

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIAS  
ESCOLA DE DIREITO, NEGÓCIOS E COMUNICAÇÃO  
CURSO DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS**

**JORDANA MOTA SANCHES**

**A POLÍTICA NAS REDES SOCIAIS E A EXPANSÃO DA EXTREMA DIREITA NO  
SÉCULO XXI: O CASO DO GOVERNO DE JAIR BOLSONARO NO BRASIL**

**GOIÂNIA  
2021**

JORDANA MOTA SANCHES

**A POLÍTICA NAS REDES SOCIAIS E A EXPANSÃO DA EXTREMA DIREITA NO  
SÉCULO XXI: O CASO DO GOVERNO DE JAIR BOLSONARO NO BRASIL**

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado à Escola de Direito, Negócios e Comunicação da Pontifícia Universidade Católica de Goiás, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel(a) em Relações Internacionais.  
Orientador(a): Prof. Dr. Danillo Alarcon

GOIÂNIA  
2021

Sanches, Jordana Mota. 2021.

A política nas redes sociais e a expansão da extrema direita no século XXI: o caso do governo de Jair Bolsonaro no Brasil/ Jordana Mota Sanches. – Goiânia, 2021.  
Total de folhas: 77 f. il.

Orientador: Prof. Dr. Danillo Alarcon.

Monografia (Curso de Graduação em Relações Internacionais) - Pontifícia Universidade Católica de Goiás. Escola de Direito, Negócios e Comunicação, Goiânia, 2021.

1. Jair Bolsonaro. 2. redes sociais. 3. *fake news*. 4. manipulação política. I. Pontifícia Universidade Católica de Goiás. Escola de Direito, Negócios e Comunicação. II. Título.

## **FOLHA DE APROVAÇÃO**

**JORDANA MOTA SANCHES**  
**A POLÍTICA NAS REDES SOCIAIS E A EXPANSÃO DA EXTREMA DIREITA NO**  
**SÉCULO XXI: O CASO DO GOVERNO DE JAIR BOLSONARO NO BRASIL**

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado à Escola de Direito, Negócios e Comunicação da Pontifícia Universidade Católica de Goiás, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel(a) em Relações Internacionais.  
Orientador(a): Prof. Dr. Danillo Alarcon

Aprovada em 06 de dezembro de 2021.

### **BANCA EXAMINADORA:**

---

Dr. Danillo Alarcon (orientador – PUC Goiás)

---

Esp. Marcelo Silveira Mariano Nunes (GORI)

---

Alessandro Calidoni (PPGRI/Unila)

## **AGRADECIMENTOS**

Primeiramente, agradeço profundamente ao meu orientador Danillo Alarcon, por todos os ensinamentos ao longo desses anos.

Agradeço aos meus pais, Célio Sanches dos Reis e Marlene Mota da Silva Sanches, por todo carinho, amor do mundo e ensinamentos. Eu não teria concluído essa graduação sem o apoio de vocês. O meu mais sincero obrigada.

Agradeço aos meus amigos, Kellen Crystina da Lapa Campos e Ernando Xavier Bezerra. Vocês são maravilhosos.

Apesar dos tropeços ao longo do caminho, sinto-me grata por estar neste momento. Por fim, agradeço a todas as pessoas que fizeram parte desta caminhada.

## RESUMO

O objetivo dessa pesquisa é compreender como as redes sociais são utilizadas por lideranças de extrema direita para amplificar e difundir suas agendas a partir do caso do presidente brasileiro Jair Messias Bolsonaro (2019-2021). As três variáveis de Samantha Bradshaw e Philip Howard (2019) - difamação da oposição política, repressão dos direitos humanos e descrédito dos políticos com opiniões divergentes ao partido – serão os elementos analisados na atuação do presidente nas citadas mídias. As variáveis em questão analisam as táticas logradas para a manipulação política conduzida pelos *Cyber troops*, atores governamentais encarregados de moldar a opinião pública *online*. Além da revisão bibliográfica, serão analisados os materiais retirados das redes sociais do presidente, especialmente o *Twitter* e o *Facebook*. Assumindo o rosto do lavajatismo, antipetismo e do movimento anticorrupção, Bolsonaro se voltou às redes sociais como seu palanque político. O político contou com mídias *online* para construir sua narrativa heroica e contra a corrupção, e após sua eleição, através da difamação e disseminação de *fake news* sobre seus adversários, a mídia tradicional e oposição política, repressão aos direitos humanos por meio do revisionismo histórico acerca dos fatos da ditadura militar brasileira e posicionamento anticiência e negacionista quanto a vacinas contra a Covid-19 serviram como meios para difundir sua agenda. Por último, os ataques *online* logrados a políticos antes aliados e agora tornados inimigos por divergirem da ideologia e do partido demonstram a articulação digital do político e da militância bolsonarista.

Palavras-chave: Jair Bolsonaro; redes sociais; *fake news*; manipulação política.

## ABSTRACT

The aim of this research is to understand how social networks are used by far-right leaders to amplify and spread their agendas based on the case of Brazilian president Jair Messias Bolsonaro (2019-2021). The three variables of Samantha Bradshaw and Philip Howard (2019) - defamation of the political opposition, repression of human rights and discrediting politicians with divergent opinions to the party - will be the elements analyzed in the president's performance in the media. The variables in question analyze the tactics achieved for the political manipulation conducted by Cyber Troops, government actors in charge of shaping public opinion online. In addition to the bibliographic review, material taken from the president's social networks, especially Twitter and Facebook, will be analyzed. Taking on the face of laundering, anti-petismo and the anti-corruption movement, Bolsonaro turned to social media as his political platform. The politician relied on online media to build his heroic and anti-corruption narrative, and after his election, through defamation and dissemination of fake news about his opponents, the traditional media and political opposition, repression of human rights through historical revisionism about the facts of the Brazilian military dictatorship and anti-science and denial stance on vaccines against Covid-19 served as means to spread its agenda. Finally, the online attacks on formerly allied politicians and now turned into enemies for diverging from the ideology and the party demonstrate the digital articulation of the politician and the "bolsonarista" militancy.

Key Words: Jair Bolsonaro; social media; *fake news*; political manipulation.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1 - Menores infratores seguram armas e legenda os relaciona com o governo da ex-presidenta Dilma Rousseff .....	39
FIGURA 2 – Senhora exhibe cartaz com mensagem em apoio ao regime militar e repúdio ao partido PT e à ex-presidenta Dilma Rousseff .....	40
FIGURA 3 – Associação entre cores e a luta contra o inimigo .....	43
FIGURA 4 – A simplificação do discurso em memes de redes sociais .....	44
FIGURA 5 – Bolsonaro mostra o livro “Aparelho Sexual e cia” como o “kit gay” em entrevista ao Jornal Nacional .....	47
FIGURA 6 – Print de uma publicação no Facebook sobre a <i>fake news</i> da ideologia de gênero .....	47
FIGURA 7 – Bolsonaro comunica por meio do Twitter a nomeação de Sérgio Moro ....	50
FIGURA 8 – Tuíte publicado por Bolsonaro no qual questiona sobre o significado de “ <i>golden shower</i> ” .....	51
FIGURA 9 – Bolsonaro critica o jornal Folha de S. Paulo em um tuíte .....	55
FIGURA 10 – Bolsonaro pousa ao lado de cartaz irônico .....	60
FIGURA 11 – Carlos Bolsonaro acusa Exame de publicar <i>fake news</i> .....	62



## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ARPANET – Rede da Agência para Projetos de Pesquisa Avançada

PT – Partido dos Trabalhadores

PSDB – Partido da Social Democracia Brasileira

PSL – Partido Social Liberal

STF – Supremo Tribunal Federal

MBL – Movimento Brasil Livre

MEC – Ministério da Educação

TSE – Tribunal Superior Eleitoral

s.d. – sem data

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	11
<b>1 AS REDES SOCIAIS E A POLÍTICA NO SÉCULO XXI</b> .....	14
1.1 A DIFUSÃO DO USO DAS TECNOLOGIAS E O PAPEL DAS REDES SOCIAIS NO SÉCULO XXI .....	14
1.2 AS MÍDIAS SOCIAIS DIGITAIS E A POPULARIZAÇÃO DA INTERNET .....	19
1.2.1 O algoritmo e a criação de “bolhas”: os reflexos da polarização política .....	23
1.3 A EXTREMA DIREITA NO SÉCULO XXI .....	29
<b>2 O GOVERNO DE BOLSONARO E O USO DAS REDES</b> .....	34
2.1 O USO DAS REDES SOCIAIS E A PROJEÇÃO BOLSONARISTA NO PERÍODO ANTERIOR ÀS ELEIÇÕES DE 2018 .....	35
2.2 O USO ABUSIVO DO WHATASPP E A CONSTRUÇÃO DO BOLSONARISMO ELEITORAL AO PRESIDENCIAL .....	41
2.2.1 As eleições de 2018 e as <i>fake news</i> de Bolsonaro .....	44
2.3 BOLSONARO PRESIDENTE E O USO DAS MÍDIAS SOCIAIS .....	48
2.3.1 Difamação da oposição política .....	52
2.3.2 Repressão dos direitos humanos .....	60
2.3.3 Descrédito dos políticos com opiniões divergentes ao partido .....	63
<b>CONCLUSÃO</b> .....	68
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	71

## INTRODUÇÃO

Progressivamente, as redes sociais se tornam um novo espaço para o compartilhamento de informações. O cenário anterior era caracterizado pela concentração da produção das notícias e da informação sob os veículos midiáticos tradicionais. As redes sociais adquirem espaço cada vez maior para a discussão de ideias e propostas de governo durante campanhas eleitorais e na manutenção do engajamento das massas políticas. Apesar de possibilitar mais diversidade e espaço para o jornalismo independente, junto à expansão da utilização das redes sociais se encontra a disseminação de *fake news*, perpetradas por razões claramente políticas.

Para Philip Howard, Samantha Bradshaw e Hannah Bailey (2021), o advento das redes sociais resultou duas perspectivas que coexistem: a) a tecnologia como um fator de peso para o surgimento de oportunidades e b) como um desafio ao gerar novos cenários, na medida em que táticas de desinformação, operações para influenciar outros países, trolagem e intimidação sustentadas pelo Estado atingiram negativamente a qualidade de notícias políticas, os direitos humanos e prejudicaram a legitimidade de governos eleitos de maneira democrática. Os autores acreditam que é possível que atores políticos e Estados utilizam progressivamente as redes sociais para desestabilizar a democracia, as eleições e os direitos humanos.

O objetivo dessa pesquisa é compreender como as mídias sociais são utilizadas por lideranças de extrema direita para amplificar e difundir suas agendas a partir do caso do presidente, Jair Bolsonaro (2019-2021). As três variáveis de Bradshaw e Howard (2019) - difamação da oposição política, repressão dos direitos humanos e descrédito dos políticos com opiniões divergentes ao partido – serão os elementos analisadas na atuação do presidente nas citadas mídias. Além da revisão bibliográfica, serão analisados os materiais retirados das redes sociais do presidente, especialmente o *Twitter* e o *Facebook*.

Um dos fenômenos percebidos no âmbito político e nas redes sociais é a reascensão do autoritarismo, do populismo e de figuras de extrema direita ao poder em consonância com técnicas de manipulação *online*. A extrema direita em questão pode ser identificada segundo cinco atributos: racismo, xenofobia, antidemocracia, nacionalismo e defesa do estado totalitário (MUDDE, 2000). Segundo Giuliano da Empoli (2019), a propaganda difundida por essas figuras populistas e de extrema direita se aproveita das emoções negativas para impulsionar o engajamento, e por isto o apelo expressivo das *fake news* e das teorias da

conspiração. A eleição de Donald Trump nos Estados Unidos, em 2016, fortaleceu a ascensão do apelo por partidos e políticos populistas de extrema direita. Ademais, estabeleceu novo patamar para as campanhas realizadas nas plataformas digitais.

No Brasil, a ascensão do político de extrema direita, Jair Messias Bolsonaro, permanece em consonância com as consequências da Operação Lava Jato e o movimento antipetista. Amplamente noticiados por canais midiáticos, os escândalos de corrupção do Partido dos Trabalhadores (PT) no sistema político brasileiro contribuíram para a insatisfação popular, que por sua vez em conjunto com a classe política brasileira, resultaram na queda e impeachment da ex-presidenta Dilma Rousseff. Deste cenário, Bolsonaro emerge como o rosto do lavajatismo e da anticorrupção.

O Brasil seguiu esta tendência com a eleição de Jair Bolsonaro, em 2018, impulsionada por uma campanha massiva por meio do *WhatsApp*, *bots* e *fake news*, o último ponto responsável pela inclusão do ultradireitista no inquérito das *fake news* do Supremo Tribunal Federal (STF) em 2021. A título de exemplo, Bolsonaro incita a desconfiança nas instituições políticas do país, colocando em xeque a legitimidade de votos advindos de urnas eletrônicas, e até mesmo afirmando fraude nas eleições de 2018 (SCHREIBER, 2021). Bolsonaro é bastante ativo nas redes, as utilizando para anunciar medidas do governo, fazer *lives* e responder a seus eleitores. Bolsonaro se volta às redes se baseando na afirmação de que a mídia tradicional, os veículos jornalísticos e noticiários, o perseguem.

Samantha Bradshaw e Philip Howard (2019) apresentam dados levantados a respeito da manipulação em propaganda digital desempenhada por partidos políticos e governos através das redes sociais. A propaganda digital utiliza de algoritmos, automação e uma grande quantidade de dados para moldar a vida pública, e esta manipulação é feita através dos *Cyber troops*, conceituado pelos autores como atores governamentais responsáveis por manipular a opinião pública online (BRADSHAW; HOWARD, 2019). Acerca das redes sociais em si, o *Facebook* possui a maior concentração de *Cyber troops*, e foram encontradas evidências desses atores no *Instagram*, *Youtube* e *Whatsapp*. A relevância dessa pesquisa consiste em conscientizar acerca do mal uso da propaganda no discurso político, atraindo a preocupação do interesse público e dos estudos acadêmicos.

