irradiadoras que viralizam pelos novos meios de comunicação digital e que carregam em si mesmas o poder de produzir um apagamento de seus rastros, tornando a autoria das próprias mensagens híbrida” (LEIRNER, 2020, p. 9).

Nessa operação psicológica, como assinala o autor, encontraram um terreno aberto para agir em uma espécie de modo invasivo em relação a outros setores do Estado, através da geração e disseminação subliminar de mensagens enganosas na sociedade, utilizando para isso, sem ter tido uma ligação direta, diferentes agentes sociais, principalmente o sistema de justiça; as quais foram replicadas nas mídias sociais, nos meios de comunicação e pelos próprios cidadãos, levando à emergência de uma cultura militar representada em milhares de pessoas, espalhadas por todo o país, desempenhando performances cívico-militares que levaram ao empoderamento dos símbolos nacionais.

As ações desestabilizadoras no marco da guerra híbrida e sua articulação com as ondas conservadoras contribuíram, como argumenta Girotto Neto (2020), a “formar um ambiente favorável ao discurso bolsonarista, que já vinha se articulando e mobilizando desde a redemocratização, ainda que com outros contornos e por outras vozes” (p. 124). O melhor exemplo dessas ondas conservadoras foi em 2013 quando, seguindo ao mesmo autor, “novos atores, muitos deles se organizando e mobilizando pelas redes sociais da internet, emergiram com ideias e valores mais próximos ao extremo direitista quanto aos costumes e projetos econômicos” (p. 122).

“Desde os eventos de junho de 2013, uma onda conservadora tem exercido decisivo papel nas disputas hegemônicas nacionais. É nesse período que se formam os germes do discurso autoritário que ocupa progressivamente o debate público nacional. Nos lemas «nossa camisa não é vermelha, é verde e amarela», nos gritos «sem partido, sem partido» que se ouviam nas ruas, na exclusão e agressão de manifestantes identificados como de esquerda nos protestos, vimos o protótipo do motivo bolsonarista do nós contra eles. Os movimentos de junho de 2013 foram o marco do declínio da hegemonia lulista. Foram também o marco do declínio de nossa direita tradicional”. (GIROTTI NETO, 2020, p. 122).

Assim, a disputa para reorganizar e rearticular a ampla tradição conservadora brasileira e o senso comum do período autoritário, sob a influência tanto de interpretações Tradicionalistas dos processos políticos globais quanto de respostas populistas ao avanço da universalidade dos direitos humanos, desencadeou o Bolsonarismo como uma tendência política que, segundo Solano (2019), “é construída a partir da negação” porque “o movimento é não apenas antipetista mas antipartidário; não apenas antipartidário mas antissistêmico” (p. 309). De fato, dessa concepção de negação do outro, do adversário político e crescentemente

das instituições da democracia liberal, terminou por formar e fortalecer a base social do Bolsonarismo.

Tal base começou focada no eleitorado tradicional de Bolsonaro (forças armadas e algumas denominações evangélicas) e desde 2015, a partir das manifestações próimpeachment, se expandiu em termos gerais entre garotos jovens, ricos e pobres que veiam nele uma figura divertida e antissistema até atingir homens que ansiavam o retorno da ditadura militar, votos envergonhados pela narrativa antipetista, mulheres que não se sentiam representadas pelo feminismo, liberais defensores da meritocracia e moradores da periferia preocupados com a violência urbana (KALIL EM MAITINO, 2020), assim como dos homens brancos de classe média do Centro-Sul e das forças de segurança, dos lavajatistas e dos escalões inferiores do agronegócio (NICOLAU, 2020; NOBRE, 2022).

“O bolsonarismo atraiu todo um conjunto de setores descontentes e ressentidos, todos unidos pelo antipetismo. Evangélicos, lavajatismo, militaristas, classe média reacionária, elite financeira, empreendedores, corporações médicas etc.; grupos de empresários, grileiros e ruralistas, armamentistas, incels, enfim, uma miríade de segmentos distintos atenderam ao chamado bolsonarista para a formação de um campo político conservador” (GIROTTI NETO, 2020, p. 123).

Valle (2021) identifica e caracteriza sete segmentos sociais nos quais se baseia de forma predominante o Bolsonarismo: camadas do alto empresariado que impulsionam uma agenda neoliberal focada na desregulação laboral, ambiental e impositiva; pequenos comerciantes que se tornaram em um primeiro momento em antipetistas e, posteriormente, em opositores das medidas para combater o Covid-19; ruralistas, madeireiros e mineradores que se mobilizam em oposição às leis trabalhistas, às demarcações de terras e às leis ambientais; grupos de policiais, guardas e profissionais de segurança privada que se opõem à promoção dos direitos humanos por constituir uma «fonte de criminalidade».

O mesmo autor também assinala às frações de autônomos e «empreendedores» individuais atravessados pela precarização laboral e aderidos a ideais, como ser seu próprio chefe e a meritocracia derivada unicamente do esforço pessoal, que minimizam a importância dos direitos trabalhistas; assim como os setores evangélicos pentecostais mobilizados contra a deterioração moral manifestada na violência, na pobreza nas drogas, nos desvios da sexualidade e influenciados pela ideologia do empreendedorismo individual.

Como afirma Girotti Neto (2020), “esses segmentos não foram criados pelo Bolsonarismo, mas tiveram nele uma voz pública e uma identidade coletiva necessárias para

poder surgir como alternativa política em âmbito nacional. Através das redes sociais da internet [...] deu corpo ao que antes eram agrupamentos de subculturas reacionárias e ressentidas” (p. 123). Esse público tão heterogêneo potencializado e liderado por uma força inscrita em um processo global mais amplo de expansão da nova extrema direita, que padronizou princípios ideológicos comuns resultou numa gama ideológica e identidade popular difusa, contraditória e ambivalente<sup>38</sup>, o que não significa que não seja possível traçar ligações entre eles, em que o caráter populista das lideranças, neste caso de Bolsonaro, através de sua adaptação é chave na sustentabilidade do movimento como projeto de poder.

De fato, é possível identificar componentes ideológicos-discursivos do Bolsonarismo que estão relacionados dentro de 5 eixos metafísicos: proteção, prosperidade, tradição, negação e antagonismo. No primeiro se encontra o nacionalismo que se destaca pela utilização dos símbolos e as datas nacionais para antagonizar e fazer referências relacionadas à proteção da pátria (e dos cidadãos) diante um *outsider* ou de qualquer ator que a «desacredite». Adotando uma expressão que, segundo Leirner (2020), pode ser observada nas aglomerações verdes e amarelas e que constituiu o fator ruá decisivo na queda de Dilma e na eleição de Bolsonaro.

Esse eixo de proteção está ligado ao reagrupamento de diferentes segmentos sociais em torno de três sentidos autoritários: a demanda cada vez mais ampla de leis mais duras para os bandidos (incluindo a pena de morte), a reivindicação nostálgica da ditadura, assim como o militar como último recurso diante a criminalidade e o comunismo (MAITINO, 2020; PINHEIRO MACHADO; SCALCO, 2018). De fato, o comunismo como uma ameaça à liberdade e à integridade da nação foi construído, particularmente durante a Guerra Fria, como o inimigo a ser derrotado na América Latina. Essa rejeição a qualquer tipo de mudança de caráter social também tem implicado uma dimensão de negação política do outro em virtude de que o projeto de redistribuição tem responsáveis, desde a redemocratização, o Partido dos Trabalhadores em nível nacional e o Bolivarianismo em nível regional.

O antipetismo caracterizado tanto pela crença que o PT juntamente com os movimentos sociais tomou o poder do Estado para seus interesses particulares quanto marcado por um conteúdo de classe e antiigualitarista que tem por trás a lógica da classe média tradicional que

---

<sup>38</sup> Inclusive pode até ser contraditório. Um exemplo disso é a contradição entre a exaltação do militarismo e dos militares por parte do presidente em comparação à visão que tinha um dos seus gurus chave, Olavo de Carvalho, sobre o fracasso deles em sua missão de promover os interesses da nação.

se sente abandonada pelo governo ao mesmo tempo que rejeita a mobilidade ascendente dos mais pobres (MORETTO RIBEIRO, 2018; SOLANO, 2019). Enquanto o Bolívarismo, constituído como um recurso de medo (e, portanto, rejeição), para convencer a população da existência de uma operação para transformar o Brasil em um país comunista, padronizando e homogeneizando no discurso todas as experiências do socialismo do século XXI, apresentando-as como se fossem todas iguais; além de utilizá-lo como um *wild card* para desviar a atenção de problemas ou controvérsias de interesse público.

Esses contornos ideológicos associados ao anticomunismo ressignificados sob influência Tradicionalista geram ligações naturais com a rejeição tanto do globalismo quanto do marxismo cultural, que posicionam e reforçam a crença sobre o avanço cada vez mais amplo do processo de deterioração moral da sociedade brasileira. Levando ao reforçamento de convicções antissistema e judaico-cristãs (CALIL, 2021), à mobilização contra a imposição de instrumentos, impulsionados pelas feministas e a ideologia de gênero, que favorecem questões e identidades sexuais, reprodutivas e de gênero que «atentam» a «natureza humana» (SANTOS SILVA, 2021), assim como à adoção de posições contrárias aos processos globalizantes (GIROTTO NETO, 2020), particularmente diante o «intervencionismo» de organizações não governamentais como a Fundação de George Soros e dos projetos hegemônicos como as Nações Unidas e China.

Nesse sentido, o Bolsonarismo é parte de uma política do ressentimento ancorada em uma guerra cultural (RODRIGUES LAGE; SILVA SARAIVA, 2021). Por exemplo, no caso da rejeição ao globalismo, embora não venha necessariamente da desestruturação da economia nacional nem do terrorismo como na Europa, vem da ideia de que existe uma hegemonia global que expande (impõe) padrões de direitos humanos em matéria de gênero, sexualidade e laicismo-atéista em detrimento das crenças (geralmente cristãs) nacionais, incentivando um clima de insegurança cultural, especialmente através das mídias sociais.

Esta insegurança cultural, transversal nos diferentes setores socioeconômicos predominantemente conservadores, é visível na construção e propagação do discurso de ódio que estigmatiza, inferioriza e persegue, através de preconceitos e atos de discriminação, as manifestações sociais, raciais, étnicas e de gênero que tem relação direta e indireta com a ancestralidade negra e africana ou que são diferentes à hegemônica (VIEIRA, 2018). Mas, sobretudo, no conservadorismo e fundamentalismo religioso que deriva tanto da tradição

quanto da prosperidade.

Da tradição porque “viram em Bolsonaro a possibilidade da (re)construção do conservadorismo brasileiro” (BASTOS BALDAIA; MEDEIROS ARAÚJO; SILVA DE ARAÚJO, 2021, p. 14) e ao ter a religião como base para garantir ordem, os simpatizantes se aderiram a um imaginário construído a partir de “alusões à Bíblia, ou de um messianismo difuso, com práticas e discursos religiosos em volta de um projeto de poder explícita ou implicitamente repressor” (ALBUQUERQUE, 2021, p. 823), assim como a dinâmicas polarizadoras em torno a pautas morais disseminadas nas igrejas (e nas mídias sociais) e mobilizadas pelo ressentimento (VALLE, 2021); como aconteceu com as múltiplas narrativas manipulando o objetivo do projeto Escola Sem Homofobia, entre elas, uma que afirmava que era um *kit gay* dirigido a crianças de 6 anos.

Da prosperidade porque ao criar este sujeito universal que atua e pensa dentro das margens delineadas pela proposta moral e cívica do conservadorismo e do fundamentalismo, as igrejas neopentecostais organizam o território e utilizam o marco legal para a transformação do sujeito em um consumidor perfeito na medida em que cumprem um papel social e cultural (DA SILVA, 2022), substituindo as funções do Estado e apoiando os fiéis nos diferentes aspectos de suas vidas, particularmente nas periferias urbanas, desde a realização de eventos sociais até sua inserção no circuito laboral e econômico.

O desejo de assumir o próprio destino sem depender do Estado é o que forma a ligação difusa como o neoliberalismo. De fato, Cesarino (2019) afirma que essa bivalência é de caráter neoliberal-conservadora porque “perpassa e articula o eixo do reconhecimento (conservador nos costumes) com o da redistribuição neoliberal (liberal na economia)” (p. 547) no sentido proposto por Brown sobre a convergência de duas racionalidades muito diferentes, o moralismo do neoconservadorismo acomodando-se sem dificuldade ao economicismo do neoliberalismo, cuja explicação está na busca de aumentar o valor do capital humano em uma lógica mais creditícia do que mercantil (apud FASSIN, 2018).

Cesarino (2021) afirma que esse caráter bivalente se expressa na “desqualificação moral da luta por direitos e proteções pelo Estado como privilégios indevidos por parte de «vagabundos» e «parasitas»” (p. 84), quando rechaçam a regulação do mercado por supostamente coibir a livre iniciativa e a liberdade de expressão, incluindo a retórica populista



quando se “atribui ao líder populista a tarefa de, com a mão forte, levar a cabo a vontade popular de purificar o Estado das agências parasíticas que têm impedido a justa distribuição da prosperidade” (a batalha conservadora contra o marxismo cultural) (p. 85).

Mas além disso, como assinala Maitino (2020), a articulação populista no discurso bolsonarista deve ser entendida tanto como uma negação das políticas de reconhecimento progressistas quanto de qualquer antagonismo distributivo, onde em termos gerais, os valores da família tradicional e manter uma conduta «adequada» e «disciplinada» na vida pública e privada constitui um «cidadão de bem» que se contrapõe aos «valores anárquicos e as «atitudes corruptoras» dos «maus brasileiros».

Nesta lógica de dividir o que é bom do que é mau, o Bolsonarismo capitaliza a desconfiança social em relação às instituições democráticas e à política como um processo social mais amplo para atribuir a seus rivais políticos e a qualquer ator dissidente, independentemente de sua ideologia e da veracidade das alegações, uma série de lugares e etiquetas para antagonizá-los, inclusive com violência simbólica. Por exemplo, o uso da velha política e da corrupção para colocar uma concepção binária entre a figura política «diferente», «esperançosa» e «antissistema» e os partidos políticos tradicionais preocupados unicamente com os próprios «privilégios», assim como entre os heróis que vão «limpar» o Brasil e os políticos «sujos» e «corruptos» (SOLANO, 2019).

Inclusive com a antagonização das universidades públicas e conhecimento técnico-científico, como aconteceu durante a pandemia, na fabricação binária entre os que «procuravam» a produtividade nacional e aqueles que queriam «destruir» a economia com medidas de isolamento social. Dessa forma, é possível compreender como se pode chegar ao extremo de denominar partidos de direita como «comunistas», já que nesse arcabouço discursivo, cujo motor é a desordem informacional digital, diferentes contraposições sociais, culturais, ideológicas, político-partidárias e de classe são substituídas, adaptadas e misturadas, sem que seja necessária uma sustentação lógica e rigorosa entre os conetores que as formulam.

Tabela 4. Base ideológico-discursiva do Bolsonarismo

<b>Componentes</b>	<b>Subcomponentes</b>
<b>Nacionalismo</b>	Patriotismo
	Defesa da pátria
	Apropriação dos símbolos nacionais
<b>Neoliberalismo</b>	Princípios econômicos liberais
	Agronegócio
<b>Fundamentalismo e conservadorismo</b>	Neopentecostalização
	Opus Dei
	Família tradicional
	Valores conservadores
<b>Tradicionalismo</b>	Contramodernidade
	Espiritualidade
	Reivindicação das raízes judaico-cristãs
	Anti-establishment
<b>Rejeição ao globalismo</b>	Rejeição à China
	Proximidade com Estados Unidos
	Rejeição a George Soros
	Reivindicação da soberania nacional
	Questionamento da cooperação e das instituições internacionais
<b>Rejeição ao marxismo cultural</b>	Feminismo
	Foro de São Paulo
	Ideologia de género
<b>Autoritarismo</b>	Segurança pública
	Militarismo
	Reivindicação da ditadura cívico-militar
<b>Erosão democrática</b>	Rejeição à mídia tradicional
	Questionamento e redução dos direitos humanos <sup>39</sup>
	Debilitamento e descrédito das instituições democráticas
	Questionamento do processo eleitoral
<b>Discurso de ódio</b>	Xenofobia
	Homofobia
	Racismo
<b>Ameaça comunista<sup>40</sup></b>	Partido dos Trabalhadores

<sup>39</sup> Especialmente de mulheres, população negra e LGBTIQ+.

<sup>40</sup> Embora tenha conexões com a rejeição ao globalismo, o marxismo cultural e o populismo, o antipetismo e o antibolivarianismo, entendido como os governos e as forças políticas do socialismo do século XXI, surgiram antes

	Bolivarianismo
	Messianismo
	Fake News
	Lavajatismo
<b>Populismo</b>	Velha política
	Homogeneização dos brasileiros
	Negacionismo científico e climático

Fonte: elaboração própria com base nos principais elementos discursivos sinalados na discussão teórica e obtidos na revisão de literatura.

Se a conjunção entre proteção e negação leva à rejeição do social, e a conjunção entre negação e tradição conduz a uma crítica profunda da sociedade iluminista e materialista brasileira, a conjunção entre negação, tradição e antagonismo leva a uma oposição aberta à legitimidade dos procedimentos democráticos liberais. Então, o caráter ambivalente, difuso e contraditório, visível particularmente em Pinheiro Machado e Scalco (2018), Solano (2019) e Giroto Neto (2020), que define a identidade bolsonarista se baseia na exploração das falhas do sistema político para impulsionar um individualismo cínico do «salve-se quem puder» e da articulação de medos e incertezas num sentido de isolamento social e proteção diante de inimigos que, inclusive, estão fora do alcance do próprio Estado. A projeção da pessoa a partir do seu entorno, onde a rejeição e negação constituem elementos políticos e culturais práticos que resultam fundamentais na adoção de posições e crenças (cultura política) e no seu desenvolvimento em sociedade (sociabilidade).

“ao mesmo tempo que a extrema direita no mundo impõe um projeto descivilizatório, ela está se colocando como alternativa de futuro para muita gente. Ao mesmo tempo em que se constrói com bases em negações políticas, está fazendo com que muitos indivíduos se sintam empoderados politicamente porque não se apresenta como elitista e sim como popular, fazendo apelos contínuos a suas bases e a militância e se dirigindo às massas que foram abandonadas pelo sistema político tradicional” (SOLANO, 2019, p. 320)

Nessa configuração filosófica e ideológica, o Tradicionalismo também tem sido importante, como o foi na ascensão global da nova extrema direita. Olavo de Carvalho<sup>41</sup> ligado

---

da constituição do Bolsonarismo e tem ligações históricas com o discurso cultural anticomunista da guerra fria.

<sup>41</sup> Como reporta Rocha (2022), sua presença acrescentou quando criou, em rejeição à mídia tradicional, um blog em 1998, tornando-se gradualmente uma influência dos frequentadores dos fóruns digitais e os estudantes universitários das novas direitas, especialmente quando foram criados em 2008 e 2010 a comunidade Olavo de Carvalho no Orkut e um Instituto como o mesmo nome; atingindo um público cada vez mais amplo por meio das transmissões que realizava no Blog Talk Radio e no *Youtube*. Sendo essas técnicas propriamente metapolíticas.

à família Bolsonaro desde 2012<sup>42</sup> e Steve Bannon desde 2018<sup>43</sup>, influíram nela. Além dos fatores em comum que Teitelbaum (2021) identifica no direcionamento de seu aconselhamento baseado na capitalização das populações pobres e menos escolarizadas por ser os guardiões dos valores nacionalistas e religiosos e do alinhamento do Brasil ao Ocidente judaico-cristão<sup>44</sup> para livrá-lo da geopolítica mercantilista que o ligava à China; segundo Mattos (2020), de Carvalho<sup>45</sup> permitiu “dotar o Bolsonarismo de uma filosofia, no sentido de uma visão mais articulada e totalizante, que confere sentido a sua ação política” (p. 172), permitindo-lhe, segundo Calil (2021), intervir nas manifestações contra o governo de Dilma Rousseff em 2015 e 2016, disputando com setores liberal-conservadores seus rumos e seu significado e constituindo-se como alternativa eleitoral (p. 74).

Na entronização desse ideário e na expansão dele como força anti-institucional, tem havido duas grandes expressões de metapolítica atuando paralelamente: a infiltração em mídias sociais como *WhatsApp*, *Telegram* e *Youtube* e a criação de um conjunto de mídias digitais conservadoras. Na primeira emulando o realizado por *Cambridge Analytica* e na segunda pela *Breitbart News*. Em ambas misturam entretenimento com cultura e política na medida em que divulgam a desordem informacional, uma atuação tecnológica não isenta de mentiras deliberadas, propaganda partidária e ideologização.

Nesse contexto, segundo Cesarino (2022), o Bolsonarismo manifesta uma tendência mais geral de desestabilização dos pilares do compromisso liberal, onde “a atual infraestrutura cibernética das novas mídias introduz um viés técnico favorável a essa desestabilização e, conseqüentemente, ao tipo de política avançada pela atual convergência neoliberal-conservadora” (p. 165). Isso revela a existência de um ecossistema tecno-político que, segundo Cohen Egler, Costa e Gonçalves (2021), produz um discurso bolsonarista nas mídias que “resulta na atração rizomática de muitos seguidores, que, articulados, formam uma totalidade complexa, comunicando-se por canais de alta fluidez para alcançar um determinado sentido compartilhado, conferindo significado à ação política” servindo de “veículo para o

---

<sup>42</sup> Por meio de Flávio Bolsonaro, o filho mais velho do presidente Jair Bolsonaro. A ligação durou até seu falecimento em janeiro de 2022.

<sup>43</sup> Por meio de Filipe Martins, antigo aluno de Olavo de Carvalho.

<sup>44</sup> Em virtude, segundo eles, das raízes espirituais que tornam parte do Brasil desse Ocidente judaico-cristão.

<sup>45</sup> Sua influência também se expressou em indicações para cargos de governo que foram realizados: Ricardo Vélez Rodríguez, filósofo conservador, para ministro da educação e Ernesto Araújo, pupilo dele, como ministro de Relações Exteriores. Outros Tradicionalistas e Olavistas como César Ranquetat e Filipe Martis também ocuparam cargos no governo.

desenvolvimento de estratégias de ação autoritária” (p. 3) cujas particularidades são amplamente analisadas na discussão de resultados.

## 1.2 Estudos sobre as implicações políticas das mídias sociais

O surgimento e a expansão das mídias sociais despertaram naturalmente o interesse da comunidade científica de estudar sua lógica, seu funcionamento e seus relacionamentos com outros fenômenos. No caso de sua vinculação com as diferentes dimensões da política, surgiram uma ampla variedade de abordagens com o objetivo de compreender e aprofundar qualitativa e quantitativamente as expressões, interações e impactos entre elas. Desde o impacto de funções básicas, como visualizar e compartilhar notícias, até sua configuração como um ambiente de manipulação social e política.

Kapoor et al. (2018), a partir da análise de 132 trabalhos relacionados à *social mídia* e *social networking*, encontraram que a maioria dos estudos coincidem no reconhecimento da capacidade das mídias sociais de compartilhar e trocar informações, isto devido ao fato de que “os conteúdos gerados pelos usuários permitem o entendimento coletivo, que é uma função massiva de processamento do conhecimento humano da máquina, capaz de lidar com volumes caóticos de informações” (p. 553).

Uma das fontes desses volumes caóticos de informações, que pode impactar na discussão política, se encontra nas notícias *online*. Beam, Hutchensm e Hmielowski (2016) analisaram os impactos de sua exposição e observaram que a visualização de notícias está relacionada ao aumento do conhecimento factual (fatos, cifras, acontecimentos, signos convencionais), mas não ao conhecimento estrutural (o porquê dos fatos e suas inter-relações); enquanto seu compartilhamento está relacionado a um maior conhecimento estrutural, mas não ao conhecimento factual.

Tanto as assimetrias de conhecimento quanto a produção de conteúdo nas mídias, como espaços que contém desde a socialização até a interpretação de pontos de vista divergentes, trazem consigo a probabilidade de exposição dos cidadãos à discordância política. Choi e Lee (2015) mostram que o uso frequente de redes sociais implica uma maior probabilidade de interagir com outras pessoas de perspectivas heterogênea, no entanto, que essa influência só é exercida indiretamente através de seus efeitos em atividades relacionadas a notícias *online*, e que esta relação entre o compartilhamento de notícias e a heterogeneidade da rede depende do

grau de interesse político.

De fato, essa heterogeneidade é uma expressão cada vez menor, como os próprios autores reconhecem, muitos pesquisadores advertiram, citando particularmente a Sunstein e a Prior, que “os espaços de comunicação on-line, como aqueles encontrados nas redes sociais, correm o risco de se tornarem câmaras de eco, nas quais uma grande variedade de informações é bloqueada, apenas as opiniões de indivíduos com os mesmos interesses são ouvidas e os pontos de vista de todos os participantes se polarizam” (p. 263).

A discordância política, a priori natural e normal (inclusive necessária) sob um paradigma democrático e de prevalência dos direitos humanos, tende a ser impulsionada por essas bolhas sociais que criam as câmaras de eco, a ser substituída pela segregação ou transformada em polarização (extrema). Na primeira emerge, em grande parte pela monopolização do entorno por parte dos vieses de confirmação, uma convicção de que a particularidade sempre exemplifica e representa uma generalidade, que as atitudes e percepções comuns constituem fatos inapeláveis sobre como o mundo é e deveria ser, a ponto de desencadear e multiplicar preconceitos sociais. Flores (2017), a partir de uma técnica estimativa de diferenças em diferenças aplicada a mais de 250.000 *tweets*, mostrou que grupos de usuários começaram a publicar mensagens negativas contra os hispanos, à medida que outros que costumavam criticá-los aumentavam sua atividade contra eles após da aprovação de uma lei anti-imigrante no Arizona em 2010.

Na segunda prevalecem, condensadas pela personalização de conteúdos e o afastamento da variedade, posições intransigentes em relação a opiniões, crenças e visões de mundo diferentes dos próprios, o que leva a um crescente isolamento entre os usuários e à fratura da coesão social. Inclusive esta dinâmica pode conduzir à omissão de informações que poderiam contribuir para a formação e a consolidação de uma cultura política democrática. Valencia (2021), analisando as ligações entre as bolhas de filtragem e a polarização de posições contrárias ao machismo no *Facebook*, constatou que a grande maioria do conteúdo publicado pelas páginas desta rede social não é mostrado aos usuários (nem o 50%) e que, em particular, o conteúdo referente ao assédio, agressão sexual e assassinatos machistas, desaparece para alguns usuários.

Este veto a certas informações também faz parte do ecossistema de desinformação discutido teoricamente na subseção 1.1.1.1. A disseminação dele, como determinaram Zimmer et al. (2019) a partir da análise de conteúdo qualitativa e quantitativa dos comentários e as respostas em um blog e em *Reddit*, pode ser apoiado tanto por máquinas através da construção automática de bolhas de filtragem quanto por câmaras de eco feitas pelo homem contendo padrões de comportamento informativo dos indivíduos que reagem a ele. Este ecossistema, como argumenta Reisach (2021), pode influenciar opiniões e decisões muito mais fortemente do que antes da expansão das mídias sociais.

De fato, documenta três tipos comuns de manipulação social e política. A primeira é a publicidade e propaganda, que se refere a campanhas negativas, informações infundadas e repetições de informações sem mencionar que é infundado; a segunda são os *psychological nudges*, que se refere à detecção de desejos ou medos e responder a eles com impulsos que desencadeiem emoções, como as mensagens carregadas de emoção da campanha do *Leave no Brexit*, que atraíram assim eleitores indecisos, ou as informações falsas que receberam os cidadãos de Gales antes do referendo sobre a abertura da União Europeia a mais de 70 milhões de turcos, o que teria afetado emocionalmente até os destinatários que não tinham acreditado plenamente nelas; finalmente, a terceira é a política 2.0, que se refere às câmaras de eco, mas dirigidas por *bots* cuja vitalização se baseia em mecanismos publicitários (ter muitos seguidores e visualizações, portanto anunciantes) e onde a desinformação se multiplica eficazmente e é utilizada como uma poderosa ferramenta política.

### 1.2.1. Extremos políticos e mídias sociais

Sob a hipótese que as mídias sociais impulsionam os extremos políticos, diferentes autores têm estudado as formas de como elas interagem. Lee et al. (2018) realizaram 1.028 entrevistas telefônicas dirigidas a residentes de Hong Kong com 15 anos ou mais e aplicando uma regressão hierárquica encontraram que, embora as mídias sociais tivessem uma relação com as atitudes sobre os valores políticos e problemas sociais, ela era pequena porque, apesar de que o efeito da câmara de eco pudesse reforçar a posição original, as mídias sociais desempenhavam um papel limitado na formação de posições polarizadas em comparação com outros fatores, como a demografia, a orientação política e o uso da mídia.

Embora o acesso a recursos, serviços e capital ainda prevaleçam no estabelecimento inicial das posições, as mídias sociais desenvolvem um papel de propulsão no reforçamento das posições adotadas pelos usuários e na sensorialização em geral. Buder et al. (2021) levando a cabo uma análise de sentimentos e de *network analysis* de 4 milhões de publicações no *Twitter* sobre o Brexit e Donald Trump descobriram que: o conteúdo dessa rede se caracterizou por ter uma negatividade geral; a negatividade está ligada à polarização, especialmente pela força das atitudes extremas; quanto mais usuários exibiam negatividade em seus próprios *tweets*, mais extremos e menos ambivalente eles eram, o que é consistente com a literatura que argumenta que as atitudes também são moldadas pelos pensamentos privados e pelas declarações públicas que uma pessoa faz; e, finalmente, descobriram que a negatividade no ambiente social do usuário tem um efeito ligeiramente despolarizante na atitude extrema.

Nessa mesma linha, Weismueller et al. (2022) por meio de *network analysis* e mineração de textos analisaram 168, 429 *tweets* que foram publicados entre julho de 2019 e junho de 2020 nos Estados Unidos e encontraram que é menos provável que os usuários das mídias compartilhem conteúdos nos quais a qualidade dos argumentos prevaleça mais do que as emoções em comparação com os conteúdos nos quais as emoções prevalecem; que os usuários estão mais inclinados a compartilhar conteúdos nos quais as emoções positivas prevalecem mais sobre as negativas independentemente da ideologia política de quem publica, o que poderia ter relação com o fato de que os autores analisaram conteúdos de *influencers* e não de meios de comunicação.

Também concluíram que a autoridade (influência e número de seguidores) é valiosa para aumentar o intercâmbio, não só na comunicação de crise, mas também quando os *influencers* políticos se comunicam com seu público; que em algumas ocasiões o extremismo político pode ser um moderador importante ao compartilhar conteúdo político nas mídias sociais e, ainda, que é mais provável que se compartilhe conteúdos nos quais prevalecem as emoções positivas sobre as negativas em comparação ao conteúdo nos quais prevalecem as emoções negativas, embora isto ocorra menos nos usuários do extremo ideológico do espectro.

Esse papel propulsor também tem a dimensão do usuário como organizador e impulsionador de certos tipos de conteúdo. Rim, Lee, Yoo (2020) analisaram, por meio de *networks analysis*, 5.169 *tweets* de duas empresas (Starbucks e Budweiser) que se opuseram à ordem executiva de proibição de imigração do presidente Donald Trump em 2017 nos Estados



Unidos, encontrando que os boicotadores das empresas no *Twitter* apareceram também na rede de defensores do presidente, que esses boicotadores também participaram em boicotes das outras empresas ou organizações que se opunham às políticas dos republicanos e do presidente, e que a rede de boicotadores era densa e altamente conectada entre subgrupos, enquanto a rede de defensores era escassa.

Outra das expressões dessa dimensão desde os usuários é o desenvolvimento de uma versão mais militante. Moss e O'Connor (2020) realizaram 511 enquetes e, por meio de análise de regressão, encontraram que os defensores de uma política autoritária de esquerda têm mais atitudes em comum com defensores da extrema direita do que com as opiniões da esquerda relacionadas com a compaixão e o politicamente correto. Van Raalte, Maesele e Phelan (2021), por sua vez, estudando o discurso de 250 *tweets* da liderança populista do holandês Thierry Baudet e do seu partido Forum Voor Democratie mostraram que as ideias populistas prototípicas de direita, tais como alteridade, domínio dos valores tradicionais, liderança e teorias da conspiração, foram padrões visíveis no discurso de ambos no *Twitter*.

Finalmente, Ravecca et al. (2022) aprofundando a reciprocidade da dinâmica de visibilidade e exploração da relação entre as redes sociais e a extrema direita, analisaram 30.858 *tweets* de 20 *influencers*, ativistas e políticos, utilizando uma metodologia mista e de análise de conteúdo, para explorar como se manifesta a interseccionalidade da extrema direita, entendida como a rejeição à ideologia de gênero<sup>46</sup>, concluindo que na América Latina, o *Twitter* tem sido fundamental para a consolidação de uma perspectiva conservadora que ataca o feminismo e a esquerda simultaneamente enquanto tece temas econômicos, culturais e sociais em uma única narrativa, apropriando-se da retórica dos direitos para encaminhar uma agenda de direita com características autoritárias, enquadrada nos valores cristãos tradicionais.

#### 1.2.1.1. O Bolsonarismo nas mídias sociais

Como já foi apontado, a nova extrema direita caracteriza-se pelo uso eficiente das mídias sociais e, nesse sentido, a investigação sobre a atuação tecnológica do Bolsonarismo como a expressão brasileira desse fenômeno tem levado a compreender tanto a composição (isolada ou em redes) quanto as preferências de conteúdo dos usuários em sua disseminação.

---

<sup>46</sup> Um inimigo definido em termos econômicos e culturais: assim, o feminismo é frequentemente referido como uma extensão do comunismo, enquanto o marxismo é entendido como parte de conspirações culturais para destruir famílias saudáveis e estilos de vida normais (RAVECCA et al., 2022).

Cardoso (2020), a partir dos dados da pesquisa de DataFolha dirigida a 2.761 pessoas de 16 anos ou mais publicada em novembro de 2017, mostra três elementos: o primeiro elemento foi que os eventuais eleitores de Bolsonaro que tinham *Facebook* e *Whatsapp* eram 10 pontos percentuais acima do que o resto e que, proporcionalmente, também eram mais ativos, compartilhando notícias sobre política e eleições nelas.

O segundo elemento, segundo o mesmo autor, era que o 64% de bolsonaristas afirmaram que se informavam sobre política e eleições em páginas de notícias na internet, e 54% nas mídias sociais, entre 21% e 16% maior, respectivamente; enquanto o terceiro elemento foi que esses potenciais eleitores estavam proporcionalmente muito mais sujeitos às bolhas sociais do *Facebook* e que eram mais ativos no *WhatsApp*. Enquanto Cohen Egler, Costa e Gonçalves (2021), a partir das técnicas da análise de redes sociais de 858 páginas no *Facebook*, identificaram que a rede bolsonarista estava conformada principalmente por ativistas digitais, políticos e mídias; e que as mensagens mais compartilhadas estavam relacionadas à legalização das armas, ao machismo e à violência.

Essas redes, seja o núcleo ou os nodos, na medida que padronizam preferências tendem à articulação de mensagens e conteúdos para dirigi-los sob um arcabouço discursivo-ideológico ou objetivos políticos delineados. Adotando um comportamento coletivo e em cadeia. Melchades Soares (2021), através de uma análise textual discursiva das *lives* semanais do presidente Bolsonaro no *Youtube* durante o primeiro ano da pandemia, identificou como os principais elementos discursivos dele a criação de inimigos, as posições antissistema, a comunicação direta com o povo, o descrédito da imprensa oficial, a polarização, o messianismo, as *Fake News*, o negacionismo e as teorias de conspiração.

Nessa linha, Pereira Silva (2020), a partir de um rastreamento textual em redes digitais bolsonaristas nas vésperas dos 55 anos do golpe de 1964, conclui que existe uma implementação de revisionismos ideológicos e negacionismos estratégicos para a manutenção de certo efeito de hegemonia dos sentidos políticos sobre a ditadura civil-militar, uma insistente indexicalização de sentidos de base autoritária, antidemocrática e repulsiva aos direitos humanos, assim como uma intensa fricção entre articuladores digitais do Bolsonarismo e seus oponentes em espaços públicos virtuais.

Carreiro, Silva e Freire (2021), por sua vez, baseados em uma metodologia qualitativa e quantitativa, ao analisarem 6.590 *tweets* de seis deputados bolsonaristas, identificaram um alinhamento de mensagens entre os perfis, particularmente aqueles dirigidos a defender as ações do governo e atacar às instituições e a seus adversários políticos. Enquanto Pagoto e Longhi (2021), a partir de uma análise dos comentários de 33.651 publicações de CNN Brasil e da Folha de São Paulo no *Instagram*, encontraram uma correlação discursiva entre a gramática dos usuários e a de Bolsonaro e um aumento de ataques à imprensa em notícias relacionadas ao presidente.

Esse comportamento que deriva não somente do tipo de uso que os usuários adotam de acordo com suas preferências e seus objetivos, senão também das condições e as vantagens que a infraestrutura das mídias sociais permite e incentiva, especialmente em favor da extrema direita. Evangelista e Bruno (2019), a partir de uma estratégia etnográfica, mostraram como os *affordances*<sup>47</sup> de *WhatsApp* que favorecem a disseminação de informação errada (*misinformation*) potencializou a campanha de Bolsonaro ao explorar os sentimentos e percepções difundidos pela mídia, adicionando mais força ao conservadorismo.

Faltay (2019), examinando controvérsias no *Youtube* relacionados aos perigos da vacinação, as urnas eletrônicas nas eleições brasileiras e múltiplas narrativas conspiratórias, argumenta que a popularidade no consumo desses conteúdos deve-se à opacidade e concentração de sua infraestrutura e à natureza oligopolista do seu modelo de negócios. Enquanto Cesarino (2020), baseada na extração etnográfica *online* em grupos pró-Bolsonaro, identificou que as *affordances* anti-estruturais das mídias sociais ajudam a estabelecer uma base para o surgimento e expansão do discurso populista formando comunidades em que os sujeitos são influenciáveis.

Na busca de contribuir à compreensão desse comportamento bidirecional, focalizado nesta pesquisa no Bolsonarismo e em cinco mídias sociais, foi desenhada aplicada uma metodologia qualitativa e quantitativa, cujos procedimentos utilizados são descritos e explicados na subseção seguinte, seus resultados apresentados no capítulo II e amplamente discutidos no capítulo III.

---

<sup>47</sup> O conjunto de estímulos proporcionados para a realização de uma ação.

### 1.3 Abordagem metodológica

A metodologia mista utilizada para analisar o comportamento bidirecional entre o Bolsonarismo e as mídias sociais durante 2022 no Brasil teve um alcance descritivo, comparativo e inferencial. Procurou-se entender para que essa força anti-institucional utilizou as mídias, que tipo de conteúdo elas disseminaram e como as métricas impulsionaram tanto as publicações quanto os usuários do ecossistema bolsonarista. Na tabela 5, se apresenta de maneira geral, como foram operacionalizados cada um dos objetivos e na subseção relativa às fases da pesquisa se descreve com precisão os procedimentos realizados.

Tabela 5. Operacionalização dos objetivos

<b>Analisar o comportamento bidirecional entre o Bolsonarismo e as mídias sociais durante 2022 no Brasil.</b>	
Objetivos específicos	Técnicas
Descrever a composição do ecossistema tecnopolítico das mídias sociais relacionado ao Bolsonarismo no Brasil durante 2022.	Revisão documental, científica e jornalística e análise descritiva das postagens e as métricas coletadas em <i>Fanpage Karma</i> .
Interpretar as principais publicações espalhadas pelo ecossistema tecnopolítico nas mídias sociais sobre tópicos relacionados ao Bolsonarismo no Brasil durante 2022.	Análise de conteúdo dos dados coletados em <i>Fanpage Karma</i> .
Estabelecer a relação e a influência das (ou entre) métricas (variáveis) das mídias sociais onde se espalharam as principais publicações sobre tópicos relacionados ao Bolsonarismo no Brasil em 2022	Análise de componentes principais categóricos das métricas coletadas em <i>Fanpage Karma</i> .

Fonte: elaboração própria.

#### 1.3.1. Fases da pesquisa

##### Fase 1. Revisão de literatura

Esta fase baseou-se na revisão e discussão de documentação relacionada às teorias e às pesquisas sobre construção social da tecnologia, infraestruturas como objetos políticos, mídias sociais, notícias, algoritmos, desinformação, ideologia, metapolítica, extremos políticos e Bolsonarismo; tanto de maneira individual quanto relacionados entre si.

## Fase 2. Criação dos bancos de dados

Foram criados dois bancos de dados através das técnicas de coleta, gestão e classificação. O qualitativo, descrito com mais detalhes nas fases 3 e 4, baseou-se em informações coletadas a partir da revisão documental, científica e jornalística sobre trabalhos de pesquisa relacionados aos objetivos específicos, dos usuários mais relevantes do ecossistema tecnopolítico do Bolsonarismo e dos tópicos das publicações mais espalhadas durante o período de estudo, compreendido entre os dias 1º de janeiro (primeiro dia do ano eleitoral) e 30 de outubro de 2022 (dia do segundo turno das eleições).

Enquanto o banco quantitativo, foi construído com base nos usuários identificados; nas métricas do *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *Youtube* e *TikTok* do ecossistema, classificadas por usuário e mês, assim como nas métricas das principais publicações que foram espalhadas, classificadas por usuário, rede e tópico, antes e após o começo oficial da campanha política o 15 de julho<sup>48</sup>. Todas elas obtidas por meio de *Fanpage Karma*, uma ferramenta *online* com assinatura mínima de um mês que disponibiliza os dados de até 8 mídias sociais e cuja quantidade de mídias sociais, funções e ferramentas habilitadas<sup>49</sup> para serem utilizadas dependem do nível de assinatura.

O nível utilizado para esta pesquisa permitia monitorar um número ilimitado de perfis em tempo real e historicamente, exportar todas as métricas<sup>50</sup> e as publicações<sup>51</sup> desejadas dos usuários monitorados para arquivos editáveis (Excel), analisar e classificar o conteúdo por métricas e palavras-chave, assim como identificar os recursos (texto, vídeos, imagens) mais utilizados. Essas funções sinaladas foram aplicadas a 35 usuários e a sua atividade nas cinco redes mencionadas.

---

<sup>48</sup> Até o dia seguinte ao segundo turno.

<sup>49</sup> A totalidade de funções e ferramentas disponibilizadas por *Fanpage Karma* podem ser consultadas em: <https://www.fanpagekarma.com/es/features?module=analytics> e <https://academy.fanpagekarma.com/es>.

<sup>50</sup> A totalidade das métricas disponíveis para na ferramenta podem ser consultadas em: <https://academy.fanpagekarma.com/es/metrics/>. Enquanto as métricas exportadas utilizadas na pesquisa dependendo do objetivo foram descritas e analisadas em cada uma das fases e as subseções correspondentes.

<sup>51</sup> As publicações utilizadas, dependendo do objetivo, foram descritas e interpretadas em cada uma das fases e as subseções correspondentes.

Fase 3. A identificação do ecossistema tecnopolítico do Bolsonarismo no Brasil em 2022.

Esta fase foi baseada no levantamento feito pela Agência Pública (2020), na qual foram identificados portais bolsonaristas cujos conteúdos foram compartilhados por 15 sites governamentais; nos usuários recomendados pelo próprio presidente Bolsonaro (FILHO, 2018); nos usuários identificados pelo Radar Aos Fatos, por meio do monitoramento em tempo real, que leva a cabo sobre o ecossistema de desinformação brasileiro (ELY; RUDNITZKI; BARBOSA, 2022); na avaliação feita por Chagas e De Mello Stefano (2022) sobre a utilização e incorporação dos políticos no *TikTok* em suas estratégias de comunicação política; no monitoramento de Christopher Bouzy sobre o crescimento irregular de seguidores em contas bolsonaristas no *Twitter* (DW, 2022) e nos usuários associados a Bolsonaro segundo a *Fanpage Karma*.

Foram identificados 48 usuários principais classificados em oito categorias:

1. Político: aqueles que tem exercido um cargo em um partido político ou de representação política
2. Mídia digital: aqueles portais que produzem e reúnem notícias para o meio digital e que estão associados a grandes grupos de mídia nacionais e regionais que possuem também veículos impressos (INTERVOZES, 2017).
3. *Reframe* mídia conservadora: aqueles meios de comunicação que pretendem contrabalançar as fontes tradicionais, neste caso a partir de uma enfoque fundamentalmente conservador<sup>52</sup> (BAKAMO, 2017).
4. Mídia alternativa<sup>53</sup>: aqueles veículos de mídia focados na publicação de conteúdos confuso e conspiratórios (BAKAMO, 2017).
5. Liderança neopentecostal: aqueles que desempenham um cargo de hierarquia na congregação, inclusive naqueles casos em que se tornaram políticos e assumiram cargos públicos.

---

<sup>52</sup> Em alguns destes casos, as mídias se destacam pela publicação de conteúdos confusos e conspiratórios, mas como esta não é sua atividade principal, decidiu-se classificá-las como *reframe* mídia conservadora e não como mídia alternativa seguindo a tipologia de Bakamo.

<sup>53</sup> O conceito também pode ter uma conotação diferente relacionada à independência diante poderes tradicionais.

6. Comentarista político: aqueles que destacam por suas aparições públicas em programas de debate, apresentações de notícias e em entrevistas sobre assuntos de interesse público.
7. *Influencer*: perfis consagrados que estabelecem proximidade com seus seguidores sob mecanismos de geração de confiança<sup>54</sup> e que conseguem, através da criação e disseminação de conteúdos, criar reações e mobilizar opiniões em suas grandes audiências (BARBOSA DE ANDRADE, 2020).
8. Página apócrifa: são aquelas que emulam (e se autodefinem) canais jornalísticos ou espaços de opinião e análise (VILELA LELO; CAMINHAS, 2021).

Desses 48 usuários foram escolhidos apenas aqueles que apoiam a Bolsonaro como político ou que ainda estão vinculados ao ideário do Bolsonarismo. Essa escolha foi feita através da revisão documental e jornalística de seus perfis, assim como os usuários que mais o mencionaram no seu conteúdo segundo a função *discovery*, encarregada de descobrir as tendências, tópicos e *influencers* atuais e mundiais, da ferramenta antes mencionada.

Tabela 6. Usuários identificados na revisão documental geral

Fonte	Usuário	Tipo de usuário	Apoiam a Bolsonaro?
Fanpage Karma ([s.d.])	Bibo Nunes	Político	Sim
	Carlos Jordy	Político	Sim
	Carmelo Neto	Político	Sim
	Cleitinho Azevedo	Político	Sim
	CNN Brasil	Mídia digital	Indeterminado
	Eduardo Bolsonaro	Político	Sim
	Glauber Braga	Político	Não
	Henrique Fontana	Político	Não
	Jovem Pan News	<i>Reframe</i> mídia conservadora	Sim
	Magno Malta	Político	Sim
	Marco Feliciano	Liderança neopentecostal	Sim
	Marcos Rogério	Político	Sim
Programa 4 por 4	<i>Reframe</i> mídia conservadora	Sim	

<sup>54</sup> Apresentar situações da vida cotidiana, mostrando domínio de temas específicos, exposições de carisma, entre outros.

	Programa Pânico	<i>Reframe</i> mídia conservadora	Sim
	Silas Malafaia	Liderança neopentecostal	Sim
	UOL Notícias	Mídia digital	Indeterminado
	Caio Coppolla	Comentarista político	Sim
	Hugo Gloss	Comentarista político	Não
	Mídia NINJA	Mídia alternativa	Não
	Quebrando o Tabu	Mídia alternativa	Não
	G1 - O Portal de Notícias da Globo	Mídia digital	Indeterminado
	Terra Brasil Notícias	<i>Reframe</i> mídia conservadora	Sim
	Gustavo Gayer	Político	Sim
	Foco do Brasil	<i>Reframe</i> mídia conservadora	Sim
	Folha Política	<i>Reframe</i> mídia conservadora	Sim
	Te atualizei	<i>Influencer</i>	Sim
	Tomé Abduch	<i>Influencer</i>	Sim
Agência Pública (2020)	Brasil Sem Medo	<i>Reframe</i> mídia conservadora	Sim
	Conexão Política	<i>Reframe</i> mídia conservadora	Sim
	Jornal da Cidade Online	<i>Reframe</i> mídia conservadora	Sim
	Pleno News	<i>Reframe</i> mídia conservadora	Sim
	Senso Incomum	<i>Reframe</i> mídia conservadora	Sim
Filho (2018)	Diego Rox	<i>Influencer</i>	Sim
	Embaixada da Resistência	Página apócrifa	Sim
	Bernardo Küster	<i>Influencer</i>	Sim
	Nando Moura	<i>Influencer</i>	Foi
Ely, Rudnitzki e Barbosa (2022)	Tiago Gama	<i>Influencer</i>	Sim
	Danilo Gentili	<i>Influencer</i>	Foi
	Gatonauta2022	Página apócrifa	Sim
	Odair Souza	<i>Influencer</i>	Sim
	Gabriel Alexandre	<i>Influencer</i>	Não
Chagas e De Mello Stefano (2022)	Renan Bolsonaro	<i>Influencer</i>	Sim
	Manuela d'Ávila	Político	Não
	Carlos Zarattini	Político	Não
DW (2022)	Carla Zambelli	Político	Sim
	Kim D. Paim	<i>Influencer</i>	Sim
	Paulo Figueiredo Filho	Comentarista político	Sim
	Paula Marisa	Comentarista político	Sim

Fonte: elaboração própria baseada nas fontes descritas.



Após a identificação do ecossistema tecnopolítico do Bolsonarismo<sup>55</sup> composto por 35 usuários<sup>56</sup>, na subseção 2.1, foram descritas as métricas e as principais postagens dos usuários mais relevantes do período de estudo, as quais foram coletadas utilizando a ferramenta *online*. Assim mesmo, foram apontados os antecedentes deles relacionados a seu papel na vida pública brasileira e na disseminação digital do ideário baseados em revisão documental tanto jornalística quanto acadêmica.

Tabela 7. Métricas do ecossistema tecnopolítico que foram descritas

Tipo de métrica	Mídia social	Descrição
<b>Interação das publicações (IP)</b>	<i>Facebook</i>	Número médio de interações por postagem em um dia em relação ao número de fãs no mesmo dia no período selecionado. As interações são reações (curtir, amei, força, haha, uau, triste, grr), comentários e compartilhamentos.
	<i>Instagram</i>	Número médio de curtidas orgânicas <sup>57</sup> e comentários orgânicos por publicação por dia em relação ao número de seguidores no mesmo dia durante o período de tempo selecionado.
	<i>Twitter</i>	Número médio de reações por tweet por dia em relação ao número de seguidores no mesmo dia no período selecionado. Se um usuário com 200 seguidores recebe um total de 30 reações a seus 10 <i>tweets</i> em um dia, a interação é de 1,5% ( $30/10/200 = 0,015 = 1,5\%$ ).
	<i>Youtube</i>	Número médio de "gostei", "não gostei" e "comentários" por vídeo nos vídeos de um dia em relação ao número de seguidores no mesmo dia no período selecionado <sup>58</sup> .
	<i>TikTok</i>	Número médio de curtidas, comentários e compartilhamentos por vídeo, nos vídeos de um dia em relação ao número de seguidores no mesmo dia no período selecionado.

<sup>55</sup> As contas do próprio Bolsonaro não foram adicionadas porque devido a seu grande poder de disseminação e engajamento gerava ruído estatístico no banco de dados. Também não foram selecionados os empresários envolvidos na troca de mensagens de *Whatsapp* saudando a ditadura e falando de apoiar um possível golpe de Estado devido ao fato de que suas mídias sociais foram suspensas por ordem judicial.

<sup>56</sup> Os classificados como sim.

<sup>57</sup> Neste trabalho, orgânica se entende como a atividade que tem ocorrido sem mediação publicitária; enquanto patrocinada é aquela que tem tido. Nesse sentido, não é possível identificar a participação de *bots* ou *trolls factory* nas métricas, apenas no sentido genérico: usuários/publicações/comentários/curtidas/reproduções que têm tido ou não mediação publicitaria.

<sup>58</sup> Indicador fornecido pela *Fanpage Karma*.

<b>Número de publicações (NP)</b>	<i>Facebook</i>	Número de publicações feitas no período selecionado.
	<i>Instagram</i>	Número de publicações feitas durante o período selecionado.
	<i>Twitter</i>	Número de <i>tweets</i> (incluindo os <i>retweets</i> ) publicados durante o período selecionado.
	<i>Youtube</i>	Número de vídeos publicados durante o período selecionado <sup>59</sup> .
	<i>TikTok</i>	Número de vídeos publicados durante o período selecionado <sup>60</sup> .
<b>Total de reações, comentários e compartilhamentos (RCC)</b>	<i>Facebook</i>	Número de reações (curtir, amei, força, haha, uau, triste, grr), comentários e compartilhamentos das publicações no período selecionado.
	<i>Instagram</i>	Número de curtidas orgânicas e comentários orgânicos nas publicações no período selecionado.
	<i>Twitter</i>	Número de <i>retweets</i> , citações, respostas, e curtidas nos <i>tweets</i> publicados no período selecionado.
	<i>Youtube</i>	Número de “gostei”, “não gostei” e “comentários” nos vídeos publicados no período selecionado <sup>61</sup> .
	<i>TikTok</i>	Número de compartilhamentos, curtidas e comentários nos vídeos publicados no período selecionado.

Fonte: Fanpage Karma ([s.d.])

#### Fase 4. A interpretação das principais publicações espalhadas pelo ecossistema tecnopolítico nas mídias sociais sobre tópicos relacionados ao Bolsonarismo

Com base na função de filtragem de *Fanpage Karma*, de um universo de 288.946 publicações nas cinco mídias sociais, foram identificadas as 300 mais relevantes entre o 1º de janeiro e o 30 de outubro de 2022. Isto de acordo com duas métricas em comum, a porcentagem de interação e o total de reações, comentários e compartilhamentos que foram descritas na tabela 7, assim como uma métrica específica por cada mídia social: compartilhamentos por publicação no caso do *Facebook*, comentários orgânicos no caso do *Instagram*, *retweets* no caso do *Twitter*, reproduções por vídeo no caso do *Youtube* compartilhamentos, no caso do *TikTok*.

<sup>59</sup> Idem.

<sup>60</sup> Idem.

<sup>61</sup> Idem.

Embora 105 publicações dessas 300 tenham sido eliminadas durante o período para cumprir com ordens judiciais ou evitar repercussões da mesma natureza no futuro, 100 delas puderam ser resgatadas, seja porque a mensagem ficou registrada na base de dados da *Fanpage Karma* ou porque outros usuários publicaram como próprio exatamente o mesmo tipo de postagem com o mesmo conteúdo. Nesse sentido, foram excluídas unicamente 5 do top 30 de postagens que foram publicadas no *TikTok* entre o 16 de agosto e o 30 de outubro<sup>62</sup>, as quais foram substituídos pelas que lhes sucediam em maior relevância. As 300 publicações, então, retratam satisfatoriamente os tópicos do conteúdo bolsonarista que continham a maior determinação e que foram as mais bem sucedidas.

Tabela 8. Métricas específicas utilizadas para filtrar as publicações mais espalhadas pelo ecossistema tecnopolítico do Bolsonarismo

<b>Métrica específica</b>	<b>Mídia social</b>	<b>Descrição</b>
<b>Compartilhamentos por publicação</b>	<i>Facebook</i>	A média de compartilhamentos das postagens publicadas no período selecionado.
<b>Comentários orgânicos</b>	<i>Instagram</i>	Número de comentários orgânicos (não pagos) em postagens publicadas durante o período selecionado.
<b><i>Retweets</i></b>	<i>Twitter</i>	Número de <i>retweets</i> (sem comentários) dos <i>tweets</i> publicados no período selecionado.
<b>Reproduções por vídeo</b>	<i>Youtube</i>	Número médio de vezes que os vídeos publicados foram vistos no período selecionado.
<b>Compartilhamentos</b>	<i>TikTok</i>	Número de compartilhamentos dos vídeos publicados no período selecionado.

Fonte: Fanpage Karma ([s.d.])

<sup>62</sup> Três feitas por Carla Zambelli e duas feitas por Eduardo Bolsonaro.

Para cada métrica, foram selecionadas as 10 publicações mais destacadas (30 por cada rede social), classificadas dependendo do momento da publicação, 150 delas antes e 150 após do começo oficial da campanha eleitoral. Isto devido ao fato de que, após 15 de agosto, a lógica das postagens poderia começar a mudar a lógica das postagens como resultado do discurso eleitoral, dos debates presidenciais e das necessidades discursivas e midiáticas que poderiam surgir com a divulgação das pesquisas, as controvérsias conjunturais e o desenvolvimento geral da campanha.

Cada postagem, então, foi codificada com base nos componentes e subcomponentes da nova extrema direita e o Bolsonarismo que foram condensados nas tabelas 3 e 4 da revisão de literatura, assim como da interpretação das publicações; emulando a estratégia utilizada por Castillo Estrada (2022), em sua pesquisa sobre o discurso populista de direita, que consistiu na organização de subtópicos mencionados pelos participantes das entrevistas em função dos componentes teóricos. A análise de conteúdo, tanto qualitativa quanto quantitativa, permitiu codificar, identificar e interpretar 29 tópicos relacionados ao Bolsonarismo a partir da revisão crítica dos textos, das imagens e dos vídeos de cada postagem.

A dimensão quantitativa consistiu, como propõem Lebart, Salem e Berry (1997), na contagem da frequência e a descrição das estatísticas tanto dos tópicos quanto das publicações mais relevantes, ambas em relação aos usuários e ao tipo de rede social. Enquanto a dimensão qualitativa consistiu na interpretação das publicações mais paradigmáticas, seja pelas métricas ou seja por sua capacidade de ilustrar a maior quantidade de tópicos possível do ideário, sob os princípios da análise de conteúdo proposta por Krippendorff, citado por Recuero (2014), referentes à compreensão dos textos para os atores sociais, a transcendência das noções de símbolo, conteúdo e intenções e a construção de inferências a partir de textos para seus contextos de uso.

Tabela 9. Os tópicos identificados nas publicações mais espalhadas pelo ecossistema tecnopolítico do Bolsonarismo durante 2022

Componentes	Tópicos	Exemplo
<b>Nacionalismo</b>	Patriotismo e 7 de setembro	“Brasil acima de tudo, Deus acima de todos. Parabéns, Justus! O que está em jogo é se o Brasil terá ou não um futuro” (BRASIL MOSTRA A TUA CARA, 2022) <sup>63</sup> .
<b>Neoliberalismo</b>	Princípios econômicos liberais	“Se o ex -presidiário voltar à cena do crime, eles provavelmente vão vender o maquinário que eles já compraram e retirar suas empresas de lá. Se nós continuamos nesse caminho da prosperidade, da liberdade, liberdade econômica principalmente, que é o que os investidores buscam quando eles colocam o seu capital em uma determinada nação, eles vão acelerar o processo” (GAYER, 2022).
	Agronegócio	“Mas declaramos que esta nação pertence ao nosso senhor Jesus, nos declaramos que esta nação é abençoada por Deus, o agro é abençoado por Deus” (JORDY, 2022).
<b>Fundamentalismo e conservadorismo</b>	Neopentecostalização do discurso político	“Se tinha um lugar endemoniado era a presidência. Primeira-Dama @michellebolsonaro está certa. E hoje o local é ocupado por adoradores de Deus e o diabo se revolta com isso????? Amém!” (BOLSONARO, 2022c)
	Família tradicional	“Lula não gosta de família! #jairbolsonaro #carlazambelli” (ZAMBELLI, 2022d)
	Valores conservadores	“Lula odeia qualquer um que divirja dele, Lula odeia a fé cristã, como já professou diversas vezes contra padres e pastores, mas desta vez ele passou de qualquer limite!” (CORONEL AGINALDO, 2022) <sup>64</sup> .
<b>Tradicionalismo</b>	Israel	“Muito obrigada por essa concentração, que vocês possam voltar a casa como o coração cheio de amor, com a verdade ao seu favor porque nós estamos aqui para lutar por nossa nação com justiça, verdade e amor. E como esses três princípios, o inimigo não vai vencer. Obrigada a todos, que Deus abençoe a nosso Brasil, que Deus abençoe Israel”

<sup>63</sup> A postagem original foi publicada por Carla Zambelli e foi replicada em sua totalidade pela página apócrifa Brasil Mostra a Tua Cara. Não foi possível citar a publicação original porque ela foi apagada após à solicitação da justiça brasileira de suspender as redes sociais da deputada bolsonarista.

<sup>64</sup> A postagem original foi publicada por Carla Zambelli e foi replicada em sua totalidade pelo coronel Aguinaldo de Oliveira, quem foi diretor da Força Nacional de Segurança. Não foi possível citar a publicação original pela mesma razão indicada no rodapé anterior.

		(JORDY, 2022).
	Ditadura socialista, do establishment, da toga, do pensamento único	<p>“Toda a verdade sobre a censura do Tribunal Superior Eleitoral à Jovem Pan e seus comentaristas. Não há nada do tipo contra as mentiras da Globo, CNN e outros membros do consórcio da Grande Mídia. Saiba que, a partir de hoje, em proteção a Jovem Pan, meus comentários já não mais poderão ter todo o conteúdo que eu gostaria. O nome disso é simples: ditadura. Contra a ditadura do establishment, vá às urnas no dia 30 e vote em Jair Bolsonaro. O ataque que sofremos hoje é um reflexo do desespero do outro lado” (ESCUTE A VERDADE, 2022)<sup>65</sup>.</p>
<b>Rejeição ao globalismo</b>	Rejeição à China	<p>“Já afeto, o Brasil que era o principal fornecedor da Argentina não é mais o primeiro, China no ano 2021 exportou para Argentina um bilhão mais do que Brasil, porque Xi Jinping se junta com Fernández, dá um papelzinho, fala isso daqui vale 30 bilhões de dólares, coloca no Banco Central e você tem uma maior reserva, em troca de uma usina” (“Gustavo Segré - Direto ao ponto - 31/01/22”, 2022)</p>
<b>Rejeição ao marxismo cultural</b>	Aborto e ideologia de gênero	<p>“Eu sou pró Brasil. A minha cabeça pensa, eu não posso admitir um homem que estava na prisão, que foi condenado por mais de 20 juízes em todas as instâncias da justiça por vários crimes e outros que nem foram condenados ainda, ser descondenado para vir ser candidato à presidência desse país. Um homem que é pró aborto, pró ideologia de gênero” (PAIM, 2022).</p>
<b>Autoritarismo</b>	Rejeição à mídia tradicional e independente	<p>“<i>Youtube</i> desmentiu vocês mais uma vez [...] vocês acham que assim vão conseguir competir com a gente, nós (Jovem Pan) competimos sim pela audiência, mas em igualdade. O que vocês querem querido é equidade que é igualdade de resultados, não de condições. Querem que <i>Youtube</i>, ou TSE ou Lula ou quem quer que seja, vocês querem que regulem as coisas para obrigar ao público a consumir o conteúdo lixo de vocês que ninguém mais quer consumir. Vocês querem o monopólio da ideologia fracassada de vocês e tirar do pública a liberdade de escolha. Não vai rolar” (“Querem derrubar a</p>

<sup>65</sup> A postagem original foi publicada por Paulo Figueiredo e foi replicada em sua totalidade pela página apócrifa Escute a Verdade. Não foi possível citar a publicação original em virtude que foi apagada após da solicitude da justiça brasileira de suspender as redes sociais do comentarista político.

	Pan! - Paulo Figueiredo acaba com a Grande Mídia após ataque da Folha à Jovem Pan”, 2022)
Segurança pública e valores cívicos-militares	“Porque será que o próprio STF determinou que nenhum policial pode subir um morro e mesmo que pudesse a gente sabe como eles são resolvidos, mas o Lula pode subir o morro e é recebido como herói inclusive por «ex-trafficantes». Estranho né? Pois é, nesse dia 30 vote 22 e tenha a certeza: arma só nas pessoas de bem e segurança total inclusive nos morros para os moradores” (ESCÂNDALO NA PETROBRAS, 2022) <sup>66</sup> .
Tentativa de golpe	“Trata-se de uma tentativa de golpe grosseira (em referência ao projeto de lei no. 2630 das <i>Fake News</i> ), não tem sofisticação. A gente nem precisa trazer aqui uma grande engenharia de dedução para ver que essa é uma tentativa de mordaca grosseira” (PROGRAMA 4 POR 4, 2022a).
Supremo Tribunal Federal (STF)	“A polarização da população brasileira é resultado única e exclusivamente do ativismo judiciário. Para que haja equilíbrio e paz é primordial que as leis sejam iguais para todos, e não inquisitórias e amorais como tem se mostrado principalmente na terceira instância” (ABDUCH, 2022).
Tribunal Superior Eleitoral (TSE)	“Não há outra forma de encarar a questão: a Jovem Pan está, desde a segunda-feira, 17, sob censura instituída pelo Tribunal Superior Eleitoral. Não podemos, em nossa programação -no rádio, na TV e nas plataformas digitais-, falar sobre os fatos envolvendo a condenação do candidato petista Luiz Inácio Lula da Silva” (JOVEM PAN NEWS, 2022b).
<b>Erosão democrática</b>	
Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) <sup>67</sup>	“Aquela CPI foi orquestrada, armada para atacar o presidente Bolsonaro. Ali não tinha nenhum objetivo de investigar de verdade o que estava acontecendo sobre a pandemia. Eles não fizeram isso, ao longo do tempo o foco foi o presidente, acusar o presidente e acusar sem provas, sem evidências, sem nada” (ROGÉRIO, 2022)
Descrédito das instituições democráticas	“Temos 1.283 horas de conteúdos não exibidos, fomos limitados, fomos cerceados, fomos censurados de transmitir nossa mensagem (...) que nós queremos é que se restabeleça

<sup>66</sup> A postagem inicial foi publicada por Zambelli e foi replicada em sua totalidade pela página apócrifa Escândalo na Petrobras. Não foi possível citar a publicação original pela mesma razão indicada na nota de rodapé 49.

<sup>67</sup> Ataque à CPI como instrumento de fiscalização.

		o direito igualitário a disputar as eleições. Não sei se dá tempo para que sejam restabelecidas todas essas horas. Mas que seja feito rápido (...). O que a gente quer é apenas o tratamento igualitário para que a gente possa disputar as eleições sem ser censurados e cerceados (...). É uma coincidência muito grande que esse mesmo padrão se repetir em Estado por Estado. Praticamente todas as rádios dão mais para um lado (para o candidato do PT)” (JOVEM PAN NEWS, 2022a).
	Questionamento das pesquisas eleitorais	“Duas semanas atrás... Você acredita em pesquisa?” (BOLSONARO, 2022a) <sup>68</sup>
	Urnas eletrônicas e fraude eleitoral	“Grupo de advogados pede afastamento cautelar de Alexandre de Moraes da presidência do TSE <sup>69</sup> ! Parcialidade demonstrada coloca em risco todo o processo eleitoral” (SOMOS TODOS ALIANÇA PELO BRASIL, 2022) <sup>70</sup> .
<b>Discurso de ódio</b>	Xenofobia	“Oi Paola cozinheira, eu gostaria de saber onde foi parar o «mais amor por favor». que você prega quando você se sentiu no direito de insultar 58 milhões de brasileiros apenas por discordarem politicamente de você. Volte para Argentina e seja militante lá. #OLulaNaoEinocenteBabaca” (BRITO, 2022) <sup>71</sup> .
<b>Ameaça comunista</b>	PT	“Atenção: Não pode mais repercutir a matéria contendo a delação do Marcos Valério que liga o PT e o PCC <sup>72</sup> , homologada pelo STF, por ordem do excelentíssimo senhor soberano Alexandre de Moraes. Suco de democracia ❤️” (BARBARATEATUALIZEI, 2022).
	Bolivarianismo	“Na Venezuela, um homem saiu da cadeia para assumir a presidência. Na Nicarágua, um homem saiu da cadeia para assumir a presidência. No Brasil, um homem saiu da cadeia para assumir a presidência” (BR ESTELA 🇵🇷 🇧🇷 BRBR

<sup>68</sup> Em referência a uma notícia reciclada do Universo Online do Grupo Folha, anunciando como atual a publicação dos resultados da pesquisa eleitoral do Sensus.

<sup>69</sup> Também ministro do STF.

<sup>70</sup> A postagem inicial foi publicada por Zambelli e foi replicada em sua totalidade pela página apócrifa Somos Todos Aliança pelo Brasil. Não foi possível citar a publicação original pela mesma razão indicada no rodapé 49.

<sup>71</sup> A postagem inicial foi publicada por Te Atualizei e foi replicada em sua totalidade pelo usuário Paulo Florencio Brito. Não foi possível citar a publicação original devido a sua conta de *Twitter* ter sido suspensa após defender os bolsonaristas que invadiram o Congresso Nacional e o Palácio do Planalto nos atos antidemocráticos e golpistas do 8 de janeiro de 2023.

<sup>72</sup> Abreviação da facção criminosa Primeiro Comando da Capital.