Bradshaw e Howard (2019) analisam a organização dos *Cyber troops* em diferentes países e como esses atores usam da propaganda política para interesse político, quais são suas ferramentas, técnicas de propaganda digital e estratégias. Uma das ferramentas empregadas é o uso de *bots* para perseguir jornalistas, políticos dissidentes e disseminar discurso de ódio. Além do mais, os autores examinaram a presença dos *Cyber troops* em setenta países, para

nomear alguns: Estados Unidos, Reino Unido, Rússia, Argentina, Brasil, Tailândia, Uganda, Indonésia, Índia, México, Israel, Suíça, Nigéria, Alemanha etc. Outra estratégia dos *Cyber troops* é a aplicação de contas falsas nas redes sociais, classificadas em humana, robô ou ciborgue. Cinquenta dos setenta países analisados utilizaram contas robôs para disseminar propaganda digital, de acordo com os autores. Já o teor das mensagens dos *Cyber troops* se volta para o ataque à oposição política, difusão de propaganda pró-partido e pró-governo, incentivo à polarização e repressão da participação por meio de ataques. Quanto às estratégias de comunicação utilizadas pelos *Cyber troops*, os autores salientam o assédio, criação de notícias falsas, denúncia em massa de conteúdo ou contas e divulgação de conteúdo online (BRADSHAW; HOWARD, 2019). Este cenário demonstra a relevância do tema, mostrando uma maior articulação de figuras políticas no espectro da extrema direita.

A presente monografia se divide em dois capítulos. No primeiro capítulo serão discutidos os panoramas históricos para a criação da internet, sua importância militar, acadêmica e posteriormente comercial, a expansão do ambiente cibernético e conseqüentemente a popularização de sua utilização por indivíduos comuns por meio dos fóruns e das redes sociais. Outrossim, será abordada o fenômeno de homofilia, uma tendência de se ligar a um semelhante, e a criação de bolhas ideológicas e políticas em decorrência deste, fortalecido pelos algoritmos das mídias. Além disso, serão abordadas algumas perspectivas do avanço tecnológico e a extrema direita no século XXI. Já no segundo capítulo serão abordados o contexto anterior das redes sociais de Bolsonaro, a utilização do *WhatsApp* e das *fake news* para a construção de discurso político, e a continuidade das tendências construídas durante as eleições em sua gestão analisadas de acordo com as variáveis de Bradshaw e Howard (2019). Por fim, são apresentadas as conclusões.

## 1 AS REDES SOCIAIS E A POLÍTICA NO SÉCULO XXI

Este capítulo discutirá o panorama a partir da criação da internet nos anos 1969. Primeiramente uma ferramenta de proteção para informações do governo americano contra a espionagem soviética, posteriormente foi aplicada no âmbito acadêmico. Em seguida, uma contextualização teórica e histórica do conceito de redes e redes sociais digitais será feita. O estudo sobre as redes sociais requer da mesma maneira uma reflexão quanto a utilização de novas tecnologias, contribuindo para o fenômeno de bolhas em razão de suas tendências homofílicas. Por último, o tópico 1.3 aborda alguns conceitos de classificação da extrema direita segundo Cus Mudde (2000), e o fascismo eterno abordado por Umberto Eco (2019). Pesquisadores e escritores observam a ascensão de ideologias do campo da extrema direita, principalmente na internet, como Jacob e Julia Ebner (2020) sustentam. Ademais, breves considerações sobre a história da extrema direita em território brasileiro serão levantadas.

### 1.1 A DIFUSÃO DO USO DAS TECNOLOGIAS E O PAPEL DAS REDES SOCIAIS NO SÉCULO XXI

A criação da internet se conecta diretamente à Rede da Agência para Projetos de Pesquisa Avançada dos Estados Unidos, a chamada ARPANET (TURNER; MUÑOZ, 2002). Esta rede de computadores foi criada em 1969 no contexto da Guerra Fria como um projeto militar e com apoio do governo norte-americano, sob a *Advanced Research Projects Agency* (ARPA). A ARPANET era um programa menor subordinado ao *Information Processing Techniques Office* (IPTO), um dos departamentos da ARPA. A ARPA, por sua vez, foi criada em 1958 pelo Departamento de Defesa dos Estados Unidos com o intuito de fazer frente ao lançamento do primeiro Sputnik da União Soviética em 1957. Os esforços da ARPA se voltaram a reunir recursos de pesquisa para atingir tecnologia militar superior aos russos (CASTELLS, 2003). Inicialmente a ARPANET era uma rede limitada, cerca de dois mil usuários a utilizavam, com a função de atuar como uma via de compartilhamento de informações entre universidades *hi-tec* e institutos de pesquisa.

Em um esforço de proteger suas linhas de comunicação, facilitando sua recuperação ou garantindo sua integridade, mesmo após um ataque nuclear, a Força Armada dos Estados Unidos encomendou em 1962 um estudo para determinar como melhor estruturá-las. De acordo com Turner e Muñoz (2002), a alternativa encontrada foi a criação de uma rede de comunicações independente de um núcleo central. Isto é, se o núcleo central fosse destruído

ou danificado, a rede não seria afetada completamente, inutilizando “qualquer tentativa de destruição ou controle por parte de qualquer entidade ou potência” (TURNER; MUÑOZ, 2002, p. 29). A fim de construir uma rede de computadores que se conectavam entre si, a IPTO utilizou a comutação por pacote, uma tecnologia nova para a época, desenvolvida por Paul Baran na *Rand Corporation* e Donald Davies no *British National Physical Laboratory*. A comutação por pacote foi a proposta da *Rand Corporation* para o Departamento de Defesa de uma rede de comunicação independente e adaptável. Então a ARPANET entrou em operação em 1969.

Era essencial que o novo sistema operasse de forma distinta da rede telefônica. Outra característica relacionada a ARPANET era o fato de que qualquer computador, independentemente de sua localização, podia se conectar à rede para troca instantânea de informação sob a forma de “fatias dentro de pacotes”. De acordo com Briggs e Burke (2006, p. 301), “o sistema de envio quebrava a informação em peças codificadas, e o sistema receptor juntava-a novamente, depois de ter viajado até seu destino”.

A IPTO aplicou essa tecnologia no projeto da ARPANET. Segundo Castells (2003), em 1969 os primeiros nós da nova rede se encontram na Universidade da Califórnia em Los Angeles, na Universidade da Califórnia em Santa Barbara, na Universidade de Utah e em *Stanford Research Institute* (SRI). Já no ano de 1971, os quinze nós estavam localizados em maior parte em centros universitários de pesquisa. Ademais, o projeto da APARNET foi aplicado por uma firma de engenharia acústica, Bolt, Beranek and Newman (BNN), esta fundada por professores do MIT, e composta por outros cientistas e engenheiros do MIT e de Harvard. No ano seguinte, em uma conferência internacional em Washington, houve uma demonstração positiva da ARPANET.

Ainda segundo Castells (2003), era necessário conectar a ARPANET a outras redes de computadores, a PRNET e a SATNET, também pertencentes e administradas pela ARPA. Para o autor, essa demanda impulsionou um novo conceito: uma rede de redes. Para possibilitar essa conexão, as redes de computadores careciam de protocolos de comunicação padronizados. Parte desse processo ocorreu em 1973 em um seminário de Stanford sob a liderança de Robert Metcalfe, Vint Cerf e Gerard Lelann, no qual o projeto do protocolo de controle de transmissão (TPC) foi elaborado. Somente em 1978, os cientistas Vint Cerf, Jon Postel e Steve Crocker, fragmentaram o TPC em duas partes, ao acrescentar um novo protocolo intrarrede (IP), responsável por gerar o protocolo TCP/IP, o qual a internet utiliza atualmente. O autor salienta que mesmo diante desta mudança, a ARPANET continuou operando em um protocolo diferente, o chamado NCP.

Fora do âmbito acadêmico e militar, a relevância da ARPANET para além destas áreas estava subordinada ao desconhecimento de outras esferas da sociedade quanto suas possibilidades comerciais. Em 1979, surgiu o CompuServe, primeiro provedor de serviços comerciais on-line segundo Briggs e Burke (2006). Este provedor operava como um clube privado para um grupo ligado ao grupo Time/Warner. Logo a *American On-line*, relacionada a grupos franceses e alemães, despontou como sua rival. Ao que um terceiro provedor, o Prodigy, também se juntou aos outros dois. Os três provedores juntos contabilizam cerca de 3,5 milhões de assinantes (BRIGGS; BURKE, 2006). Essa conjuntura demonstrou que a rede tinha apelo comercial, resultando na ampliação de seus usuários.

Já em 1975, a ARPANET foi transferida para a *Defense Communication Agency* (DCA), resultando na criação de uma nova conexão entre as redes que controlava para facilitar a conexão de diferentes departamentos das forças armadas, a então Defense Data Network que operava com os protocolos TCP/IP. Em 1983, foi o momento de criação de outra rede, a MILNET, direcionada ao combate de brechas de segurança e uso militar e independente da rede anterior. Enquanto isto, a ARPANET foi direcionada a pesquisa e renomeada como ARPA-INTERNET. Após a utilização da ARPA-INTERNET pela *National Science Foundation* em 1988, em meados de 1990, a ARPANET se tornou tecnologicamente obsoleta e deixou de operar (CASTELLS, 2003).

A década de 1990 marca o fim da utilização da internet como uma tecnologia essencialmente militar, uma vez que o governo norte-americano transferiu sua administração para a *National Science Foundation*. A rede NSFNET, rede operada por esta última, tornou-se o alicerce da internet, porém logo foi desativada por conta das pressões exercidas por interesses comerciais, redes cooperativas sem fins lucrativos e a ascensão de redes de empresas privadas (CASTELLS, 1999). O ano de 1995 significou o fim da ligação direta entre o governo e a internet, e significou a privatização completa da internet. Também ocorreu neste ano, o lançamento do software Windows 95 da Microsoft, além do surgimento de seu navegador, o Internet Explorer (CASTELLS, 2003).

Ademais, segundo Castells (2003), outro marco de destaque da década de 1990 foi o aparecimento de novas redes, constituídas por diferentes provedores de serviços da internet. As novas redes significaram novos caminhos para a comunicação em bases comerciais, possibilitando o crescimento veloz da internet como uma rede global de computadores. O autor argumenta que essa expansão foi viável em razão do projeto inicial da ARPANET, uma configuração descentralizada, construída por meio de múltiplas camadas e protocolos de comunicação abertos.



Acerca da expansão global da internet, como fatores decisivos para o funcionamento da rede destacam-se a criação do sistema UNIX e o desenvolvimento do World Wide Web (WWW).

Uma tendência decisiva na formação de redes de computadores veio da comunidade dos usuários do UNIX. O UNIX, um sistema operacional desenvolvido pelos Laboratórios Bell, foi liberado para as universidades em 1974, inclusive seu código-fonte, com permissão de alteração da fonte. O sistema tornou-se a língua franca da maior parte dos departamentos de ciência da computação, e os estudantes logo se tornaram peritos na sua manipulação. Depois, em 1978, o Bell distribuiu seu programa UUCP (UNIX-to-UNIX copy) permitindo a computadores copiar arquivos uns dos outros. Com base no UUCP, em 1979, quatro estudantes na Carolina do Norte (Truscott, Ellis, Bellavin e Rockwell) projetaram um programa para comunicação entre computadores UNIX. Uma versão aperfeiçoada desse programa foi distribuída gratuitamente numa conferência de usuários de UNIX em 1980. Isso permitiu a formação de redes de comunicação entre computadores – a Usenet News – fora do backbone da Arpanet, ampliando assim consideravelmente a prática da comunicação entre computadores (CASTELLS, 2003, p. 19).

Após a estruturação deste novo sistema operacional, um grupo de estudantes da Universidade da Califórnia em Berkeley estudou as possibilidades de aplicações e adaptações do UNIX ao desenvolver um programa para conectar as redes de Berkeley e da ARPANET. A primeira já era um nó da segunda, e em decorrência do estudo “a Usenet ficou vinculada à ARPANET, as duas tradições gradualmente se fundiram e várias redes de computadores passaram a poder se comunicar entre si, muitas vezes partilhando o mesmo *backbone*<sup>1</sup> (cortesia de uma universidade)” (CASTELLS, 2003, p. 19).

O segundo fator responsável por impulsionar o funcionamento mundial da internet, o software WWW, foi desenvolvido pelo programador inglês Tim Bernes-Lee em 1990, o qual lançou a primeira página da Web<sup>2</sup> em 1991, como uma aplicação de compartilhamento de informação, capaz de obter e acrescentar informação para um computador conectado à internet (CASTELLS, 2003). Castells (1999) afirma que o WWW organizava os *sites* da internet por informação, facilitando a busca das informações pesquisadas pelos usuários, ao passo que anteriormente estes eram organizados por localização. Bernes-Lee foi responsável pelo desenvolvimento de *hiperlinks* (BRIGGS; BURKE, 2006) e abriu o caminho para uma

---

<sup>1</sup> Segundo Motta (2012, p. 23), os *backbones* são “redes de cabos de fibras óticas instaladas por firmas de telecomunicações e outras, que se estendem por milhares de quilômetros – o que dá seu caráter global. As diversas redes de longa distância se conectam entre si e com outras redes locais, realizando trocas de tráfego de dados”.

<sup>2</sup> Disponível em: <http://info.cern.ch/hypertext/WWW/TheProject.html>. Acesso em: 10 set. 2021.

rede aberta a todos e de uso global, previamente concentrada principalmente no meio acadêmico e governamental.

Como discorrido anteriormente, a década de 1990 foi um divisor de águas na história da internet. A partir do desenvolvimento do *WWW*, programadores se voltaram ao desenvolvimento de software por serem capazes de acessar os sites da web, tornando o visual da internet mais estético e agradável. Em 1992, o Mosaic veio à tona, um *web browser*, ou navegador, permitindo “mostrar a página de conteúdo do sítio de modo agradável e navegar entre as informações por meio das referências, os *hyperlinks*, campos nos quais o usuário poderia clicar com um mouse para deslocar-se a outras páginas ou sítios” (LINS, 2013, p. 24). Foi através deste *web browser* que a navegação na internet surgiu, impulsionando de vez a utilização de usuários comuns e a popularização da *web*.