	[@ESTELAEUMESMASC], 2022) <sup>73</sup> .
Perseguição às liberdades individuais	"O golpe já foi dado, o «Gabinete do Ódio» já existe e está dentro do STF. Golpe à vista? Ministros da Suprema Corte intensificam desrespeito à Constituição e perseguição às liberdades individuais" (PROGRAMA 4 POR 4, 2022b)
Apoio a Bolsonaro	"Quer ter noção da repercussão gigantesca da entrevista do Presidente no Flow? Mesmo sem divulgar a localização, a rua do estúdio foi tomada por milhares de apoiadores de Bolsonaro (como acontece em todo lugar que ele vai). Assim dá pra entender o desespero do sistema..." (BOLSONARO, 2022d).
Lula	"Bolsonaro ganhou onde o país produz e Lula ganhou onde o país é sustentado. Um quer o país produzindo e o outro quer mendigando" (GUSTAVO GAYER [@GAYERGUS], 2022b).
Fake News	"Hoje já tenho proteção da polícia federal, então me sinto com a vontade de falar da ligação de Alexandre de Moraes com o PCC" (GUSTAVO GAYER [@GAYERGUS], 2022a) <sup>74</sup> .
<b>Populismo</b>	
Petrolão e lavajatismo	"Lula confessou que entregou as diretorias da Petrobras à corrupção e que pretende fazer isso de novo" ("Você precisa assistir esse vídeo.", 2022)
Amigo-inimigo	"Este ano não decidiremos apenas qual política econômica ou internacional teremos pelos próximos 4 anos. Vamos decidir se teremos liberdade, valores, civilidade ou se vamos ter uma ditadura socialista à Venezuela. É o bem contra o mal. O resto a gente discute. *Vídeo: michellebolsonaro" (BOLSONARO, 2022b).
Negacionismo da ciência e ataque às universidades públicas	"Pai e mãe, vocês que tem filho de 5 a 11 anos de idade, a vacina não é obrigatória. Eu adianto minha posição, a minha filha de 11 anos não será vacinada [...] O fabricante, neste caso a Pfizer, não se responsabiliza por eventuais efeitos adversos, então se seu filho após da vacina tiver qualquer problema não responsabiliza a Pfizer, a Pfizer fez essa vacina

<sup>73</sup> A publicação identificada foi feita pela comentarista política Paula Marisa, mas não foi possível citá-la em virtude de que suas redes foram suspensas após da invasão ao Planalto.

<sup>74</sup> Como indica a iniciativa Reuters Fact Check (2022), o ministro Alexandre de Moraes atuou como advogado de causas civis de uma empresa citada em investigações sobre o PCC, mas não foi advogado da facção nem tinha relação nenhuma com ela.

---

e esta ai sendo testada e, como a própria Pfizer diz, tem certos efeitos colaterais que vamos tomar conhecimento a longo do 2022, 2023, 2024” (MALTA, 2022)<sup>75</sup>.

---

Fonte: elaboração própria com base na análise de conteúdo das publicações coletadas em (FANPAGE KARMA, [s.d.]).

Fase 5. O estabelecimento da relação e a influência das (ou entre) métricas (variáveis) das mídias sociais onde se espalharam as principais publicações sobre tópicos relacionados ao Bolsonarismo

Com base na função de exportar dados de *Fanpage Karma* foram descarregados 17 métricas diferentes do *Instagram*, 48 do *Facebook* e 15 do *TikTok*, classificadas por usuário e por mês entre o 1º de janeiro e o 30 de outubro de 2022. Essas redes foram selecionadas devido ao fato de que, como poderá ser conferido na tabela 13 da subseção 2.2, foram as que tiveram as melhores estatísticas descritivas no espalhamento dos conteúdos, de acordo com o total de reações, comentários e compartilhamentos e a porcentagem média da interação de publicações. Enquanto as métricas<sup>76</sup> foram escolhidas aquelas que puderam ser coletadas pela ferramenta durante o período<sup>77</sup> e que estavam disponíveis para os assinantes e não apenas para os proprietários dos perfis<sup>78</sup>.

As métricas foram analisadas individualmente (por rede) porque, apesar de alguns dos cálculos dos indicadores sejam realizados de acordo com os mesmos princípios ou procedimentos matemáticos, como poderá ser observado na tabela 10; existem diferenças na lógica de produção de dados para cada plataforma, porque eles respondem a seus próprios algoritmos e às principais utilidades de cada um (FRAZON TERRA, 2019), e são esses dados primários que a ferramenta coleta para registrá-los no seu banco ou para criar novos a partir deles. Diferenças que podem ser mais significativas em uma análise estatística inferencial do que em uma análise de conteúdo qualitativo e quantitativo.

---

<sup>75</sup> Neste caso, o presidente Bolsonaro tenta persuadir desde sua posição de poder que as crianças não sejam vacinadas trazendo como argumento central o desconhecimento dos efeitos colaterais e a dimensão deles na saúde sem contrabalançar, indicando evidências de sua contribuição significativa para evitar ficar gravemente doente ou ter condições pós-infecção.

<sup>76</sup> Não foi incluído o total de reações, comentários e compartilhamentos porque, ao ser construída a partir de três métricas com valores altos, desequilibrava os modelos.

<sup>77</sup> Algumas das métricas não continham dados pelo tipo de comportamento ou o tempo de atividade dos usuários.

<sup>78</sup> A ferramenta disponibiliza uma maior quantidade de métricas para os assinantes que fazem login em seus perfis nela.

Neste sentido, embora pudesse ter sido possível comparar *Facebook* e *Instagram*, pois pertencem à mesma empresa e têm algumas funções em comum, optou-se por realizar uma análise de componentes principais categóricas (CATPCA) para manter a coerência interna da produção e para que a relação desses dados permitisse, a partir do cruzamento e a redução de variáveis, compreender a dinâmica de cada rede e estabelecer quais métricas tiveram maior impacto no seu comportamento espalhando os tópicos bolsonaristas.

A CATPCA é um método que além de identificar as relações recíprocas que existem entre as variáveis (métricas) e os casos (usuários repetidos cada mês)<sup>79</sup>, quantifica as variáveis e reduz a dimensionalidade dos dados com o objetivo de especificar as dimensões (contidas por variáveis<sup>80</sup>) que explicam a maior parte da variância de um conjunto de dados (NAVARRO CÉSPEDES, 2008). Este método, ao ser no fundo uma técnica matemática, não precisa cumprir a suposição de normalidade multivariada dos dados para ser aplicado<sup>81</sup>; mas sim ter pelo menos 3 casos válidos no historial iterativo e um coeficiente de Alfa de Cronbach aceitável, como mínimo acima de 0.7 (70%). Dessa maneira, pode-se afirmar que as quantificações se ajustam no conjunto de dados e os dados ao modelo final (MARQUINEZ MITE, 2018; NAVARRO CÉSPEDES, 2008).

O método produz, então, dois tipos de resultados: as correlações entre as variáveis e as variáveis (métricas) quantificadas. A primeira assinala o tipo de relacionamento entre as métricas; positiva, quando os valores de ambas tendem a aumentar conjuntamente, e negativa, quando os valores de uma métrica tendem a aumentar à medida que os valores da outra variável tendem a diminuir. A segunda estabelece o grau de influência de cada métrica na quantidade de dimensões necessárias para explicar a maior quantidade de variância possível, colocando o foco naquela dimensão (em específico) que acumula a maior quantidade dela.

---

<sup>79</sup> Por exemplo, no *Instagram* foram analisados 29 usuários, que repetidos em 10 meses (janeiro até outubro) somam 290 casos (os dados de cada usuário coletados cada mês).

<sup>80</sup> Neste caso as métricas.

<sup>81</sup> Embora os resultados pudessem ser interpretados mais profundamente se a suposição fosse cumprida, considerou-se que não era necessário fazê-la devido à alta correlatividade entre as variáveis.

Tabela 10. As métricas mais relevantes de cada rede social segundo as correlações e a variância contabilizada

<b>Mídia social</b>	<b>Tipo de métrica</b>	<b>Descrição</b>
<b>Instagram</b>	Número de curtidas (total)	Número de curtidas orgânicas e patrocinadas em postagens publicadas durante o período selecionado.
	Número de comentários (total)	Número de comentários orgânicos e patrocinados sobre postagens publicadas durante o período selecionado.
	Publicações por dia	Número médio de postagens por dia durante o período selecionado.
	Número de publicações	Número de postagens publicadas durante o período selecionado.
	Compromisso	Número médio de curtidas orgânicas e comentários orgânicos por dia em postagens em um dia em relação ao número de seguidores no mesmo dia no período selecionado.
	Comentários por publicação (orgânica)	Número médio de comentários orgânicos sobre postagens publicadas durante o período selecionado.
	Curtidas por publicação (orgânica)	Número de curtidas orgânicas em postagens publicadas no período selecionado.
	Fans	Número de usuários que no último dia do período selecionado seguiram o perfil, estes são chamados de seguidores.
	Relação seguidor-seguindo	Relação de pessoas que seguem o perfil com aquelas que seguem o perfil no último dia do período selecionado.
	Índice do desempenho da página	Raiz quadrada do produto dos valores de comparação do valor de interação e do crescimento médio semanal de um perfil.
<b>Facebook</b>	Número de compartilhamentos	Número de compartilhamentos das postagens publicadas no período selecionado.
	Número de reações	Número de reações (curtidas, amei, haha, força, triste,

	Grr, Uau) às mensagens publicadas no período selecionado.
Número de curtidas	Número de curtidas nas publicações publicadas no período selecionado.
Número de comentários (total)	Número de posts de usuários publicados no período selecionado para a qual a Página reagiu (curtidas, amei, haha, força, triste, Grr, Uau).
Número de comentários (primários)	Número de comentários sobre postagens, excluindo comentários sobre esses comentários, publicados no período selecionado.
Atividade ponderada	Acumulação de compartilhamentos ponderadas por 3, comentários por 2 e curtidas.
Número de comentários (secundários)	Número de sub-comentários sobre comentários de postagens publicadas no período selecionado.
Compromisso	Indica o número médio de interações nas postagens de um perfil por seguidor por dia. O engajamento mostra como um perfil encoraja os usuários a interagir. Dividindo as interações pelo número de seguidores, o engajamento se torna independente do tamanho do perfil e, desta forma, estes perfis podem ser comparáveis.
Fans	Número de usuários que no último dia do período selecionado gostam da página.
Seguidores	Número de usuários no último dia do período selecionado que seguem as páginas das postagens.
Índice do desempenho da página	Raiz quadrada do produto dos valores de comparação do valor de interação e do crescimento médio semanal de um perfil.
Número de publicações por dia	Número médio de vídeos por dia durante o período selecionado.
<b>TikTok</b> Número de publicações	Número de vídeos publicados no período selecionado. Indicador fornecido pela <i>Fanpage Karma</i> .
Número de vídeos	Número de vídeos com a opção de compartilhar,

com a opção de compartilhamento habilitado.	publicados no período selecionado.
Vídeos de tamanhos	Duração média em segundos dos vídeos publicados no período selecionado.
Número de compartilhamentos	Número de compartilhamentos dos vídeos publicados no período selecionado.
Reproduções por dia	Número de visualizações (reproduções) por dia dos vídeos publicados durante o período.
Número de reproduções	Número de visualizações por dia dos vídeos publicados no período selecionado.
Número de curtidas	Número de curtidas nos vídeos publicados no período selecionado.
Interação das publicações	Número médio de curtidas, comentários e compartilhamentos por vídeo para um dia de vídeos em relação ao número de seguidores para o mesmo dia no período selecionado.
Plays por vídeo por follower	Visualizações por vídeo por seguidor para vídeos publicados no período selecionado.

Fonte: Fanpage Karma ([s.d.])

A CATPCA foi aplicada, utilizando o software IBM SPSS Statistics v25, para conhecer a estrutura e as inter-relações do ecossistema. Verificou-se que os conjuntos de dados das três redes sociais cumpriram com os critérios para continuar a realização da prova. No caso do *Instagram*, foram analisados 290 casos<sup>82</sup>, destes foram válidos 197 e foi obtido um coeficiente do 0,977; no caso do *Facebook*, foram analisados 300 casos, foram válidos 223 e foi atingido um Alfa do 0,991; enquanto no caso do *TikTok*<sup>83</sup>, foram analisados 220, todos foram válidos e foi obtido um coeficiente do 0,983.

<sup>82</sup> 29 usuários repetidos em 10 ocasiões (por mês)

<sup>83</sup> No caso do *TikTok*, foram apagadas 12 das 27 métricas escolhidas inicialmente devido ao fato de que uma quantidade importante de usuários não tinha dados registrados porque não foram capturados pela ferramenta ou porque não tinham nenhum valor. Embora tenham sido apagados os valores perdidos, foi o modelo mais potente, com maior capacidade explicativa, porque ao permanecer variáveis suficientes para uma análise desta natureza, aquelas que tinham uma menor quantidade de valores perdidos, permitiu ajustar o modelo a ponto de não ter nenhum caso com valores perdidos, um Alfa de 0,983 e uma dimensão que concentrou o 62,709% de variância contabilizada

Em seguida, os modelos de cada uma das redes foram rotados com base no método Varimax<sup>84</sup> para reduzir o número de variáveis que tinham altas saturações em cada um de seus fatores (MARQUINEZ MITE, 2018), o que simplificou a quantidade de métricas que explicam o comportamento do ecossistema. Finalmente também foram calculados tanto os graus de correlações quanto as cargas das métricas para cada plataforma, com base nos critérios de decisão da tabela 11 e cujos resultados foram apresentados na subseção 2.3 e discutidos no 3.3.

Tabela 11. Critérios de interpretação das correlações e as quantificações das métricas

<b>Classificação</b>	<b>Correlação</b>	<b>Cargas</b>
<b>Sem relação</b>	Menor a 0,25	-
<b>Fraca</b>	Entre 0,25 e 0,50	Entre 0,30 e 0,50
<b>Moderada</b>	Entre 0,50 e 0,75	Entre 0,50 e 0,75
<b>Forte</b>	Maior a 0,75	Maior a 0,75

Fonte: elaboração própria com base em (LEI, 2014; MARTÍNEZ ORTEGA et al., 2009).

<sup>84</sup> É o método mais utilizado. Também poderiam ter sido utilizados os métodos Promax, Equamax, Oblimin e Quartimax.

## II. APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

### 2.1 O ecossistema tecnopolítico do Bolsonarismo no Brasil

O ecossistema tecnopolítico identificado se compõe por 35 usuários, 14 deles presentes nas cinco mídias sociais analisadas, 13 em quatro delas, e 8 com presença entre 1 e 3 delas; sendo a maioria desses usuários provenientes da política, da *reframe* mídia conservadora e do mundo *influencer*. Como se mostra no gráfico 1, o *Youtube* cobre a maior parte do ecossistema com o 88,6% dos usuários, o qual é coerente com as pesquisas que apontam o domínio atual do Bolsonarismo nessa rede social (PREITE SOBRINHO, 2022). Nela, durante o ano eleitoral, os 31 usuários tinham publicado 34.239 vídeos e gerado mais de 237 milhões de reações, comentários e compartilhamentos.

Por sua vez, a rede mais ativa em relação à quantidade de publicações foi o *Twitter*, com 123.746 *tweets*, e o *Facebook*, com pouco mais de 84 mil postagens; enquanto a quantidade de RCC, *Facebook* e *Instagram* tiveram mais de 500 e 799 milhões, respectivamente. No entanto, em termos proporcionais, o *Instagram*, o *TikTok* e o *Youtube* tinham por publicação quase 19.000, 10.000 e 7.000 de RCC enquanto *Facebook* tinha em torno a 6.000. Naturalmente isto sem considerar a quantidade de publicações provenientes do *Facebook* e do *Instagram* que podem encaminhar o usuário ao *Youtube* e ao *TikTok* nem a quantidade de vezes que foram consultadas ou reproduzidas as postagens/vídeos devido ao comportamento mais específico de cada algoritmo no seu espalhamento.

Isto em virtude de que as mídias sociais estão interligadas. Um exemplo disso é a afirmação de Cesarino sobre o fato de que a maior parte do conteúdo consumido no *Telegram* vêm do *Youtube*, que tem um papel de repositório para sua distribuição, e que os dados assinalam um padrão em relação a uma ligação mais direta e mais frequente entre essas duas plataformas devido, provavelmente à motivação econômica dos criadores de conteúdo (CABO ELEITORAL, 2022), como no caso da parceria entre Flavio Bolsonaro (senador) e o Grupo MK (dono do Pleno News) descrita mais abaixo nesta subseção.

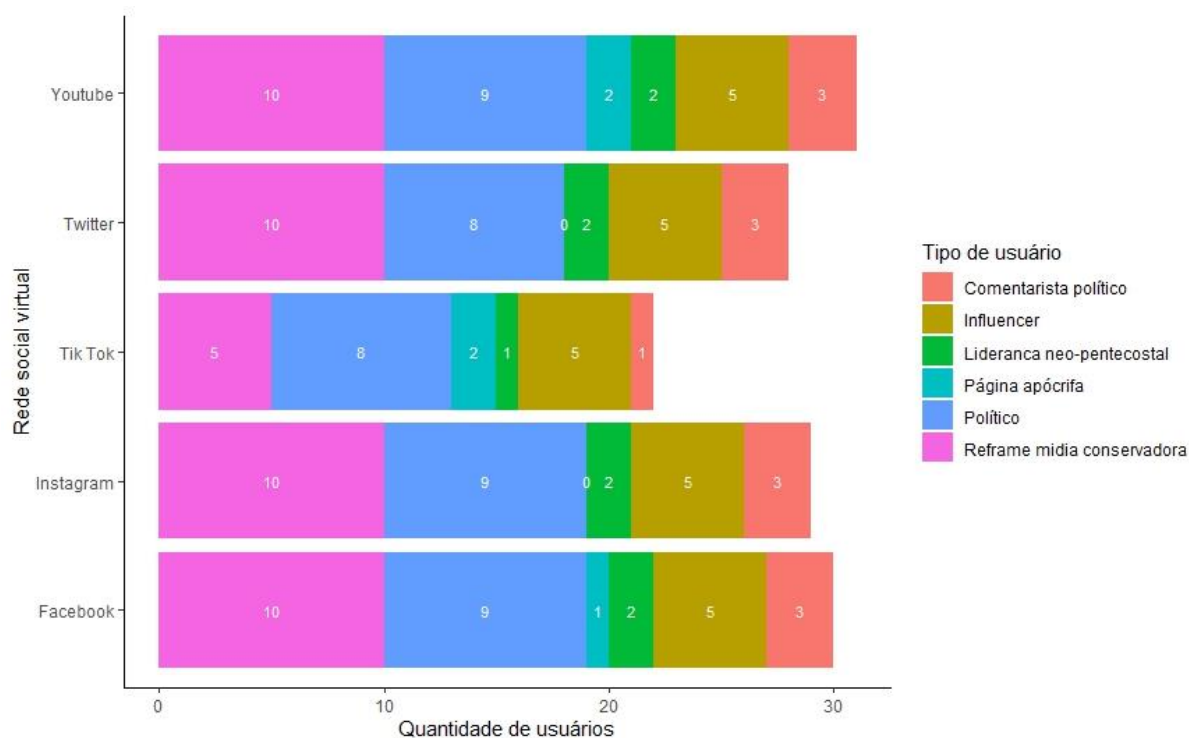
Enquanto à interação das publicações, o *TikTok* foi quem teve o maior desempenho, atingindo acima do 23% o número médio de IP por vídeo, apesar de que nesta plataforma não é permitido pagar publicidade para amplificar a disseminação de conteúdos políticos nem para



aumentar seguidores e melhorar as métricas gerais das contas dos políticos<sup>85</sup>. Esse desempenho tem relação com o enorme poder de engajamento e espalhamento que ela tem em relação a outras redes sociais devido à natureza do seu algoritmo, o qual segundo Smith (2021), uma série de cálculos baseados na combinação de curtidas, comentários, visualizações e tempo de reprodução de um vídeo geram a otimização e a predição do conteúdo que o público gostaria de assistir utilizando princípios de variedade.

Dessa maneira, o *TikTok* permite reter os indivíduos e mantê-los pelo maior tempo possível na plataforma, a tal ponto que o *Instagram* tem tentado assemelhar-se a ele através da criação de vídeos curtos nos *reels* e da reconfiguração das recomendações que dá para os usuários, como pode ser percebido nas mudanças anunciadas em julho por seu presidente Mosseri (2022) na sua conta.

Gráfico 1. Tipo de usuário por rede social



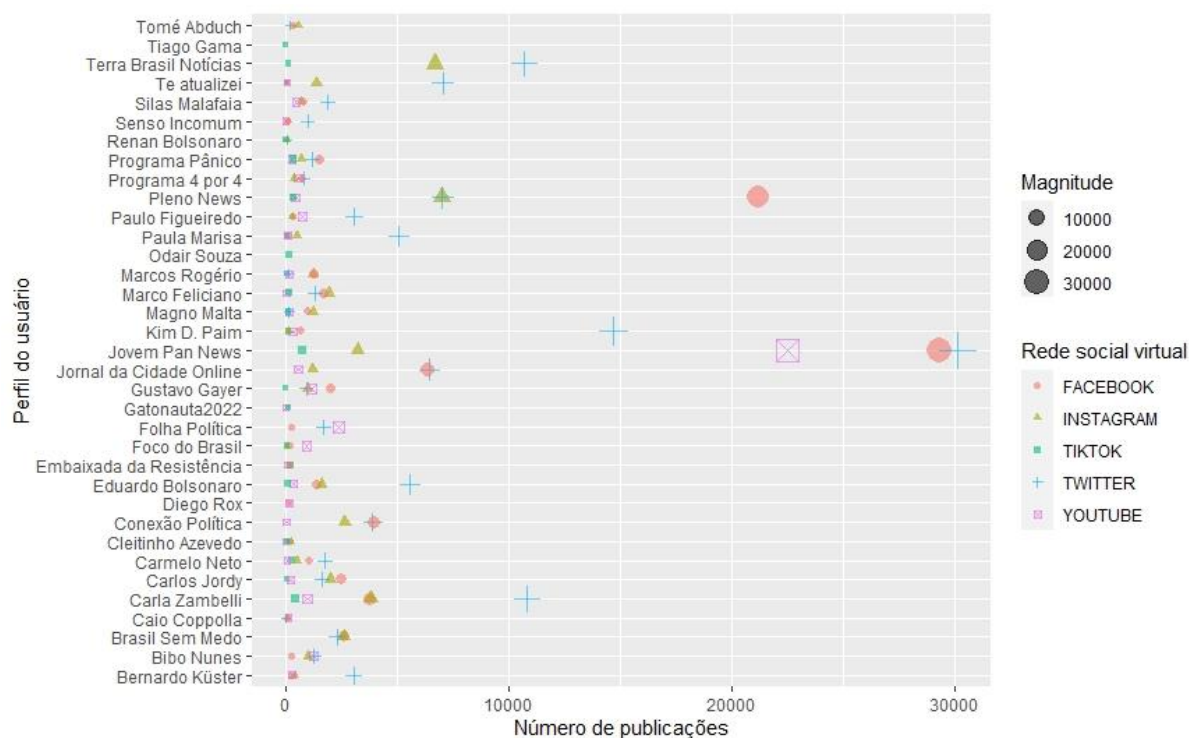
Fonte: elaboração própria.

<sup>85</sup> No entanto, uma das estratégias é incidir por meio do entretenimento. É dizer que nas publicações não aludem diretamente à natureza política dos seus perfis e apenas geram conteúdos que culturalmente podem ser relacionadas à estrutura ideológica da nova extrema direita ou ao ser perfis públicos relacionados com algum político de carreira os comentários dos seguidores são os que fazem alusão às questões políticas.

De fato, quando se observa mais detalhadamente o ecossistema, o comportamento de cada rede social muda dependendo do tipo da métrica, cuja explicação de cada uma pode ser consultada na tabela 7 da fase 2. Quando se refere ao número de publicações, pode-se identificar que, nas contas da mídia Jovem Pan News e Pleno News, foi gerada a maior quantidade, particularmente em suas contas do *Twitter*, do *Facebook* e do *Youtube*. Ambas fazem parte dos processos de desinformação utilizando, geralmente, elementos do jornalismo (HUTTNER, 2020; VASQUES FERREIRA; VARÃO, 2021).

A primeira foi assinalada no ano 2021 como uma *grande disseminadora das chamadas Fake News* por parte do relator que investigava a atuação do governo federal na pandemia da COVID-19, ao extremo de solicitar a quebra do seu sigilo bancário, como reportou a Carta Capital (2021); enquanto a segunda foi identificada por Vilela Lelo e Caminhas (2021) como uma das páginas que mais compartilharam desinformações sobre gênero e sexualidade em 2019.

Gráfico 2. Número de publicações classificado por usuário e mídia social



Fonte: elaboração própria.

A Jovem Pan News foi criada em outubro de 2013 e pertence ao Grupo Jovem Pan fundado em 1976, de propriedade de Antônio Augusto Amaral de Carvalho Filho, membro de uma família de empresários de meios de comunicação (INTERVOZES, 2017). Seu avô fundou a Record TV, a emissora mais antiga em atividade que foi vendida ao Silvio Santos nos anos 70, posteriormente, a Edir Macedo<sup>86</sup> em 1989, quanto seu pai fundou o Grupo e foi o responsável pela expansão para a internet em 2002. Carvalho Filho dirige a companhia desde 2014 e sua estratégia tecnológica tem sido baseada em se tornar um publicador de conteúdo multiplataforma.

Dessa maneira, se entende o emprego de um exército de comentaristas polêmicos para atacar aos governos do PT dado que o objetivo de fundo era atrair uma grande audiência para servir de base para essa transformação, como o próprio reconheceu em uma entrevista para o Brazil Journal em setembro de 2019, quando afirmou que as pancadas contra a corrupção do PT além de trazer audiência tinha aumentado 20 vezes a caixa da Jovem Pan em cinco anos (SAMOR; BARBOSA, 2019). A partir disso o crescimento foi constante, a ponto de que em 2022, o grupo midiático ocupava a vice-liderança em audiência entre os canais de notícias, segundo o relatório de IBOBE Media de maio desse ano.

Embora Carvalho Filho defendesse nessa entrevista que não era manipulado pelo governo porque no grupo midiático criticavam Bolsonaro, ainda que este tivesse os melhores ministros que o Brasil já teve, reconhece que é porque dá margem «a tomar pau», dando como exemplo a foto do filho com uma pistola em um hospital. Isto é importante porque sugere que a razão por trás da estratégia digital é a polêmica que pode gerar e que, em paralelo, aumenta a possibilidade de trazer audiência, o que está relacionado com a natureza da sua estratégia tecnológica, que pode transcender em um momento determinado de Bolsonaro<sup>87</sup>, porém que permanece substancialmente ancorada em elementos culturais, sociais e políticos do Bolsonarismo (sem Bolsonaro) e da nova extrema direita em geral.

De fato, a Jovem Pan News tem se caracterizado por seu envolvimento em controvérsias a respeito da disseminação de mensagens nazistas, racistas e xenofóbicas (SPLASH UOL, 2022). Além disso, o fato é que três anos após dessa entrevista, o grupo continuava sendo uma peça importante no motor mediático-tecnológico do Bolsonarismo. O exemplo mais recente e

---

<sup>86</sup> Líder neopentecostal da Igreja Universal do Reino de Deus.

<sup>87</sup> Na mesma entrevista, Carvalho Filho garantiu que se seu público não quisesse mais a Bolsonaro, ele os escutaria.

visível da sua participação na sua difusão foi quando Tribunal Superior Eleitoral (TSE) lhe notificou em setembro de 2022 o descumprimento das regras da cobertura jornalística ao disseminar *Fake News* contra o candidato presidencial Luiz Inácio Lula da Silva e ao promover o presidente Jair Bolsonaro (VAQUER, 2022).

Nas três redes sociais mencionadas, 46,3% do total das publicações tinha vídeo, 36,7% links, 16,8% imagens e o 0,2% só texto; sendo os vídeos os que atingiram uma maior porcentagem de interações. Até 15 de agosto de 2022, o presidente Bolsonaro foi mencionado em mais de 6 mil ocasiões, e o link com mais reações tinha sido no *Facebook* com 79 mil, o qual encaminhava a um artigo de opinião de maio de 2022, assinado por Serrão (2022), que elogiava a resiliência e a resistência do presidente diante das conspirações e sabotagens institucionais contra dele e que indicava que seus inimigos temiam sua reeleição no primeiro turno em um cenário no qual ele podia ampliar seu enfrentamento político contra o STF aproveitando que o 70% dos membros do Diretório Nacional do Movimento Democrático Brasileiro queriam fechar um acordo com ele<sup>88</sup>.

No período, teve uma média de 98 postagens por dia e, do total de postagens, 36,8% foram no *Twitter*, 35,8% no *Facebook*, e 27,4% no *Youtube*. Embora a maioria dos seus seguidores estejam no *Youtube* (6 milhões 520 mil<sup>89</sup>) e sua conta seja a que mais cresceu no período (920 mil<sup>90</sup>) de maneira constante e estável<sup>91</sup>, deve ser destacado o crescimento do 2,2% de 24 de abril na conta do *Twitter*, já que registrou um pico anormal em relação a seu comportamento equivalente a uma média do 0,16%. Nesse dia se disseminaram principalmente três *tweets* após evento no Palácio do Planalto no qual, como Vargas e Holanda (2022) relatam, o presidente Bolsonaro, em presença de deputados aliados, reforçou ataques ao STF e cobrou a participação de militares na apuração dos votos pelo TSE nas eleições.

No primeiro tweet apresentam fragmentos do discurso do presidente no denominado “ato cívico pela liberdade de expressão” no qual declarou que o cerceamento da liberdade de

---

<sup>88</sup> O qual não aconteceu pela candidatura de Simone Tebet. Mas igualmente, finalmente o diretório permitiu que as lideranças escolhessem a quem apoiar no segundo turno, embora na prática os apoios se focaram em Lula devido à decisão de Tebet de apoiá-lo na campanha do segundo turno.

<sup>89</sup> No *Facebook* tinha 1 milhão 684 mil e no *Twitter* 1 milhão 458 mil.

<sup>90</sup> No *Facebook* acrescentou 71 mil e no *Twitter* 360 mil seguidores.

<sup>91</sup> O qual é coerente com o crescimento em reproduções de 32% e de 49% em horas assistidas de 2020 para 2021, o que significou em boa parte o crescimento em lucros de 75%, equivalente R\$ 15,7 milhões, segundo o próprio CEO Roberto Araújo em uma entrevista ao Notícias da TV.

expressão não atingia apenas a ele (JOVEM PAN NEWS [@JOVEMPANNEWS], 2022a); no segundo tweet publicaram uma intervenção do apresentador conservador de Direto ao Ponto parabenizando a Bolsonaro por citar nominalmente os ministros do Supremo (JOVEM PAN NEWS [@JOVEMPANNEWS], 2022b); enquanto no terceiro publicaram uma intervenção de um dos repórteres mais populares dessa mídia afirmando que o clima da política apoiava totalmente a decisão do presidente de assinar o decreto anulando a condenação *esquisita* do deputado Daniel Silveira<sup>92</sup> no STF (JOVEM PAN NEWS [@JOVEMPANNEWS], 2022c).

Pleno News foi criado em 2017 e pertence ao Grupo MK de Comunicação<sup>93</sup>, propriedade do casal Yvelise de Oliveira e Arolde de Oliveira. É uma das maiores empresas de mídia evangélica do Brasil com uma recente expansão digital, uma forte credibilidade entre o público evangélico e com visíveis conexões políticas<sup>94</sup>, especialmente com o centrão e a família Bolsonaro (RUDNITZKI; SCOFIELD, 2020). O que explica, para além de que a maioria das publicações sejam sobre política brasileira, a lógica e as motivações na descrição, interpretação e disseminação delas; em um esforço geral de reafirmar a visão do mundo dos seus seguidores e, a través da influência política na mídia digital, torná-la na visão do Brasil em seu conjunto. Trazendo consigo naturalmente o apoio e o alinhamento ao discurso e às políticas do Bolsonarismo.

O melhor exemplo dessas conexões no contexto digital é a parceria, desde 2018, entre Flavio Bolsonaro e o Grupo MK para potencializar o número de visualizações e de inscritos através do gerenciamento do canal do *Youtube* dele (RUDNITZKI; SCOFIELD, 2020). Isto mostra que não é apenas apoio político e disseminação de uma visão de mundo compartilhada, senão um alinhamento que envolve o uso das mídias sociais para a entronização dos negócios, a ideologia e o poder; utilizando em alguns casos infraestrutura, informação privilegiada e recursos públicos.

Esse extremo também tem sido observável tanto durante a pandemia quanto na campanha eleitoral. O Coletivo Bereia<sup>95</sup> encontrou em 2020 diversos conteúdos falsos,

---

<sup>92</sup> Foi condenado pela publicação de um vídeo no *Youtube* no qual insultava aos magistrados do STF e afirmava que alguns deles recebiam dinheiro de maneira ilegal por suas decisões.

<sup>93</sup> Começou como gravadora MK Music em 1987.

<sup>94</sup> O próprio Arolde de Oliveira foi político desde 1983 até seu falecimento em 2020. Foi deputado federal nove mandatos e senador pelo Rio de Janeiro durante dois anos.

<sup>95</sup> Dedicado a checar fatos em mídias religiosos.

enganosos e imprecisos nas publicações para confundir e direcionar, entre elas uma que fazia referência a que o sol forte podia matar o coronavírus em torno a meia hora (RUDNITZKI; SCOFIELD, 2020). Enquanto o Radar Aos Fatos, identificou uma estratégia para influir na opinião pública no ano eleitoral focada em repercutir os discursos dos bolsonaristas e dos *influencers* que atacam as instituições, assim como em destacar os resultados favoráveis a Bolsonaro e de rejeição a Lula, incluindo aqueles que não tinham valor de pesquisa (RUDNITZKI; BARBOSA; NALON, 2022).

No *Facebook*, 95,9% das postagens durante o período tinham links, 2,2% vídeos e 1,9% imagens e texto; sendo os links os que receberam uma porcentagem maior de interações, embora mínima em relação aos vídeos. Até 15 de agosto, a palavra mais mencionada foi Bolsonaro em 113 ocasiões e o link com mais reações (114 mil) titulava uma notícia afirmando que Gustavo Lima, apoiador público de Bolsonaro, tinha beijado a bandeira do Brasil em protesto aos acontecimentos no festival Lollapalooza, no qual a cantora Pabllo Vittar fizera uma manifestação a favor de Lula (PLENO.NEWS, 2022a). O interessante da disseminação desta notícia é que na página web foi trocado o título esclarecendo que o cantor não tinha beijado a bandeira por esse motivo (PLENO.NEWS, 2022b), mas a postagem não foi editada nem apagada da página do *Facebook*. Isto sugere uma preferência pela persistência de cenas midiáticas de polarização, neste caso em demonstrações de patriotismo como resposta aos afetos aos partidos ou as lideranças.

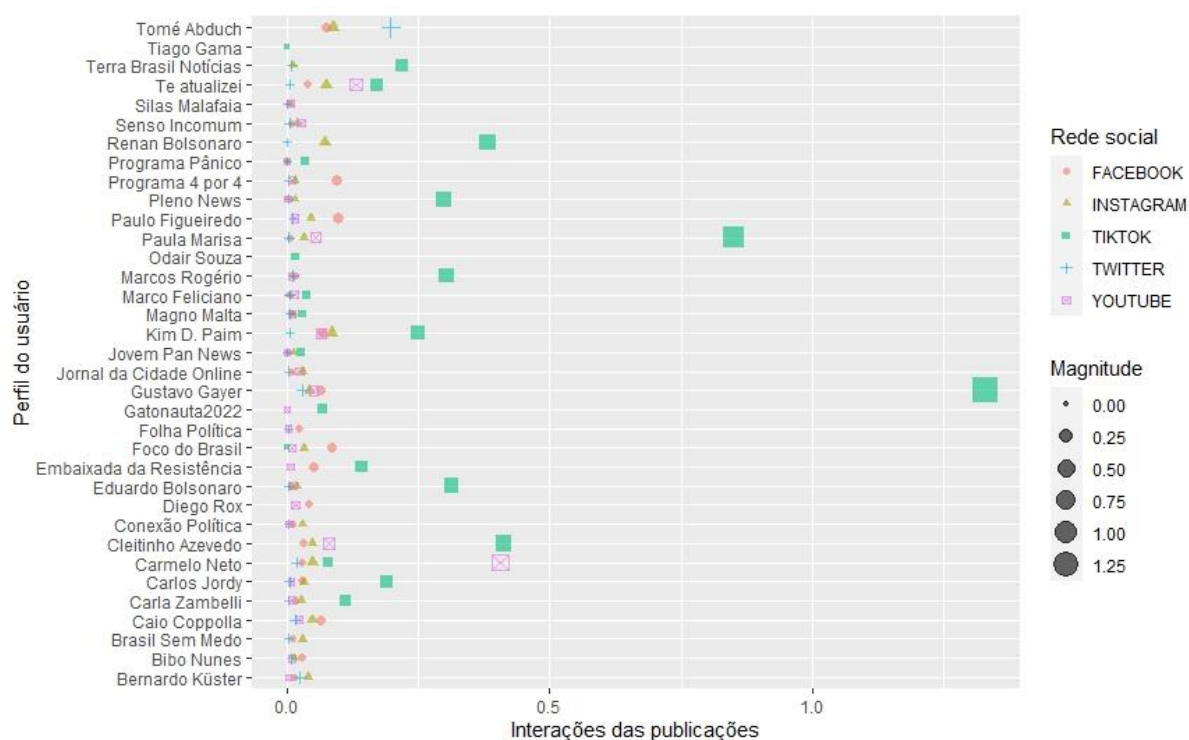
Ainda que tenha publicado uma média de 70 postagens por dia, esse grande volume não refletiu no crescimento de seguidores no período, nem nas 15 publicações mais relevantes dessa rede até antes do começo da campanha eleitoral; inclusive perdeu cerca de 1.000 seguidores nesse período. No entanto, no *TikTok*, teve uma relevância maior, como pode ser observado no gráfico 3, já que, além de ter quase um vídeo por dia, tinha acrescentado em torno a 5.000 o número de seguidores, e no 97% das publicações utilizaram os hashtags #fy e #fyp, dois dos mais famosos no agrupamento e na personalização das recomendações e que tem potencial de viralizar vídeos.

Um dos vídeos que continham tanto a palavra Bolsonaro (a mais utilizada) como o hashtag era uma locução da primeira-dama Michelle Bolsonaro em um culto promovido pela Frente Parlamentar Evangélica na Câmara dos Deputados para comemorar o dia das mães, no qual ela se ajoelhou orando e chorando pedindo a Deus que curasse a nação e reavivasse os

organismos executivo, legislativo e judiciário (PLENO.NEWS, 2022c). Em uma clara expressão da neopentecostalização da política, uns dos elementos chaves da vitória eleitoral de Bolsonaro em 2018.

Quando se observam as interações das publicações, pode-se identificar que as contas de Gustavo Gayer e Paula Marisa são as que geram maiores porcentagens, particularmente no *TikTok*, como pode ser observado no gráfico 3. Gayer é um *influencer* e político que em 2021 foi identificado pelo relatório do Google, lido na CPI da Covid-19, como o segundo usuário que mais lucrou com a desinformação sobre a pandemia, obtendo cerca de R\$ 40 mil por sua atividade no *Youtube* (O ANTAGONISTA, 2022). Foi recém-eleito como deputado federal<sup>96</sup> e, apesar de que o *TikTok* não é a rede onde tem mais atividade, seu poder de engajamento permitiu que acumulasse uma média de interação de 135% e 26.352 RCC em apenas 10 vídeos.

Gráfico 3. Interações das publicações classificado por usuário e mídia social



Fonte: elaboração própria.

<sup>96</sup> Nas eleições de 2022.

Paula Marisa é uma comentarista política da Gazeta do Povo<sup>97</sup>. Em 2019, em função de uma reportagem de Fucs (2019) sobre a ala radical dos apoiadores de Olavo de Carvalho e do presidente Bolsonaro<sup>98</sup>, foi incluída em dois grupos de *WhatsApp*: “Milícia Jacobina vs OESP” e “Portal da Direita”. O primeiro foi organizado para definir entre estrategistas e influenciadores um conjunto de alvos e estratégias virtuais e para compartilhar entre si notícias alheias e postagens das suas redes; o segundo, para criar um portal de notícias (MOURA, 2019).

Embora o segundo grupo fosse um canal para espalhar as mensagens sobre os alvos definidos no primeiro, no fundo respondia a uma estratégia digital mais ampla na tentativa de homogeneizar à direita em seu conjunto ou, no mínimo, a sua vertente mais extrema. Isso pode ser interpretado em uma das mensagens de boas-vindas reveladas por Moura (2019) desse chat, na qual Otavio Oscar Fakhoury<sup>99</sup> apresentava sua visão da conjuntura político-cultural, argumentando a necessidade da direita se unir a fim de evitar que liberais como Paulo Guedes, tecnocratas como Sergio Moro e alguns militares positivistas que não são nada anti globalistas deixassem de lado a pauta conservadora, reivindicando que quem havia ganhado a eleição (referindo-se à 2018) não era um movimento, mas sim um levante conservador, na linha que sustenta Steve Bannon.

Voltando à Marisa, ela também foi identificada pelo Radar Aos Fatos como um dos 10 perfis que mais receberam *retweets* por parte dos investigados no inquérito das *Fake News* conduzido pelo ministro Alexandre de Moraes em 2020 (LIBÓRIO et al., 2020). Como reportou Rodrigues (2020), em maio desse ano, antes do começo da operação, ela foi recebida pelo presidente Bolsonaro junto com outros 6 *youtubers* caracterizados por atacar o STF e o Congresso. Embora eles tenham sido apresentados, na conta de *Twitter* da deputada federal Bia Kicis, como apoiadores de graça de Bolsonaro (BIA KICIS [@BIAKICIS], 2020), o certo é que existem indícios nos inquéritos 4.871/DF, sobre *Fake News* e 4.874/DF, sobre milícias digitais, elaborados pelo ministro Alexandre de Moraes, de que os *youtubers* bolsonaristas

---

<sup>97</sup> Foi fundado em 1919. É o maior jornal e o mais antigo do Estado de Paraná e desde 1962 é propriedade do Grupo Paranaense de Comunicação das famílias Pereira Filho e Lemanski. Como publicou The Intercept desde 2015 tornou-se um veículo digital do conservadorismo e do Bolsonarismo, não apenas porque seu atual diretor Guilherme Döring Cunha Pereira é numerário do Opus Dei (rama extremista do catolicismo), como também porque, como o próprio Cunha reconheceu, interpretaram que existia uma oportunidade de crescimento comercial devido a fato de que o conservadorismo tinha ressonância em uma parte importante da população brasileira (CUNHA PEREIRA, 2018).

<sup>98</sup> Publicada no Estadão onde descreve sua composição e afirma que se caracteriza por promover o linchamento virtual contra os adversários e os aliados que discordam deles.

<sup>99</sup> Financista do portal de notícias bolsonarista Crítica Nacional.



como estrutura participam de uma “organização criminosa, de forte atuação digital e com núcleos de produção, publicação, financiamento e político<sup>100</sup>” (“Petição 9.842. Distrito Federal”, 2022, p. 3).

Mais recentemente, no ano eleitoral, Marisa foi incluída, junto com outros 33 sites e perfis, em uma ação do PT no Tribunal Superior Eleitoral para que o *Twitter* cumprisse o termo de cooperação para coibir mentiras durante a campanha presidencial, já que eram ligadas ao partido que foi o segundo colocado no primeiro turno, é permitindo que era uma rede que publicava reiteradamente notícias falsas e que criava dessa maneira uma verdadeira guerra cultural que polariza o cenário eleitoral entre o bem contra o mal (GUEDES; SADI, 2022).

As três principais *hashtags* que utilizou e os dois principais *challenges* dos quais participou Marisa, continham a palavra Bolsonaro e faziam referência a sua reeleição e ao apoio das mulheres para ele. Em um desses vídeos, defendia que o conceito «democracia» tinha sido desvirtuado a ponto que, para umas pessoas era um governante ou um juiz decidindo que ninguém pode ir a trabalhar para não pegar uma doença X pelo bem da população e que em nome da *democracia* trancavam as pessoas em casa, e não o contrário, o povo limitando as instituições e preservando suas liberdades (MARISA, 2022). Uma clara referência as medidas de confinamento e isolamento adotadas no combate ao Covid-19 que vincula o negacionismo científico como uma sensação de perseguição das liberdades individuais.

Se bem que o *TikTok* não é a rede onde Marisa tem maior presença nem atividade<sup>101</sup>, como no caso de Gayer, ela teve um crescimento significativo entre 15 de agosto e 30 de outubro. Até antes do começo da campanha, tinha apenas 19 vídeos, 5.661 seguidores e 54.000 RCC, enquanto para o segundo turno, havia produzido 30 vídeos mais, ganhado 8.539 seguidores e atingido cerca de 232.000 RCC. Um bom exemplo do poder de engajamento do algoritmo, descrito no começo desta seção, já que dois vídeos tiveram tanto sucesso, que fizeram com que as contas superassem as porcentagens das restantes mídias sociais. O qual poderia indicar que os conteúdos podem-se espalhar independentemente do desempenho geral dos usuários, embora tenha maior possibilidade e regularidade de engajamento aqueles que publicam e interatuam com maior consistência de acordo aos interesses tanto específicos como

---

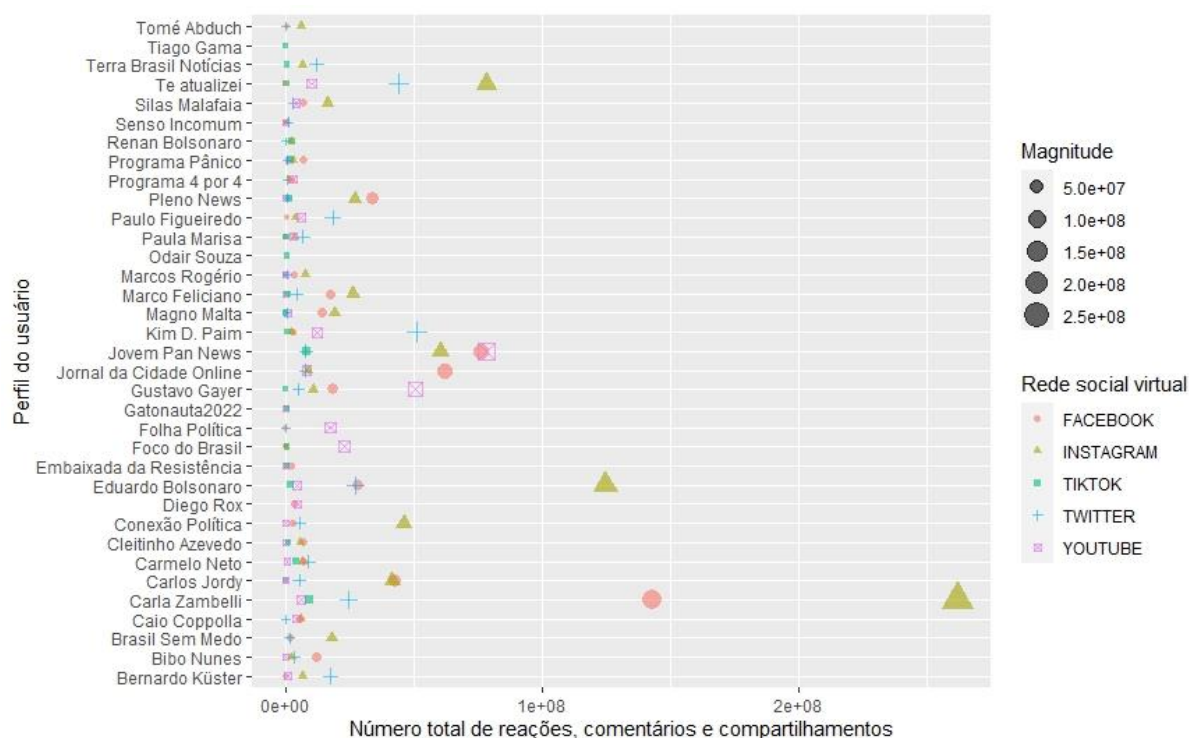
<sup>100</sup> Isto não significa que alguns deles possam dar seu apoio sem intenções econômicas ou criminosas.

<sup>101</sup> Elas estão focadas no *Twitter* e no *Youtube*. Na primeira publica uma média de 15 *tweets* por dia e tem em torno a 371 mil seguidores; na segunda tem em torno de 700 mil seguidores e 2 milhões 300 mil reações, comentários e compartilhamentos

mais amplos do tipo de consumidor e dos seus semelhantes.

Quando observa-se o total de reações, comentários e compartilhamentos pode-se identificar que as contas de Carla Zambelli e Eduardo Bolsonaro são as que geram maior quantidade de reações, comentários e compartilhamentos, particularmente no *Instagram* e *Facebook*; isto está de acordo com o Índice de Popularidade da Quaest (2022), que indica que ambos tinham, pelo menos até o final de agosto, os melhores desempenhos nas mídias do Estado de São Paulo. Além disso, de acordo com Carreiro, Silva e Freire (2021), nos resultados do seu estudo sobre o reforçamento do discurso presidencial diante da pandemia por parte de deputados bolsonaristas, apontam para um alinhamento de mensagens entre eles e outros quatro<sup>102</sup>, nos quais destacaram a defesa das ações do governo e produzem uma série de ataques às instituições e a seus adversários políticos.

Gráfico 4. Quantidade de reações, comentários e compartilhamentos classificado por usuário e mídia social



Fonte: elaboração própria.

<sup>102</sup> Entre eles, Carlos Jordy e Carlos Feliciano, ambos identificados como parte do ecossistema.

Carla Zambelli foi uma das ativistas mais visíveis que impulsionaram o impeachment contra Dilma nas ruas de São Paulo. O perfil feito por Galarraga Gortázar (2021) destaca que tem sido investigada pelo próprio STF por disseminar notícias falsas e impulsionar atos contra a democracia; que é a escudeira mais fiel de Bolsonaro e que encarna tanto a chamada política sem complexos quanto a guerra total contra o politicamente correto, ao ponto de mostrar nostalgia pela ditadura, incluindo reivindicações a favor a intervenção militar no Supremo.

Foi eleita deputada em 2018 e fez parte também em 2019 dos grupos *Whatsapp* que serviam para planejar táticas metapolíticas para que prevalecesse o ideário olavista e bolsonarista no cenário político brasileiro. Seu papel na desordem informacional é tão visível que inclusive tem sido forçada a remover postagens. Em outubro de 2022, alguns dias após do primeiro turno, o TSE solicitou ao *Twitter*, ao *Youtube* e ao *Kwai* que apagassem os vídeos nos quais acusava o PT de utilizar sindicatos para fraudar as urnas (NEIVA, 2022). Finalmente foi a própria Zambelli quem removeu o vídeo que, no *Youtube*, somava até 97 mil visualizações antes de sair do ar (BARBOSA; RUDNITZKI, 2022).

Zambelli mostra uma presença e atividade semelhante no *Instagram* e *Facebook*. Uma interação de 2.6% e 1.7% e 3.838 e 3.751 publicações, respectivamente. Das 7.589 publicações que ela fez em ambas as redes no período (50,57-49,43%), 42,3% continham imagens, 42,1% eram vídeos, 12,9% *reels*, 2,3% carroceis e 0.4% apenas texto. As diferenças mais visíveis foram na quantidade de RCC e no crescimento de seguidores. Na primeira, no *Instagram* gerou em torno de 262 milhões, e no *Facebook* gerou cerca de 140 milhões; na segunda atingiu em torno de 843 mil e 1 milhão 600 mil de novos seguidores, respectivamente.

A diferença significativa entre o crescimento dos seus seguidores não significa que a primeira tivesse um melhor desempenho do que a segunda. Principalmente porque em apenas um dia cresceu cerca de 1 milhão 220 mil e, após isso, só cresceu cerca de 152 mil, além de pouco crível, completamente fora do padrão de crescimento em relação aos meses anteriores e subsequentes. Inclusive, sem o aumento de 85% desse dia, a conta do *Facebook* teria tido um crescimento semelhante do que teve a conta do *Instagram*.

Essa anormalidade aponta para a criação e a acumulação em massa de contas falsas ou um grande sucesso das publicações. Nesse dia, foram espalhadas principalmente três na conta da deputada, as quais continham vídeos do ministro do Tribunal Superior, Gandra Filho,

afirmando que o epicentro da crise política brasileira estava no STF, da magistrada Débora Faitarone dizendo que estava sendo afastada do seu cargo por decidir a absolvição de policiais militares que reagiram legitimamente, e zombando da fala de Lula sobre a guerra entre Rússia e Ucrânia em um comício referindo-se a ele como o candidato da mídia e um ex-presidiário que quer resolver questões diplomáticas bebendo (ZAMBELLI, 2022a, 2022b, 2022c). Juntas acumularam mais de 85 mil reações, 19 mil comentários e 673 mil reproduções. Ainda assim a suspeita persiste devido a que nem tendo um seguidor por cada reação, comentário e reprodução recebida atingiria essa quantidade.

A conta do *Instagram*, por sua vez, foi mais movimentada<sup>103</sup>. A publicação com maior número de RCC foi uma imagem acompanhada de um texto, no qual festejava a coleta de assinaturas para que o plenário convocasse o ministro Moraes, em uma tentativa de destituí-lo do cargo (ZAMBELLI, 2022c). Contribuindo com a campanha midiática-virtual contra o judiciário e seus funcionários, acorde também com os princípios de confrontação e contradição em relação às instituições modernas e a ordem democrática liberal.

Eduardo Bolsonaro junto com Ernesto Araújo<sup>104</sup> e Felipe García Martins<sup>105</sup> fazem parte do núcleo ideológico bolsonarista sob a influência direta e indireta dos filósofos Tradicionalistas Steve Bannon e Olavo de Carvalho. Portanto, o deputado filho de Bolsonaro é um dos que fornece de conteúdo à metapolítica e que define as linhas discursivas do ecossistema, particularmente no que se refere ao combate ao globalismo a partir de uma ótica nacionalista-populista devido que está ligado a suas interpretações sobre o domínio do marxismo cultural (Bannon) e a necessidade de se livrar da geopolítica mercantilista que liga o Brasil à China (de Carvalho).

---

<sup>103</sup> Uma diferença notável entre as contas de Zambelli e o resto do ecossistema é que o HT mais utilizado no *Instagram* foi #Paratodosverem cuja função foi descrever as imagens para os usuários cegos ou com visão reduzida, o qual demonstra o compromisso de alcançar todos os tipos de usuários da melhor maneira possível.

<sup>104</sup> Pupilo de Olavo de Carvalho; criador de um blog sobre metapolítica com posições e reflexões contra o globalismo, e ministro de Relações Exteriores entre 2018 e 2021. Segundo Calil (2021) como ministro teve uma atuação centrada na defesa de uma política externa de subordinação aos Estados Unidos e ao governo de Trump, na denúncia do globalismo como estratégia de dominação comunista e da política de hostilidade frente à China. Inclusive durante a pandemia designou o Covid-19 como “comunavirus”.

<sup>105</sup> Estabeleceu o contato entre Eduardo Bolsonaro e Steve Bannon no 2018 em New York, conhece a Olavo de Carvalho desde os 17 anos e foi Assessor para Assuntos Internacionais de Bolsonaro, Adjunto entre 2018 e 2020 e Chefe entre 2020 e 2021 (CALIL, 2021). Foi identificado pelo Fucs (2019) como um dos estrategistas da militância virtual bolsonarista.

De fato, desde 2019 é o embaixador sul-americano do The Movement, uma articulação criada por Bannon como contraponto a Open Society de George Soros para unir lideranças da ultradireita, na qual destaca a participação de Le Pen, Salvini e Orbán; o qual constitui uma expressão de um projeto de poder mais amplo que tem como alvo unir a direita global. Como reportou, Maciel et al. (2022), o próprio Bannon reconheceu em uma entrevista à BBC que o que ele tem tentado fazer, especialmente com Eduardo<sup>106</sup>, é falar sobre como desenvolver um projeto nacionalista-populista na América Latina, como conectar as pessoas de cada país, fazer com que elas se comuniquem, compartilhem ideias e digam o que está dando certo ou não<sup>107</sup>.

No ano eleitoral, foi determinado em várias ocasiões pelo TSE para que removesse as *Fake News* de suas redes sociais. Duas delas relacionadas à defesa dos valores cristãos e à liberdade religiosa, na primeira afirmando que Lula e o PT apoiavam invasões de igrejas e perseguição de cristãos, e na segunda, acusando Ciro Gomes<sup>108</sup> de intolerante religioso (TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL, 2022a, 2022b). Inclusive, na descrição dessa última publicação, como consta na decisão judicial, ele lembrava a seus seguidores que a esquerda odeia aos cristãos e que a moral judaico cristã era incompatível com o socialismo, o comunismo e o bolivarianismo. Ambas coerentes como um dos componentes principais do discurso cultural anticomunista que funciona como resposta “natural” e “automática” ao que para eles é o avanço do marxismo cultural.

Durante o período registrou um crescimento estável de seguidores equivalente a uma média de 0.08% por dia e de 27% no acumulado (cerca de 1 milhão), e publicou uma média de 5,3 postagens por dia. Os dias em que mais cresceu foram 29 de agosto, quando criou conteúdo após do debate da Band, corrigindo a afirmação de uma jornalista sobre o fato de que a cada 7 minutos uma mulher é vítima de feminicídio no Brasil, atacando as ONG's por serem as responsáveis da organização desses dados falsos sobre segurança pública e armamento e desmentindo Lula por dizer que havia 25 milhões de crianças de rua (BOLSONARO, 2022e); em 3 de outubro, analisando os resultados eleitorais do primeiro turno e anunciado o apoio do governador de Minas Gerais a Bolsonaro no segundo turno (BOLSONARO, 2022g, 2022i); assim como em 30 de outubro, quando tentou ligar a vitória na Taça Libertadores do Flamengo

---

<sup>106</sup> Nessa reportagem, os autores indicam que entre 2017 e 2022, Eduardo Bolsonaro tinha participado de ao menos 77 encontros e eventos como conservadores dos Estados Unidos incluindo Donald Trump e sua família.

<sup>107</sup> Nessa reportagem, Bannon também reconhece que sempre tentou ser um posto de intercâmbio para garantir conexões e interconexões entre pessoas.

<sup>108</sup> Foi candidato presidencial e ficou em quarto lugar nas eleições de outubro de 2022.

com seu pai (BOLSONARO, 2022h).

Das 1.597 publicações realizadas, 32,6% continham imagens, 31,7% eram *reels*, 27,4% eram vídeos e 8,2% carroceis. A terceira palavra mais utilizada foi Brasil em mais de 276 ocasiões. Uma das postagens que a continham, publicada conjuntamente com Expressão Brasil<sup>109</sup>, tinha dupla função: disseminar desinformação e antagonizar-se à mídia tradicional. No vídeo publicado, Eduardo Bolsonaro afirma em uma espécie de podcast que a esquerda estava colocando toda sua energia para que seus advogados entrassem no STF para não permitir que se falasse da delação de Marcos Valério vinculando o Partido dos Trabalhadores com o PCC (BOLSONARO; EXPRESSÃO BRASIL (@EXPRESSAOBR21), 2022).

Esse extremo, que nasceu de uma notícia exclusiva da Revista Veja<sup>110</sup>, é em essência enganosa e colateralmente falsa. Ainda que Valério tenha feito essa denúncia, além de não ser novidade por ter sido vazada na véspera das eleições de 2018 pela Rede Globo (BRIGIDO, 2018), só foi homologada parcialmente; e essas investigações parciais foram todas derrubadas (REZENDE, 2022). De fato, o ministro Moraes determinou quinze dias após da sua publicação a remoção de todas as notícias falsas que relacionavam ao PCC com o PT<sup>111</sup> argumentando que o sensacionalismo e a insensata disseminação de conteúdo inverídico com tamanha magnitude podia comprometer a lisura do processo eleitoral (MARQUES, 2022)<sup>112</sup>. Inclusive depois que a Veja apresentou essa delação como uma nova informação, o próprio Valério recusou o convite feito pela Comissão de Segurança Pública de Deputados a petição do mesmo Eduardo Bolsonaro, afirmando como registra Rezende (2022), que o material foi vazado de forma ilícita e sem qualquer respaldo técnico.

---

<sup>109</sup> No portal ([manhabrasil.com.br](http://manhabrasil.com.br)) se descrevem a si mesmos como um canal de informação e formação de vertente conservadora que batalha pela liberdade de expressão e combate as *Fakes News* da mídia tradicional. Foi fundado por Anderson Braz e Carlos Dias. O primeiro foi diretor de Terça Livre, parte do ecossistema mais amplo do Bolsonarismo e importante nas eleições presidenciais de 2018 na disseminação dos conteúdos alinhados à extrema direita brasileira.

<sup>110</sup> É uma revista principalmente liberal que foi fundada em 1968 pela Editora Abril fundada em 1950 pelos irmãos Civita, parceiros da Walt Disney e com vínculos como o PSDB e a elite econômica e política nordestina.

<sup>111</sup> No contexto dessa notícia também foram divulgadas outras duas relacionadas a ela, uma gravação na qual um integrante do PCC dizia que com o PT tinham diálogo cabuloso e uma série de ataques contra Lula porque seu ex-contador ajudou ao chefe da organização a lavar dinheiro. A primeira nunca foi investigada pelo Ministério Público de São Paulo porque a personagem não tinha nenhum cargo relevante na organização e a segunda não tinha relação com Lula e nenhum político segundo a própria Polícia Civil.

<sup>112</sup> Embora finalmente não tenha acontecido e as contas associadas ao Bolsonarismo tenham mantido as postagens na rede, como mostra o vídeo consultado 10 dias antes das eleições do 2 de outubro.

A revista *Veja* de fato, embora não possa ser catalogada como bolsonarista porque, tem sido crítica com o governo e o que ele representa, considerando desde 2017 a Bolsonaro como uma ameaça para o país<sup>113</sup> (COSTA, 2017), tem uma clara tradição anti-petista e participou por mais de uma década com sua contraparte *Carta Capital* da polarização PSDB-PT (HOFFMANN DE MATOS; FORMENTIN, 2016). Na eleição presidencial de 2010 espalhou um discurso partidário contra Dilma Rousseff retratando-a e ao seu partido como corruptos, ao mesmo tempo em que o candidato do PSDB era apresentado junto com seu partido de forma positiva (GUILHERME, 2013). Inclusive manteve uma linha editorial pró-impeachment de Dilma desde 2015 até a sua materialização (TAVARES; BERGER; VAZ, 2016). É importante sinalar isto porque estando claramente fora do circuito do Bolsonarismo, a origem da notícia foi utilizada como um recurso de legitimação do conteúdo.

Mas voltando à publicação conjunta, na descrição do vídeo, *Expressão Brasil* apresenta o conteúdo como sem censura e como se fosse escondido pela mídia tradicional; quando na realidade, como já foi explicado, a essência da notícia nasceu dela em 2018 e suas etapas têm sido recorrentemente discutidas até reconhecer que foi uma falsa delação. Tentando dessa forma criar uma linha entre “o que a imprensa não quer que você saiba” e “a participação política de Lula sem questionamentos” com a intenção de pôr em dúvida as fontes de informação e a igualdade de condições na concorrência eleitoral.

A publicação que mais RCC acumulou foi um *reel*, no qual Michelle Bolsonaro, no contexto do lançamento da candidatura presidencial do seu marido no Rio de Janeiro, fez um discurso baseado em princípios Tradicionalistas, dizendo que a reeleição não era por um projeto de poder nem por status senão por um projeto de libertação e de cura para o Brasil, e fechou misturando-o com uma retórica neopentecostal declarando que esse o Brasil era do senhor e que uma nação que é feliz era aquela cujo Deus é o senhor e ele era o Deus do Brasil (BOLSONARO, 2022b). Na descrição dessa publicação, Eduardo Bolsonaro foi na linha da libertação afirmando que os brasileiros teriam que decidir entre a liberdade e uma ditadura socialista como na Venezuela em uma clivagem entre o bem e o mal<sup>114</sup>.

---

<sup>113</sup> Esse título inclusive foi capa do número 2551 da Revista, em outubro de 2017.

<sup>114</sup> Embora a clivagem que finalmente prevaleceu no ano eleitoral tenha sido entre autoritarismo y democracia. Longe da polarização que ocorreu em 2018, quando a eleição foi planteada na contraposição entre o Partido dos Trabalhadores e o Antipetismo.

Em definitivo, os exemplos apresentados nesta subseção a partir das principais métricas e usuários constituem a mostra da conexão entre Tradicionalismo, fundamentalismo, populismo e desinformação na atividade de uma parte importante do ecossistema tecnopolítico.

## 2.2 O conteúdo das principais publicações espalhadas pelo ecossistema tecnopolítico

Das 300 publicações mais relevantes que foram publicadas durante o período, 75% faziam referência a pelo menos um tópico do ideário bolsonarista e da nova extrema direita, sendo no *Facebook* e *TikTok* onde foram publicadas a maior quantidade delas. A exceção do *Twitter*, a quantidade de publicações relacionadas cresceu a partir do começo da campanha eleitoral e, em todos os casos, elas representaram mais da metade, sendo *Facebook* o maior abrangendo 85% do seu total.

Tabela 12. Estatísticas descritivas das publicações mais relevantes

Mídia social	Publicações antes do 15.08	Publicações após do 15.08	Total sobre as 60 publicações por rede	Em relação às 60 publicações por rede	Sobre o 75% das publicações relacionadas ao ideário
<i>Facebook</i>	25	26	51	85%	22,57%
<i>Instagram</i>	20	23	43	72%	19,03%
<i>TikTok</i>	21	25	46	77%	20,35%
<i>Twitter</i>	24	21	45	75%	19,91%
<i>Youtube</i>	18	23	41	68%	18,14%
<b>Total</b>	108 de 150	118 de 150	226 de 300	Sobre o 100%	100%

Fonte: elaboração própria.

Segundo o total de RCC, a rede que teve o melhor desempenho no espalhamento dessas publicações foi o *Instagram*, representando 31% do total, e nela Eduardo Bolsonaro publicou a postagem que gerou maior quantidade de participação digital, equivalente a 631.079 reações, comentários e compartilhamentos. A publicação que pode ser observada em Bolsonaro (2022) fazia referência a dois tópicos referentes ao Lula e ao STF. O primeiro foi refletido em um trecho da intervenção de Bolsonaro no debate presidencial de 28 de agosto, na qual acusava a Lula de não ter moral para falar dele por ser um ex-presidiário e afirmava que foi o voto decisivo de um parlamentar do PT que permitiu a aprovação do orçamento secreto. O segundo na descrição da postagem, o terceiro filho destacava que todos sabiam que o ex-presidente petista é ladrão e que foi solto só por uma manobra jurídica do STF. Questionando assim a legitimidade e legalidade da atuação das instituições de justiça.



Segundo a IP, a rede que teve o melhor desempenho foi o *TikTok* representado o 57% do total de médias, e nela Gustavo Gayer publicou o vídeo que gerou a segundo maior porcentagem, equivalente a 1.236,77%<sup>115</sup>. A postagem que pode ser observada em Gayer (2022) fazia referência a três tópicos referentes a Lula, o bolivarianismo e os princípios econômicos liberais. Nela comentava que uma das maiores mineradoras de capital internacional pararam suas operações até ter os resultados das urnas devido ao fato de que sairiam do Brasil caso Lula ganhasse as eleições, diante da vulnerabilidade da liberdade econômica que geraria seu governo e argumentando que isso já acontecia na Colômbia de Gustavo Petro<sup>116</sup>, onde estava acontecendo uma evasão sem precedentes. Disseminando assim uma velha estratégia da direita baseada em assustar com a fuga dos capitais a fim de condicionar as predileções democráticas das pessoas.

Tabela 13. Estatísticas descritivas segundo os RCC e o IP

Mídia social	Total de reações, comentários e compartilhamentos	Porcentagem em relação ao total	Porcentagem média de interação das publicações	Porcentagem em relação ao total
<i>Facebook</i>	6.127.016	21.89%	277%	26.66%
<i>Instagram</i>	8.572.440	30.62%	33%	3.16%
<i>TikTok</i>	5.924.112	21.16%	594%	57.07%
<i>Twitter</i>	1.761.656	6.29%	28%	2.71%
<i>Youtube</i>	5.610.453	20.04%	108%	10.39%

Fonte: elaboração própria.

Das 21 publicações mais relevantes, tendo em conta as métricas gerais e específicas por rede social (3 por cada uma) que foram assinaladas e explicadas na tabela 8 da fase 4 da abordagem metodológica, apenas 5 foram publicadas antes do começo da campanha eleitoral, 16 continham pelo menos um tópico do ideário, 7 se publicaram no *TikTok* e 8 foram realizadas por Carla Zambelli. Nelas se mencionaram 12 dos 29 tópicos identificados e se destacaram especialmente os relacionados às palavras Lula, Bolsonaro, ditadura e o bolivarianismo. No primeiro caso tinha um sentido de criminalização, questionamentos a seu trabalho quando foi presidente do país e incentivar desordem informacional<sup>117</sup> em torno dele. No segundo caso estava ligada à propaganda político-eleitoral e à defesa das ações e as políticas implementadas por ele no governo.

<sup>115</sup> O maior foi a postagem publicada pelo Pleno.News que não tinha relação nenhuma com o Bolsonarismo nem com a extrema direita.

<sup>116</sup> Apresentando-o como parceiro do Lula.

<sup>117</sup> Uma série de *Fake News* foram identificadas por órgãos dedicados a fact-checking e pelas instituições de justiça e justiça eleitoral, não apenas em torno ao candidato petista, senão também sobre o processo eleitoral em geral.

No terceiro caso para se referir ao avanço de um projeto ditatorial socialista e da toga, impulsionada por Lula, PT, STF e o TSE, em que ninguém pode discordar dos tribunais de justiça nem do politicamente correto com o objetivo de estabelecer o pensamento único. No quarto, por sua vez, foi utilizado como coringa para desacreditar à oposição política e para argumentar que esse era o caminho que esperava o Brasil caso esse projeto avançasse, principalmente através da vitória eleitoral do Partido dos Trabalhadores.