Lins (2013) aponta o ano de 1989 como o início da implantação da internet brasileira. Inicialmente, a internet se voltou ao ambiente acadêmico para atuar como sua infraestrutura de comunicação. A Rede Nacional de Pesquisas (RNP) foi o *backbone* da rede, inteirado com redes estaduais, assistido por recursos de caráter estadual que visavam amparar a pesquisa brasileira. A RNP foi providenciada com recursos da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp) e do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). O setor público se uniu à Embratel para prover um alicerce para o tráfego de dados, construindo no processo a espinha dorsal da internet brasileira.

Outra característica da internet até 1994 para o público comum, era o acesso remoto por linha discada. A linha discada fundava-se na conexão à internet por meio de linha telefônica, através de um modem, que conectava a um provedor e gerenciava o tráfego na rede. Por conta deste cenário, a Embratel se encarregou de organizar um provedor nacional. Com o intuito de vetar o domínio da Embratel ao acesso à internet, o âmbito acadêmico, a Telebrás e os Ministérios da Ciência e Tecnologia e das Comunicações definiram a separação dos serviços de telefonia e de internet, tornando o último serviço um valor adicionado (LINS, 2013). A internet banda larga, com maior velocidade ao navegar, surgiu em 1996.

Além do mais, de acordo com Lins (2013, p. 22):

A partir de 1994, com a abertura da rede ao público em geral, o que se convencionou chamar de Internet comercial, em contraponto à Internet acadêmica, as demandas por outro tipo de tráfego, de caráter eminentemente privado e leigo, gradualmente sobrepujaram as demandas de universidades e institutos de pesquisas. A própria estrutura da RNP deixou de ser o único sustentáculo da rede, surgindo gradualmente, em paralelo, outros *backbones* privados que passaram a receber tráfego da rede nacional.

Por fim, podemos concluir que a internet atual é produto do trabalho de inúmeros programadores e uma revolução iniciada nos Estados Unidos. Apesar de ter sido pensada como uma forma de armazenar informações e protegê-las em caso de um ataque soviético, a internet se tornou uma ferramenta acadêmica, e posteriormente foi adotada pelo usuário comum. A construção da internet tem muitos contribuintes, e no Brasil foi iniciada seguindo os moldes da implantação americana. Hoje a internet é considerada o futuro da comunicação. No próximo tópico, serão abordados os significados das redes sociais sob o ponto de vista matemático e das ciências humanas, em seguida sua estruturação, e por último o contexto histórico de sua popularização.

## 1.2 AS MÍDIAS SOCIAIS DIGITAIS E A POPULARIZAÇÃO DA INTERNET

Para Raquel Recuero (2009), o estudo das redes se iniciou sobretudo por matemáticos, e posteriormente recebeu a atenção de diferentes ramos das Ciências Sociais. A própria metáfora da rede foi utilizada pela primeira vez pelo matemático Leonard Euler no século XVIII (RECUERO, 2009). Em 1736, Euler publicou um artigo no qual tratava do enigma das Pontes Königsberg, da cidade prussiana de mesmo nome. O enigma discorria sobre as sete pontes da cidade, e seus habitantes indagavam se poderiam atravessar a cidade se descolando pelas pontes, ao transcorrer cada somente uma vez.

Euler demonstrou em seu artigo ser impossível cruzar as sete pontes sem repeti-las, e criou o teorema da teoria dos grafos. Recuero (2009) afirma que um grafo é uma reprodução de uma rede, formado por nós e arestas que interligam esses nós. A teoria dos grafos por sua vez tem a intenção de estudar as propriedades dos grafos, e esta representação de rede pode atuar como uma metáfora para diferentes áreas do conhecimento. Por este motivo, passaram a ser utilizadas nas Ciências Sociais. Após esse resgate histórico das redes sob a perspectiva das ciências exatas, é necessário discorrer sobre o significado de redes sociais para as ciências humanas segundo Luciana Zenha (2018), a qual também trata sobre sua formação e atores.

O que são as redes sociais digitais<sup>3</sup>? Para Zenha (2018), as redes sociais podem ser descritas como um ambiente digital sob uma interface virtual própria, no qual perfis humanos com pensamentos, afinidades e maneiras de expressão similares e entusiasmo sobre determinado tema se reúnem. As redes ainda, continua a autora, podem ser definidas como a

---

<sup>3</sup> Apesar da diferença conceitual entre rede social e redes sociais digitais, este trabalho utilizou rede social, redes sociais digitais e mídias sociais como sinônimos apenas para facilitar discorrer sobre o tema ao longo do texto. Não significa afirmar que os termos têm o mesmo significado ou mesma conotação.

“representação de relacionamentos afetivos e/ou profissionais entre indivíduos que se agrupam a partir de interesses mútuos e tecem redes informacionais por meio das trocas discursivas realizadas no ambiente virtual” (ZENHA, 2018, p. 6).

De acordo com Luciana Zenha (2018, p. 8):

Quanto à configuração, as redes sociais podem ser entendidas como um conjunto de nós, interconectados, formados por estruturas não lineares, flexíveis, dinâmicas, compostas de organizações formais e informais. Esses nós representam indivíduos ou grupos de indivíduos responsáveis por alimentar as redes sociais por meio da troca e do compartilhamento de informações.

Acerca de seus atores, Recuero (2009, p. 25, destaque nosso) afirma:

Quando se trabalha com redes sociais na Internet, no entanto, os atores são constituídos de maneira um pouco diferenciada. Por causa do distanciamento entre os envolvidos na interação social, principal característica da comunicação mediada por computador, os atores não são imediatamente discerníveis. Assim, neste caso, trabalha-se com representações dos atores sociais, ou **com construções identitárias** do ciberespaço. Um ator, assim, pode ser representado por um weblog, por um fotolog, por um twitter ou mesmo por um perfil no Orkut.

Em um primeiro momento, não são atores sociais propriamente ditos, mas a representação de atores sociais, em espaços de interação composto por estes com a intenção de expressar sua individualidade e personalidade (RECUERO, 2009). Em resumo, “os atores no ciberespaço podem ser compreendidos como os indivíduos que agem através de seus *fotologs*, *weblogs* e páginas pessoais, bem como através de seus *nicknames*” (RECUERO, 2009, p. 28).

Zenha (2018) reconhece o papel da tecnologia ao revelar a magnitude da organização social em rede, porém salienta que o fenômeno das redes sociais não é contemporâneo, uma vez que são anteriores à Internet. As redes, como uma forma de organização social, sempre estiveram presentes em bandos, tribos e outras organizações, pois estão pautadas no indivíduo, o qual busca pertencimento a um grupo, e compartilhar informação e conhecimento com terceiros. A perspectiva voltada à ideia do que viriam a ser as redes sociais digitais atuais e suas mudanças ao longo das décadas são trazidas por Kirkpatrick (2011).

A ideia de rede social regressa por volta de 1968, tratada por meio de um ensaio dos escritores Robert W. Taylor e J. C. R. Licklider. Neste ensaio, nomeado “O computador como dispositivo de comunicação”, os autores refletiam sobre as seguintes questões: “como serão as comunidades *on-line* interativas? Na maioria das áreas, serão compostas por membros

geograficamente distantes, por vezes agrupados em pequenos núcleos e, às vezes, trabalhando individualmente. Não serão comunidades de localização comum, mas de interesses comuns” (KIRKPATRICK, 2011, p. 66). Além disso, a análise considerou um cerne significativo das redes sociais ao afirmar ser dispensável o envio de telegramas ou cartas, pois os indivíduos conseguiriam discernir com quem e com quais arquivos se relacionar.

O princípio das comunidades *on-line* data por volta de uma década após o início do funcionamento da internet, uma vez que durante esse período já havia pioneiros se aventurando neste desconhecido. De acordo com Kirkpatrick (2011), a Usenet, fundada em 1979, marca o primeiro serviço na internet no qual uma quantidade considerável de usuários não técnicos aderiu o seu uso. O serviço proporcionava a comunicação entre os indivíduos mediante envio de mensagens em fóruns temáticos, e encontra-se em operação até os dias atuais. Posteriormente, Stewart Brand, Larry Brilliant e outros iniciaram uma espécie de quadro de avisos eletrônico, o *The Whole Earth 'Lectronic Link*, ou *Well*. Por conta do *Well*, Howard Rheingold, seu usuário frequente, criou o termo comunidade virtual em 1987, afirmando: “uma comunidade virtual é um grupo de pessoas que podem ou não se encontrar pessoalmente, e que trocam palavras e ideias com a intermediação de quadros de avisos eletrônicos e redes de computadores” (KIRKPATRICK, 2011, p. 66).

Eventualmente a comunicação eletrônica foi aos poucos ganhando notoriedade, principalmente pelas salas de bate-papo e pelas postagens feitas em grupos *on-line*. Esta popularização acarretou o lançamento do Minitel em 1982, um atendimento nacional on-line do serviço postal francês, e dedicado a um público consumidor de massa. Conseqüentemente outros serviços começaram a ser lançados, como o *America Online* em 1985 e o *Prodigy* em 1988, este último uma criação da IBM e da Sears. Entre esses portais, o *America Online* ganhou força no mercado americano, o dominando. Uma característica que distingue esses serviços dos atuais é o caráter anônimo dado aos usuários, uma vez que estes utilizavam nomes inventados ou cedidos pelo servidor para se comunicar com outras pessoas (KIRKPATRICK, 2011).

Da mesma forma, a tendência de adotar nomes não verdadeiros no ambiente virtual persistiu no início da década de 1990, período em que pessoas comuns incorporaram a utilização do correio eletrônico, os chamados *e-mails*. Kirkpatrick (2011, p. 67) salienta que “embora mantivessem listas de endereços de e-mail dentro desses serviços, os membros não identificavam seus amigos da vida real nem estabeleciam vias de comunicação regular com eles”. Esta tendência também esteve presente nos serviços de mensagens instantâneas emergidos no final da década. Além disso, a *World Wide Web* encorajou o desenvolvimento

da concepção de comunidade *on-line* viabilizando o aparecimento de outros serviços na Web, como Geocities, Tripod e TheGlobe.com, com funções novas, como configurar uma página pessoal.

Para Kirkpatrick (2011), a era das redes sociais digitais modernas começa no ano de 1997, com a start-up nova iorquina *sixdegrees.com*, em decorrência de seu lançamento de um servidor que utilizava nomes reais. Pela primeira vez, um serviço *on-line* foi voltado para “identificar e mapear um conjunto de relações reais entre pessoas reais, que usavam seus nomes reais” (KIRKPATRICK, 2011, p. 67). As características-chave do *sixdegrees.com*, que a aproximam das redes sociais modernas, são as funções de criar um perfil com informações pessoais, pesquisar outros perfis e estabelecer ligação eletrônica com amigos.

No entanto, no ano de 1997, a web ainda engatinhava, e a despesa de operação e desenvolvimento da *sixdegrees.com* era exorbitante. Não apenas as despesas pesavam, como o serviço operava em uma velocidade lenta, em razão do modem discado. Outrossim, ainda que a plataforma disponibilizasse informações sobre os usuários, os perfis não possuíam fotos, pois na época poucas pessoas dispunham de câmeras digitais. Igualmente, os usuários e não usuários do site não compreendiam por completo sua finalidade, se era um serviço de relacionamentos, negócios ou ambos. Por fim, o site foi fechado em 2000 (KIRKPATRICK, 2011).

Nos anos seguintes outros sites foram lançados como o *BlackPlanet* e o *Asian Avenue* em 1999, o *LunarStorm* em 2000, e o *Cyworld* e o *Ryze* em 2001, este último focado em melhorar a rede de negócios dos usuários. Em 2003, foi lançado o *Friendster*, a rede social que mais se aproxima com as redes atuais. O *Friendster* foi responsável por disponibilizar o recurso ausente no *sixdegrees.com*, fotos próximas ao nome do usuário, identificando-o. A adesão de novos membros foi demasiada, resultando em milhões de usuários em poucos meses, acarretando uma sobrecarga nos servidores. Conseqüentemente, os problemas de desempenho não supriram a demanda.

Ao longo dos anos 2000, muitas redes sociais surgiram. O *LinkedIn*, voltada aos negócios foi lançada em 2003, e no mesmo tempo o *Tribe.net* começou a funcionar, um site que permitia aos usuários criar uma “tribo” sobre alguma temática específica. Após o lançamento de ambas, o *MySpace* emergiu como resposta à insatisfação de Tom Anderson com os servidores do *Friendster*, uma vez que era um *heavy user*. O serviço abrangia *blogs*, horóscopo e jogos, contando ainda com uma página de perfil como o *Friendster*. O *MySpace* tem destaque diante dessas outras redes sociais, pois foi disponibilizada no momento propício, em que o mercado estava pronto para uma rede social. Segundo Kirkpatrick (2011, p. 74-75):

Em 2003, observa Angwin, a percentagem de americanos com acesso à internet de banda larga subiu de 15% para 25%. A banda larga não apenas significava uma visualização mais rápida, mas também facilitava o carregamento de fotos. As câmeras digitais estavam se popularizando, e os preços haviam se tornado acessíveis. Fundamentalmente, uma variedade mais ampla de pessoas já tinha maiores velocidades de rede. Pela primeira vez milhares de famílias – incluindo aquelas em que havia garotas adolescentes – tinha banda larga. Se o Friendster não tivesse desabado sob a pressão do sucesso, poderia ter apelado para esse público, mas o MySpace habilmente ocupou o espaço que ficara vazio.

Em 2004, o *Facebook* foi lançado, enquanto o *Twitter* entrou em funcionamento em 2006.

### 1.2.1 O algoritmo e a criação de “Bolhas”: os reflexos da polarização política

O presente tópico abordará algumas perspectivas resultadas da utilização de algoritmos nas redes sociais e da tecnologia em si, e de que maneira podem contribuir negativamente para desestabilização política e a polarização em razão do fenômeno de homofilia. Neste sentido, em relação aos avanços da tecnologia, Kai-Fu Lee (2018) discorre sobre a revolução completa da inteligência artificial (IA), como seu processo irá se desenrolar por meio de quatro avanços: internet, negócios, percepção de ambiente e a automação. Segundo Lee (2018), as duas primeiras já estão ocorrendo, enquanto a terceira está digitalizando nosso mundo, e a automação será a última a aparecer, mas terá o maior impacto em nossas vidas. A primeira onda no avanço da IA para a vida humana, e a mais relevante para este trabalho, se configura como a inteligência artificial da internet, presente no nosso cotidiano como algoritmos de recomendação em sites como *Youtube*, *Amazon* e sites de streaming<sup>4</sup>.

Os algoritmos de recomendação funcionam como sistemas que identificam as escolhas do usuário e apresentam conteúdo personalizado de acordo com suas preferências. A

---

<sup>4</sup> Na segunda onda, a inteligência artificial dos negócios se beneficia da grande quantidade de dados acumulados por empresas tradicionais, como empresas de seguro, bancos e hospitais, utilizando-os para buscar a relação entre os dados. Os algoritmos usam relações matemáticas complexas para encontrar a relação de causa e efeito em informações “pequenas e grandes”, o que é indecifrável para o cérebro humano. Com a inteligência artificial da percepção de ambiente, a terceira onda, os algoritmos “aprenderam” a identificar objetos, e digitalizam a realidade por meio de sensores e dispositivos inteligentes. Essa maior interação entre realidade virtual e digital é chamada de OMO, *online-merge-off-line*. Uma aplicação das OMO ocorrerá no ambiente escolar, ao se tornar mais personalizado ao aluno e corrigir a má ou não aprendizagem de conteúdo. A última onda, a inteligência artificial autônoma, representa a junção entre as outras ondas. Como exemplo do impacto dessa área, Lee aponta sua utilização em fábricas, fazendas e armazéns. Atualmente as máquinas presentes nesses ambientes repetem tarefas repetitivas, e são manuseadas com intervenção humana, enquanto as máquinas autônomas ao utilizar algoritmos poderiam dispensar qualquer intervenção humana revolucionando essas áreas, e otimizando o tempo (LEE, 2018).

assimilação de dados personalizados é decorrente de ações do usuário como curtidas, compras, visualizações, quantos segundos se permanece em um site e quais conteúdos foram clicados. Isto é, o algoritmo aprende a recomendar conteúdo mais atrativo ao consumidor a partir dessas ações online.

Para exemplificar o exposto, o autor cita o *Toutiao*, o “BuzzFeed da China”, tipo de site baseado na publicação de matérias. Diferentemente do site americano, os “editores” do *Toutiao* são algoritmos programados para escrever a partir do conteúdo de artigos e vídeos provenientes de sites parceiros e outros contribuidores. Outrossim, o algoritmo aprende com o comportamento dos usuários e disponibiliza um feed de notícias alinhado com suas predileções. Em razão disto, as redes sociais atuais se baseiam na IA trazendo a superfície uma mudança de paradigma ao acesso e consumo à informação. Para Guedes (2017), a sociedade cibernética é o motivo pelo qual mudamos a forma de consumir informação, a qual está gradativamente se tornando cada vez mais vinculada a uma arquitetura em rede e apoiada nas redes sociais.

Anteriormente, as informações e notícias estavam exclusivamente ao encargo da mídia tradicional, como jornais, televisão, rádio, revistas ou eventos. Com o advento das redes sociais, os indivíduos comuns conquistaram mais espaço na produção e compartilhamento de informação, gerando uma grande quantidade de conteúdo no ciberespaço, o que por sua vez tornou essencial e impulsionou a popularidade de ferramentas de busca e seleção de conteúdo (GUEDES, 2017). Outra característica a se salientar diante desse cenário é a peculiaridade apresentada pelas pessoas presentes nas plataformas sociais, visto que muitos se informam apenas por meio do *Facebook*, deixando de acessar os *sites* dos veículos mediáticos propriamente ditos.

Segundo Guedes (2017), como consequência dos fatos apresentados acima, o *Facebook* ganha notoriedade e poder na difusão da informação, gerando inquietação perante os exercícios do direito ao acesso à informação e da democracia. Ao observarmos as plataformas digitais é perceptível sua capacidade de processamento informacional, resultado do armazenamento de dados e observação do comportamento nas redes. Estes dois aspectos as tornam atrativas para publicidade e anúncios, ao trazer retorno financeiro para seus clientes. Torna-se necessário observar a diferenciação entre os clientes das redes sociais e seus usuários, já que os clientes são as peças fundamentais para os lucros das plataformas. Os usuários por sua vez, são as pessoas que utilizam os serviços oferecidos e se tornam os compradores em potencial dos anúncios disponibilizados nas redes.



Paralelamente, a utilização de algoritmos gera um efeito bolha dentro das redes sociais. Isto é, a escolha dos conteúdos pelos algoritmos, embora seja positiva em um primeiro momento, impacta diretamente o conteúdo selecionado de tal forma que o usuário tem contato apenas com as informações do seu interesse, e informações opostas não são apresentadas no *feed*. A falta de acesso a conteúdo contraditório prejudica o direito à informação e a formação de opinião, demonstrando seu potencial antidemocrático (GUEDES, 2017).

Retomando a discussão sobre os avanços científicos e seu funcionamento, a partir da segunda década do século XIX, tecnologias como *blockchain*<sup>5</sup>, impressão 3D, robótica avançada, manipulação genética, plataformas digitais, internet das coisas e novos materiais, apoiadas na IA têm demonstrado resultados acima do previamente esperado. De acordo com Santaella e Kaufman (2020), os sistemas inteligentes e máquinas estão assumindo tarefas até então direcionadas apenas a humanos, proporcionando por vezes resultados melhores e mais rápidos.

Apesar disso, para as autoras, esses sistemas estão fundamentados na conjuntura de prever cenários segundo enormes bancos de dados e no desempenho de tarefas específicas, além de estarem subordinados à supervisão profissionais da ciência da computação. Ademais, as máquinas “carecem da essência da inteligência humana: capacidade de compreender o significado; igualmente não possuem senso intuitivo, capacidade de formar conceitos abstratos e de fazer analogias e generalizações, não têm a capacidade de compreender o funcionamento do mundo através da observação” (SANTAELLA; KAUFMAN, 2020, p. 3).

Os algoritmos das redes, uma forma de IA, baseia sua curadoria de informações no processo de *deep learning*, um modelo estatístico e subcampo da área de AI denominada *machine learning*. De acordo com Santaella e Kaufman (2020), o termo *machine learning* foi cunhado por Arthur Lee Samuel em 1959, campo com o propósito de prover computadores com a capacidade de aprendizado excluindo uma programação prévia para tal. O *machine learning* “explora o estudo e a construção de algoritmos que, seguindo instruções, fazem previsões ou tomam decisões baseados em dados – modelos elaborados a partir de entradas de amostras” (SANTAELLA; KAUFMAN, 2020, p. 4). Já o *deep learning* foi formulado em 1980, tomando como inspiração o cérebro humano e suas redes neurais, e prosperou a partir de 2010 e 2012 em resposta à intensificação do crescimento dos dados, computação em

---

<sup>5</sup> De acordo com Friedrich e Philippi (2020, p. 109), “a *blockchain*, cuja tradução significa cadeia de blocos, é um livro-razão distribuído, semelhante a um livro contábil virtual [...], onde informações são processadas e registradas”. Segundo as autoras, a *blockchain* está relacionada com o Bitcoin, sendo a tecnologia que possibilita seu funcionamento.

nuvem e uma capacidade computacional extensa, as GPUs (*Graphic Processing Unit*). *O deep learning* é a previsão obtida pelos dados.

Diante do entendimento dos algoritmos das redes sociais, a conjuntura da formação de bolhas nas redes sociais é um dos cerne na discussão levantada nos âmbitos acadêmico e não acadêmico, por impulsionar fortemente o compartilhamento de *fake news*, e trazendo consequências danosas à área da comunicação. Para Santaella e Kaufman (2020), a principal crítica ao fenômeno das bolhas é a homogeneização das relações sociais, em virtude da formação de ciclos sociais fechados e constituídos de semelhantes. As autoras afirmam que o filtro dos conteúdos feito pelos algoritmos amplificam tendências homofílicas, em outras palavras, é a tendência de se ligar a um semelhante, buscando concordâncias e evitando discordâncias. Ademais:

De fato, na homofilia encontra-se a fonte primeira das *fake news*. Essas são de variadas espécies, desde a mera brincadeira, o *trolling*, os memes que visam enganar, as meias verdades até a mentira. Infelizmente estas últimas têm muito mais apelo, as *fake news* têm mais probabilidade de serem compartilhadas do que notícias corretas. Mas as grandes causadoras dos compartilhamentos são as crenças nas quais os indivíduos se enclausuram: só gostam daquilo que está em concordância com o que confortavelmente pensam e sentem. É justamente o perfil de cada um que é rastreado pelos algoritmos. Portanto, o grande vilão não é simplesmente o algoritmo, mas a dificuldade que o ser humano tem para transformar seu modo de pensar e ver o mundo (SANTAELLA; KAUFMAN, 2020, p. 8).

A expressão *fake news* se tornou relevante no contexto das eleições presidenciais norte-americanas no ano de 2016. Na época, a candidata Hillary Clinton (Democratas) concorreu contra Donald Trump (Republicanos), conhecido por suas opiniões controversas, e por conta disso alvo das manchetes jornalísticas. Ao menor sinal de crítica por suas ideias e posicionamentos, Trump acusava a mídia de criar *fake news* a seu respeito. A mídia tradicional utiliza o termo *fake news*<sup>6</sup> para designar notícias falsas compartilhadas em redes sociais (PETROLA, 2018). Com efeito, os motivos responsáveis pelo atrativo da disseminação de *fake news* se ancoram no lucro gerado pelos cliques em postagens nas redes

---

<sup>6</sup> Existe uma crítica por trás do uso do termo, “se é *fake*, não é *news*”. Isto é, com o aumento da intimidação a imprensa por políticos autoritários, estes justificam notícias negativas como sendo *fake news*. Caso fosse uma informação falsa, não seria noticiada. É necessário salientar os mecânicos próprios ou jurídicos utilizados pelo jornalismo para se retratar e corrigir seus erros, ilustrado no direito de resposta assegurado pela Lei 13.188 (RIZZO; BECHKER, 2020). Enquanto é possível identificar o autor de uma notícia de um veículo jornalístico, o mesmo não ocorre com o autor de uma *fake news*, pois preferem o anonimato. Tendo isto em mente e apenas com o fim de facilitar a compreensão do leitor, o termo *fake news* será utilizado para se referir a informações disseminadas com o intuito de confundir e enganar usuários nas redes sociais.

sociais e por razões ideológicas, visto que há probabilidade de influenciar a opinião pública acerca do apoio ou divergência a determinado candidato em uma eleição (PETROLA, 2018).

A expansão da internet possibilitou alternativas para a produção de informações jornalísticas. Para Petrola (2018), nas últimas duas décadas as relações entre a imprensa tradicional, de jornalismo característico e com normas, e uma imprensa alternativa, independente e com produção de notícias com opiniões diferentes, foram modificadas. Um fator contribuinte para a formulação do jornalismo alternativo foi o surgimento de sites e blogs, responsáveis por propiciar novas plataformas abertas a divulgação de notícias de modo mais livre, excluindo requisitos da mídia tradicional como escolha de pauta, padronização de textos e linha editorial. Em adição às plataformas citadas anteriormente, o advento das redes sociais incentivou de mesmo modo o uso e a criação de perfis por parte dos jornalistas das mídias tradicional e alternativa.

Paralelamente, a aparição de plataformas de áudio e vídeo, como *YouTube*, viabilizaram uma nova conjuntura, no qual o indivíduo comum pode criar um “meio de comunicação” próprio, motivando por sua vez, a criação de um novo mercado de comunicação (PETROLA, 2018). Ainda segundo Petrola (2018, p. 113), os novos agentes se tornam líderes de opinião e “muitas vezes exercem atividades jornalísticas, como difusão de notícias, comentários e debates, sem depender de vinculação a empresas jornalísticas tradicionais”. Outrossim, as redes sociais e outras plataformas da internet são receptoras ativas, ou seja, concomitante produtoras e consumidoras da informação.

É importante observar os impactos negativos da formulação de notícias e informações por criadores fora do âmbito jornalístico profissional, em razão da não execução de procedimentos da mídia tradicional, pautados na checagem da fonte, na verificação de grande número de fontes simultaneamente, citação da fonte escolhida e evitamento da utilização de termos problemáticos (PETROLA, 2018). Em decorrência disto, a informação disponibilizada na nova conjuntura não possui os recursos que garantam a veracidade daquela notícia, favorecendo o compartilhamento das *fake news*, disseminação de boatos e de temáticas extremistas. Outro aspecto marcante do efeito bolha nas redes, é o aprofundamento da polarização diante da exposição a opiniões contrárias, que será mais bem discutida no segundo capítulo.

Em relação ao impacto negativo para o ambiente político, para Patrícia Campos Mello (2020), na versão moderna do autoritarismo ou nas “democracias iliberais”, não é preciso censurar a internet, e afirma isto utilizando o exemplo do primeiro-ministro húngaro Viktor Orbán. Este caso demonstra que a estratégia mais congruente para controlar a narrativa é

bombardear as redes sociais com a nova versão dos fatos desejados, para a criação de uma nova verdade e o abafamento das narrativas reais. Quanto aos mecanismos utilizados para o auxílio desta nova perspectiva, segundo Mello (2020, p. 19):

Essa avalanche de desinformação muitas vezes é impulsionada com recursos de marketing que fazem sobressair determinados conteúdo. No *Facebook* e no *Instagram*, por exemplo, é possível pagar para que um conteúdo atinja mais pessoas, seja visto mais amiúde ou alcance certos públicos (segmentados por idade, gênero, localização e outros parâmetros). No *Twitter* e no *Facebook*, quanto mais engajamento (cliques e curtidas) tem um conteúdo, maior destaque ele recebe. No entanto, muitas vezes usam-se sistemas automatizados, os robôs ou *bots*, ou então pessoas contratadas, os trolls, para forjar maior engajamento em certos conteúdos e dar visibilidade a certo tema, simulando uma popularidade que ele não tem.