Tabela 14. As 21 publicações mais relevantes em relação às métricas gerais e especificadas por rede social

Profile	Publicação	Mídia social	Tipo de métrica	Dado da métrica	Tópicos	Data
<b>Eduardo Bolsonaro</b>	Nossa! O ex-presidiário sendo chamado pelo nome! Depois dessa já pode acabar o debate. Todos sabem que Lula é ladrão e foi solto por uma manobra jurídica no STF.	<i>Instagram</i>	Total de reações, comentários e compartilhamentos	631.079	STF e Lula	29/08/2022
<b>Carla Zambelli</b>	Vamos vencer! ????????	<i>TikTok</i>	Total de reações, comentários e compartilhamentos	618.500	Apoio a Bolsonaro	29/10/2022
<b>Carla Zambelli</b>	Militantes de Lula me cercaram e me agrediram quando eu saía do restaurante.	<i>Instagram</i>	Total de reações, comentários e compartilhamentos	589.888	Lula e patriotismo	29/10/2022
<b>Pleno News</b>	Psicóloga Leiliane Rocha ensina pais e responsáveis a tratarem do tema sexualidade com crianças. O podcast completo em <a href="http://linktr.ee/podcre.ofc">linktr.ee/podcre.ofc</a> #filhos	<i>TikTok</i>	Interação das publicações	1838,15%	Nenhum	05/08/2022
<b>Paula Marisa</b>	Nem acredito que finalmente teremos um governador decente no RS. O @onyxlorenzoni foi um lindo no debate ??Meu governador! TMJ ?? #democracia #bolsonaroreeleito2022 #onyx22 #BolsOnyx #mulherescombolsonaro	<i>TikTok</i>	Interação das publicações	1635,99%	Apoio a Bolsonaro	08/08/2022
<b>Gustavo Gayer</b>	Como os investidores estão se preparando para as eleições #brasil #empresarios #investimentos #investidores #bolsonaro22 #gustavogayer #goias #tocantins	<i>TikTok</i>	Interação das publicações	1236,77%	Lula, bolivarianismo e princípios econômicos liberais	24/10/2022

<b>Kim D. Paim</b>	Mostre para seu amigo que possui a memória curta:	<i>Facebook</i>	Compartilhamentos por publicação	513.523	PT e Lula	14/10/2022
<b>Marco Feliciano</b>	Política com bom humor! Com meu amigo Danilo Gentili! Danilo Gentili	<i>Facebook</i>	Compartilhamentos por publicação	335.175	PT, ditadura e bolivarianismo	24/08/2022
<b>Carla Zambelli</b>	Confira o grande comentário do Gustavo Gayer sobre a última declaração do ex-presidiário! Pasmem! Lula fala abertamente que quer implementar uma ditadura no Brasil.	<i>Facebook</i>	Compartilhamentos por publicação	304.954	Lula, ditadura e Fake News.	01/08/2022
<b>Carla Zambelli</b>	Um dos momentos da agressão!	<i>Instagram</i>	Comentários (orgânicos)	109.040	Nenhum	29/10/2022
<b>Carla Zambelli</b>	Militantes de Lula me cercaram e me agrediram quando eu saía do restaurante.	<i>Instagram</i>	Comentários (orgânicos)	91.117	Nenhum	29/10/2022
<b>Eduardo Bolsonaro</b>	Ano passado o problema foram os palavrões. Esse ano não teve palavrão, então tiveram que inventar outra narrativa. Daqui a pouco vão falar que Bolsonaro ameaçou o povo pra ir pra rua. Democracia é queimar a bandeira nacional e cantar a internacional socialista?	<i>Instagram</i>	Comentários (orgânicos)	79.418	Ditadura e patriotismo	08/09/2022
<b>Kim D. Paim</b>	Caracaaaaa. Essa é a MELHOR propaganda eleitoral já feita na história do Brasil. É Bolsonaro 22. <a href="https://t.co/zB4MwnEEf5">https://t.co/zB4MwnEEf5</a>	<i>Twitter</i>	<i>Retweets</i>	34.936	Lula	15/09/2022
<b>Carla Zambelli</b>	Vocês lembram dos carros com identificação do TRE-RJ, adesivados com propaganda eleitoral de Lula? É mais grave ainda!!! EXCLUSIVO! ?? <a href="https://t.co/VmPVsTbXR5">https://t.co/VmPVsTbXR5</a>	<i>Twitter</i>	<i>Retweets</i>	23.795	Lula e Fake News	27/10/2022
<b>Kim D. Paim</b>	Caraca! A campanha de Bolsonaro Arrepiou com esse vídeo. Uma das melhores peças eleitorais que já vi na vida! Lula vai mandar tirar do ar? <a href="https://t.co/qJfwGpEWZF">https://t.co/qJfwGpEWZF</a>	<i>Twitter</i>	<i>Retweets</i>	23.113	Lula	23/09/2022
<b>Foco do Brasil</b>	"Vem pra cima de mim, se são homens!" #shorts #bolsonaro #focodobrasil	<i>Youtube</i>	Reproduções por vídeo	1.689.048	Amigo-Inimigo	09/06/2022
<b>Jovem Pan News</b>	Jair Bolsonaro - Pânico - 26/08/22	<i>Youtube</i>	Reproduções por vídeo	5.182.048	Nenhum	26/08/2022

<b>Jovem Pan News</b>	JP Especial: Cobertura Eleições - 02/10/22	<i>Youtube</i>	Reproduções por vídeo	4.477.405	Nenhum	30/09/2022
<b>Carmelo Neto</b>	1 minuto mostrando o trabalho de @bolsonaromessiasjair e seus feitos pelo Brasil!	<i>TikTok</i>	Número de compartilhamentos	74.900	Apoio a Bolsonaro	28/06/2022
<b>Carla Zambelli</b>	Vamos vencer! ????????	<i>TikTok</i>	Número de compartilhamentos	70.200	Apoio a Bolsonaro	29/10/2022
<b>Carla Zambelli</b>	O ladrão perdeu a linha!!! A Máscara caiu! Lula odeia qualquer um que divirja dele, Lula odeia a fé cristã, como já professou contra padres e pastores, mas desta vez ele passou de qualquer limite! [...] Lula ainda mente. É tão "religioso" que chamou um Padre de fariseu, o mandou calar a boca, disse que ele não devia estar ali (por que, ladrão???) e ainda o chamou de impostor. Herege!!! Padre Kelmon tem razão: "a esquerda quer calar a voz dos padres, a voz na igreja". A Nicarágua está aí para provar [...]	<i>TikTok</i>	Número de compartilhamentos	62.900	Lula, bolivarianismo e valores conservadores	30/09/2022

Fonte: elaboração própria.

Antes de 15 de agosto, 47 das 150 postagens se repetiram, 60 continham pelo menos um tópico e 48 mais de um. Dos 23 tópicos relacionados, os que apareceram em uma maior quantidade de ocasiões foram os que continham apoio a Bolsonaro e ataques a Lula, em 36 e 26 vezes respectivamente, equivalente a 16% e 12%. Sendo no *TikTok* a principal rede social onde elas foram espalhadas e Gustavo Gayer e Carla Zambelli os usuários que mais publicaram conteúdos com essas referências. No *TikTok*, a publicação de Cleitinho Azevedo<sup>118</sup> do 3 de agosto continha os dos tópicos e foi a segunda, a terceira e a quinta postagem mais relevante segundo o total de reações, comentários e compartilhamentos, o número de compartilhamentos e a porcentagem de interação. Como se pode observar em Cleitinho.oficial (2022), nela destacava o temor de Deus e a autenticidade de Bolsonaro e ressaltava tanto capacidade de atuação de Lula quanto os casos de corrupção nos quais tinha sido envolvido e condenado.

Nos casos de Gayer e Zambelli, dois exemplos das 27 ocasiões nas quais abordaram esses tópicos nas 39 postagens que publicaram relacionadas ao ideário podem ser observados

<sup>118</sup> Pertence ao Partido Social Cristão, veador em 2016 e deputado estadual por Minas Gerais desde 2018.

em um vídeo publicado por Gayer<sup>119</sup> no *Youtube* e em um publicado por Zambelli<sup>120</sup> no *TikTok*. O primeiro vídeo foi o segundo o oitavo mais relevante nessa fase do período segundo o PI e o total de RCC, no qual apresentava como pode ser assistido, em Capitão Gancho (2022), um áudio vazado do ex-deputado petista João Fontes dizendo que o PT fraudaria a eleição, que o Lula estava envolvido na morte do Celso Daniel e que o Brasil com eles de volta viraria Cuba. Gayer além disso, enfatiza na introdução que a importância desse áudio reside no fato de expor a opção política que pretende voltar à cena do crime e que conta para isso com o apoio do sistema de manipulação da opinião pública<sup>121</sup>.

O segundo vídeo foi o quinto em quantidade de compartilhamentos, e nele aparecia um caminhoneiro bolsonarista Marcos Antônio Pereira Gomes, o qual expressava que Bolsonaro estava fazendo tudo quanto era possível para viabilizar o transporte brasileiro, mostrava seu apoio a ele diante do que ele considerava um golpe de Estado por parte da Petrobras, derivado das críticas do presidente pelo aumento dos preços dos combustíveis e incentivava seus companheiros caminhoneiros a evitar a paralisação de 20 de junho (“Zé Trovão diz que vai ter greve, caminhoneiros negam”, 2022). O engajamento desse vídeo chegou a tal ponto que foi compartilhado novamente como próprio por vários usuários, entre eles o presidente Jair Bolsonaro.

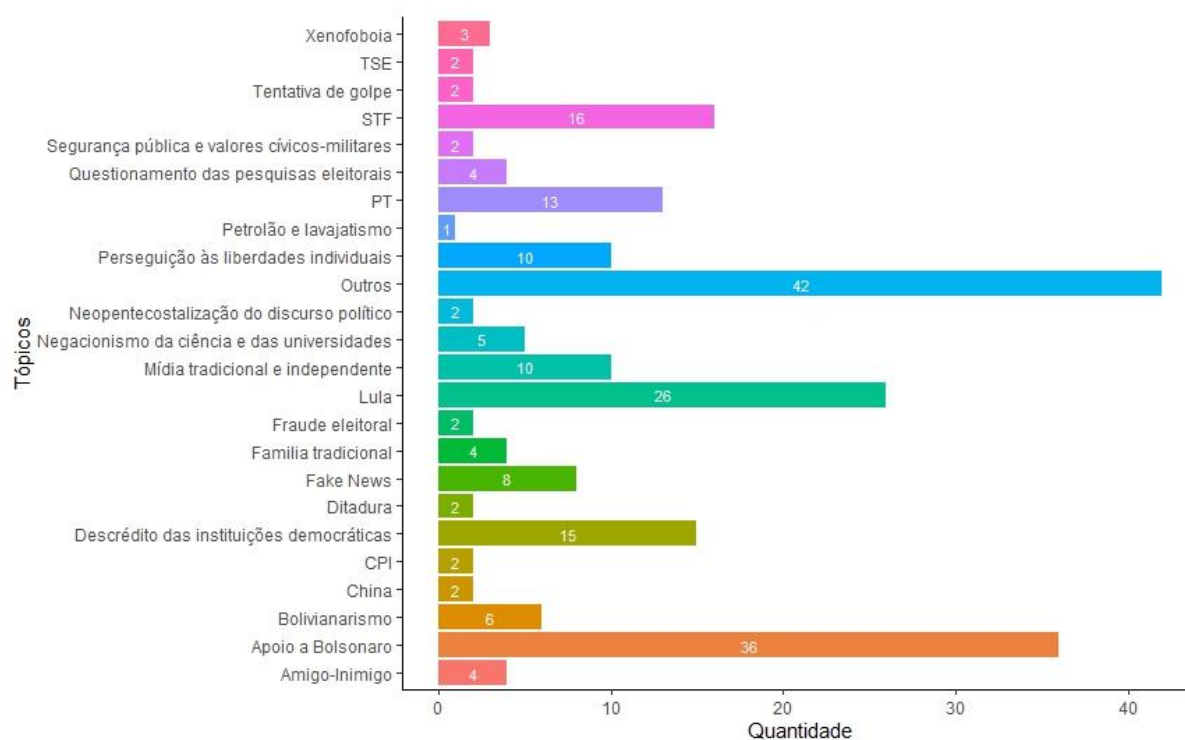
---

<sup>119</sup> A citação corresponde ao mesmo vídeo publicado no Facebook por outro usuário porque a publicação original no *Youtube* foi apagada.

<sup>120</sup> A citação corresponde ao mesmo vídeo publicado no *Youtube* por outro usuário porque a publicação original no *TikTok* foi apagada.

<sup>121</sup> Segundo Gayer esse sistema de manipulação da opinião pública está composto pelo judiciário, o STF, a imprensa, a elite artística, os sindicatos, os professores universitários.

Gráfico 5. Os tópicos relacionados ao ideário bolsonarista nas publicações mais espalhadas antes do começo da campanha eleitoral



Fonte: elaboração própria.

Após 15 de agosto, 64 das 150 postagens se repetiram, 38 continham pelo menos um tópico, e 80 mais de um. Dos 26 tópicos relacionados, os que apareceram em uma maior quantidade de ocasiões foram novamente os que faziam referência a Lula e a Bolsonaro, em 52 e 37 ocasiões respectivamente, equivalente a 16% e 12%. A maioria delas se espalharam no *Twitter*, para o primeiro caso, e no *TikTok* para o segundo, sendo Carla Zambelli novamente também a usuária que mais publicou conteúdos com essas referências.

Neste lapso do período, destaca-se uma entrevista realizada pela Jovem Pan News com Nikolas Ferreira após ser eleito o deputado federal mais votado do país, nela em 7 minutos condensa e mistura em boa medida os tópicos identificados após o começo da campanha eleitoral, abrangendo 10 deles: apoio a Bolsonaro, Lula, negacionismo da ciência e as universidades públicas, perseguição às liberdades individuais, bolivarianismo, amigo-inimigo, petrolão, patriotismo, aborto e ideologia de gênero e valores conservadores.

O vídeo foi publicado no *Youtube* e teve 2 milhões 723 mil 664 reproduções, o nono mais reproduzido, segundo o total de reproduções por vídeo durante esse lapso do período. Com uma bandeira do Brasil por trás, Ferreira disse que Romeu Zema, o governador mais votado e reeleito de Minas Gerais<sup>122</sup>, devia apoiar o presidente Bolsonaro porque no segundo turno da eleição presidencial era uma guerra contra criminosos que querem censurar à mídia e às mídias sociais. Exortando além que esse não era o momento de ser enganado por um candidato criminoso condenado em quatro instâncias que defende o aborto, a legalização das drogas e a ideologia de gênero, assim como a não esquecer, em referência direta a artistas e esportistas<sup>123</sup>, que colocando um bandido na presidência de novo, eles iam a perder sua liberdade e que aconteceria o mesmo que acontece nos países vizinhos e com Daniel Ortega, referindo-se a ele como amigo de Lula, que tem limitado a liberdade religiosa, cortado a sinal de televisão da mídia e reduzido as liberdades das pessoas na Nicarágua (“Nikolas Ferreira”, 2022).

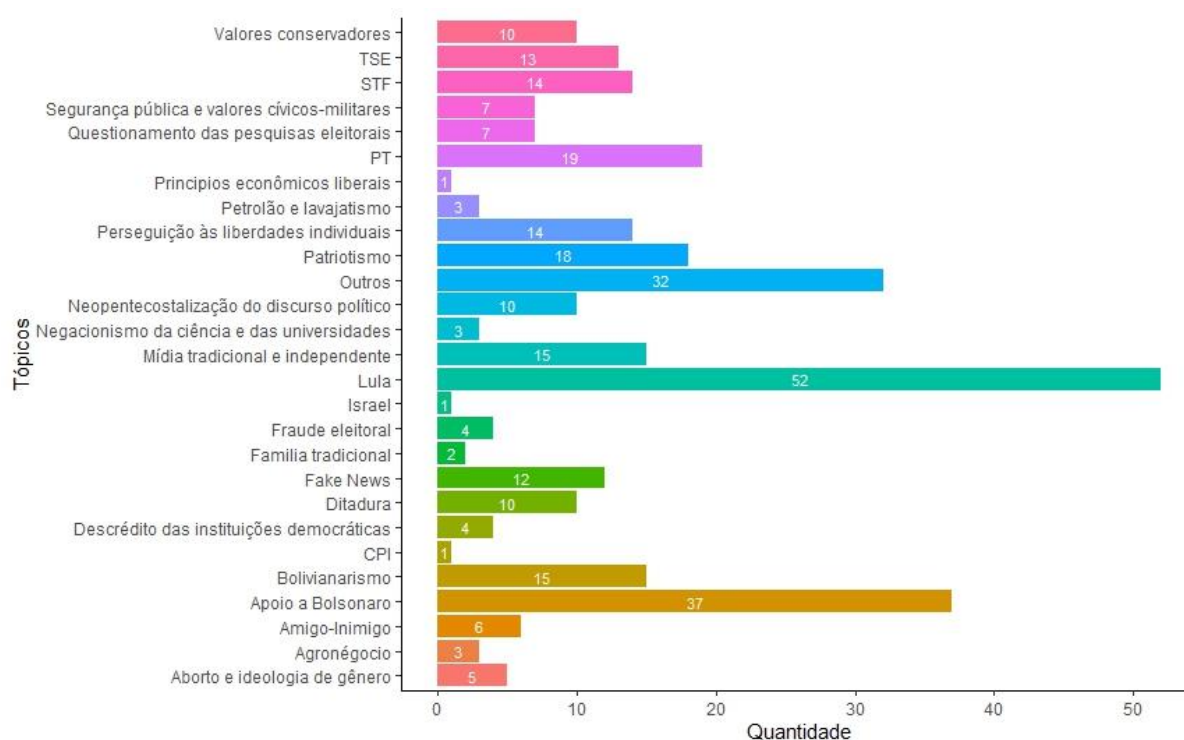
Inclusive o entrevistador da *Jovem Pan* conduziu a narrativa perguntando sobre se o desconhecimento dos jovens sobre o que aconteceu com o mensalão e petrolão podia afetar a reeleição do presidente o que permitiu o reforçamento da linha discursiva assegurando que Lula não só roubou os fundos públicos, como também destruiu uma geração moral e espiritualmente porque as escolas e universidades não formam mais estudantes senão ativistas em favor da ideologia de esquerda. Isto foi ligado por ele à suposta inversão de valores em que os trabalhadores e os pobres foram tratados como criminosos (e vice-versa) durante as restrições implementadas pela pandemia (“Nikolas Ferreira”, 2022).

---

<sup>122</sup> Estado historicamente chave nas eleições presidenciais.

<sup>123</sup> Atores com capacidade de influência.

Gráfico 6. Os tópicos relacionados ao ideário bolsonarista nas publicações mais espalhadas após o começo da campanha eleitoral



Fonte: elaboração própria.

Na comparação entre o antes e o depois pode-se observar que desapareceram das publicações mais relevantes os tópicos que faziam referência à tentativa de golpe de Estado<sup>124</sup> por parte do presidente Bolsonaro, derivado dos atos do 7 setembro de 2021<sup>125</sup>, caso não ganhasse a eleição presidencial; à rejeição aos índios, os caboclos e às pessoas que migram para o Brasil dependendo de sua ascendência étnica, assim como a hostilidade para com a China por considerá-la a responsável tanto de criar o Covid-19<sup>126</sup> quanto uma peça chave do globalismo. Nenhum tinha ultrapassado as 5 menções.

Pelo contrário, apareceram tópicos fazendo referências patrióticas, ligando-as ao Bolsonarismo com os símbolos e datas nacionais como o 7 de setembro; assinalando e

<sup>124</sup> É possível que ele apareça e de maneira relevante em uma análise semelhante das mídias sociais do ecossistema bolsonarista após do segundo turno.

<sup>125</sup> Na comemoração da independência do Brasil, Bolsonaro utilizou o palco para difundir mensagens golpistas.

<sup>126</sup> Com o objetivo de iniciar uma guerra biológica e se beneficiar economicamente.



rejeitando a existência de uma agenda que promove o aborto e a ideologia de gênero; defendendo e reafirmando os valores conservadores, predominantemente cristãos, como a vida desde a concepção como projeto de Deus; exaltando a Israel como a terra prometida; referindo-se ao agronegócio como um setor privilegiado por Bolsonaro. Sendo o patriotismo e os valores conservadores os tópicos que foram mais mencionados, em 18 e 10 ocasiões respectivamente.

Durante o período, também foi possível identificar a desordem informacional como uma parte intrínseca dos conteúdos produzidos e espalhados pelo ecossistema. Um exemplo de desinformação foi a publicação disseminada por Carla Zambelli, assinalada na tabela 14, identificada assim pelo Tribunal Regional Eleitoral do Rio de Janeiro, uma vez que era falso que os carros com adesivo de Lula e as credenciais de acesso livre fossem do Tribunal Federal (TRE-RJ, 2022). Um exemplo de desinformação maliciosa foi o tweet de Gayer afirmando que Bolsonaro ganhou onde o país produz e Lula onde o país é sustentado, sendo esse um exemplo segundo ele que o primeiro quer o país produzindo e o segundo o quer mendigando (GUSTAVO GAYER [@GAYERGUS], 2022b).

Este além de ser um elemento comum no discurso reacionário que argumenta que a esquerda para se manter no poder, produz pobreza, à qual responde criando programas sociais que geram dependência entre os pobres (e potenciais eleitores) e os políticos que concorrem nas eleições (“Gustavo Segré - Direto ao ponto - 31/01/22”, 2022)<sup>127</sup>; faz parte dos preconceitos contra o nordeste brasileiro às suas condições de pobreza e desigualdade social (MORAIS BATISTA et al., 2014), neste caso, as causas de serem maus eleitores e de escolher um presidente que danificará o país. Uma narrativa que também foi disseminada nas eleições de 2014 e 2018 (LEMOS DOS SANTOS, 2022; PEREIRA SILVA, 2016).

Ambas são questionáveis porque no caso brasileiro, durante os dois primeiros governos de Lula, a pobreza foi reduzida em um 50,6%, sendo considerada inclusive como a década da queda da desigualdade de renda (NERI, 2010, 2011). Enquanto o *tweet*, além de utilizar um comportamento eleitoral e associá-lo à miséria para ocasionar prejuízos a povo nordestino e à figura política de Lula, alimentando assim um discurso de ódio, a afirmação de base é maliciosa e enganosa porque, embora o nordeste tenha sido importante no segundo turno, ilude que, como mostram os resultados das eleições que podem ser consultadas em TSE (2022), as cidades mais

---

<sup>127</sup> Também perceptível nos discursos e as obras de *influencers* de direita, por exemplo no «Engano populista» de Gloria Álvarez e Axel Kaiser.

avançadas economicamente do Sudeste<sup>128</sup> votaram em Lula<sup>129</sup> e as menos avançadas em Bolsonaro<sup>130</sup>.

Em geral, os tópicos que mais decresceram, em termos percentuais, foram o descrédito nas instituições democráticas (-73%); as referências à importância da família tradicional (-50%) e às críticas à Comissão Parlamentar que investigou as ações e omissões do governo federal no enfrentamento da pandemia (-50%). Enquanto os tópicos que mais cresceram foram os ataques ao Tribunal Superior Eleitoral (550%); as advertências do avanço de uma ditadura socialista e dos magistrados (400%) e a neopentecostalização do discurso político (400%). A considerável redução das menções contra as instituições democráticas, sendo um pilar do Bolsonarismo, possivelmente encontra explicação no fato de que sob uma lógica de campanha fosse mais estratégico focar em um inimigo específico e personalizável, neste caso o TSE, e não em uma ideia geral e abstrata.

Um exemplo dos ataques ao TSE pode ser observado em Figueiredo (2022). Nesta publicação feita no *Facebook*, que atingiu um 122,41% de IP e foi a nona com maior porcentagem de interação após do começo da campanha, Paulo Figueiredo<sup>131</sup> antagoniza o Tribunal duvidando da imparcialidade dele, caracterizando-o como uma instituição que não é transparente, acusando-o de censurar a Jovem Pan, e afirmando que seus servidores favoreciam a Lula e prejudicavam a Bolsonaro. O que implicava que não existissem as condições necessárias para que o Tribunal conduzisse o processo eleitoral brasileiro.

---

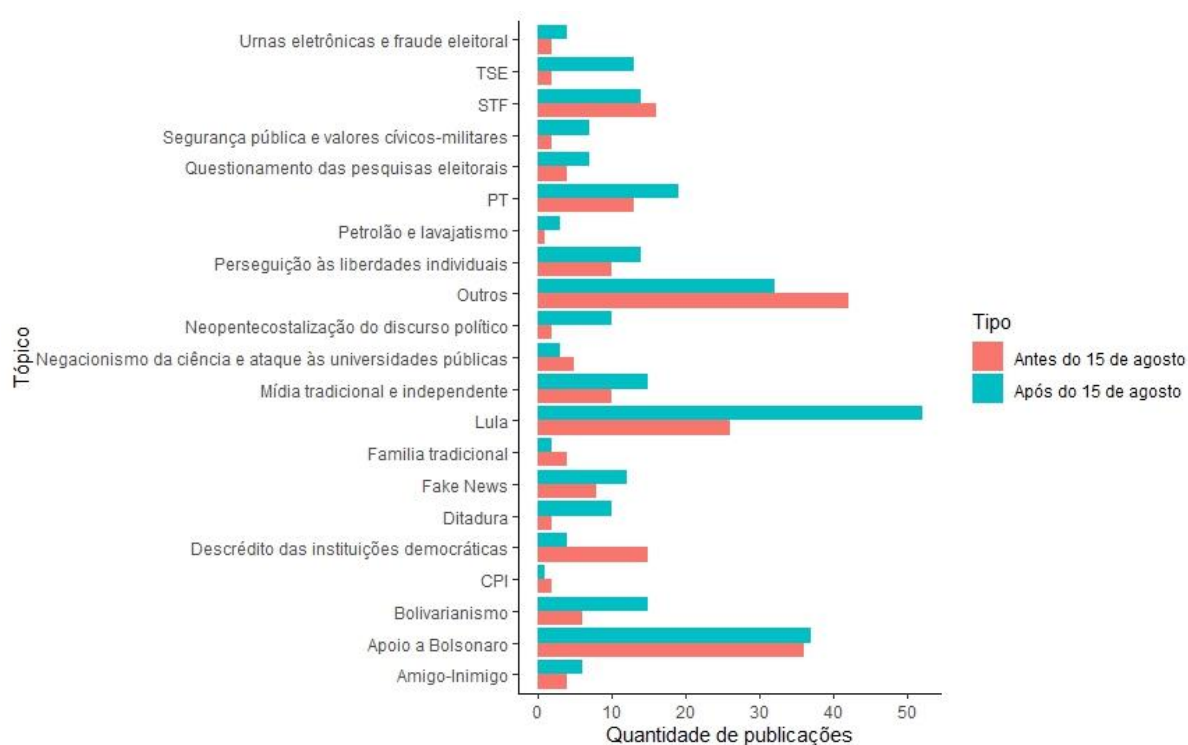
<sup>128</sup> A região mais desenvolvida do Brasil.

<sup>129</sup> Como aconteceu na capital paulista, centro financeiro e corporativo do país e da América do Sul

<sup>130</sup> Além disso perdeu 11,4% dos votos recebidos no Sudeste em 2018, o que acabou sendo decisivo para o resultado.

<sup>131</sup> Empresário e comentarista bolsonarista, neto do último presidente da ditadura, João Figueiredo.

Gráfico 7. Os tópicos relacionados ao ideário bolsonarista nas publicações antes e após o começo da campanha eleitoral



Fonte: elaboração própria.

Embora todas as publicações interpretadas tenham relação com os eixos e os componentes ideológicos-discursivos discutidos na discussão teórica, é possível sintetizar afirmando que durante o período predominou um conteúdo baseado na antagonização do PT e do Lula, assim como no questionamento das instituições de justiça e a distorção do processo democrático, especialmente no contexto das eleições presidenciais. Extremos que são discutidos mais amplamente na subseção 3.2.

### 2.3 A relação e a influência das métricas nas principais mídias sociais que espalharam o conteúdo bolsonarista

A análise de componentes principais categóricos permitiu identificar tanto a matriz de correlações entre as métricas (variáveis) quanto o peso de cada uma delas no comportamento (conteúdo e disseminação) das contas do *Instagram*, *Facebook* e *TikTok* do ecossistema

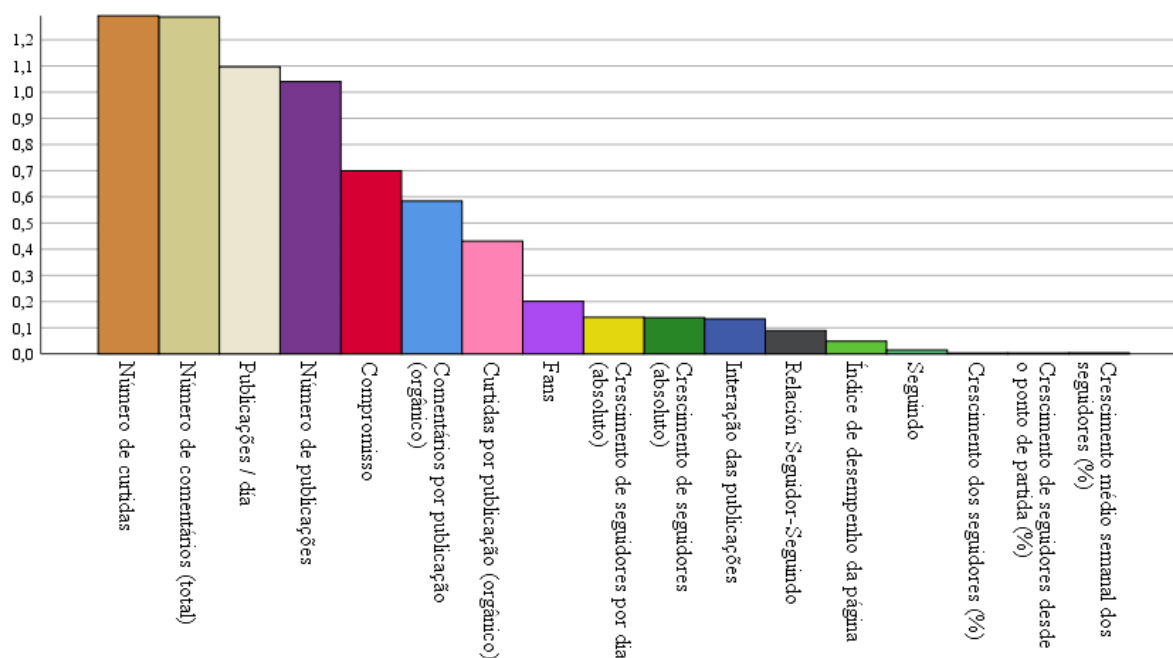
tecnopolítico do Bolsonarismo durante o 2022. Entre 42 e 72% dos cruzamentos, dependendo do caso, têm uma correlação entre moderada e forte; enquanto na tríade publicações-curtidas-compartilhamentos encontra-se a explicação e compreensão do funcionamento das mídias sociais que espalharam o conteúdo bolsonarista.

No caso do *Instagram*, dos 289 cruzamentos possíveis, 71 tiveram uma porcentagem de correlação positiva acima de 75% (forte), apenas 14 tiveram uma porcentagem negativa e 4 entre 40 e 50% (fraca). Além das correlações perfeitas positivas entre os tipos de crescimento de seguidores<sup>132</sup>, duas das mais altas (positivas) foram entre o número de comentários (total) e o número de curtidas (total), assim como entre as curtidas por publicação orgânica e os comentários por publicação orgânica; equivalente a 98,5% e a 94,4%. Das correlações negativas mais altas, por sua parte, foram entre o índice de desempenho da página com a relação seguidor-seguindo e a quantidade de *fans*, equivalente a -47,6% e a -40,0%.

Enquanto a análise de 67,93% de casos válidos, que registraram os 29 usuários no período, e segundo a dimensão 1 da melhor matriz de componentes, sob um nível de confiabilidade do 88,0%, as métricas que mais influíram, e fortemente devido que a todas atingirem uma carga acima de 0.75, no comportamento do ecossistema no *Instagram* foram: o número de curtidas, o número de comentários (total), publicações por dia, número de publicações (total) e o nível de compromisso.

---

<sup>132</sup> Absoluto, por dia, percentual, médio semanal, desde o ponto de partida.

Gráfico 8. Variância contabilizada para a dimensão 1 das métricas mais influentes no *Instagram*

Fonte: elaboração própria.

Eixo y: cargas dos componentes; eixo x: tipo de métrica

No caso de *Facebook*, dos 2.304 cruzamentos possíveis, 998 tiveram uma porcentagem de correlação positiva acima do 75% (forte), e 142 tiveram uma porcentagem negativa, 4 delas entre 50% e 60% (moderada). Além das correlações perfeitas entre os tipos de crescimento de seguidores<sup>133</sup>, interações<sup>134</sup>, reações<sup>135</sup>, comentários<sup>136</sup>, publicações<sup>137</sup> e seguidores<sup>138</sup>; duas das mais altas (positivas) foram entre o compromisso e a atividade ponderada, assim como entre o número de reações e o número de compartilhamentos dos vídeos, equivalentes a 99,9% e a 98,5%. As correlações negativas mais altas, por sua parte, foram entre o índice de desempenho da página com relação à quantidade de *fans*, de seguidores e o número de comentários

<sup>133</sup> Desde o ponto de partida (em %), em termos percentuais e média semanal (em %).

<sup>134</sup> Das publicações e as publicações ponderadas. Nesse caso, a correlação foi equivalente ao 99,9%

<sup>135</sup> Reações (geral), curtidas, reações (geral) de vídeos e curtidas de vídeos do *facebook*. Nesse caso, as correlações foram equivalentes ao 99,9%

<sup>136</sup> Totais, primários e secundários. Nesse caso, as correlações foram equivalentes a 97,8% e a 99,9%.

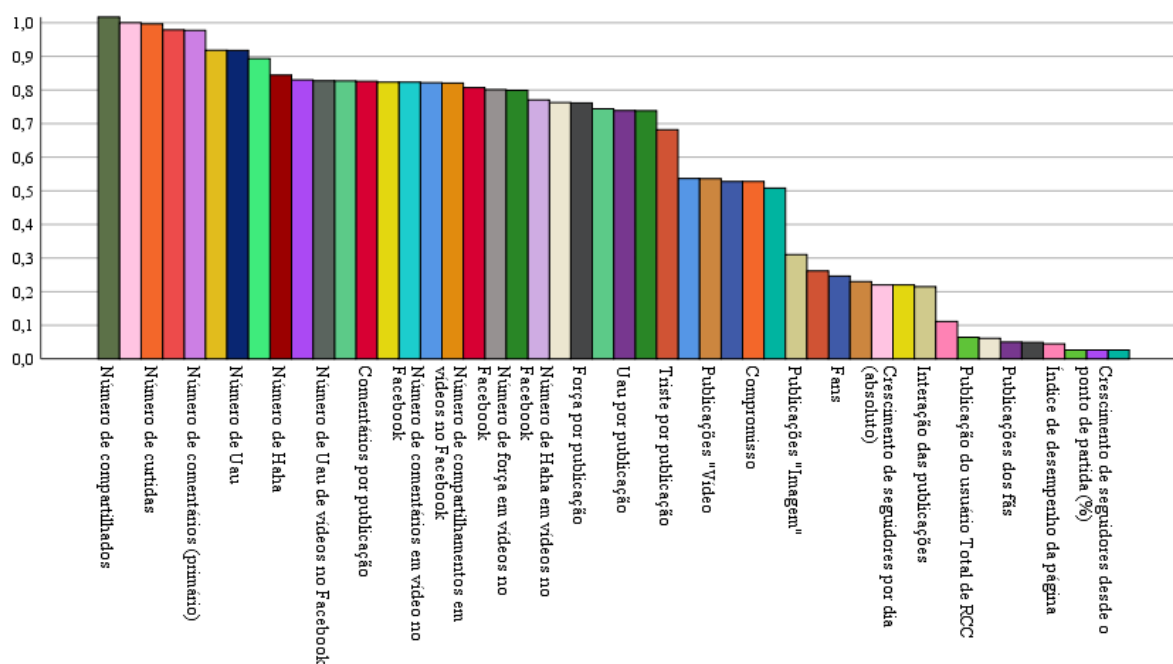
<sup>137</sup> Número total, por dia, por dia dos usuários e dos *fans*. Nesse caso, as correlações foram equivalentes a 99,3% e a 99,8%.