Para Harari (2018), a perda da credibilidade do liberalismo está relacionada com o desenvolvimento da tecnologia, mais precisamente a tecnologia da informação e a biotecnologia. O autor afirma que com o desenvolvimento desses dois campos, a democracia liberal e a economia de livre mercado podem se tornar ultrapassados. Harari (2018) afirma que o crescimento econômico não é suficiente para solucionar os problemas sociais advindos do desenvolvimento tecnológico, no sentido de que esse crescimento se relaciona cada vez mais com o surgimento de novas tecnologias. Anteriormente os humanos competiam com máquinas apenas no âmbito das habilidades manuais, no entanto, as máquinas estão pouco a pouco competindo com humanos no âmbito das habilidades cognitivas.

Outra conjuntura decorrente do desenvolvimento da tecnologia segundo Harari (2018) é sua utilização em democracias e ditaduras. Ele afirma que o real conflito entre esses dois sistemas não é moral, e sim quão bem os dados são processados. Em democracias, o poder de processar informação e tomadas de decisão são compartilhados entre pessoas e instituições, enquanto em ditaduras a informação permanece em apenas um lugar. A inteligência artificial, por outro lado, possibilita armazenar grande quantidade de informação em apenas um local, tornando estes sistemas mais eficientes.

Como exemplo de controle e monitoramento de cidadãos, Harari (2018) afirma que um processo semelhante ocorre em Israel, líder no desenvolvimento de tecnologia de vigilância. No momento em que palestinos viajam de uma cidade a outra, postam no *Facebook* ou realizam uma ligação, são monitorados por software de espionagem, microfones ou câmeras israelenses. Esses processos são justificados com a asserção de neutralização de possíveis ameaças. O autor afirma que eventualmente bilhões de pessoas vão experimentar situações semelhantes.

Para Dasgupta (2018), os desafios políticos enfrentados no século XXI demonstram uma desesperança quanto à capacidade do Estado nacional para responder e combater estas adversidades. O autor questiona qual a relação do surgimento dessa desesperança em diferentes Estados. Para ele, a tendência é observar esses fenômenos separadamente, a política diz respeito aos acontecimentos do Estado soberano, e a política internacional compreende todo o “resto”. Ele continua a observar que mesmo que utilizemos os mesmos produtos no mundo todo, utilizemos as mesmas plataformas, como Facebook ou Google, a vida política é separada e mantém a visão de fronteiras. O autor ainda afirma que os Estados não passam por um processo de decadência política e moral do qual não podem se retirar sozinhos.

O autor defende que estes processos ocorrem em decorrência da estrutura política do século passado ser incapaz de lidar com os empecilhos deste século, como finanças desregulamentadas, militância religiosa, milhares de refugiados imigrando, rivalidade entre potências, tecnologia autônoma, má distribuição da riqueza e de recursos, desconstrução de ideias como a sociedade de nações e a eclosão das consequências do colonialismo. Conjuntamente, o populismo está em ascensão em diversos países. Para lidar com estes problemas globais, as soluções devem seguir a mesma proporção. O sistema político precisa regulamentar as finanças globais e criar mecanismos de política transnacional (DASGUPTA, 2018).

De acordo com Dasgupta (2018), empresas de grande porte como *Google* e *Facebook* já estão assumindo papéis anteriormente pertencentes ao Estado, como vigilância e cartografia, e a tecnologia pode assumir ainda mais papéis do Estado no futuro. O poder que o Estado nacional tinha no século XX não pode mais ser reproduzido, pois as circunstâncias do século XXI são outras. Para fingir uma espécie de autoridade, as nações alimentam sentimentos anti-imigração ou exaltam alguma conquista militar. É preciso entender então como os movimentos políticos no século XXI têm respondido às diversas crises e desafios advindos da tecnologia ao mesmo tempo em que os utilizam. A seguir, será discutida a posição da extrema direita no século XXI.

### 1.3 A EXTREMA DIREITA NO SÉCULO XXI

A ascensão da ideologia e de partidos de extrema direita nas últimas décadas vem sendo observada. Para Löwy (2015, p. 656-657), esse fenômeno pode ser explicado a partir do processo de globalização capitalista neoliberal, o qual também o considera “um poderoso processo de homogeneização cultural forçada”, e uma maneira de reproduzir em nível global

os *identity panics*<sup>7</sup>, princípio pelo qual a busca por fontes e raízes condiciona “formas chauvinistas<sup>8</sup> de religião, formas religiosas de nacionalismo, além de alimentar conflitos étnicos e confessionais”. Nesta discussão, é relevante iniciar a análise incluindo o significado e classificações a respeito da extrema direita. No que diz respeito a definição de extrema direita, Cus Mudde (2000) aponta uma lacuna dentro dos campos de estudos quanto a uma definição aceita universalmente.

Adicionalmente, em sua análise, muitos autores utilizam definições próprias de extrema direita para contrapor suas crenças pessoais ou para relacionar suas particularidades aos seus oponentes políticos. Porém, é aceita a visão da categorização da extrema direita como uma ideologia política, por mais que algumas características possam variar. Dito isso, para Mudde (2000), cinco atributos emergem com frequência para identificar essa ideologia: racismo, xenofobia, antidemocracia, nacionalismo e defesa do estado totalitário. Destes cinco, o autor entende ser necessário a presença de pelo menos três aspectos para identificar a extrema direita. Outros aspectos pertinentes do fascismo são trazidos por Umberto Eco.

Umberto Eco, em uma conferência ocorrida na Columbia University nos Estados Unidos em 1995, cunhou o chamado “Ur-Fascismo” ou fascismo eterno, caracterizado por quatorze aspectos ou arquétipos: o culto da tradição, a recusa da modernidade, o culto da ação pela ação, o desacordo como traição, é racista por definição, apelo às classes médias frustradas, obsessão da conspiração, os inimigos são simultaneamente fracos demais e fortes demais, o pacifismo é conluio com o inimigo e a vida é uma guerra constante, desprezo pelos fracos, a educação a fim de se tornar um herói, repressão a questões sexuais e de gênero, oposição a governos parlamentares e a utilização da “novilíngua”.

O primeiro arquétipo, o culto da tradição, diz respeito ao apelo do tradicionalismo, à construção de uma cultura sincretista, e a negação do avanço do saber e da verdade, pois já foram revelados. Cabe ao Ur-fascista apenas prosseguir a interpretação das mensagens ocultas de ambos. A recusa da modernidade se relaciona com a crítica ao modo de vida capitalista, e principalmente com a rejeição aos espíritos da revolução francesa e da independência norte-americana, além da crença de que o iluminismo e a razão foram o início da depravação moderna. Para Eco (2019), o Ur-Fascismo tem como uma de suas características o irracionalismo. O próximo arquétipo, a ação pela ação, traz à tona o caráter anti-intelectual

---

<sup>7</sup> Pânicos de identidade (LÖWY, 2015).

<sup>8</sup> Segundo o Dicionário Online de Português (s.d.), o termo chauvinismo significa “patriotismo exagerado, excesso de ufanismo, demonstrado de maneira agressiva e fanática”, ou “ufanismo nacionalista ou euforia em excesso pelo que é nacional”, ou ainda “sensação de desprezo demonstrada por tudo que é estrangeiro”. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/chauvinismo/>. Acesso em: 29 nov. 2021.

dessa ideologia, uma suspeita direcionada aos intelectuais e culto à ação acima da reflexão. Já o desacordo como traição, gira em torno do pensamento de que críticas não podem ser aceitas, na medida em que esta é um sinal de modernidade, um instrumento para maior desenvolvimento do conhecimento. Enquanto o racismo por definição escancara a aversão à diversidade e à diferença, o Ur-Fascismo é contra intrusos.

Quanto a apelar às classes médias frustradas, Umberto Eco quer salientar a característica do Ur-Fascismo de se voltar à frustração individual ou social, pois essa ideologia é fruto desses dois pontos. A obsessão da conspiração resgata outra de suas características intrínsecas, a identidade, apoiada no nacionalismo. O Ur-Fascismo dita que o único privilégio dos indivíduos pertencentes a ele é o fato de terem nascido no mesmo país, então os indivíduos se sentem encurralados pelo outro, a conspiração tratada aqui é muitas vezes internacional, e facilitada pela ode à xenofobia. A fim de que os seus seguidores vejam seus inimigos como fortes, o Ur-Fascismo faz com os primeiros se sintam diminuídos diante dos outros por meio de comparação econômica ou de sua força propriamente dita. Ao mesmo tempo os seguidores devem ser convencidos que podem vencer o inimigo.

A associação entre pacifismo e guerra constante para o Ur-Fascismo, segundo Eco (2019, p. 52), é a de que para essa ideologia “não há luta pela vida, mas antes ‘vida para a luta’”. Ou seja, não existe a possibilidade de pacifismo e a vida é uma guerra perpétua. De forma contraditória, a convicção da derrota dos inimigos cria um paradoxo e nas palavras do autor, “um complexo de Armagedom”, porque ao presumir que os inimigos podem e devem ser derrotados, se deduz que haverá uma batalha definitiva e o Ur-Fascismo terá domínio mundial. No décimo arquétipo, o desprezo pelos fracos, o movimento dita um “elitismo popular”, porque seus cidadãos estão acima de qualquer outro no mundo, e fazendo parte do partido esse cidadão se torna o melhor cidadão possível. Outrossim, o movimento é organizado de forma hierárquica, o líder despreza seus subordinados, e estes desprezam os que estão abaixo de si, fortalecendo um elitismo de massa.

Ainda sobre a organização da sociedade no Ur-Fascismo, Eco (2019) salienta a ideia de heroísmo presente na ideologia. O indivíduo é educado para ser um herói, esta é a norma do movimento. Outro aspecto curioso dessa ideologia é o arquétipo da repressão a questões sexuais e de gênero, em face do Ur-fascista deslocar sua ânsia por poder para temáticas sexuais, explicando a motivação de seu machismo e homofobia exacerbados. Em décimo terceiro lugar, a oposição a governos parlamentares, a ideologia se ancora em um “populismo qualitativo”. Diferentemente de regimes democráticos, em que os cidadãos têm importância

quantitativa, a maioria decidindo os rumos políticos, no Ur-Fascismo os pertencentes não têm direitos e têm uma vontade em comum enquanto coletividade, cabendo ao líder interpretá-las.

Em último lugar, Umberto Eco relaciona a novilíngua, inventada pelo escritor britânico George Orwell em seu livro “1984”, com o vocabulário que os fascistas utilizavam para produzir seus textos escolares. Para cercear o desenvolvimento de pensamento crítico, os fascistas simplificavam a linguagem das produções acadêmicas. Por fim, para Eco (2019), o fascismo é muito adaptável, uma vez que mesmo ao eliminar uma ou mais de suas características, ainda é considerado fascismo. Além disso, esse movimento é contraditório por natureza, deve ser sentido, não pensado. Mesmo diante dessas características, a articulação de grupos de extrema direita em plataformas *online* é feita com estrategicamente.

Em uma pesquisa conduzida durante três meses, para a organização *Institute for Strategic Dialogue*, os autores Davey e Ebner (2017) analisaram o crescimento da nova extrema direita nos Estados Unidos e na Europa. O exame de 5000 mensagens em 50 plataformas distintas revelou que os grupos de extrema direita possuem estratégias e táticas para impulsionar sua influência além do âmbito *online*, impactando o mundo real. Essa influência foi traduzida através de influência em eleições, intimidação da oposição política e atração da atenção da mídia mundial. Em segundo lugar, os autores demonstraram que grupos de extrema direita de diferentes localidades estão colaborando entre si para realizar objetivos em comum, como boicotar as leis referentes a discurso de ódio, impulsionar a ascensão de populistas de direita ao poder e prevenir a vinda de imigrantes para a Europa.

Davey e Ebner (2017) demonstraram ainda que a articulação desses grupos se volta a plataformas alternativas *online* para troca de conhecimento transnacional, arrecadação de fundos e a organização de operações com o intuito de reunir informações. Os autores descrevem esses grupos como oportunistas, por observar nestes um esforço em superar diferenças geográficas e ideológicas para ampliar seu alcance, impacto e influência. O conteúdo produzido pelos grupos é adaptado a públicos diversificados, podendo variar da proteção a liberdade de expressão a ativismo supremacista branco. Esse alcance a diferentes públicos está relacionado à utilização de grupos com mensagens menos extremistas para a disseminação da extrema direita em um movimento de massa, radicalizando pessoas comuns. Diante dessas considerações acerca do contexto europeu e americano, é necessário discorrer sobre o cenário brasileiro.



Quanto ao Brasil, segundo Andrade (2013), a extrema direita brasileira adquire maior relevância com os integralistas<sup>9</sup> a datar da década de 1930, pois durante esta época o partido integralista buscou ascender politicamente. Como Andrade (2013) observa, após a Segunda Guerra Mundial, o integralismo perde sua relevância, mas passa por todas as décadas do século XX até alcançar o século XIX. Quando o autor fala sobre a extrema direita, foca nas ideologias integralista e neonazista, reconhecendo suas diferenças, e ao mesmo tempo afirma ser possível identificar semelhanças entre ambos, cujas características em comum são o “nacionalismo extremista, o combate ao bolchevismo e o culto a aperfeiçoamento do ser” (ANDRADE, 2013, p. 73).

No século XX, as ideologias de extrema direita permaneceram “representadas” com o golpe militar de 1964, no qual integralistas obtiveram a chance de ocupar cargos no governo. Ademais, na década de 1980, o surgimento dos *skinheads*, um movimento cuja inspiração veio da ideologia nacional socialista contribuiu para a disseminação contínua da extrema direita. No Brasil, a incorporação da suástica nazista e de seus ideais ocorreu de forma lenta no movimento *skinhead*, e foi impulsionada de vez no Sul do país, devido a existência do Partido Nacional Socialista dos Trabalhadores da Alemanha no período da Segunda Guerra e ao número considerável de descendentes europeus na região (ANDRADE, 2013).

A partir da década de 1990, a internet, em consonância com a promoção dos direitos humanos, também se tornou um espaço para perseguição destes direitos, em razão do anonimato possibilitado. Na internet é possível encontrar conteúdos revisionistas e extremistas com facilidade, e os últimos anos demonstram a articulação de grupos voltados a essa ideologia. No segundo capítulo será discutida a ascensão ao poder de uma extrema direita brasileira atual, representada pelo político Jair Messias Bolsonaro.

---

<sup>9</sup> A ideologia do integralismo corresponde ao movimento de extrema direita de maior peso em território brasileiro. Para Andrade (2013), os integralistas pretenderam adaptar uma visão fascista para a realidade política do país. Nessa ideologia, havia uma variedade de interpretações para o pensamento conservador, e “alguns integralistas acreditavam que a raça brasileira seria uma união de todas as raças, o que logo se tornaria mais homogêneo, fruto da miscigenação ao passar dos anos, característica que seria exclusivamente Brasileira” (ANDRADE, 2013, p. 73). Esse pensamento é explicado devido a realidade brasileira, a qual em muito se diferencia da sociedade alemã, pois a primeira é uma sociedade composta em sua maioria por mestiços e negros, dificilmente uma ideologia de supremacia racial teria apoio popular. No entanto, é necessário salientar que o integralismo brasileiro buscou uma desvinculação do nazismo alemão, não significando a ausência completa de discurso antissemita e de segregação entre as raças em meio aos integralistas.

## 2 O GOVERNO DE BOLSONARO E O USO DAS REDES SOCIAIS

De acordo com a crença popular, há duas temáticas que “não podem ser discutidas”, a religião e a política, pois são responsáveis pelo despertar de atritos e discussões baseadas mais na emoção do que na razão. No Brasil, a discussão sobre política sempre envolveu o tema corrupção e a asserção de que o brasileiro é corrupto por essência, logo o sistema político seguia essa lógica. A participação das mídias tradicionais na divulgação da corrupção não era incomum, contribuindo para o conhecimento público dos casos. Sempre foi comum o ataque a figuras políticas, todos eram naturalmente corruptos e desconfiava-se de suas intenções. Apesar disso, a consequência era paradoxal, pois o conhecimento público desses escândalos apenas reforçava a sensação dos brasileiros de que não havia o que ser feito, apenas esperar o próximo caso a ser noticiado.

Com a maior adesão as redes sociais, a apatia do brasileiro foi alterada, principalmente a partir das manifestações de junho de 2013, as quais estabeleceram um novo patamar nas discussões políticas. Eventualmente conhecidas como as Jornadas de Junho, uma manifestação do Movimento Passe Livre contra o aumento de vinte centavos na passagem de ônibus levou à eclosão de uma onda de protestos em diferentes cidades do país com reivindicações diversas. Inicialmente a mídia condenou as manifestações, resumindo-as a vandalismo, mas foi forçada a voltar atrás perante os posts e vídeos dos protestantes nas redes sociais mostrando o outro lado da narrativa, desafiando as informações noticiadas pelas mídias tradicionais. Com o decorrer dos protestos, a união de diferentes bandeiras e opiniões políticas pesaram e por fim enfraqueceram o movimento. Com o êxito da motivação inicial das manifestações, a passagem sendo mantida a três reais, o movimento findou (BRUGNADO; CHAIA, 2014).

A tendência da discussão de pautas políticas e a forte insatisfação seguiu as eleições de 2014, momento em que a política começou a ser discutida na internet cada vez mais. O então lado esquerdo do espectro político se uniu em prol de impedir um projeto neoliberal por parte do PSDB, em contraponto à direita que atrelou a seu discurso um sentimento de um antipetismo dito apartidário (BRUGNADO; CHAIA, 2014). Aécio Neves, candidato da direita pelo PSDB perdeu as eleições para Dilma Rousseff, do Partido dos Trabalhadores (PT). As eleições de 2014 trouxeram à tona um nível de polarização política até então nunca sentido na sociedade brasileira, e a insatisfação da direita levou a uma articulação que resultou no impeachment de Rousseff. O antipetismo gerou uma aversão à esquerda e a radicalização ideológica, permitindo a ascensão da extrema direita nas eleições de 2018 sob a forma da

candidatura de Jair Messias Bolsonaro. Sendo assim, o resultado das eleições presidenciais estampou a vitória de Jair Bolsonaro, com mais de 57 milhões de votos, contabilizando 55,13% dos votos válidos, contra 44,87% dos votos direcionados a Fernando Haddad do PT (FOLHA DE SÃO PAULO, 2018).

Neste cenário de “popularização” das *fake news*, endossadas por Bolsonaro ou bolsonaristas, além do ataque a instituições democráticas, surgem processos como o Inquérito das *Fake News*. Em março de 2019, em resposta a notícias de teor calunioso e difamatório contra ministros do Supremo Tribunal Federal (STF), o ministro Dias Toffoli, presidente do STF, determinou a abertura do inquérito para investigação das ameaças, sendo presidido pelo ministro Alexandre de Moraes, e apoiando-se no artigo 43 do Regimento Interno do Supremo o qual determina que “ocorrendo infração à lei penal na sede ou dependência do tribunal, o presidente instaurará inquérito, se envolver autoridade ou pessoa sujeita à sua jurisdição, ou delegará esta atribuição a outro ministro” (CONJUR, 2019). A motivação para apurar os fatos se aglutinou nas declarações ofensivas do procurador da República, Diogo Castor de Mattos, a respeito da Justiça Eleitoral (CONJUR, 2019).

Já foi discutido como a internet é um espaço de liberdade, mas que isso a condicionou à mercê de diversas influências. Estudou-se também como a propaganda digital está sendo empregada, por exemplo, por regimes autoritários como uma ferramenta de controle da informação juntamente com mecanismos de censura, vigilância, ameaça e violência. Bradshaw e Howard (2019) observaram três tipos de utilização da propaganda política no ambiente em redes: difamação da oposição política, repressão dos direitos humanos e descrédito dos políticos com opiniões divergentes ao partido. A proposta deste capítulo é justamente analisar como o atual presidente brasileiro, Bolsonaro, tem utilizado deste ambiente para fazer política.

## 2.1 O USO DAS REDES SOCIAIS E A PROJEÇÃO BOLSONARISTA NO PERÍODO ANTERIOR ÀS ELEIÇÕES DE 2018

Segundo Santos, Araújo, Penteadó e Goya (2020), baseando-se no relatório Digital 2020<sup>10</sup>, formulado pela empresa de estatísticas *We are social*, em janeiro de 2020 o Brasil contava com mais de 150 milhões de usuários de internet ou cerca de 71% de brasileiros. Deste número, 140 milhões ou 66% de brasileiros são usuários de redes sociais com uma

---

<sup>10</sup> Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-brazil>. Acesso em: 25 outubro 2021.

média de utilização diária de 3h e 31 minutos. Atualmente, segundo dados divulgados em janeiro de 2021 pelo Statista<sup>11</sup>, a internet possui 4,66 bilhões de usuários ativos ao redor do mundo. Deste percentual, 4,32 bilhões de usuários utilizaram telefones celulares para acessar a internet. Em 2021, quanto o número de brasileiros, o *Facebook* conta com 200 milhões de usuários brasileiros e o *Twitter* possui 19 milhões de usuários. É possível observar através desses dados a relevância das redes sociais. No campo da política, se mostra uma ferramenta expressiva, como demonstrada pelo caso Bolsonaro. Esta seção abordará o motivo pelo qual as redes sociais são pertinentes para a política através do estudo do cenário político brasileiro “pré-Bolsonaro” e como as redes sociais são indispensáveis na sustentação do discurso bolsonarista.

Primeiramente, segundo Tavares e Almeida (2014), as redes sociais virtuais têm importância para as ações de políticos devido à possibilidade de serem empregadas na discussão e divulgação de ideias propostas pelo governo durante campanhas eleitorais. Além de propiciar informação constante de seus eleitores, os políticos podem desta forma aumentar a sua base eleitoral em razão do fácil acesso a essas informações e seu baixo custo. Os autores ainda salientam duas conjunturas, a atuação das redes sociais como uma ferramenta de comunicação entre eleitores e não eleitores e um veículo para divulgar as medidas concretizadas durante o mandato político.

Tavares e Almeida (2014) argumentam que a internet e a política estão relacionadas sob três perspectivas. Em primeiro lugar encontra-se a comunicação interativa entre políticos e cidadãos, pois este último deixa de estar condicionado a ser somente um receptor ou espectador. O cidadão adquire mais liberdade para interagir com seus governantes. A segunda perspectiva é a facilitação do contato, uma vez que o indivíduo tem mais chances em encontrar um candidato em uma realidade onde basta um computador com acesso à internet. A terceira diz respeito ao contato direto efetuado entre cidadão e político, porque a informação trocada entre ambos dispensa o intermédio de jornalistas e intérpretes. Diante dos pontos apresentados, para compreender o apelo do discurso de Bolsonaro nas redes é necessário abordar o cenário político no sistema internacional e no Brasil.

Internacionalmente, Almeida (2019) destaca o contexto atual de declínio da democracia liberal no qual partidos de direita ou extrema direita tiveram um desempenho positivo nas eleições, como no caso francês, e no Reino Unido com o *Brexit*, impulsionado principalmente com a insatisfação da chegada de imigrantes europeus e não europeus. Outro

---

<sup>11</sup> Disponível em: [https://www.statista.com/topics/1164/social-networks/#dossierSummary\\_chapter1](https://www.statista.com/topics/1164/social-networks/#dossierSummary_chapter1). Acesso em: 14 dez. 2021.

caso destacado foi o americano, em razão de Donald Trump e o discurso antiglobalista. Já a América Latina, anteriormente caracterizada por governos de esquerda e centro-esquerda no poder durante os anos 2000 e a busca por um bloco com uma proposta de desvinculação com a política externa dos Estados Unidos, assistiu por outro lado o declínio destes partidos em meados de 2010 por conta dos escândalos de corrupção e a ruptura com o “*status quo* social, econômico e cultural por meio de políticas inclusivas e de diversidade” (ALMEIDA, 2019, p. 186).

Para Almeida (2019), atualmente uma conjuntura de destaque em relação aos poderes Executivo e Legislativo é a desqualificação da representação política, vistos como corruptos ou condescendentes com a corrupção, e o desgaste da legitimidade dos políticos e da política em si diante do cidadão brasileiro. A desconfiança com a classe política torna-se mais evidente por conta do caráter de denúncia reforçado pela mídia brasileira com a cobertura de notícias problemáticas acerca da classe política, como “escândalos de corrupção, vazamentos de informações e áudios comprometedores e operações policiais com detenção de agentes públicos em tempo real” (BIANCO; AZEVEDO JÚNIOR, 2019, p. 5). Ademais, no Brasil:

A atividade política em poucos momentos gozou de prestígio na opinião pública nacional, que sempre a viu com desconfiança, quando não de modo incriminador. A novidade mais recente foi a perda da bandeira da ética pelo campo político à esquerda, sobretudo pelo papel desempenhado pelo Partido dos Trabalhadores (PT). O discurso dos setores à esquerda sobre ética na política – que já se encontrava sob suspeita em alguns governos estaduais e municipais anteriores às eleições de 2002 – começou a ser demolido de maneira consistente ainda durante o primeiro governo Lula (2003-06), em torno do escândalo do Mensalão, cujo julgamento, em 2011 e 2012, foi sucedido por outro escândalo de corrupção na Petrobras (o Petrolão). Tudo isso aprofundou o descrédito dos políticos e da política (à esquerda, ao centro e à direita) a ponto de gerar em parte da população nas duas últimas décadas eleições o desejo por opções vindas de fora do sistema político ou, de maneira mais radical, contrárias a ele (ALMEIDA, 2019, p. 188).

Cioccari e Persichetti (2019), ancorando-se nos dados Departamento Intersindical de Assessoria Parlamentar (DIAP), descreveram o Congresso resultado das eleições de 2014 como o mais conservador pós-1964. Ademais, foi observado um aumento de 25% no número de ex-policiais eleitos nos cargos de deputado estaduais ou federais. O DIAP ainda demonstrou o aumento do número de parlamentares de crenças mais conservadoras e ligados a segmentos como religioso, ruralista, policial e militar dentro do Congresso Nacional (CIOCCARI; PERSICHETTI, 2018). Entre as pautas defendidas por esses segmentos

destacam-se a redução da maioria penal, a revisão do Estatuto do Desarmamento e a criação de leis mais severas para punição da criminalidade. Neste sentido, Bolsonaro emerge como um representante desses segmentos.

Cioccari e Persichetti (2019) veem poucas mudanças no discurso de Jair Bolsonaro em sua atuação como deputado federal desde 1991, contabilizando 30 anos de carreira política. As autoras observam uma produção legislativa limitada, resumida na apresentação de 170 projetos e aprovação de somente dois. Ao invés do reconhecimento por sua atuação política, Bolsonaro deve sua popularização a pronunciamentos controversos. Outrossim, para Cioccarri e Persichetti (2019, p. 142), Bolsonaro:

Aproveita a decepção com políticos e partidos tradicionais, como o PT e o PSDB, principalmente, após as Jornadas de Junho de 2013, quando houve um aumento da descrença nas instituições políticas em função da campanha ostensiva da mídia de que a política brasileira estava contaminada pela corrupção e pelo clientelismo (CIOCCARI; PERSICHETTI, 2019, p. 142).