<sup>138</sup> Seguidores e *fans*. O primeiro se refere ao número de usuários no último dia do período selecionado que seguem as páginas das postagens, enquanto o segundo se refere ao número de usuários que no último dia do período selecionado gostam da página. Nesse caso, a correlação foi equivalente a 92,2%.

secundários; equivalente a -54,6%, a -55,6% e -30,1%.

Enquanto a análise de 74,33% de casos válidos que registraram os 30 usuários no período, e segundo a dimensão 1 da melhor matriz de componentes sob um nível de confiabilidade de 98,2%, as métricas que mais influenciaram no comportamento do ecossistema no *Facebook* foram: o número de compartilhamentos, o número de reações, o número de curtidas, o número de comentários total e o número de comentários primários. De fato, em geral as métricas tiveram uma forte influência nele porque todas, com exceção de 7, atingiram uma carga acima de 0.75

Gráfico 9. Variância contabilizada para a dimensão 1 das métricas mais influentes no *Facebook*



Fonte: elaboração própria.

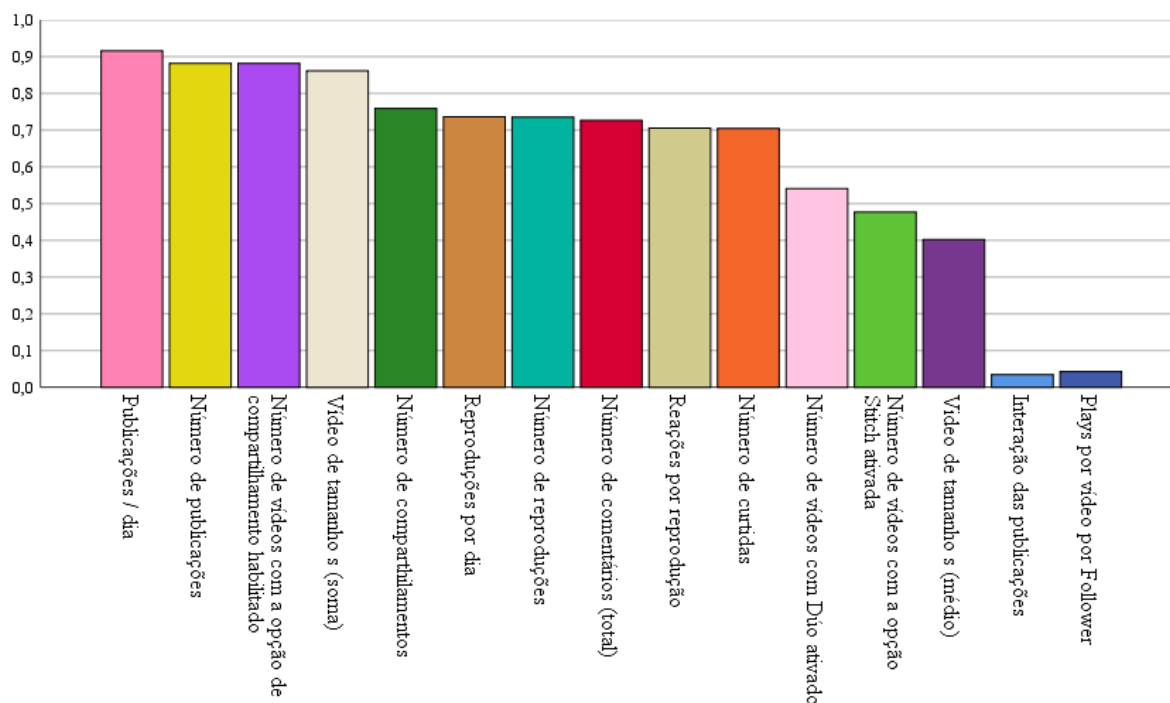
Eixo y: cargas dos componentes; eixo x: tipo de métrica

No caso de *TikTok* dos 225 cruzamentos possíveis, 116 tiveram uma porcentagem de correlação positiva acima de 75% (forte) e, além das correlações perfeitas positivas entre o número de vídeos com opção de compartilhamento e o número de publicações, e entre as reproduções por dia e o número de reproduções, duas das mais altas (positivas) foram entre os *plays* por vídeo por *follower* e a interação das publicações, e entre as reproduções por dia e o número de curtidas, equivalente a 98.7% nos dois casos. Não foi registrada nenhuma correlação negativa, o que significa que todos os cruzamentos das métricas que melhor explicam o

comportamento dessa plataforma tendem a incrementar mutuamente seus valores.

Na análise do 100% de casos válidos que registraram os 22 usuários no período e segundo a dimensão 1 da melhor matriz de componentes, sob um nível de confiabilidade de 96,8%, as métricas que mais influenciaram, e fortemente devido a que todas atingiram uma carga acima de 0.75, no comportamento do ecossistema no *TikTok* foram: o número de publicações por dia, o número de publicações, o número de vídeos com a opção de compartilhamento habilitado, vídeos de tamanho s, assim como o número de compartilhamentos.

Gráfico 10. Variância contabilizada para a dimensão 1 das métricas mais influentes no TikTok



Fonte: elaboração própria.

Eixo y: cargas dos componentes; eixo x: tipo de métrica.

### III. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

#### 3.1 A utilidade das mídias sociais para o ecossistema bolsonarista

Quando se observam as métricas das mídias sociais do ecossistema<sup>139</sup>, destacam-se principalmente três elementos que mostram a dimensão relacional da infraestrutura das mídias sociais, no sentido proposto por Star e Ruhleder (1996), devido que são identificáveis as funcionalidades e utilidades que o Bolsonarismo lhes impregna, as quais urgem de práticas organizadas, particularmente em torno à criação de conteúdo que é discutido mais amplamente na subseção 3.2 que vincula elementos sociotécnicos na linha teórica de Edwards (2003), desde algoritmos (hardware) até comunidades digitais (estruturas sociais).

O primeiro elemento é que a função depende da natureza do algoritmo. No *Instagram* e *Facebook*, por exemplo, predominou o envolvimento digital através do RCC. Ambos nesta categoria representaram 43,8% e 27,4% do total, o que é parcialmente explicado por sua relação com o número de seguidores, já que eles somavam 51,12% dos 143 milhões 383 mil 488 usuários que seguem as 35 contas nas cinco redes analisadas. O contrário acontece com o *YouTube*, cuja função reside no fornecimento direto de informações em maior quantidade de tempo e cujo alcance é medido por visões e compartilhamentos, em grande parte fora da plataforma, tanto nas redes sociais quanto de mensagens.

O segundo elemento é que a eficiência e a eficácia da disseminação do conteúdo não dependem necessariamente do número de postagens quando são comparadas as mídias sociais<sup>140</sup>. Por exemplo, embora 41% de todos os posts tenham sido publicados no *Twitter*, ele teve o menor percentual de interação entre as cinco mídias analisadas. Enquanto o *TikTok* produzia apenas 1,2% das postagens, ele tinha a maior porcentagem de interação, com uma média de 23,91%. Seu conteúdo é geralmente mais curto, mais especializado ao perfil do usuário e produzido com base em música e efeitos que captam a atenção mais rapidamente. A otimização aumenta seu alcance.

---

<sup>139</sup> As contas cresceram um 55% durante o período e publicaram uma média de 7,8 publicações por dia.

<sup>140</sup> O contrário acontece ao interno de cada rede, onde no caso de *Instagram* e *TikTok*, a quantidade de publicações é uma métrica fundamental para compreender os alcances do comportamento do ecossistema.



O terceiro elemento é que a possibilidade do aumento da relevância das publicações depende dos recursos que são escolhidos para apresentar o conteúdo. Os vídeos, que representavam 43,3% do total de publicações, tiveram o terceiro e o segundo melhor desempenho com relação ao IP e ao RCC, melhorando-o em 3,1% e em 325 milhões quando estavam em formato *reel*. No caso das imagens, elas tiveram o segundo melhor desempenho, melhorando-o ligeiramente, em 1,2% e em 22 milhões, quando estavam em formato *carrosel*. Enquanto os conteúdos que contém apenas link e texto tiveram os dois piores desempenhos, apesar de que representaram 26% das publicações; repercutindo em uma capacidade de difusão menor.

Além da descrição das principais métricas, as práticas digitais e a lógica dos conteúdos, se pode afirmar que as mídias sociais têm três utilidades para o ecossistema: o apoio ao presidente Bolsonaro, o espalhamento do ideário bolsonarista e da nova extrema direita, assim como o circuito de captura que mistura componentes políticos, mediáticos e tecnológicos. Embora a mídia tradicional tenha sido essencial na ascensão de Bolsonaro e do Bolsonarismo como mostra o análise de conteúdo de Vasconcelos (2021) dos editoriais da Globo e da Folha São Paulo, entre março de 2018 e janeiro de 2019, isto mudou não apenas porque um componente do ideário e pratica bolsonarista esteja focado na crítica e no ataque à mídia tradicional, como documenta Mello (2020), incitando seu boicote e sufocando-a em termos econômicos; mas também porque a *reframe* mídia conservadora tornou-se junto com os políticos mais próximos do presidente nos responsáveis por colocar os tópicos gerais nas mídias, seguindo o padrão metapolítico da Breitbart News nos Estados Unidos, que depois passam ser utilizados pelos políticos, *influencers* e usuários em geral para gerar novos conteúdos a partir deles.

Isto é consequente com o núcleo duro do Bolsonarismo, identificado por Cohen Egler, Costa e Gonçalves (2021) no *Facebook*, composto pela mídia, políticos e ativistas digitais; concentrando os dois primeiros o 79.36% do total de likes. Mas além disso, algumas dessas mídias conservadoras e dos políticos que tiveram as métricas descritivas mais relevantes do ecossistema, como Pleno News, Jovem Pan News, Eduardo Bolsonaro e Carla Zambelli, também foram identificados em outros trabalhos por seu papel na defesa das ações do governo de Bolsonaro e na promoção do negacionismo científico (BEZERRA, 2022; CARREIRO; SILVA; FREIRE, 2021; SOUZA; CHÉQUER, 2020).

Esses usuários que estão por trás da estratégia digital são os mais comprometidos com o Bolsonarismo e a nova extrema direita como um todo em comparação a outros usuários que limitam sua atividade a apoiar o presidente como político ou aos produtos narrativos gerais dessa visão de mundo, mas não aos princípios ideológicos e filosóficos em se mesmos, já seja porque não os conhecem, seja porque não têm interesse em realizar uma defesa mais aprofundada, seja porque os relativizam ao considerar que o importante é o engajamento do produto final como ferramenta de luta na guerra cultural.

O ecossistema, especialmente os usuários que direcionam tecnologicamente essa visão de mundo, se baseia em uma fina linha entre informação e desinformação, espalhando *Fake News* e criando controvérsias a partir, em muitas ocasiões, de fatos enganosos; tentando assim que os acontecimentos manipulados ou tirados do contexto se tornem parte do debate público virtual, para legitimá-lo e gerar um maior impacto por meio da participação e do engajamento dos perfis das mídias diante da confusão, do convencimento ou da rejeição dos conteúdos; como aconteceu com a postagem de Eduardo Bolsonaro sobre a delação (falsa) de Marcos Valério que foi descrita na subseção 2.1 ou como aconteceu nos casos de Gustavo Gayer e Carla Zambelli cujas contas nas redes sociais foram suspensas a pedido do TSE por divulgar *Fake News* sobre as urnas eletrônicas e por fomentarem atos golpistas, respectivamente.

Mas isto também é importante para compreender a lógica por trás da estratégia da *reframe* mídia conservadora, cujo alinhamento pode responder ao compromisso com o ideário ou à oportunidade de complementar as necessidades de crescimento do Bolsonarismo por meio da criação de condições que consiste na reformulação da comunicação digital com foco na incerteza, na briga e na constante controvérsia em um contexto no qual se concorre pela atenção das pessoas. Esses componentes, além de poderem garantir, como apontam os trabalhos de Gurevich (2016) e Han (2020), que os usuários permaneçam na frente da tela por um tempo mais longo; monetizam através de clicks e de publicidade com um conteúdo que apela às emoções e quando se apoderam delas influem em suas ações a um nível pré-reflexivo.

Nesse ponto surge outra utilidade das mídias sociais para o ecossistema, que vai além do apoio político que faz parte natural da liberdade de escolha e preferências dentro da normalidade democrática, referente à apropriação da infraestrutura, informação ou dinheiro público para obter, de maneira ilegítima ou ilícita, um benefício particular. Isso foi particularmente evidente no vazamento que a Secretaria de Comunicação Especial da

Presidência pagou ao menos R\$ 4,3 milhões para *influencers* bolsonaristas e a mídia conservadora para fazerem merchandising do governo em 2019 e 2020 e na revelação do inquérito do STF sobre atos antidemocráticos que afirmava que *youtubers* bolsonaristas ganhavam R\$ 100 mil mensais com informações privilegiadas do Planalto (CAMPOREZ; PIRES; MORAES MOURA, 2020; MAZIEIRO, 2021).

Forma-se assim um circuito de captura, nestes casos, utilizando a verba pública e informação reservada de utilidade pública (que ninguém mais tem acesso<sup>141</sup>) para se beneficiar economicamente através do crescimento das visualizações repercutindo em uma maior quantidade de anúncios na medida em que modifica a opinião pública e distorce o processo democrático. De fato, os usuários com as métricas descritivas mais relevantes do ecossistema têm um potencial econômico notório<sup>142</sup>. Por exemplo, segundo os cálculos da ferramenta Fanpage Karma ([s.d.])<sup>143</sup>, as postagens de Jovem Pan News, Carla Zambelli e Pleno News tiveram no *Facebook* durante o período da pesquisa um valor publicitário cerca de \$1.769.785, \$3.168.993 e \$639.248 por semana, respectivamente.

Essa relação, portanto, mais sofisticada do que aquela descrita entre Flavio Bolsonaro e o Grupo MK na subseção 2.1, que acontece entre canais e seguidores, motivada pelos lucros potenciais, baseadas nas vantagens produzidas pela apropriação da infraestrutura pública é uma especificidade brasileira do fenômeno mais amplo, observado por Rouvroy e Almeida (2018), sobre os novos modos de filtragem da informação que levam “a formas de imunização informacionais favoráveis a uma radicalização das opiniões e ao desaparecimento da experiência comum” e a “tendência à captação sistemática de toda parcela de atenção humana disponível em proveito de interesses privados, em vez de contribuir para o debate democrático e o interesse geral” (p. 110).

### **3.2 A função do conteúdo nas mídias sociais do ecossistema**

A interpretação das publicações mais relevantes e as estatísticas das redes sociais onde foram espalhadas permitem afirmar três elementos relacionados. O primeiro é que se reforça o que foi observado na descrição das métricas principais do ecossistema, discutido na primeira

---

<sup>141</sup> Por exemplo não tem acesso a oposição na dimensão política nem os concorrentes na dimensão midiática.

<sup>142</sup> Além do político e mediático que já foi exposto.

<sup>143</sup> A ferramenta calcula o número de pessoas alcançadas pelas publicações e multiplica esse valor por meio de despesas de publicidade on-line. O cálculo não inclui o valor da comunidade e o valor do site como um canal de serviço.

subseção deste capítulo, em relação à função do *Instagram* e do *Facebook* de favorecer a participação digital direta, representando novamente mais da metade do total de RCC, equivalente a 52,51%<sup>144</sup> nas 21 postagens mais relevantes; assim como do *TikTok* de incentivar uma interação rápida e fluida em torno de uma postagem (captação de atenção) através da otimização e especialização dos conteúdos, atingindo uma média de 594%, 24 vezes acima de sua média geral registrada nas 300 publicações analisadas, acumulando inclusive o 57% das interações medias totais das cinco mídias.

Um aspecto interessante da classificação das publicações mais relevantes de acordo com diferentes tipos de métricas é que o sucesso de uma delas em uma métrica específica não garante seu sucesso em outra. Por exemplo, no *Facebook*, nenhuma postagem do top 10 segundo o total de RCC ou do número de compartilhamentos, esteve no top 10 de acordo com a porcentagem de interação; enquanto no *Instagram* apenas uma. Isto é importante porque o engajamento com o conteúdo foca-se mais em uma lógica de atuação militante, sejam pessoas físicas na rede, exércitos de *bots* ou *trolls factory*, apoiando ou defendendo os conteúdos publicados pelo ecossistema bolsonarista.

É uma relação ambivalente: o ecossistema organiza a informação para disseminá-la e os algoritmos de cada rede social a disseminam segundo sua própria lógica de difusão. Por um lado, ao ter o *Facebook* e o *Instagram* uma função voltada à participação, incentivam essa atuação de grupos reacionários ou dos antagonistas deles. Isto também é discutido por Pagoto e Longhi (2021), eles encontram, após analisar os comentários de 33.651 post nas contas do *Instagram* de CNN Brasil e Folha de São Paulo que existe uma associação entre a lógica do funcionamento das plataformas de redes sociais e uma retórica de descredibilização da imprensa, assim como uma correlação discursiva entre a gramática dos usuários e a de Bolsonaro e um aumento de ataques à imprensa em notícias relacionadas ao presidente.

Por outro lado, dependendo do tipo de conteúdo e como ele é apresentado, esses grupos aumentam a exploração dessa função, voltadas a gerar uma maior movimentação dos tópicos do ideário. Isto está de acordo com os resultados da pesquisa que Gonçalves Severo; Vieira Gonçalves e Duque Estrada (2019) fizeram da rede de difusão do Movimento Escola Sem Partido<sup>145</sup> no *Facebook* e no *Instagram*, na qual encontraram que os apoiadores dessa iniciativa

---

<sup>144</sup> 30,62% no caso do *Instagram* e 21,89% no caso do *Facebook*.

<sup>145</sup> Surgiu em 200, tem ligações com partidos políticos de extrema direita e organizações liberais e conservadoras,

atuam de maneira militante nas redes e difundem abertamente valores conservadores, especialmente neopentecostais e contra o debate de gênero.

Os tópicos analisados nessas pesquisas também fazem parte dos identificados neste trabalho como foi abordado na subseção 2.2. De fato, o segundo elemento é que existe uma consistência na lógica dos conteúdos, enquanto a terceiro elemento é que se encontra uma alta coincidência entre a revisão da literatura e os tópicos identificados. No segundo elemento, como pode ser estabelecido na quantidade percentual de publicações repetidas, 37% delas foram das mais relevantes em relação a mais de uma métrica, o que significa que os tópicos desses conteúdos além de ter uma maior capacidade de disseminação e viralização, também tiveram regularidade e coerência, contrário à dispersão temática que poderia se apresentar quando são analisados diferentes tipos de usuários.

Um exemplo dessa consistência é que 47% das menções, dentro destas publicações repetidas, estiveram relacionadas com o ataque à mídia tradicional e independente; ao negacionismo científico e às universidades públicas; assim como ao descrédito e o questionamento das instituições democráticas, incluindo o STF, o TSE, as pesquisas eleitorais e as urnas eletrônicas; chegando ao ponto de proclamar que uma fraude eleitoral estava sendo orquestrada. Tal fato tem relação com a corrosão da confiança social e da legitimidade do sistema de peritos<sup>146</sup>, que Cesarino (2021) identifica em sua pesquisa sobre a digitalização da política brasileira.

Essa relação ambivalente não apenas delimita os limites de controle exercidos por seus operadores artificiais e humanos na relação organização/disseminação da informação, mas também inserem propriedades e características que constroem um tipo particular de comunidade de extrema direita e de mediação e produtividade algorítmica. Enquanto a primeira utiliza recursos para apresentar conteúdos que permitem a possibilidade de conhecer as mídias através da participação dos usuários; a segunda através do clickbait e monetização, além de gerar lucros, servem para que o ecossistema e as mídias sociais se mantenham no mundo do uso. O que evidencia a dimensão infraestrutural do Bolsonarismo, de acordo com os critérios teóricos discutidos por Star e Ruhleder (1996), Bowker e Star (2000) e Hughes (1993), que

---

se caracteriza fundamentalmente pela sua oposição ao que eles chamam de uso das escolas e universidades para fins de propaganda ideológica, política e partidária.

<sup>146</sup> Democracia liberal, a ciência, o jornalismo, o sistema jurídico-legal, entre outros.

foram abordados na subseção 1.1.1.

No terceiro elemento, nas 300 publicações mais relevantes foram identificados tópicos para todos os componentes teóricos, sendo os relacionados à erosão democrática e o populismo os que tiveram uma maior quantidade deles, com 6 cada um, e abrangendo 72% das 386 ocasiões nas quais foi mencionado pelo menos um dos 29 tópicos. Isto além de reforçar a consistência do conteúdo, dá conta de um *modus operandi* das mídias sociais do ecossistema voltado a um engajamento populista e antidemocrático que coincide com as pesquisas que apontam que as trajetórias textuais e os espaços-temporais do discurso bolsonarista *online* se encontram baseados em sentidos autoritários, antidemocráticos e antidireitos humanos (PEREIRA SILVA, 2020); que a mecânica do discurso populista é favorecida pelas mediações algorítmicas que moldam recorrentemente as identidades e os desejos dos sujeitos através de redes homofílicas<sup>147</sup> que os tornam influenciáveis (CESARINO, 2022), assim como que a lógica empresarial cria um ambiente propício à reafirmação de posições que não estão abertas ao diálogo crítico, o que pode multiplicar a intolerância e agravar a política de polarização (FRIAS, 2021).

Isto se torna ainda mais relevante porque, se em um momento determinado a função do ecossistema nas mídias sociais foi gerar rentabilidade política da polarização em relação ao Partido dos Trabalhadores em chave neopentecostal e sob imaginários da guerra cultural, especialmente no contexto eleitoral de 2018 (FREIRE SOUSA; VETTORASSI; JÚNIOR, 2021; GOLDSTEIN, 2019), a função predominante de seus conteúdos foi acrescentada a partir dessas bases e, durante 2022, focou-se em minar as bases da democracia brasileira. Embora o número de menções ao descrédito das instituições democráticas em geral tenha diminuído entre antes e depois do início da campanha eleitoral, a estratégia eleitoral se baseou no ataque ao Tribunal Superior Eleitoral e aos magistrados do STF, dois atores-chave na observância do processo democrático, provavelmente devido à maior probabilidade de sucesso que existe quando se personaliza e antagoniza um inimigo específico, como foi apontado na subseção 2.2.

Este último ponto, referente à mudança na função principal do ecossistema da polarização para a corrosão das bases democráticas, já vinha sendo discutido por Cesarino

---

<sup>147</sup> Tendência dos indivíduos a se associarem e se relacionarem com aqueles que são semelhantes a si mesmos.

(2022), que em sua pesquisa sobre o Bolsonarismo sem Bolsonaro, observa que os *influencers* logram inserir, na relação entre ambiente (sistemas algorítmicos) e usuários em geral, “um viés que lhes seja favorável: uma temporalidade rítmica e uma espacialidade bifurcada entre públicos invertidos que corroem, gradualmente, as bases da legitimidade e da confiança social nos públicos dominantes que sustentam a democracia liberal e o tipo de esfera pública a ela associada” (p. 164).

No período aqui estudado, a partir da contraposição Bolsonaro-Lula, se pode afirmar que o ecossistema desenhou e divulgou uma narrativa para convencer aos bolsonaristas e os partidários mais gerais da direita política de que as ações tendenciosas e arbitrárias prolongadas das instituições garantidoras do processo eleitoral democrático<sup>148</sup> tinham ameaçado as liberdades individuais, estavam destinadas à fraude eleitoral e que os adversários políticos e institucionais do “mito<sup>149</sup>” constituíam um perigo ditatorial para o Brasil. Com o objetivo, em última instância, de desconhecer os resultados da eleição presidencial e promover atos de rua, ao estilo dos trumpistas na invasão do Capitólio em 2021, que conseguissem direcionar um golpe.

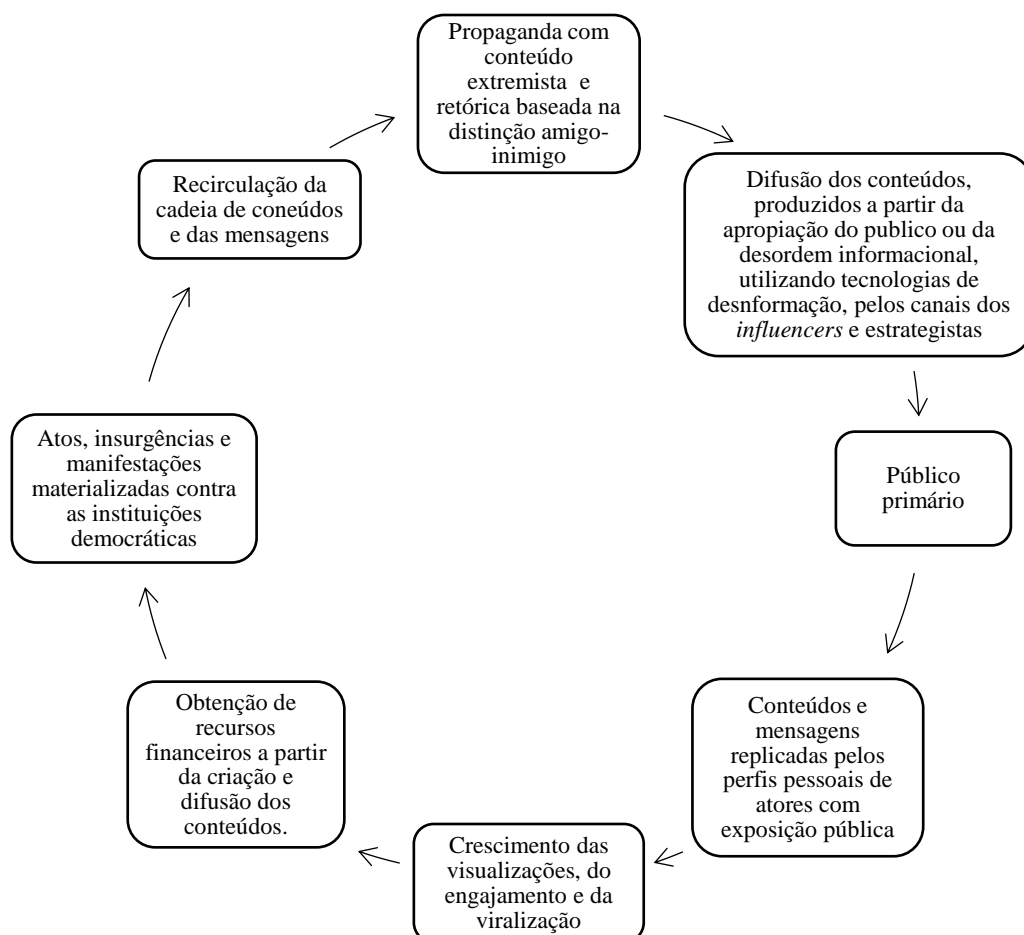
Embora não tivessem os apoios necessários dos poderes políticos, institucionais e econômicos estruturais para levá-lo a cabo, a narrativa nascida do ecossistema foi suficiente para mantê-la até o segundo turno eleitoral e para mobilizar durante vários dias a grupos de bolsonaristas que pediam intervenção militar nas ruas, nas estradas e inclusive em frente aos quartéis militares, após a vitória de Lula em 30 de outubro. De certa forma, ressuscitando os atos antidemocráticos de 2020 e 2021, quando impulsionados pelas mídias sociais bolsonaristas, ocorreram manifestações defendendo o fechamento do STF e do Congresso, além da volta da ditadura.

---

<sup>148</sup> Os ataques contra o STF e TSE estiveram em um contexto de ataque às instituições democráticas que têm a ver com o espalhamento da nova extrema direita no mundo, semelhante ao caminho que o Trump fez brigando com o Congresso, deslegitimando as eleições e tentando instrumentalizar a Suprema Corte. Ou como o caminho de Orbán na Hungria, considerada inclusive pela União Europeia como uma autocracia eleitoral, onde também as instituições democráticas foram corroídas.

<sup>149</sup> O apelido atribuído a Bolsonaro por seus apoiadores.

Figura 1. Processo de disseminação sob uma lógica de captura tecnológica da democracia



Fonte: elaboração própria.

Há então uma homogeneidade e harmonia na lógica das mensagens (ligada ao ideário) que espalham os usuários do ecossistema, embora às vezes utilizem recursos diferentes ou específicos ao comportamento de uma rede social, já que a infraestrutura delas determinam o sucesso e dependendo de quais são os conteúdos e como eles são apresentados, assim serão mais facilmente reproduzíveis, aumentando sua possibilidade quando se trata do *TikTok*. Se *Facebook* e o *Instagram* são predominantemente campos de batalha, fora da bolha da comunidade «super informada» do *Twitter*<sup>150</sup>; o *TikTok* é um espaço de indução livre e direcionada em um

<sup>150</sup> Em virtude de ser majoritariamente usuários com tendência a se interessar muito pela política e pela vida pública: políticos, ativistas, jornalistas, funcionários públicos, entre outros.



sentido mais de eficiência do que de confrontação, onde os conteúdos podem-se espalhar independentemente do desempenho geral dos usuários, embora tenham maior possibilidade aqueles que publicam e interatuam com maior consistência.

### **3.3 As métricas mais relevantes das principais mídias sociais na disseminação do Bolsonarismo**

Em geral, as métricas das mídias sociais do ecossistema desenvolvem um papel articulado e harmonioso devido que a suas relações envolvem maioritariamente o aumento conjunto dos seus valores, em que a tríade publicações-curtidas-compartilhamentos, como já foi mencionado, é central para sua dinâmica, principalmente porque torna possível as três utilidades analisadas no começo da discussão dos resultados e, mais amplamente, o circuito de ataque à democracia descrito na figura 1.

Nessa tríade, reside a formação dos públicos bolsonaristas a partir, como Cesarino (2022) identifica, tanto das demandas latentes dos usuários mobilizando afetos de ressentimento e exaltação do senso comum quanto dos enquadres cognitivos (framing e narrativa) contrários à democracia liberal. É onde o ecossistema procura direcionar e condicionar o comportamento dos usuários (seguidores) por meio do conteúdo e das diversas maneiras de interagir com ele (bolhas sociais). O conteúdo, como vem sendo discutido, ao ser fonte de persuasão e lucro é a principal maneira de estruturar poder na internet. No caso do Bolsonarismo, sob os pressupostos teóricos de Howe et al. (2016) e Winner (2020), adotando e construindo significados sociais (contrários à modernidade), assim como ligando dispositivos técnicos com formas específicas de autoridade (prevalência autoritária no funcionamento e no uso das mídias sociais).

Faz sentido, assim, as tentativas do Bolsonarismo e da nova extrema direita de dominar o mundo virtual, já que, se a infraestrutura das mídias sociais favorece sua expansão (CESARINO, 2022; HORWITZ; SEETHARAMAN, 2020), eles potencializam as vantagens oferecidas (FORTI, 2021; GARRETT; BOND, 2021; SANTOS; CHAGAS; MARINHO, 2022) e nesse esforço geral, encontram nelas, inclusive conjuntamente, mecanismos de captura como a monetização e a desordem informacional<sup>151</sup> impulsionadas através de tecnologias de

---

<sup>151</sup> Como negócio e ferramenta de influência. Inclusive o «controle da desinformação» também foi constituído como um negócio e um espaço com objetivos político-ideológicos. Por exemplo, Atlantic Council, principal parceira de *Facebook* desde 2018 que é financiada por grandes bancos e companhias (armamento, petroleiras,

desinformação (contra a opinião pública), como a *deepfake*, o *clickbait*, a *astroturfing*, entre outras. (HAO, 1970; REISACH, 2021; TARNOFF, 2022).

No entanto, como se pode estabelecer a partir das correlações e da análise de componentes principais categóricas, as diferenças e as especificidades de cada plataforma em virtude de seu próprio algoritmo são significativas e conferem, sob evidência estatística inferencial, as induções discutidas nas duas primeiras subseções deste capítulo referentes às funções das mídias sociais para o ecossistema. No caso de *Instagram*, os comentários e as curtidas ao se impulsionarem fortemente, aumentam a visibilidade das postagens, especialmente quando eles são orgânicos (sem mediação publicitária), o que leva a que tecnologias patrocinadas como os *bots* e o *troll factory*, percam alguma relevância, mas não as postagens que contribuem à desordem informacional ou que conduzem a sites de desinformação.

De fato, o modelo com maior capacidade explicativa do comportamento do ecossistema nessa rede reforça fortemente que a participação digital é a chave no seu desempenho, que se concentra tanto na quantidade de curtidas e comentários, cuja atividade aumenta dependendo do número de postagens por dia, o qual só é útil na medida em que os seguidores geram rotineiramente e constantemente engajamento com os conteúdos. Para atingi-lo os criadores dele exploram demandas e criam necessidades de consumo, neste caso, relacionados com os produtos políticos e culturais da nova extrema direita e do Bolsonarismo. O qual é consistente sendo um teste estatístico mais potente com as correlações iniciais que indicavam que a perda de seguidores impacta, embora levemente, na diminuição do índice de desempenho da página.

Se bem que, no caso do *Facebook*, a importância do compromisso por parte dos seguidores na visibilidade das publicações se mantém a tal ponto que, reciprocamente, um maior engajamento (rotina e constância) impacta fortemente no crescimento da atividade ponderada<sup>152</sup>, e a redução dos *fans*, os seguidores e os comentários secundários<sup>153</sup> influem também recíproca e fortemente no decréscimo do desempenho da página; é possível constatar, a partir dos resultados da CATPCA, uma mudança na lógica de participação digital predominante, de direta para indireta em virtude de que as métricas que mais influem (e

---

inversão) tem ligações com *Think Tanks* ultraliberais e partidos políticos de extrema direita (MACÍAS, 2021).

<sup>152</sup> Acúmulo ponderado de compartilhamentos, comentários e curtidas.

<sup>153</sup> Aqueles que foram feitos sob outros comentários. Em outras palavras, o intercâmbio de mensagens entre usuários.

fortemente) no comportamento do ecossistema nessa plataforma são o número de compartilhamentos, de reações e de curtidas.

Torna-se mais relevante, portanto, a intervenção dos seguidores através de expressões silenciosas, mas constantes e consistentes, que contribuem para uma maior disseminação do conteúdo. Um exemplo disso é a forte correlação entre o crescimento conjunto do número das reações e o número de compartilhamentos dos vídeos, um dos materiais com maior probabilidade de sucesso no *Facebook*, que mostra uma conduta padronizada: assistir, avaliar e difundir. Uma convergência onde os seguidores não entram em questões especificamente mais militantes, mas cumprem ativamente uma função de intermediários em resposta à atividade dos usuários do ecossistema, que leva, intencionalmente ou não, a um possível aumento do poder de difusão dela.

No caso do *TikTok*, os resultados dos testes estatísticos reforçam que o ecossistema encontra nele uma plataforma voltada à produção otimizada de conteúdos e à eficiência de sua circulação. Isto é visível na forte correlação entre o crescimento dos *plays* por vídeo por *follower* e uma maior capacidade de interação das publicações; mas especialmente na ausência de correlações negativas, pois significa que tanto uma página quanto suas publicações podem atingir o sucesso em uma métrica específica (seguidores, compartilhamentos, interações, entre outras) independentemente do desempenho das outras. Uma pode acrescentar outra e isso faz com que as probabilidades de que a atividade dos usuários apareça na tela dos outros aumente significativamente.

No entanto, de acordo com o modelo que melhor explica o comportamento do ecossistema no *TikTok*, este foco na produção e na sua eficiência é especialmente sustentado pela quantidade de publicações por dia e totais, na vontade de habilitar a opção de compartilhamentos, no tamanho do vídeo (tempo de duração), e na quantidade de ocasiões em que as publicações são compartilhadas. Elas impactam fortemente no seu comportamento e combinam assim práticas de participação indireta dos usuários (como acontece no *Instagram*) com a habilidade dos proprietários das contas de apresentar seus conteúdos da maneira mais criativa e entretida possível.

Em definitivo, as métricas mais relevantes das principais mídias sociais na disseminação do Bolsonarismo durante o ano eleitoral no Brasil indicam que a acumulação de seguidores

através da publicação de mensagens precisas, em um sentido mais de qualidade do que de quantidade, influencia o grau de sucesso das publicações subsequentes e da conta (página) como um todo.

#### IV. REFLEXÕES FINAIS

##### 4.1 Limitações da pesquisa

Até este ponto foi possível desentranhar o comportamento bidirecional do Bolsonarismo e das mídias sociais descrevendo, identificando e explicando suas utilidades, suas funções e suas métricas mais relevantes. Se bem durante o ano eleitoral cresceu a importância do *TikTok* para o ecossistema e decresceu a do *Youtube*, que tinha sido fundamental para seu surgimento como força anti-institucional; não se pode deixar de lado que sua importância pode ter sido afetada devido à eliminação massiva de mais de 4.000 vídeos após do segundo turno das eleições (COUTO, 2022), seja atendendo tardiamente as ordens do STF ou para evitar repercussões judiciais no futuro.

No entanto, é importante ressaltar que isto só poderia ter afetado o peso do *Youtube* em particular dentro do ecossistema porque as postagens que faziam parte das 300 mais relevantes foram encontradas, como foi sinalado na subseção 1.3, em outras mídias sociais publicadas em seus próprios formatos. A importância metodológica nesse sentido é do conteúdo mais do que da plataforma que a hospeda. Isto não significa que o combate à desinformação e o extremismo não transcenda das instituições de justiça; de fato, requer um amplo compromisso político nacional e internacional para que as mídias sociais desenvolvam um papel mais proeminente, regulado e autônomo em relação aos grandes interesses ideológicos e corporativos hegemônicos da atualidade.

Por outro lado, embora nas subseções 2.3 e 3.3 foi possível estabelecer as métricas que mais impactaram nas mídias sociais onde se disseminaram as principais publicações relacionadas ao ideário bolsonarista, pela metodologia utilizada não foi possível medir o impacto dos algoritmos propriamente ditos dessas redes no ecossistema, somente a partir dos dados gerados da interação entre os usuários e os recursos e os *affordances* que eles disponibilizam. Mas foi possível caracterizar e analisar seu funcionamento, dimensões e implicações e pode-se afirmar, como também foi discutido na revisão de literatura, que os algoritmos favorecem os extremismos políticos (especialmente de direita) e embora tenham

introduzido alguns filtros de denúncia, eles têm sido reativos (não preventivos) e ainda não fizeram nada decisivo contra as tecnologias de desinformação descritas na tabela 2.

Também não foi possível, ao não ser incluídas plataformas de mensageria instantânea nos objetivos traçados, analisar o comportamento subterrâneo dos usuários mais militantes que constituem um elemento central para a compreensão integral das raízes e os alcances do Bolsonarismo no mundo digital. De fato, uma hipótese plausível para futuras pesquisas é que a disseminação de conteúdos golpistas e a promoção de atos antidemocráticos, uma função do ecossistema aprofundada durante o ano eleitoral discutida na subseção 3.2, aumenta significativamente em plataformas como *WhatsApp* e *Telegram*.

#### **4.2 O Bolsonarismo: ecossistema e infraestrutura?**

O comportamento de não filtrar as informações analisando se elas são incorretas ou verificando sua fonte é um fato histórico da vida social porque as pessoas sempre têm tido preferências para escolher as informações que consideram certas em relação à sua visão de mundo, sendo moduladas pela grande imprensa e sem importar se elas são (ou não) cientificamente sustentáveis. Diante à chegada do grande fluxo informacional na internet e sua conversão em infraestrutura tecnológica e digital, temos testemunhado uma penetração mais complexa e eficaz da distorção da informação (verificável) e sua influência no comportamento humano, assim como uma dissolução acelerada das fontes que podem gerar veracidade com efetividade e legitimidade.

Os resultados desta pesquisa têm demonstrado que o Bolsonarismo compatibiliza com essa penetração e constitui um ecossistema de desordem informativa que espalha conteúdos contrários à modernidade e a democracia liberal baseada na captura tecnológica das subjetividades dos usuários-seguidores que é favorecida pela natureza dos algoritmos, recursos e *affordances* que compõem a infraestrutura das mídias sociais que, entre uma variedade de funções e objetivos, procura se apropriar do entorno digital no qual atua para influir na modificação da opinião pública, nas atitudes políticas e no curso geral da sociedade.

A prevalência da conduta das mídias baseada na lógica de bolhas sociais, apresentar conteúdos em relação as pesquisas em motores de busca, o perfil de consumo e as projeções

dos dados, é o que faz que ainda a dimensão midiática seja a que direciona o comportamento do ecossistema. No entanto, os resultados dão alguns indícios de que esse modelo de agrupamento de conteúdo gerado pela mídia, os políticos, os militantes e os *influencers*, poderia estar perdendo terreno diante tecnologias de desinformação e ferramentas, como a inteligência artificial.

Assim, se produziria uma mudança significativa no modelo de homogeneização política permeado pela automatização e a captura tecnológica, que poderia atingir o ponto de agrupar segmentos populacionais e usuários de outras bolhas sociais fora do seu próprio perfil de consumo, padronizando-os sob uma estreita visão dos princípios da vida em sociedade, como a liberdade, a solidariedade e a colaboração. Um exemplo disto é a homogeneização que impulsiona ferramentas como o ChatGPT, que padroniza respostas sintetizando e apresentando de forma semelhante a enorme quantidade de dados e informações que ela processa, aumentando assim a possibilidade de que os usuários cheguem às mesmas conclusões, ao contrário dos perfis de busca e bolhas sociais, onde os usuários reúnem e relacionam dados e informações que encontram e lhes aparecem, sejam eles semelhantes ou não, definindo suas conclusões com base nesse processamento individual modulado por seus vieses de confirmação.

Este é um modelo em consolidação cujas dinâmicas já coexistem e compatibilizam com o modelo mediático das mídias sociais, mais que ainda não é hegemônico, onde a monetização desempenha um papel fundamental na sustentabilidade e a transição de ambos, pois além do Bolsonarismo é o incentivo que movimenta os esforços pela apropriação da infraestrutura cibernética e da democracia em geral. Essa apropriação digital, impulsionada pela monetização, é a que permite pensar o Bolsonarismo como uma infraestrutura sociotécnica porque é simultaneamente social e técnico.

Como mostra a figura 1, através do circuito da apropriação das mídias sociais, ele estimula à ação coletiva em redes físicas e digitais, gera engajamento com o ideário bolsonarista e da nova extrema direita baseado em *framing* e identidades, e promove o acesso às ferramentas tecnológicas que facilitam o envolvimento entre os usuários e sua relação com as redes formadas dentro do digital, particularmente em plataformas como *Facebook*, *Instagram*, *Youtube*, *Twitter*, *TikTok*, *Whatsapp* e *Telegram*.

Um exemplo de sua ubiquidade como infraestrutura sociotécnica é a estreita interação entre as mídias sociais e a mobilização social que atingi inclusive pessoas que não participam nas redes digitais e usuários que se desenvolvem em canais subterrâneos da internet, a qual têm efeitos diretos e indiretos no debate público e no sistema político brasileiro. O Bolsonarismo, então, se insere na dinâmica informacional, estabelece relações de confiança com seu público e opera legitimando visões de mundo e construindo hegemonia com base no uso efetivo e eficaz dos formatos de conteúdo, as câmaras de eco, os *affordances*, as tecnologias de desinformação e os mecanismos de disseminação, como as visualizações, as curtidas, os compartilhamentos, entre outros.

Com sua atuação e apropriação mais ampla, ele como fenômeno social constrói ou acrescenta uma especificidade nas mídias sociais, como a utilização indevida da infraestrutura pública para gerar lucros; e da mesma forma, as mídias sociais constroem ou acrescentam uma especificidade nele, como sua capacidade de penetração infraestrutural, visível nas condições para favorecer seu crescimento em termos de presença e participação digital e as vantagens para aumentar o alcance dos seus conteúdos através da otimização. A captura de dados se torna em captura de subjetividades sob uma paradoxal apropriação das infraestruturas do mundo moderno para rejeitar os imaginários sociais e políticos da modernidade.

## V. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BR ESTELA 📌 📌 BRBR [@ESTELAEUMESMASC]. Na Venezuela, um homem saiu da cadeia para assumir a presidência. Na Nicarágua, um homem saiu da cadeia para assumir a presidência. No Brasil, um homem saiu da cadeia para assumir a presidência. <https://t.co/oHJhP9t9Gy>. Twitter, 31 out. 2022. Disponível em: <<https://twitter.com/EstelaEuMesmaSC/status/1586885042302861314>>. Acesso em: 18 jan. 2023
- AARÃO REIS, D. Notas para a compreensão do Bolsonarismo. *Estudos Ibero-Americanos*, v. 46, n. 1, p. e36709–e36709, 28 abr. 2020.
- ABDUCH, T. A polarização da população brasileira é resultado única e exclusivamente do ativismo judiciário. Para que haja equilíbrio e paz é primordial que as... Facebook, 10 set. 2022. Disponível em: <<https://www.facebook.com/135731085219327/posts/506300321495733>>. Acesso em: 17 jan. 2023
- AGÊNCIA PÚBLICA. Os sites do governo a serviço de extremismo e fake-news. *Outras Mídias*, 18 nov. 2020.
- ALBUQUERQUE, B. DA S. Evangélicos, bolsonarismo e a pandemia fundamentalista. *Topoi (Rio de Janeiro)*, v. 22, p. 821–825, 10 dez. 2021.
- AMADEU DA SILVEIRA, S. Game-ativismo e a nova esfera pública interconectada. *LÍBERO*, v. 12, n. 24, p. 131–138, 2009.
- AMADEU DA SILVEIRA, S. *Democracia e os códigos invisíveis: como os algoritmos estão modulando comportamentos e escolhas políticas*. Brasil: Edições Sesc SP, 2019.
- AMADEU, S.; JUNIOR, R. R. O VELHO FASCISMO E O FASCISMO DIGITAL. *CRÍTICA E SOCIEDADE*, v. 12, n. 1, p. 19–29, 21 nov. 2022.
- AMARAL, I. *Redes sociais na internet: sociabilidades emergentes*. Covilhã: LabCom.IFP, 2016.
- AMARAL, I.; SANTOS, S. Algoritmos e redes sociais: a propagação de fake news na era da pós-verdade. Em: *As news e a nova ordem (des) informativa na era da pós-verdade*. Coimbra:



Imprensa da Universidade de Coimbra, 2019.

BAKAMO. Patterns of Disinformation in the 2017 French Presidential Election: Social Media Landscape. [s.l.] Bakamo, 2017. Disponível em: <<https://www.bakamosocial.com/wp-content/uploads/2021/03/PatternsofDisinformationinthe2017FrenchPresidentialElection-Report2-Bakamo.pdf>>.

BARBARATEATUALIZEI. Descubra videos populares | Facebook. Facebook, 18 jul. 2022. Disponível em: <<https://www.facebook.com/barbarateatualizei/photos/a.134983349163579/147106981284549/>>. Acesso em: 18 jan. 2023

BARBOSA DE ANDRADE, M. Performance dos digital influencers no Instagram: um estudo sobre identidade e persona. Mestrado—Goiás: Universidade Federal de Goiás, 24 abr. 2020.

BARBOSA, J.; RUDNITZKI, E. Vídeo mentiroso de Carla Zambelli somou 97 mil visualizações até sair do ar. Terra, 10 out. 2022.

BASTOS BALDAIA, F. P.; MEDEIROS ARAÚJO, T.; SILVA DE ARAÚJO, S. Bolsonaroism and deep brazil: notes of an ongoing research / Bolsonaroismo e brasil profundo: notas de uma pesquisa em andamento. Brazilian Journal of Development, v. 7, n. 12, p. 116154–116169, 29 dez. 2021.

BENOIST, L. I.; MELLADO, Y. La ecología en la metapolítica de la extrema derecha francesa actual: Arraigo, fronteras y anticapitalismo para combatir la “totalitaria” ideología de izquierdas globalista. Ecología Política, n. 59, p. 45–56, 2020.

BEZERRA, M. Y. P. Desinformação e pandemia: uma análise de conteúdo jornalístico em canais de extrema direita no Telegram. bachelorThesis—[s.l.] Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 15 fev. 2022.

BIA KICIS [@BIAKICIS]. Encontro do Presidente @jairbolsonaro com YouTubers de direita. Todos felizes por conhecerem finalmente o Presidente que apoiam DE GRAÇA. Twitter, 23 maio 2020. Disponível em: <<https://twitter.com/Biakicis/status/1264200645411844097>>. Acesso em: 12 out. 2022

BOLSONARO, E. Eduardo BolsonaroBR en Instagram: “Duas semanas atrás... Você acredita em pesquisa?” Instagram, 20 abr. 2022a. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CckpmVcrV6Z/>>. Acesso em: 17 jan. 2023

BOLSONARO, E. Eduardo BolsonaroBR2222 en Instagram: “Este ano não decidiremos apenas qual política econômica ou internacional teremos pelos próximos 4 anos. Vamos decidir se

teremos liberdade, valores, civilidade ou se vamos ter uma ditadura socialista a la Venezuela. É o bem contra o mal. O resto a gente discute. \*Vídeo: @michellebolsonaro”. Instagram, 24 jul. 2022b. Disponível em: <<https://www.instagram.com/reel/CgavjQJgaol/>>. Acesso em: 26 set. 2022

BOLSONARO, E. Eduardo BolsonaroBR en Instagram: “Se tinha um lugar endemoniado era a presidência. Primeira Dama @michellebolsonaro está certa. E hoje o local é ocupado por adoradores de Deus e o diabo se revolta com isso 🙏 BR Amém!” Instagram, 8 ago. 2022c. Disponível em: <<https://www.instagram.com/reel/ChAfoKfgFKM/>>. Acesso em: 17 jan. 2023

BOLSONARO, E. Eduardo BolsonaroBR en Instagram: “Quer ter noção da repercussão gigantesca da entrevista do Presidente no Flow? Mesmo sem divulgar a localização, a rua do estúdio foi tomada por milhares de apoiadores de Bolsonaro (como acontece em todo lugar que ele vai). Assim dá pra entender o desespero do sistema...”. Instagram, 9 ago. 2022d. Disponível em: <<https://www.instagram.com/reel/ChDw6saA9uL/>>. Acesso em: 18 jan. 2023

BOLSONARO, E. Eduardo BolsonaroBR22 en Instagram: “Correção do DEBATE de ontem 👁️”. Instagram, 29 ago. 2022e. Disponível em: <[https://www.instagram.com/reel/Ch1\\_1doAa1l/](https://www.instagram.com/reel/Ch1_1doAa1l/)>. Acesso em: 9 nov. 2022

BOLSONARO, E. Eduardo BolsonaroBR22 en Instagram: “Nossa! O ex-presidiário sendo chamado pelo nome! Depois dessa já pode acabar o debate. Todos sabem que Lula é ladrão e foi solto por uma...”. Instagram, 29 ago. 2022f. Disponível em: <<https://www.instagram.com/reel/Ch09AVHjGTt/>>. Acesso em: 1 dez. 2022

BOLSONARO, E. Eduardo BolsonaroBR22 en Instagram: “Análise do 1º turno com @cafecomferri BR”. Instagram, 3 out. 2022g. Disponível em: <<https://www.instagram.com/tv/CjQchjTgBwm/>>. Acesso em: 9 nov. 2022

BOLSONARO, E. Eduardo BolsonaroBR22 en Instagram: “Time do Flamengo chega no Brasil e se encontra com Presidente Bolsonaro 🏆 🇧🇷”. Instagram, 30 out. 2022h. Disponível em: <<https://www.instagram.com/reel/CkVyJxEaawG/>>. Acesso em: 9 nov. 2022

BOLSONARO, E. Eduardo BolsonaroBR22 en Instagram: “Governador MG, @romeuzemaoficial Zema fala em apoiar campanha para eleição de BolsonaroBR 🗳️”. Instagram, 9 nov. 2022i. Disponível em: <<https://www.instagram.com/reel/CjRDsX4gawa/>>. Acesso em: 9 nov. 2022

BOLSONARO, E.; EXPRESSÃO BRASIL (@EXPRESSAOBR21). Para assistir a esse e

muitos outros podcasts com os assuntos que a velha mídia não quer que você saiba, assine o portal Expressao Brasil. Link na Bio". Instagram, 15 ago. 2022. Disponível em: <<https://www.instagram.com/reel/ChS1JMzpv2X/>>. Acesso em: 22 set. 2022

BOWKER, G. C.; STAR, S. L. *Sorting Things Out: Classification and Its Consequences*. [s.l.] The MIT Press, 2000.

BOZDAG, E. Bias in algorithmic filtering and personalization. *Ethics and Information Technology*, v. 15, n. 3, p. 209–227, 1 set. 2013.

BRASIL MOSTRA A TUA CARA. SENSACIONAL! Mais um apoio de PESO para o nosso Presidente!!! 🇧🇷 BR BRASIL ACIMA DE TUDO, D’US ACIMA DE TODOS. Parabéns, Justus! O que está em jogo é se o Brasil terá ou não um futuro. Facebook, 7 out. 2022. Disponível em: <<https://www.facebook.com/100063945376768/videos/616412233528289/>>. Acesso em: 17 jan. 2023

BRIGIDO, C. Em delação premiada, Marcos Valério narra ligação de partido com facção criminosa. *O Globo*, 7 dez. 2018.

BRITO, P. Oi Paola cozinheira, eu gostaria de saber onde foi parar o “mais amor por favor” que você prega quando você se sentiu no direito de insultar 58 milhões de Brasileiros apenas por discordarem politicamente de você. Volte pra Argentina e seja militante lá. Bárbara - do Te Atualizei. Facebook, 24 maio 2022. Disponível em: <<https://www.facebook.com/paulo.brito.566/videos/334432892137051>>. Acesso em: 17 jan. 2023

BROWN, W. Neoliberalism’s Frankenstein: Authoritarian Freedom in Twenty-First Century “Democracies”. *Critical Times*, v. 1, n. 1, p. 60–79, 1 abr. 2018.

BUDER, J. et al. Does negatively toned language use on social media lead to attitude polarization? *Computers in Human Behavior*, v. 116, p. 106663, 1 mar. 2021.

BUELA, A. Que es Metapolítica. *Revista da Faculdade de Direito da Universidade Federal de Uberlândia*, v. 41, n. 2, p. 179–183, 27 dez. 2013.

CABALÍN-QUIJADA, C. Estudiantes conectados y movilizados: El uso de Facebook en las protestas estudiantiles en Chile. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, v. 22, n. 43, p. 25–33, 2014.

CABO ELEITORAL. Podcast explica a corrida de bolsonaristas para esconder vídeos no YouTube. Folha de S.Paulo, 13 abr. 2022.

CALIL, G. Olavo de Carvalho e a ascensão da extrema-direita. *Argumentum*, v. 13, n. 2, p. 64–

82, 31 ago. 2021.

CAMPOREZ, P.; PIRES, B.; MORAES MOURA, R. Como youtubers bolsonaristas ganham R\$ 100 mil mensais com informações privilegiadas do Planalto. *Estadão*, 4 dez. 2020.

CAPITÃO GANCHO. Vaza áudio de ex deputado do PT que acaba com LULA de uma vez por todas (5:30). , 8 fev. 2022. Disponível em: <<https://www.facebook.com/watch/>>. Acesso em: 30 nov. 2022

CARDOSO, A. À beira do Abismo: uma sociologia política do bolsonarismo. Paperback edition ed. Rio de Janeiro: Amazon, 2020.

CARREIRO, R.; SILVA, R. D.; FREIRE, T. #FechadoComBolsonaro. *Compólitica*, v. 11, n. 2, p. 55–80, 2021.

CARTA CAPITAL. Contra a CPI, ministro de Bolsonaro sai em defesa da Jovem Pan e diz que a emissora é “essencial”. *Carta Capital*, 1 ago. 2021.

CASTELLS, M. Informacionalismo, redes y sociedad en red: una propuesta teórica. Em: *La sociedad red: una visión global*. España: Alianza Editorial, S.A., 2006. p. 518.

CASTELLS, M. et al. *Comunicación móvil y sociedad: una perspectiva global*. Eumed.net ed. Madrid: [s.n.].

CASTELLS, M. *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. Segunda ed. Madrid: Alianza Editorial, S.A., 2008. v. I

CASTELLS, M. *Ruptura: la crisis de la democracia liberal*. Segunda ed. España: Alianza Editorial, S.A., 2018.

CASTILLO ESTRADA, J. A. *Populism: a struggle for hegemony an approach to the Latin American left strategies countering the right-wing populist discourse*. Master—London: London School of Economics, 2022.

CESARINO, L. Identidade e representação no bolsonarismo: corpo digital do rei, bivalência conservadorismo-neoliberalismo e pessoa. *Revista de Antropologia*, v. 62, n. 3, p. 530–557, 2019.

CESARINO, L. How social media affords populist politics: remarks on liminality based on the Brazilian case. *Trabalhos em Linguística Aplicada*, v. 59, p. 404–427, 22 maio 2020.

CESARINO, L. Pós-verdade e a crise do sistema de peritos: uma explicação cibernética. *Ilha Revista de Antropologia*, v. 23, n. 1, p. 73–96, 24 fev. 2021.

CESARINO, L. Bolsonarismo sem Bolsonaro? Públicos antiestruturais na nova fronteira cibernética. *Revista do Instituto de Estudos Brasileiros*, p. 162–188, 19 set. 2022.

CHAGAS, V.; DE MELLO STEFANO, L. TikTok e Polarização Política no Brasil. coLAB/UFF ed. Niterói: Série DDoS Lab, 2022.

CHANDLER, A. D. *The Visible Hand: The Managerial Revolution in American Business*. United States of America: Harvard University Press, 1977.

CHEN, L.; CHEN, J.; XIA, C. Social network behavior and public opinion manipulation. *Journal of Information Security and Applications*, v. 64, p. 103060, 1 fev. 2022.

CHOI, J.; LEE, J. K. Investigating the effects of news sharing and political interest on social media network heterogeneity. *Computers in Human Behavior*, v. 44, p. 258–266, 1 mar. 2015.

CLEITINHO.OFICIAL. Falei a verdade sobre o LULA e o Bolsonaro! TikTok, 3 ago. 2022. Disponível em:

<[https://www.tiktok.com/@cleitinho.oficial/video/7127735268525870341?is\\_from\\_webapp=v1&item\\_id=7127735268525870341](https://www.tiktok.com/@cleitinho.oficial/video/7127735268525870341?is_from_webapp=v1&item_id=7127735268525870341)>. Acesso em: 30 nov. 2022

COELHO DOS SANTOS, F.; CYPRIANO, C. P. Redes sociais, redes de sociabilidade. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v. 29, p. 63–78, jun. 2014.

COHEN EGLER, T. T. C.; COSTA, T.; GONÇALVES, P. P. (In)visibilidade da rede tecnopolítica bolsonarista. *Ar@cne. Revista Electrónica de Recursos en Internet sobre Geografía y Ciencias Sociales*, v. 25, 1 out. 2021.

CORONEL AGINALDO. O ladrão perdeu a linha!!! A MÁSCARA CAIU! Lula odeia qualquer um que divirja dele, Lula odeia a fé cristã, como já professou diversas vezes contra padres e pastores, mas desta vez ele passou de qualquer limite! Só consigo sentir ASCO deste ser. Como isso quer ser Presidente do Brasil? Lula é tão “religioso” que chamou um PADRE de fariseu, o mandou calar a boca, disse que ele não devia estar ali (por que, ladrão???) e ainda o chamou de impostor. HEREGE!!! Padre Kelmon tem razão: "a esquerda quer calar a voz dos padres, a voz na igreja". A Nicarágua está aí para provar. E só temos um remédio: BOLSONARO no dia TEMOS QUE FALAR DE POLÍTICA HOJE PARA PODERMOS FALAR DE JESUS AMANHÃ. Facebook, 30 set. 2022. Disponível em: <<https://www.facebook.com/CoronelAginaldo/videos/1501391730323952>>. Acesso em: 17 jan. 2023

COSTA, A. C. A ameaça Bolsonaro. *VEJA*, n. 2551, 5 out. 2017.

COUTO, M. Após eleições, canais bolsonaristas retiram do ar mais de 4 mil vídeos no YouTube. *O Globo*, 3 nov. 2022.

CUNHA PEREIRA, G. D. Como a Gazeta do Povo, do Paraná, deu uma guinada à direita e

virou porta-voz do Brasil de Bolsonaro. , 10 dez. 2018. Disponível em: <<https://theintercept.com/2018/12/09/gazeta-do-povo-guinada-direita-bolsonaro/>>. Acesso em: 29 out. 2022

DA SILVA, S. C. Urbanização e modernizações perversas: nexos entre a psicosfera neoliberal e a expansão evangélica. Campinas: Universidade Estadual de Campinas, 3 fev. 2022.

DO NASCIMENTO CUNHA, M. Fundamentalismos, crise da democracia e ameaça aos direitos humanos na América do Sul. Salvador Bahia: Siano, 2020.

DW. Bolsonaroistas ganham milhares de novos seguidores no Twitter. Deutsche Welle, 27 abr. 2022.

EASLEA, B.; LOVELACE, L. La liberación social y los objetivos de la ciencia: un ensayo sobre objetividad y compromiso en las ciencias sociales y naturales. [s.l: s.n.].

EDWARDS, P. et al. Introduction: An Agenda for Infrastructure Studies. Journal of the Association for Information Systems, v. 10, n. 5, 28 maio 2009.

EDWARDS, P. N. Infrastructure and modernity: Force, time, and social organization in the history of sociotechnical systems. Modernity and technology, v. 1, p. 185–226, 2003.

ELY, D.; RUDNITZKI, E.; BARBOSA, J. Impulsionados por bolsonaristas, vídeos com ataques às urnas passam de 5 milhões de visualizações no TikTok | Aos Fatos. Disponível em: <<https://www.aosfatos.org/noticias/impulsionados-bolsonaristas-videos-ataques-urnas-5-milhoes-visualizacoes-tiktok/aosfatos.org/noticias/impulsionados-bolsonaristas-videos-ataques-urnas-5-milhoes-visualizacoes-tiktok/>>. Acesso em: 7 set. 2022.

ESCÂNDALO NA PETROBRAS. Será que Lula falou em desarmamento para os traficantes ontem? Minha resposta à defesa de Lula feita pela velha imprensa. No 2º turno VOTE 🇺🇵 22 BOLSONARO BR para que o verdadeiro combate ao crime organizado continue! Facebook, 14 out. 2022. Disponível em: <[https://fb.watch/i6N3\\_VhDwk/](https://fb.watch/i6N3_VhDwk/)>. Acesso em: 17 jan. 2023

ESCUTE A VERDADE. Toda a verdade sobre a censura do Tribunal Superior Eleitoral à Jovem Pan e seus comentaristas. Não há nada do tipo contra as mentiras da Globo, CNN e outros membros do consórcio da Grande Mídia. Saiba que, a partir de hoje, em proteção a Jovem Pan, meus comentários já não mais poderão ter todo o conteúdo que eu gostaria. O nome disso é simples: ditadura. Contra a ditadura do establishment, vá as urnas no dia 30 e vote em Jair Bolsonaro. O ataque que sofremos hoje é um reflexo do desespero do outro lado. #Repost @realpfigueiredo #BolsonaroReeleito2022 #eleicoes2022 #ForaComunistas. Facebook, 19 out. 2022. Disponível em: <<https://www.facebook.com/watch/>>. Acesso em: 17 jan. 2023

EVANGELISTA, R.; BRUNO, F. WhatsApp and political instability in Brazil: targeted messages and political radicalisation. *Internet Policy Review*, v. 8, n. 4, p. 1–23, 2019.

FALTAY, P. Conspiração e engajamento no YouTube: o modelo de negócios paranoide das plataformas. : 26. Em: ANAIS DO VI SIMPÓSIO INTERNACIONAL LAVITS,. Salvador: 2019. Disponível em: <<https://antigo.lavits.org/wp-content/uploads/2019/12/Paulofaltay-PDF-LAVITISS.-2019-docx1.pdf>>

FANPAGE KARMA. Métricas. Disponível em: <<https://academy.fanpagekarma.com/es/metrics/>>. Acesso em: 8 set. 2022.

FASSIN, É. Populismo de izquierdas y neoliberalismo. Segunda ed. Barcelona: Herder, Editorial. S.L., 2018.

FEENBERG, A. Questioning Technology. First edition ed. London: Routledge, 1999.

FIGUEIREDO, P. A CASA CAIU! Comente e COMPARTILHE #euabrasil #politicaamericana #direita #brasil #politicaeua #bolsonaro #politicadireita #bolsonaro2018 #conservador #politica #jairbolsonaro #eduardobolsonaro #liberdadeexpressao #jornalismo #jovempan #morningshow #ofimdaamerica. Facebook, 26 set. 2022. Disponível em: <<https://www.facebook.com/watch/>>. Acesso em: 4 dez. 2022

FILHO, J. Conheça os youtubers recomendados por Bolsonaro. *The Intercept*, 18 nov. 2018.

FLORES, R. D. Do Anti-Immigrant Laws Shape Public Sentiment? A Study of Arizona’s SB 1070 Using Twitter Data. *American Journal of Sociology*, v. 123, n. 2, p. 333–384, set. 2017.

FORTI, S. Extrema derecha 2.0. Qué es y cómo combatirla. Cuarta ed. España: Siglo XXI Editores, S.A., 2021.

FRAZON TERRA, C. Relações públicas digitais como alternativa aos algoritmos das plataformas de mídias sociais. *Organicom*, v. 16, n. 30, p. 27–42, 12 set. 2019.

FREIRE SOUSA, A. H.; VETTORASSI, A.; JÚNIOR, P. M. A Doxa Conservadora no Brasil: mídia evangélica e eleições presidenciais em 2018. Ponta de Lança: Revista Eletrônica de História, Memória & Cultura, v. 15, n. 28, p. 115–139, 21 jul. 2021.

FRIAS, E. S. DE. Inteligência artificial, desinformação e populismo digital: Como as plataformas digitais impulsionam os movimentos de extrema direita. *Razón y Palabra*, v. 25, n. 112, p. 12–31, 2021.

FUCS, J. Rede bolsonarista ‘jacobina’ promove linchamento virtual até de aliados. *Estadão*, 16 mar. 2019.

GALARRAGA GORTÁZAR, N. G. Carla Zambelli, la más fiel escudera de Bolsonaro:

derechista, conservadora y amante de las armas. El País, 18 mar. 2021.

GARRETT, R. K.; BOND, R. M. Conservatives' susceptibility to political misperceptions. *Science Advances*, v. 7, n. 23, p. 1–9, 2 jun. 2021.

GAYER, G. Como os investidores estão se preparando para as eleições #brasil #empresarios #investimentos #investidores #bolsonaro22 #gustavogayer #goias #tocantins. TikTok, 24 out. 2022. Disponível em:

<[https://www.tiktok.com/@gusgayer/video/7158118784258051333?is\\_from\\_webapp=v1&item\\_id=7158118784258051333](https://www.tiktok.com/@gusgayer/video/7158118784258051333?is_from_webapp=v1&item_id=7158118784258051333)>. Acesso em: 1 dez. 2022

GIROTTO NETO, Â. A onda conservadora e as eleições de 2018 no Brasil. doctoralThesis— [s.l.] Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 23 nov. 2020.

GOLDSTEIN, A. O sucesso das “Guerras culturais” na campanha 2018: : Bolsonaro no Facebook e Instagram. *Revista Inter-Legere*, v. 2, n. 26, p. c20148–c20148, 2019.

GONÇALVES SEVERO, R.; VIEIRA GONÇALVES, S. DA R.; DUQUE ESTRADA, R. A Rede de Difusão do Movimento Escola Sem Partido no *Facebook* e *Instagram*: conservadorismo e reacionarismo na conjuntura brasileira. *Educação & Realidade*, v. 44, 12 ago. 2019.

GOÑI CAMEJO, I. Algunas reflexiones sobre el concepto de información y sus implicaciones para el desarrollo de las ciencias de la información. *ACIMED*, v. 8, n. 3, p. 201–207, dez. 2000.

GUEDES, O.; SADI, A. PT identifica rede articulada de criação fake news com 34 perfis e vai ao TSE cobrar ação no Twitter. *G1.Globo*, 7 out. 2022.

GUILHERME, C. A. S. A. Revista Veja: o indispensável militante tucano. *Intellèctus*, v. 12, n. 2, 2013.

GUREVICH, A. El tiempo todo en facebook. *Aposta: Revista de ciencias sociales*, n. 69, p. 217–238, 2016.

GUSTAVO GAYER [@GAYERGUS]. Divino Pai Eterno!!!! A Carla foi lá e disse isso mesmo!!! <https://t.co/y7UUKDIb0V>. Twitter, 24 out. 2022a. Disponível em: <<https://twitter.com/GayerGus/status/1584649966303477761>>. Acesso em: 18 jan. 2023

GUSTAVO GAYER [@GAYERGUS]. Bolsonaro ganhou onde o país produz e LULA ganhou onde o país é sustentado Um quer o país produzindo e o outro quer mendigando. Twitter, 31 out. 2022b. Disponível em: <<https://twitter.com/GayerGus/status/1586894884631453698>>. Acesso em: 18 jan. 2023

Gustavo Segré - Direto ao ponto - 31/01/22. , 31 jan. 2022. Disponível em:



<<https://www.youtube.com/watch?v=wQhcgeDaDFA>>. Acesso em: 17 jan. 2023

HAN, B.-C. *Psicopolítica*. Primeira ed. Espanha: Herder, 2020.

HAO, K. *Así financian Facebook y Google la desinformación global*. Disponível em: <<http://www.technologyreview.es/s/13837/asi-financian-facebook-y-google-la-desinformacion-global>>. Acesso em: 9 jan. 2023.

HERNÁNDEZ, J. *El ecosistema de la desinformación: excesos y falsedades*. Em: *La posverdad y las noticias falsas : el uso ético de la información*. Primeira ed. Ciudad de México: Universidad Nacional Autónoma de México, 2018. p. 203–216.

HOFFMANN DE MATOS, O. V.; FORMENTIN, C. N. *Veja e CartaCapital: a polarização política das páginas às ruas*. Em *Debate*, n. 16, p. 15–40, 2016.