Ao passo que a imagem de Bolsonaro na mídia tradicional era de um “parlamentar polêmico, agressivo, excêntrico, militar estatizante com uma pauta de costumes conservadores”, nas redes sociais o político “trabalha uma imagem de quem defende os valores da família e da sociedade”, segundo Cioccarri e Persichetti (2019, p. 137). Neste sentido, ao analisar os posts mais curtidos em sua página no *Facebook*, os autores Silva, Botelho Francisco e Sampaio (2021) demonstram que o discurso de Bolsonaro já vinha sendo elaborado e moldado antes mesmo das eleições de 2018.

Em relação à rede social *Facebook*, os autores analisaram o discurso das postagens feitas em seu perfil oficial no período de 2013 a 2016, e identificaram o interesse de Bolsonaro, já naquele momento, de concorrer às eleições presidenciais de 2018. Como resultado da pesquisa, Silva, Botelho Francisco e Sampaio (2021) observaram o ódio político-partidário como o elemento mais preponderante. Em segundo lugar, os autores identificaram o discurso xenofóbico, sexista e LGBTfóbico. Para os autores ambos eram externados por meio de insultos, estereótipos e generalizações, ameaças e sentimento de superioridade.

Utilizando a ferramenta Netvizz<sup>12</sup>, Silva, Botelho Francisco e Sampaio (2021) verificaram 1.548 postagens entre 2013 e 2016, e apontaram as cinco com maior engajamento no perfil. Ao selecionar as postagens, buscaram apreender se era possível afirmar a existência

---

<sup>12</sup> Software desenvolvido com o intuito de acessar as informações públicas do Facebook, e fazer a curadoria de dados para fins acadêmicos e de pesquisa. Após mudanças na política no Facebook, a ferramenta foi desativada em 2019 (SILVA; BOTELHO; SAMPAIO, 2021).

de discurso de ódio ou incitação ao ódio no perfil do então deputado. Os dados demonstraram em primeiro lugar de engajamento uma postagem contendo um *link* com os nomes dos deputados que votaram contra a redução da maioria penal<sup>13</sup>. Silva, Botelho Francisco e Sampaio (2021, p. 9) afirmam que ao citar a presidente Dilma, e partidos de esquerda como PT, PSOL e PC do B, a postagem feita em 1º de julho de 2015, os responsabilizava como “promotores de uma cultura de dependência entre os menores infratores com o intuito de manter benefícios financeiros às instituições que trabalham com crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade”.

A segunda postagem com mais engajamento se tratava de uma foto feita em 4 de abril de 2014 no qual uma senhora com um cartaz exibia os dizeres “eu sobrevivi ao regime militar!” e outras frases de apoio a ditadura, pedindo a saída do PT e de Dilma do Brasil<sup>14</sup>. Os autores salientaram o período e a intenção da postagem, realizada em ano de pleito eleitoral e com o intuito de articular uma campanha negativa à Dilma Rousseff. A terceira colocada no pódio das postagens com maior engajamento, publicada em 10 de janeiro de 2016, continha um vídeo com a seguinte legenda: “livros do PT ensinam sexo para criancinhas nas escolas”<sup>15</sup>. Ademais, a legenda ainda afirmava que logo a pedofilia deixaria de ser crime para o PT. Junto a sua filha Laura, Bolsonaro criticou as escolas públicas, e segundo Silva, Botelho Francisco e Sampaio (2021), culpabilizou o governo PT juntamente com os órgãos de Direitos Humanos pela situação da educação. Adicionalmente neste vídeo, o deputado direcionou reprimendas a uma cartilha voltada a crianças e adolescentes, e teoricamente responsável por estimular a erotização precoce e fazer apologia a homoafetividade. Tratava-se da *fake news* do “kit gay”.

---

<sup>13</sup> Disponível em:

<https://www.facebook.com/jairmessias.bolsonaro/photos/a.213527478796246.1073741826.211857482296579/505495562932768/?type=3>. Acesso em: 22 outubro 2021.

<sup>14</sup> Disponível em:

<https://www.facebook.com/jairmessias.bolsonaro/photos/a.250567771758883.1073741828.211857482296579/305498869599106/?type=3>. Acesso em: 22 outubro 2021.

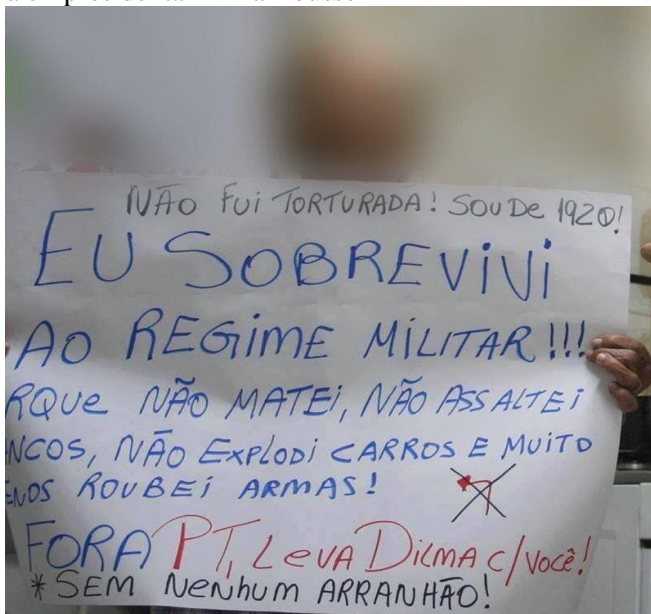
<sup>15</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/watch/?v=576132129202444>. Acesso em: 22 outubro 2021.

Figura 1 – Menores infratores seguram armas e legenda os relaciona com o governo da ex-presidenta Dilma Rousseff



Fonte: Facebook de Jair Messias Bolsonaro. Acesso em: 22 out. 2021.

Figura 2 – Senhora exibe cartaz com mensagem em apoio ao regime militar e repúdio ao partido PT e à ex-presidenta Dilma Rousseff



Fonte: Facebook de Jair Messias Bolsonaro. Acesso em: 22 out. 2021.

A quarta postagem dizia respeito à deputada federal Maria do Rosário, no qual uma suposta matéria noticiava que para se esquivar de perguntas sobre crimes cometidos por menores infratores, a parlamentar teria feito um controle remoto se passar por celular<sup>16</sup>. Conforme Silva, Botelho Francisco e Sampaio (2021) afirmam, o site *e-farsas* buscou atestar a veracidade do fato, para concluir que a matéria foi uma brincadeira do humorista Joselito

<sup>16</sup> Disponível em:

<https://www.facebook.com/jairmessias.bolsonaro/photos/a.250567771758883.1073741828.211857482296579/297890923693234/?type=3>. Acesso em: 22 outubro 2021.



Muller. Por fim, a quinta postagem era relativa a um dos jargões proferidos até hoje, “Direitos Humanos para Humanos Direitos”<sup>17</sup>, e os dizeres “eu prefiro uma cadeia lotada de vagabundo, estuprador, homicida, ladrão, do que um cemitério lotado de inocentes”.

Ou seja, a utilização das redes sociais e a construção do discurso de Bolsonaro não é recente. A estratégia se concentra no *Facebook*, *Twitter* e *WhatsApp*, com destaque para o último. Nas eleições de 2018, houve um predomínio na utilização do aplicativo. Letícia Cesarino (2020) cunhou o termo populismo digital a fim de explicar o fenômeno bolsonarista nas redes sociais, em especial no aplicativo citado. Por populismo digital, a pesquisadora entende “tanto um aparato midiático (digital) quanto a um mecanismo discursivo (de mobilização) e uma tática (política) de construção de hegemonia” (CESARINO, 2020, p. 95). O caso Bolsonaro, em sua visão, é caracterizado por uma campanha bem estruturada nas redes sociais.

## 2.2 O USO ABUSIVO DO WHATASPP E A CONSTRUÇÃO DO BOLSONARISMO ELEITORAL AO PRESIDENCIAL

Para Cesarino (2019), o *WhatsApp* oferece quatro recursos responsáveis por destacá-lo diante de outras redes sociais e explicam sua atuação nas eleições presidenciais. O primeiro deles foi denominado pela autora como capilaridade, e descreve o contexto do acesso a conteúdo encontrado no Facebook ou Twitter, excluindo então a necessidade de acessá-los. Uma vez que isto ocorre, a informação acessada pelos usuários do WhatsApp é enviesada. Em segundo lugar a autora observou a confiança, a maneira como as mensagens eram enviadas na rede. Por ser uma plataforma mais privada, o conteúdo eleitoral foi transmitido em sua maioria por pessoas de confiança, como parentes e amigos. Cesarino (2019) salienta que durante o período o recurso “compartilhado”, no qual o aplicativo demonstra o *status* de uma mensagem, ou seja, se a mensagem foi digitada ou encaminhada pelo emissor da mensagem. Devido a inexistência desta ferramenta na época, a distinção entre as mensagens era dificultada.

O terceiro recurso compreende o isolamento propiciado. O caráter privado da plataforma é inerente a ela, motivo pelo qual as mensagens são criptografadas. De acordo com Cesarino (2019), questiona-se se o *WhatsApp* se assemelha a uma rede social pública como o

---

<sup>17</sup> Disponível em:

<https://www.facebook.com/jairmessias.bolsonaro/photos/a.250567771758883.1073741828.211857482296579/315237955291864/?type=3%2F>. Acesso em: 22 outubro 2021.

*Facebook*, em decorrência da relevância adquirida por grandes grupos, públicos ou fechados. Para a autora (2020, p. 4), “o aplicativo envolve, portanto, um paradoxo emergente: conteúdos que deveriam circular na esfera pública, e serem assim expostos ao contraditório e a contestações, circulam dentro do isolamento propiciado pelo aplicativo, intensificando assim a formação de bolhas. O quarto e último recurso é o ritmo presente na rede social, acessado com frequência durante o dia e cotidianamente pelo brasileiro ante sua pertinência como um instrumento de comunicação pessoal e profissional. Em suma, essa característica permite, nas palavras de Cesarino (2019), a mobilização permanente da atenção no contexto eleitoral.

Do mesmo modo, a relevância do trabalho de Cesarino (2019) se dá pela identificação de elementos presentes no populismo digital bolsonarista. A autora definiu cinco funções metalinguísticas em relação ao conteúdo da campanha digital de Bolsonaro nas redes sociais: fronteira antagônica entre amigo e inimigo, equivalência entre liderança e povo, mobilização permanente através de ameaça e crise, espelhamento do inimigo e inversão de acusações, e por fim a produção de um canal midiático exclusivo. As funções de fronteira antagonista entre amigos e inimigos, o espelhamento do inimigo e inversão de acusações serão tratados com mais profundidade no próximo tópico do trabalho para discutir a difamação da oposição política.

As funções dessa fronteira e a equivalência entre liderança e povo estão interligadas. Em relação à primeira, devido aos acontecimentos políticos prévios no país, como a Operação Lava Jato e o impeachment de Dilma Rousseff, Bolsonaro emergiu a frente como o rosto do movimento anticorrupção e antipetista (CESARINO, 2019). Em consonância com Eco (2019) e o fascismo eterno abordado no capítulo anterior, a ideia de um inimigo é constantemente alimentada por “rumores ou denúncias de risco à vida do líder e/ou de seus aliados, por parte de algum inimigo externo ou, às vezes, interno (infiltrados, traidores); ou por alegações de perseguição, acompanhadas de narrativas conspiratórias” (CESARINO, 2020, p. 100). A figura do inimigo se concentrou em torno de Fernando Haddad durante as eleições, porém se flexibilizou em outras direções, como PT, Lula, militância, velha política, comunismo, o então deputado federal Jean Willys, a Globo, a ideologia de gênero, as instituições democráticas, veículos jornalísticos etc. Sobre a segunda função, Laclau (2005 apud CESARINO, 2020) ressalta a equivalência entre liderança e povo sob o ponto de vista do populismo, no qual o líder se desassocia da elite corrupta e privilegiada, afirma estar associado ao povo ou aos “de baixo”.

A mobilização permanente através de ameaça e crise diz respeito ao conteúdo das mensagens compartilhadas no *WhatsApp* que se convergiam ao caráter de *fake news*, isto é,

teorias conspiracionistas, notícias inverídicas, calúnia e difamação direcionados a determinados grupos, notícias ou acontecimentos com contextualização indevida ou alterada e mensagens de aviso alarmistas compunham o arcabouço de sua retórica (CESARINO, 2020). Para Ciocari e Persichetti (2019), Bolsonaro também se pauta no discurso do medo, o qual se transforma em uma estratégia de poder para obter obediência de seus seguidores. De acordo com Ciocari e Persichetti (2018, p. 206):

Bolsonaro utiliza o discurso do medo para respaldar-se num país em que há a construção de um imaginário no qual o delinquente é sempre um “outro” distante do “cidadão de bem” e que obstrui o bom andamento da sociedade. Os aspectos identitários da vida policial como valorização das tradições, da moralidade cristã e a espetacularização dos embates são transpostos para a vida política como forma de justificativa da proteção desses “cidadãos de bem”, o que aponta para uma cidadania cindida pela desigualdade abertamente admitida entre aqueles que merecem usufruir de seus direitos – em especial, o direito à vida – e aqueles que abandonaram o direito à cidadania para entrar no crime.

Já a inversão de acusações e o espelhamento do inimigo é utilizada por bolsonaristas ao reproduzir padrões estéticos da esquerda e inverter o status dessa orientação política. Políticos populistas de direita de muitas localidades impulsionaram a popularização de ideias como “socialista de iPhone” ou “esquerda caviar”, associando a esquerda com uma elite corrupta e políticos como Bolsonaro passam a incorporar “o povo” (CESARINO, 2020). Enquanto o espelho do inimigo espelha a lógica da militância de grupos e demais pautas identitárias como o movimento feminista, negro e LGBTQ+. A atenção da campanha de Bolsonaro se voltou as pessoas que não se identificavam a essas políticas de reconhecimento, e passaram a ser vista como um recurso do inimigo sob os termos “‘feminazi’, ‘ditadura gayzista’, o MST ‘terrorista’, movimento negro que se vitimiza e divide a sociedade” (CESARINO, 2020, p. 109).