HORWITZ, J.; SEETHARAMAN, D. *Facebook Executives Shut Down Efforts to Make the Site Less Divisive*. *The Wall Street Journal*, 26 maio 2020.

HOWE, C. et al. *Paradoxical Infrastructures: Ruins, Retrofit, and Risk*. *Science, Technology, & Human Values*, v. 41, n. 3, p. 547–565, 1 maio 2016.

HUGHES, T. P. *The Social Construction of Facts and Artifacts: Or How the Sociology of Science and the Sociology of Technology Might Benefit Each Other*. Em: BIJKER, W. E.; HUGHES, T. P.; PINCH, T. J. (Eds.). *The Social Construction of Technological Systems: New Directions in the Sociology and History of Technology*. Fourth edition ed. London: MIT Press, 1993. p. 51–82.

HUTTNER, L. R. G. *É fake news?: como elementos do jornalismo são utilizados para a elaboração de “notícias falsas”*. Mestrado—Rio Grande do Sul: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2020.

INTERVOZES. *Media Ownership Monitor Brasil 2017: Monitoramento da Propriedade de Mídia no Brasil*. Brasil: Intervezes – Coletivo Brasil de Comunicação Social e Global Media Registry, 2017. Disponível em: <<http://brazil.mom-gmr.org/br/midia/>>. Acesso em: 27 set. 2022.

JAMIN, J. *Cultural Marxism and the Radical Right*. Em: JACKSON, P.; SHEKHOVTSOV, A. (Eds.). *The Post-War Anglo-American Far Right: A Special Relationship of Hate*. London: Palgrave Macmillan UK, 2014. p. 84–103.


JORDY, C. *Discurso de Jair e Michelle Bolsonaro na Esplanada dos Ministérios, em Brasília*. Facebook, 7 set. 2022. Disponível em: <[https://www.facebook.com/watch/live/?ref=watch\\_permalink&v=812575516859742](https://www.facebook.com/watch/live/?ref=watch_permalink&v=812575516859742)>.


Acesso em: 17 jan. 2023

JOVEM PAN NEWS. #FábioFaria, #Ministro das #Comunicações, fez pronunciamento nesta seg... TikTok, 2022a. Disponível em: <<https://www.tiktok.com/@jovempnews/video/7158239645359230213>>. Acesso em: 17 jan. 2023

JOVEM PAN NEWS. Jovem Pan News em Instagram: "#JPCensurada | A Jovem Pan, com 80 anos de história na vida e no jornalismo brasileiro, sempre se pautou em defesa das liberdades de expressão e de imprensa, promovendo o livre debate de ideias entre seus contratados e convidados em todos os programas da emissora no rádio, na TV e em suas plataformas da internet. Instagram, 19 out. 2022b. Disponível em: <<https://www.instagram.com/tv/Cj6DbKFsEWs/>>. Acesso em: 17 jan. 2023

JOVEM PAN NEWS [@JOVEMPANNEWS]. #JPURGENTE | Presidente Jair Bolsonaro discursa em ato pela liberdade: “O cerceamento da liberdade de expressão, das mídias sociais, não atinge apenas a mim [...] Mais grave ainda é prender um parlamentar, que tem liberdade para defender o que ele bem entender” <https://t.co/BRb7gTjhU0>. Twitter, 27 abr. 2022a. Disponível em: <<https://twitter.com/JovemPanNews/status/1519423242808840192>>. Acesso em: 11 set. 2022

JOVEM PAN NEWS [@JOVEMPANNEWS]. #OsPingosNosIs | Por Augusto Nunes: “Faz muito bem o presidente em citar nominalmente os ministros do Supremo. Está na hora da contraofensiva, como eu venho dizendo nos últimos dias”  Confira na JP News <https://t.co/rOLnqoef6S>. Twitter, 27 abr. 2022b. Disponível em: <<https://twitter.com/JovemPanNews/status/1519455098468024322>>. Acesso em: 11 set. 2022

JOVEM PAN NEWS [@JOVEMPANNEWS]. #OsPingosNosIs | Por José Maria: “O clima na política está com apoio total à decisão do presidente Jair Bolsonaro de assinar o decreto que anula aquela condenação esquisita do deputado Daniel Silveira no Supremo Tribunal Federal”  Confira na JP News <https://t.co/ZWz28PEt9V>. Twitter, 27 abr. 2022c. Disponível em: <<https://twitter.com/JovemPanNews/status/1519443773708713987>>. Acesso em: 11 set. 2022

JUVENCIO PENA, L. P. “Globalismo”: o discurso em política internacional sob a ideologia da nova extrema direita brasileira: *Fronteira*, v. 18, n. 36, p. 371–386, 10 set. 2019.

KAPOOR, K. K. et al. *Advances in Social Media Research: Past, Present and Future*. *Information Systems Frontiers*, v. 20, n. 3, p. 531–558, 1 jun. 2018.

KAUL DE MARLANGEON, S.; CORDISCO, A. La descortesía verbal en el contexto político-

- ideológico de las redes sociales. *Revista de Filología*, n. 32, p. 145–162, 2014.
- LATOUR, B. *Ciência em ação: como seguir cientistas e engenheiros sociedade afora*. São Paulo: Editora UNESP, 2000.
- LAW, J.; CALLON, M. Engineering and Sociology in a Military Aircraft Project: A Network Analysis of Technological Change. *Social Problems*, v. 35, n. 3, p. 284–297, 1988.
- LEBART, L.; SALEM, A.; BERRY, L. *Exploring Textual Data*. [s.l.] Springer Science & Business Media, 1997.
- LEE, P. S. N. et al. Social media and political partisanship – A subaltern public sphere’s role in democracy. *Telematics and Informatics*, v. 35, n. 7, p. 1949–1957, 1 out. 2018.
- LEI, L. *Assessment of Water Quality Using Multivariate Statistical Techniques in the Ying River Basin, China*. Master—Michigan: University of Michigan, abr. 2014.
- LEIRNER, P. C. *Brasil no espectro de uma guerra híbrida: militares, operações psicológicas e política em uma perspectiva etnográfica*. 1ª edição ed. São Paulo: Alameda Editorial, 2020.
- LEMOS DOS SANTOS, S. *Eleições 2018: o Nordeste é mais uma vez marcado em vermelho*. Graduação—Fortaleza: Universidade Federal do Ceará, 2022.
- LIBÓRIO, B. et al. Como se relacionam e quem atacam no Twitter os investigados no inquérito das “fake news” | Aos Fatos: Radar. [s.l.] Radar Aos Fatos, 18 jun. 2020. Disponível em: <<https://www.aosfatos.org/noticias/como-se-relacionam-e-quem-atacam-no-twitter-os-investigados-no-inquerito-das-fake-news/aosfatos.org/noticias/como-se-relacionam-e-quem-atacam-no-twitter-os-investigados-no-inquerito-das-fake-news/>>. Acesso em: 1 out. 2022.
- LÓPEZ MADEO, D. *La organización y difusión de la protesta social en las redes: el #8N*. Tesis de Licenciatura—Argentina: Universidad Nacional de Rosario, 2015.
- MACÍAS, J. *Borrando las huellas de la mano que mece la cuna*. Público, 26 dez. 2021.
- MACIEL, A. et al. *77 reuniões com a direita americana*. Agência Pública, 29 set. 2022.
- MACLEOD, A. Book review: Kill all normies: Online culture wars from 4chan and Tumblr to Trump and the alt-right. *New Media & Society*, v. 21, n. 2, p. 535–537, 2019.
- MAIA, A. F. M. *Narrativas e imaginários: o Brasil dos Indie Games*. Mestrado—Campinas: Pontifícia Universidade Católica de Campinas, 30 abr. 2021.
- MAITINO, M. E. *Populismo e bolsonarismo*. *Cadernos Cemarx*, v. 13, p. e020002–e020002, 17 nov. 2020.
- MALAMUD, C.; CASTELLANO, R. N. *La crisis de la democracia en América Latina, 2019-2021*. *Análisis del Real Instituto Elcano (ARI)*, n. 88, p. 1, 2021.

MALINI, F.; CIARELLI, P.; MEDEIROS, J. O sentimento político em redes sociais: big data, algoritmos e as emoções nos tweets sobre o impeachment de Dilma Rousseff | Political sentiment in social networks: big data, algorithms and emotions in tweets about the impeachment of Dilma Rousseff. *Liinc em Revista*, v. 13, n. 2, 1 dez. 2017.

MALTA, M. Não vamos permitir gente! To com você não residente ..! Facebook, 9 jan. 2022. Disponível em: <<https://www.facebook.com/604028822974212/posts/4947714381938946/>>. Acesso em: 18 jan. 2023

MARISA, P. Muito se fala sobre “defesa da democracia” ou “ataque à democracia. Mas afinal de contas o que significa, de verdade, essa tal palavrinha mágica? O que é o que não é democracia para você?#bolsonaro2022 #bolsonaroreeleito2022 #democracia. TikTok, 5 jun. 2022. Disponível em: <<https://www.tiktok.com/@profpaularisa/video/7105785444180299013>>. Acesso em: 15 set. 2022

MARQUES, J. Moraes determina que bolsonaristas apaguem fake news que liga PT ao PCC. *Folha de S.Paulo*, p. 18/07/2022, 18 jul. 2022.

MARQUINEZ MITE, T. G. Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios: Caso Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. *Maestría—Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil*, 2018.

MARTÍNEZ ORTEGA, R. M. et al. El coeficiente de correlación de los rangos de Spearman. *Caracterización. Revista Habanera de Ciencias Médicas*, v. 8, n. 2, p. 0–0, jun. 2009.

MATTOS, M. B. *Governo Bolsonaro: neofascismo e autocracia burguesa no Brasil*. São Paulo: Usina Editorial, 2020.

MAZIEIRO, G. Celebidades receberam R\$ 4,3 milhões para fazer publicidade para Bolsonaro. *The Intercept*, 08 2021.

MELCHIADES SOARES, M. *Populismo e pós-verdade na gestão do primeiro ano da pandemia do Coronavírus no Brasil: as lives semanais de Jair Bolsonaro no YouTube*. masterThesis—[s.l.] Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, 20 out. 2021.

MELLO, P. C. *A máquina do ódio : notas de uma repórter sobre fake news e violência digital*. [s.l.] Companhia das Letras, 2020.

MINIUCHI, B.; BARRETO, I. Bolhas sociais e seus efeitos na sociedade da informação. *Revista de Direito, Governança e Novas Tecnologias*, n. 5, p. 57–73, 2019.

MORAIS BATISTA, J. R. et al. *Negros e nordestinos: similaridades nos estereótipos raciais e*

- regionais. *Revista Psicologia Política*, v. 14, n. 30, p. 325–345, ago. 2014.
- MORETTO RIBEIRO, M. Antipetismo e conservadorismo no Facebook. Em: SOLANO GALLEGU, E. (Ed.). *O ódio como política: a reinvenção da direita brasileira*. 1. ed. São Paulo: Boitempo, 2018. p. 87–92.
- MOROZOV, E. *Big Tech: A ascensão dos dados e a morte da política*. 1ª edição ed. [s.l.] Ubu Editora, 2018.
- MOSS, J.; O’CONNOR, P. J. The Dark Triad traits predict authoritarian political correctness and alt-right attitudes. *Heliyon*, v. 6, n. 7, p. e04453, 1 jul. 2020.
- MOSSERI, A. (@MOSSERI). There’s a lot happening on Instagram right now. Instagram, 26 jul. 2022. Disponível em: <<https://www.instagram.com/reel/CgeQ5DqgSyv/>>. Acesso em: 13 set. 2022
- MOURA, F. Os blogueiros de crachá. *Crusoé*, 11 out. 2019.
- MUDDE, C. *La ultraderecha hoy*. Primera ed. España: Ediciones Paidós, 2021.
- MUDDE, C.; ROVIRA KALTWASSER, C. *Populism: A Very Short Introduction*. United Kingdom: Oxford University Press, 2017.
- NAGLE, A. *Kill All Normies: Online Culture Wars from 4chan and Tumblr to Trump and the Alt-Right*. Winchester, UK ; Washington, USA: Zero Books, 2017.
- NAVARRO CÉSPEDES, J. M. *Análisis de Componentes Principales y Análisis de Regresión para Datos Categóricos. Aplicación en HTA*. Maestría—Santa Clara: Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas, 2008.
- NEIVA, L. TSE manda redes sociais deletarem vídeo de Carla Zambelli com fake news. *Congresso em Foco*, 6 out. 2022.
- NERI, M. C. *A nova classe média: lado brilhante dos pobres*. [s.l.] Fundação Getúlio Vargas, 1 set. 2010. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br:80/dspace/handle/10438/21942>>. Acesso em: 19 jan. 2023.
- NERI, M. C. *Desigualdade de renda na década*. [s.l.] Fundação Getúlio Vargas, 1 maio 2011. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br:80/dspace/handle/10438/21938>>. Acesso em: 19 jan. 2023.
- NICOLAU, J. *O Brasil dobrou à direita: Uma radiografia da eleição de Bolsonaro em 2018*. 1. ed. São Paulo: Zahar, 2020.
- Nikolas Ferreira: “Momento é de dar apoio total a Bolsonaro, não um apoio velado”. *Brasil*, 3 out. 2022. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=3pH7ZZqfuh8>>. Acesso em: 3

dez. 2022

NOBRE, M. *Limites da democracia: De junho de 2013 ao governo Bolsonaro*. Primeira ed. São Paulo: Todavía, 2022.

O ANTAGONISTA. Canais bolsonaristas no Youtube deletam 4.200 vídeos após eleições. *O Antagonista*, 3 nov. 2022.

O'NEIL, C. *Weapons of Math Destruction: How Big Data Increases Inequality and Threatens Democracy*. New York: Crown, 2016.

PAGOTO, L. G.; LONGHI, R. Plataformização, tecnopopulismo e desintermediação das fontes em ataques ao jornalismo no Instagram. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, n. 147, p. 181–200, 2021.

PAIM, K. Alguém discorda? Facebook, 8 out. 2022. Disponível em: <<https://www.facebook.com/262680528843956/posts/628768355568503>>. Acesso em: 17 jan. 2023

PAMPLONA DA COSTA, J. Sociologia da inovação, construção social da tecnologia e teoria do ator-rede. *Campinas*, 29 abr. 2021.

PEREIRA SILVA, D. DA C. Embates semiótico-discursivos em redes digitais bolsonaristas: populismo, negacionismo e ditadura. *Trabalhos em Linguística Aplicada*, v. 59, p. 1171–1195, 16 set. 2020.

PEREIRA SILVA, Y. M. “Esses nordestinos...”: discurso de ódio em redes sociais da internet na eleição presidencial de 2014. Mestrado—Brasília: Universidade de Brasília, 10 out. 2016. Petição 9.842. Distrito Federal. , 9 maio 2022. Disponível em: <<https://internetlab.org.br/wp-content/uploads/2022/05/decisao-alexandre-unifica.pdf>>

PINCH, T. J.; BIJKER, W. E. *The Social Construction of Facts and Artifacts: Or How the Sociology of Science and the Sociology of Technology Might Benefit Each Other*. Em: BIJKER, W. E.; HUGHES, T. P.; PINCH, T. J. (Eds.). *The Social Construction of Technological Systems: New Directions in the Sociology and History of Technology*. Fourth edition ed. London: MIT Press, 1993. p. 17–51.

PINHEIRO MACHADO, R.; SCALCO, L. M. Da esperança ao ódio: a juventude periférica bolsonarista. Em: SOLANO GALLEGOS, E. (Ed.). *O ódio como política: a reinvenção da direita brasileira*. 1. ed. São Paulo: Boitempo, 2018. p. 55–61.

PLENO.NEWS. Gustavo Lima beija bandeira do Brasil após protestos no Lollapalooza. Facebook, 30 mar. 2022a. Disponível em:

<<https://www.facebook.com/1370679566314386/posts/5229605547088416/>>. Acesso em: 11 set. 2022

PLENO.NEWS. Gustavo Lima não beijou bandeira após protestos no Lollapalooza. Pleno.News, 4 abr. 2022b.

PLENO.NEWS. Emocionada, Michelle Bolsonaro se ajoelha e ora pelo Brasil #fy #fyp #foryou #4you #tiktoknotícias #plenonews. TikTok, 4 maio 2022c. Disponível em: <[https://www.tiktok.com/@plenonews/video/7093992792120184069?is\\_from\\_webapp=v1&item\\_id=7093992792120184069](https://www.tiktok.com/@plenonews/video/7093992792120184069?is_from_webapp=v1&item_id=7093992792120184069)>. Acesso em: 14 set. 2022

PREITE SOBRINHO, W. Foco das campanhas, YouTube é dominado por bolsonaristas, aponta pesquisa. UOL, 18 ago. 2022.

PRESTON, J. L.; SHIN, F. Opposing effects of Spirituality and Religious Fundamentalism on environmental attitudes. *Journal of Environmental Psychology*, v. 80, p. 101772, 1 abr. 2022.

PROGRAMA 4 POR 4. Bolsonaro: “juiz não é para fazer leis!”. Presidente reforça divisão constitucional de poder e aconselha: “quem quiser legislar, que renuncie e se candidate ao parlamento”. Assista aqui: <https://youtu.be/3Za6sdYNF5I>. , 19 abr. 2022a. Disponível em: <<https://www.facebook.com/watch/>>. Acesso em: 17 jan. 2023

PROGRAMA 4 POR 4. O golpe já foi dado, o “Gabinete do Ódio” já existe e está dentro do STF." Golpe à vista? Ministros da Suprema Corte intensificam desrespeito à Constituição e perseguição às liberdades individuais. Assista aqui: <https://youtu.be/NJhnVWAVC0Y> .... Facebook, 17 maio 2022b. Disponível em: <<https://www.facebook.com/106537248314817/posts/309803407988199/>>. Acesso em: 18 jan. 2023

QUAEST. Índice de Popularidade Digital. Disponível em: <<https://ipdquaest.com.br/app/home-top-ten.php>>. Acesso em: 16 set. 2022.

Querem derrubar a Pan! - Paulo Figueiredo acaba com a Grande Mídia após ataque da Folha à Jovem Pan. , 21 set. 2022. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=RCXRNyfa9Yk>>. Acesso em: 17 jan. 2023

RAVECCA, P. et al. What are they doing right? Tweeting right-wing intersectionality in Latin America. *Globalizations*, v. 0, n. 0, p. 1–22, 1 fev. 2022.

RAZQUIN ZAZPE, P. El fenómeno de la desinformación: Análisis crítico y propuestas de actuación desde el ámbito académico. Em: TORRES VARGAS, G. A.; FERNÁNDEZ BAJÓN, M. T. (Eds.). *La posverdad y las noticias falsas : el uso ético de la información*. Primera ed.

- Ciudad de México: Universidad Nacional Autónoma de México, 2018. p. 77–85.
- RECUERO, R. Comunidades em Redes Sociais na Internet: Proposta de Tipologia baseada no Fotolog.com. Tese de Doutorado—Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2006.
- RECUERO, R. Discutindo Análise de Conteúdo como Método: o #DiadaConsciênciaNegra no Twitter. *Cadernos de Estudos Linguísticos*, v. 56, n. 2, p. 289–309, 2014.
- REISACH, U. The responsibility of social media in times of societal and political manipulation. *European Journal of Operational Research*, v. 291, n. 3, p. 906–917, 16 jun. 2021.
- REUTERS FACT CHECK. Fact Check-É falso que Alexandre de Moraes tenha sido advogado do PCC. Reuters, 15 ago. 2022.
- REZENDE, C. Entenda episódios usados por bolsonaristas para ligar PT e Lula ao PCC. *Folha de S.Paulo*, 11 set. 2022.
- RIM, H.; LEE, Y.; YOO, S. Polarized public opinion responding to corporate social advocacy: Social network analysis of boycotters and advocates. *Public Relations Review*, v. 46, n. 2, p. 101869, 1 jun. 2020.
- ROCHA, C. Camila Rocha: Como Olavo de Carvalho se tornou o pai espiritual de direitistas no Brasil. *Folha de S.Paulo*, 5 fev. 2022.
- RODRIGUES, D. Bolsonaro se encontra com políticos e influencers após liberação de vídeo. *Poder360*, 23 maio 2020.
- RODRIGUES LAGE, L.; SILVA SARAIVA, L. Ressentimento e guerra cultural no populismo de extrema direita:: tensões morais e fronteiras de antagonismo. *Revista Eco-Pós*, v. 24, n. 2, p. 124–150, 30 nov. 2021.
- RODRÍGUEZ, C. No diga fake news, di desinformación: una revisión sobre el fenómeno de las noticias falsas y sus implicaciones. *Comunicación*, n. 40, p. 65–74, 2019.
- RODRÍGUEZ MONTIEL, E. El Fenómeno Histórico De La Radio En México, Una Mirada Sociotécnica. *Razón y Palabra*, n. 69, p. 1–8, 2009.
- ROGÉRIO, M. Como todos os estados brasileiros, Rondônia recebeu recursos de bilhões de reais durante a pandemia. Durante a CPI acusaram o Presidente Bolsonaro sem provas. A pandemia foi algo terrível e ganhos em cima de uma escassez gerando a corrupção. Isso é algo que não podemos tolerar. #Vaivendobrasil #VaivendoRondônia #RondôniacomMarcosRogério #fyp. TikTok, 2022. Disponível em: <<https://www.tiktok.com/@governadormarcosrogerio/video/7132271542196555014>>. Acesso



em: 17 jan. 2023

ROSAS, C. El ecosistema de la desinformación en internet: una radiografía de su estructura. Maestría—Ciudad de México: Universidad Nacional Autónoma de México, 2020.

ROUVROY, A.; ALMEIDA, V. Governamentalidade algorítmica e perspectivas de emancipação: o díspar como condição de individuação pela relação? Em: BRUNO, F. et al. (Eds.). Tecnopolíticas da vigilância. Primeira ed. São Paulo: Boitempo. Jinkings Editores Associados Ltda, 2018. p. 107–140.

ROUVROY, A.; BERNS, T. Governamentalidade algorítmica e perspectivas de emancipação: o díspar como condição de individuação pela relação? Revista Eco-Pós, v. 18, n. 2, p. 36–56, 27 out. 2015.

RUDNITZKI, E.; BARBOSA, J.; NALON, T. Desinformação eleitoral alcança 30 milhões impulsionada por Telegram, WhatsApp e anúncios do Google: Radar. [s.l.] Radar Aos Fatos, 19 set. 2022. Disponível em: <<https://www.aosfatos.org/noticias/desinformacao-eleitoral-alcanca-30-milhoes-impulsionada-por-telegram-whatsapp-e-anuncios-do-google/aosfatos.org/noticias/desinformacao-eleitoral-alcanca-30-milhoes-impulsionada-por-telegram-whatsapp-e-anuncios-do-google/>>. Acesso em: 29 set. 2022.

RUDNITZKI, E.; SCOFIELD, L. Grupo de mídia evangélica que pertence a senador bolsonarista é um dos que mais dissemina desinformação, afirmam pesquisadores. Agência Pública, 31 ago. 2020.

RUSSO, J.; MORLINO, L. ¿Una nueva ola autoritaria? Revista eurolatinoamericana de análisis social y político, v. 1, n. 1, p. 17–33, 1 jun. 2020.

SADH K., J. et al. Riesgo Político América Latina 2022. Santiago de Chile: Centro de Estudios Internacionales (CEIUC), 2022. Disponível em: <<http://centroestudiosinternacionales.uc.cl/publicaciones/publicaciones-ceiuc/4751-riesgo-politico-america-latina-2022>>.

SAFATLE, V. É racional parar de argumentar. Em: FUKS, J. et al. (Eds.). Ética e Pós-Verdade. Brasil: Dublinense, 2017. p. 108–117.

SALVIANO, M. C.; VICENTIN, D. J. Modulação além do controle: considerações sobre a amplificação nos processos informacionais. Liinc em Revista, v. 18, n. 2, p. e6034–e6034, 24 nov. 2022.

SAMOR, G.; BARBOSA, M. Na Jovem Pan, Tutinha resolveu ganhar dinheiro. Brazil Journal, 15 set. 2019.

SANCHES DE FRIAS, E. Inteligência artificial, desinformação e populismo digital : Como as plataformas digitais impulsionam os movimentos de extrema direita. *Razón y Palabra*, v. 25, n. 112, p. 12–31, 2021.

SANTAELLA, L. Linguagens líquidas na era da mobilidade. São Paulo: Paulus, 2007.

SANTOS, N.; CHAGAS, V.; MARINHO, J. De onde vem a informação que circula em grupos bolsonaristas no WhatsApp. *Intexto*, n. 53, p. 123603–123603, 7 nov. 2022.

SANTOS SILVA, E. L. Neoconservadorismo e Ofensivas antigênero no Brasil: A mobilização da “Ideologia de Gênero” e a produção de LGBTfobias no Governo Bolsonaro. *Revista Brasileira de Estudos da Homocultura*, v. 4, n. 14, p. 331–363, 2021.

SCHERMAN, A.; ARRIAGADA, A.; VALENZUELA, S. La protesta en la era de las redes sociales: el caso chileno. *Intermedios: medios de comunicación y democracia en Chile*, p. 181–199, 2013.

SERRÃO, J. Inimigos já temem que Bolsonaro se reeleja no 1º turno – Jovem Pan. Inimigos já temem que Bolsonaro se reeleja no 1º turno – Jovem Pan, 4 maio 2022.

SISMONDO, S. An introduction to science and technology studies. 2nd ed ed. Chichester: Wiley-Blackwell, 2010.

SMITH, B. How TikTok Reads Your Mind. *The New York Times*, 6 dez. 2021.

SOLANO, E. A bolsonarização do Brasil. Em: ABRANCHES, S. (Ed.). *Democracia em risco?: 22 ensaios sobre o Brasil hoje*. Brasil: Companhia das Letras, 2019.

SOMOS TODOS ALIANÇA PELO BRASIL. Grupo de advogados pede afastamento cautelar de Alexandre de Moraes da presidência do TSE! “Parcialidade demonstrada coloca em risco todo o processo eleitoral”. Facebook, 29 set. 2022. Disponível em: <<https://www.facebook.com/SomosTodosAlincaPeloBrasil/videos/624458739255544>>.

Acesso em: 17 jan. 2023

SOUZA, C.; CHÉQUER, P. Fundamentalismo religioso e político na pandemia: “é isso mesmo”, “e daí?” | Religious and political fundamentalism in the pandemic: “that is it”, “so what?” *Caderno Teológico da PUCPR*, v. 5, n. 2, p. 123–137, 2020.

SPLASH UOL. De exibição de cena de estupro a racismo: as polêmicas da Jovem Pan News. *Splash UOL*, p. Televisão, 13 jul. 2022.

STAR, S. L.; RUHLER, K. Steps Toward an Ecology of Infrastructure: Design and Access for Large Information Spaces. *Information Systems Research*, 1 mar. 1996.

TAIT, M. M.; DOS REIS PERON, A. E.; SUÁREZ, M. Terrestrial politics and body-territory:

two concepts to make sense of digital colonialism in Latin America. *Tapuya: Latin American Science, Technology and Society*, v. 5, n. 1, p. 2090485, 31 dez. 2022.

TANG, L.; LIU, H. Community Detection and Mining in Social Media. *Synthesis Lectures on Data Mining and Knowledge Discovery*, v. 2, n. 1, p. 1–137, jan. 2010.

TARNOFF, B. *Internet for the People: The Fight for Our Digital Future* Capa. London: Verso, 2022. v. First

TAVARES, F. DE M. B.; BERGER, C.; VAZ, P. B. Um golpe anunciado: Lula, Dilma e o discurso pró-impeachment na revista *Veja*. *Pauta Geral - Estudos em Jornalismo*, v. 3, n. 2, p. 20–44, 19 nov. 2016.

TEITELBAUM, B. R. “Guerra pela Eternidade” desvenda a base ideológica que funda a nova direita. , 10 dez. 2020. Disponível em: <<https://www.unicamp.br/unicamp/ju/noticias/2020/12/10/guerra-pela-eternidade-desvenda-base-ideologica-que-funda-nova-direita>>. Acesso em: 28 out. 2022

TEITELBAUM, B. R. *Guerra pela eternidade*. Campinas: Editora Unicamp, 2021.

TRE-RJ. É falso que carros com adesivo de Lula e credenciais de acesso livre sejam do TRE-RJ. *Tribunal Regional Eleitoral - RJ*. Disponível em: <<https://www.tre-rj.jus.br/comunicacao/noticias/2022/Outubro/e-falso-que-carros-com-adesivo-de-lula-e-credenciais-de-acesso-livre-sejam-do-tre-rj>>. Acesso em: 2 dez. 2022.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. Propaganda Política. Processo Judicial Eletrônico, 19 ago. 2022a. Disponível em: <<https://www.conjur.com.br/dl/decisao-ciro-gomes-eduardo-bolsonaro.pdf>>

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. Pretensão de retirada de vídeos das redes sociais. Processo Judicial Eletrônico, 5 set. 2022b. Disponível em: <<https://www.conjur.com.br/dl/decisao-eduardo-bolsonaro1.pdf>>. Acesso em: 15 out. 2022

TSE. Resultados – TSE. Disponível em: <<https://resultados.tse.jus.br/oficial/app/index.html#/eleicao;e=e545/totalizacao>>. Acesso em: 19 jan. 2023.

VALENCIA, G. El filtro burbuja y su papel en la polarización de las posturas contrarias al feminismo. El caso de Facebook. Em: RUIZ, M. B.; ANDÚJAR, C. S. DE B. (Eds.). *Investigación joven con perspectiva de género VI*. España: Instituto Universitario de Estudios de Género, 2021. p. 9–20.

VALENTE DA COSTA, L. Ascensão da extrema-direita na Europa e a questão migratória.

- TRAVESSIA - revista do migrante, n. 71, p. 61–80, 2012.
- VALLE, V. DO. Bolsonarismo: formação e lógicas de atuação. Em: BUZETTO, M. (Ed.). Democracia e direitos humanos no Brasil: a ofensiva das direitas (2016/2020). São Paulo: Central Única dos Trabalhadores, 2021. p. 240.
- VAN RAALTE, A.; MAESELE, P.; PHELAN, S. Twitter as a right-wing populist's playground: The algorithmic populism of Dutch political party 'Forum voor Democratie' and leader Thierry Baudet during their political rise. *Discourse, Context & Media*, v. 44, p. 100549, 1 dez. 2021.
- VAQUER, G. TSE notifica Jovem Pan por fake news contra Lula e propaganda pró-Bolsonaro. *Notícias da TV*, 6 set. 2022.
- VARGAS, M.; HOLANDA, M. Bolsonaro promove evento oficial contra STF e cobra militares na apuração dos votos. *Folha de S.Paulo*, 27 abr. 2022.
- VASCONCELOS, F. M. DE. Mídia e conservadorismo : o Globo, a Folha de S.Paulo e a ascensão política de Bolsonaro e do bolsonarismo. Doutoral—Recife: Universidade Federal de Pernambuco, 29 out. 2021.
- VASQUES FERREIRA, F.; VARÃO, R. Separação equivocada entre política e saúde: processos de desinformação e fake news de saúde na pandemia da Covid-19 no Brasil. *Fronteiras - estudos midiáticos*, v. 23, n. 2, p. 44–57, 2021.
- VELÁSQUEZ PÉREZ, L. G. Centroamérica: El apoyo oscilante a democracias en convulsión entre 1996 y 2018. *Anuario de Estudios Centroamericanos*, v. 46, 15 maio 2020.
- VELHO, L. Conceitos de Ciência e a Política Científica, Tecnológica e de Inovação. *Sociologias*, v. 13, p. 128–153, 2011.
- VIEIRA, H. Fundamentalismo e extremismo não esgotam experiência do sagrado nas religiões. Em: SOLANO GALLEGOS, E. (Ed.). *O ódio como política: a reinvenção da direita brasileira*. 1. ed. São Paulo: Boitempo, 2018. p. 55–61.
- VILELA LELO, T.; CAMINHAS, L. Desinformações sobre gênero e sexualidade e as disputas pelos limites da moralidade. *Matrizes*, v. 15, n. 2, p. 179–203, 2021.
- Você precisa assistir esse vídeo. , 14 set. 2022. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=e1plyzq1NK8>>. Acesso em: 18 jan. 2023
- WARDLE, C. Fake news. It's complicated. *First Draft*, 2017. Disponível em: <<https://firstdraftnews.org/articles/fake-news-complicated/>>. Acesso em: 7 nov. 2021
- WARDLE, C.; DERAKHSHAN, H. Information disorder: Toward an interdisciplinary

framework for research and policy making. Strasbourg: Council of Europe, 2017. Disponível em: <<https://rm.coe.int/information-disorder-report-november-2017/1680764666>>.

WEISMUELLER, J. et al. What makes people share political content on social media? The role of emotion, authority and ideology. *Computers in Human Behavior*, v. 129, p. 107150, 1 abr. 2022.

WINNER, L. *The Whale and the Reactor: A Search for Limits in an Age of High Technology*, Second Edition. Chicago, IL: University of Chicago Press, 2020.

WOOLGAR, S.; COOPER, G. Do Artefacts Have Ambivalence? Moses' Bridges, Winner's Bridges and Other Urban Legends in S&TS. *Social Studies of Science*, v. 29, n. 3, p. 433–449, 1999.

ZAMBELLI, C. DE ARREPIAR!!! A magistrada Débora Faitarone, Juíza do tribunal do júri da Barra Funda, foi punida com aposentadoria compulsória por decidir absolvição de policiais militares em legítima defesa. Esta é parte de sua defesa diante dos desembargadores. A juíza tem razão! Infelizmente... Facebook, 4 abr. 2022a. Disponível em: <<https://www.facebook.com/watch/?v=1108930549666459>>. Acesso em: 21 set. 2022

ZAMBELLI, C. Dr. Ives Gandra Filho avalia que crise política no Brasil se dá por ações inconstitucionais do STF. Facebook, 4 abr. 2022b. Disponível em: <<https://www.facebook.com/watch/?v=3065812716991264>>. Acesso em: 21 set. 2022

ZAMBELLI, C. RIDÍCULO! Esse é o candidato da Mídia e de uma parcela de Artistas! #PraTodosVerem: Vídeo do Lula com uma tarja na cor vermelha, escrito: “EX-PRESIDIÁRIO QUER RESOLVER QUESTÕES DIPLOMÁTICAS BEBENDO”. Facebook, 4 abr. 2022c. Disponível em: <<https://www.facebook.com/watch/?v=675552353554486>>. Acesso em: 21 set. 2022

ZAMBELLI, C. Lula não gosta de família! #jairbolsonaro #carlazambelli. TikTok, 16 out. 2022d. Disponível em: <<https://www.tiktok.com/@carlazambelli22/video/7122096758456372485>>. Acesso em: 17 jan. 2023

Zé Trovão diz que vai ter greve, caminhoneiros negam. BrasilYoutube, , 20 jun. 2022. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=7bfkLs6Je3A>>. Acesso em: 30 nov. 2022

ZIMMER, F. et al. Fake News in Social Media: Bad Algorithms or Biased Users? *Journal of Information Science Theory and Practice*, v. 2, n. 7, p. 40–53, 2019.

ZUBOFF, S. *La era del capitalismo de vigilancia: la lucha por un futuro humano frente a las*

nuevas fronteras del poder. [s.l.] Paidós, 2020.