A função metalinguística do canal midiático exclusivo foi evidenciada pela formulação de conteúdos de teor acusatório à imprensa profissional ou mídia tradicional, à classe artística e a especialistas e professores. Cesarino (2019) argumenta que o objetivo era uma inversão, isto é, uma realidade no qual a bolha bolsonarista abarcasse a verdade, e conseqüentemente a bolha do âmbito público e dos especialistas fosse relegada à mentira e à manipulação. Para Cesarino (2019), o atentado a faca sofrido por Bolsonaro aprofundou e solidificou este cenário, uma vez que os chamados “marqueteiros do Jair” se propuseram a “assumir sua campanha”. Durante o mesmo período, denúncias sobre disparos em massa no *WhatsApp* surgiram.

Para Cesarino (2019), a despeito dos memes circulados durante a campanha, “eram explícitos na redução discursiva que pretendiam operar: ‘fácil decidir’, ‘simples assim’, ‘basta olhar’ (CESARINO, 2019, p. 6), e devido a esta conjuntura “práticas político-eleitorais tradicionais como debates públicos, consulta a especialistas e mesmo um plano de governo detalhado e consistente mostraram-se irrelevantes para o resultado eleitoral” (CESARINO, 2019, p. 6).

Figura 3 – Associação entre cores e a luta contra o inimigo



Fonte: Cesarino, 2020.

Figura 4 – A simplificação do discurso em memes de redes sociais.



Fonte: Cesarino, 2020.

A seguir, discutiremos as *fake news* divulgadas no período eleitoral de 2018.

### 2.2.1 As eleições de 2018 e as *fake news* de Bolsonaro

As eleições presidenciais de 2018 continuaram a tendência construída na eleição de 2014, porém aprofundaram o abismo da polarização entre direita e esquerda no Brasil. O diferencial desta campanha se concretizou na campanha de Jair Bolsonaro, na época filiado ao Partido Social Liberal (PSL), concentrada principalmente nas redes sociais, demonstrando articulação política *online* organizada através de *fake news* e a criação de um imaginário

antagônico, isto é, de conflito contra um inimigo. As *fakes news* endossadas por seguidores bolsonaristas promoveram uma distorção das verdades e de acontecimentos sem contextualização apropriada, notícias de teor alarmista e a demonização de sua oposição, a velha política e minorias sociais, consideradas “inimigas do Brasil” (CESARINO, 2020). Para Cesarino (2020), um dos fenômenos percebidos nessa nova forma de fazer política é a sua simplificação, anteriormente marcada pela burocracia e exclusiva ao debate de opiniões de especialistas na área. A política se tornou mais próxima do povo, e passível de discussão por qualquer indivíduo com a posse de um celular e redes sociais, agora utilizadas para a leitura de informação e notícias políticas. Quanto à polarização no Brasil, houve a proliferação de perfis de diferentes orientações ideológicas nas redes sociais e em outras plataformas, de um lado perfis de esquerda, e no espectro a direita grupos mais diversos se formavam, divididos de ultraliberais até grupos de extrema direita (PETROLA, 2018).

Nas eleições presidenciais de 2018, Lula, originalmente o candidato pelo Partido dos Trabalhadores (PT), se tornou inelegível por conta de sua prisão por denúncia de corrupção e seu lugar foi tomado por Fernando Haddad. Em relação aos outros candidatos, a eleição era composta por Marina Silva da Rede Sustentabilidade (REDE), Guilherme Boulos do Partido Socialismo e Liberdade (PSOL), Ciro Gomes do Partido Democrático Trabalhista (PDT), Geraldo Alckmin do Partido da Social-Democracia Brasileira (PSDB), e candidatos menores como João Amoêdo do Partido Novo e Cabo Daciolo do Patriota, estes últimos receberam alguma relevância por conta da atenção recebida *online*. Apesar da diversidade de candidatos, a polarização se desenvolveu principalmente pelo embate entre Haddad e Bolsonaro.

De acordo com Tavares (2017), Jair Bolsonaro foi apontado durante as eleições presidenciais como o candidato com maior projeção *online* segundo observado por um estudo realizado pela empresa de monitoramento Zeeng. Tavares (2017) esclarece que as variáveis estudadas foram os números de seguidores e reações no *Facebook*, curtidas no *Instagram* e interações no *Twitter*, as quais Bolsonaro apareceu em primeiro lugar. Na rede social Facebook, o candidato do PSL acumulou em seu perfil o maior número de reações, expressas do curtir à demonstração de tristeza, amor e surpresa. Não obstante, a reação de raiva também teve um alto percentual em suas postagens, cerca de 5%. No tocante aos outros candidatos, os doze somavam juntos 16,9 milhões de seguidores no *Facebook*, 6,2 milhões no *Twitter* e 1,7 no *Instagram*. Ainda em um adendo, Tavares (2017) ressalta um aspecto não observado durante a pesquisa, se o conteúdo dos comentários era positivo ou negativo ao político, uma vez que o foco da pesquisa foi direcionado a quantidade de seguidores e indicadores de engajamento.

Em adição a esta projeção *online*, segundo Coelho, Dias e Maranhão Filho (2018), a campanha de Bolsonaro foi impulsionada pelo uso de *fake news* contidas em postagens nas redes sociais que defendiam as *fake news* sobre o “kit gay” e a “ideologia de gênero”, as narrativas mais ressaltadas durante o período. De acordo com Coelho, Dias e Maranhão Filho (2018, p. 68):

Os eventos que explicitam os debates sobre o “kit gay”, a “ideologia de gênero” e a campanha de Jair Bolsonaro possuem um elemento em comum: a produção em massa das chamadas *Fake news* e a evidenciação de dimensões político-religiosas, utilizadas para estabelecer sujeitos subversivos que seriam os inimigos da “família tradicional brasileira” e que intentariam destruí-la por meio da homossexualização de crianças, da libertinagem sexual e outros elementos.

Conhecido pejorativamente como “kit gay”, o Projeto Escola Sem Homofobia, do ano de 2011, tinha como objetivo fazer frente à homofobia em escolas brasileiras. O material era composto por boletins, caderno, audiovisuais, carta de apresentação e cartaz direcionados aos gestores em educação. Ademais, o Projeto foi proposto pelo Ministério da Educação, sob a direção de Fernando Haddad, com o apoio de ONGs nacionais e internacionais. Estava vinculado ao Programa Brasil sem Homofobia, um programa interministerial, o qual pretendia combater a homofobia em diferentes âmbitos (COELHO; DIAS; MARANHÃO FILHO, 2018). Por conta do repúdio e pressão da Bancada Evangélica e apoiadores, o Projeto foi vetado pela presidente Dilma Rousseff. De acordo com Coelho, Dias e Maranhão (2018), é possível observar na Frente Parlamentar Evangélica<sup>18</sup> (FPE) e aliados aos pensamentos defendidos, a tendência do combate a direitos reprodutivos e sexuais em defesa do que chamam de família tradicional, e das temáticas consideradas um atentado contra a moralidade da religião e aos valores tradicionais.

Sobre a chamada “ideologia de gênero”:

O termo “ideologia de gênero” – que vem sendo fortemente contestado pela comunidade acadêmica e científica – foi cunhado como parte do pensamento dogmático da Igreja Católica na década de 1990. E, posteriormente, incorporado também por grupos evangélicos como uma categoria de acusação contra qualquer menção ao ensino de gênero e sexualidade, especialmente nas escolas públicas. [...] Nesta última, a configuração deste

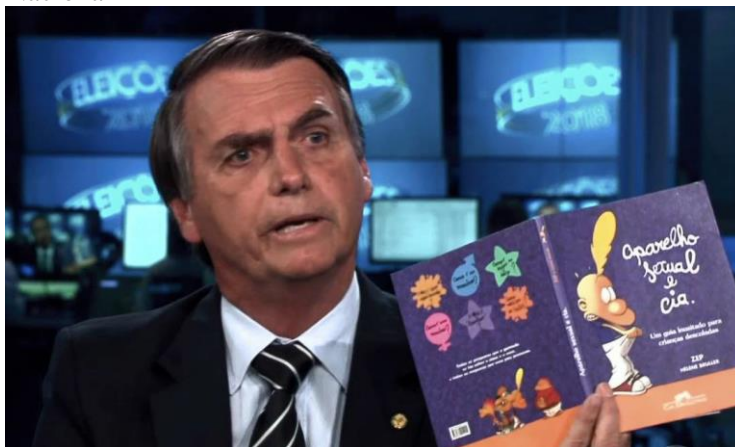
---

<sup>18</sup> Segundo Fernanda Marina Feitosa Coelho (2017, p. 261), a FPE, conhecida como bancada evangélica, é uma formação politicamente organizada e “utiliza o espaço público para lograr efeito na produção legal de suas crenças”. Para a autora, a utilização do discurso de ideologia de gênero proporcionou o entrave a agendas de gênero, fortalecendo a retomada do conservadorismo no Brasil e a noção de que o Estado é um defensor da moralidade defendida pelo grupo, não um promotor de direitos. Coelho (2017) ressalta ainda que o ativismo político religioso da FPE se dá através da utilização da lei e da ciência.

fenômeno ganha contornos próprios e se encruza com posições “anti-esquerda” ou de combate ao “comunismo”. Neste contexto, as lutas antigênero se aglutinam com uma luta político-partidária e ideológica contra o que é identificado como o pensamento de “esquerda” ou, ainda, os riscos de posições totalitárias herdadas do “comunismo” (KALIL, 2019, p. 120).

A defesa destas duas narrativas esteve presente em uma entrevista para o Jornal Nacional da emissora Globo em 28 de agosto de 2018, na qual Bolsonaro exibiu o livro suíço “Aparelho Sexual e Cia”, dos autores Hélène Bruller e Philippe Chappuis, como parte do material do Escola sem Homofobia (COLETTA, 2018). Contudo, Coletta (2018) reitera como falsa a asserção, pois o livro nunca fez parte do projeto ou de qualquer outro do Ministério da Educação (MEC).

Figura 5 – Bolsonaro mostra o livro “Aparelho Sexual e cia” como o “kit gay” em entrevista ao Jornal Nacional



Fonte: Reprodução/ TV Globo, 2018.

Figura 6 – Print de uma publicação no Facebook sobre a *fake news* da ideologia de gênero

 A composite image. On the left, a quote by Fernando Haddad: "Ao completar 5 anos de idade, a criança passa a ser propriedade do Estado! Cabe a nós decidir se menino será menina e vice-versa! Aos pais cabe acatar nossa decisão respeitosamente! Sabemos o que é melhor para as crianças!" with his name "Fernando Haddad" at the bottom. On the right, a screenshot of a Facebook post from September 23rd. The post text says "Canalha...deixe as familias em paz." with 90 reactions and 43 comments. Below the post is a screenshot of a poll titled "Qual Manufatura de Mídias e Dados Cabe a 'Comunidade do Ministério'?" with a table of results:
 

Manufatura de Mídias e Dados	Porcentagem
Manufatura de Mídias e Dados	45%
Manufatura de Mídias e Dados	25%
Manufatura de Mídias e Dados	20%
Manufatura de Mídias e Dados	10%
Manufatura de Mídias e Dados	10%

Fonte: UOL, 2018.

Em realidade, Coletta (2018) esclarece que o MEC adquiriu 28 exemplares do livro em 2011 para um programa chamado Livro Aberto, e os distribuiu em bibliotecas públicas ao redor do país. Como consequência, o ministro Carlos Horbach, membro do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), sentenciou a exclusão de postagens no *Facebook* e *Youtube* nas quais Bolsonaro alegava esta *fake news* (VEJA, 2018). Para Coelho, Dias e Maranhão (2018), mesmo diante dos esclarecimentos sobre o “kit gay” e a “ideologia de gênero” e sua recontextualização, as falas de Bolsonaro sobre os temas foram aceitas pelos grupos conservadores e auxiliaram na vitória do candidato.

No dia seis de setembro daquele ano Bolsonaro foi alvo de um atentado a faca desferido por Adélio Bispo de Oliveira, enquanto realizava uma campanha em Juiz de Fora, em Minas Gerais. Ao levantar os dados sobre sua projeção *online*, sua equipe observou que nas vinte e quatro horas após o ocorrido, 98% das buscas no Google eram sobre o candidato e mencionaram-no 1,7 milhão de vezes no *Twitter* (AVENDAÑO, 2018). O atentado dividiu as redes sociais, seguindo a tendência da polarização. Um levantamento feito pela Diretoria de Análise de Políticas Públicas da Fundação Getúlio Vargas (FGV DAPP) analisou 259.438 retuítos escritos entre 17h e 18h30 do dia seis sobre a facada, identificando grupos diferentes em debate (BBC NEWS BRASIL, 2018).

De acordo com a BBC News Brasil (2018), um grupo considerável, responsável por compor 43,4 dos perfis analisados, questionou se o ataque foi verídico, além de acreditar que Bolsonaro tivesse planejado o ocorrido e isto facilitasse sua eleição. No que diz respeito ao segundo grupo identificado, cerca de 17%, reforçava solidariedade a Bolsonaro e atribuía a culpa a esquerda. O último grupo, em torno de 5%, expressava solidariedade e desejava uma mudança no posicionamento do candidato sobre armas. Após o atentado, Bolsonaro se voltou às redes sociais novamente. O candidato recebeu alta do hospital Albert Einstein em 29 de setembro, prosseguindo com entrevistas à imprensa, transmissões de *lives*, participou de eventos com apoiadores e gravou programas eleitorais, no entanto, não concordou em participar de debates do segundo turno (FOLHA DE SÃO PAULO, 2018).

Como dito na introdução a este capítulo, uma das consequências dos ataques a membros de instituições democráticas, como o STF, e das *fake news* proferidas por Bolsonaro e apoiadores, foi a abertura do Inquérito das *Fake News*. Conforme matéria da BBC News Brasil (2020), apoiadores e aliados de Bolsonaro foram alvos da investigação, e há outra investigação sobre o financiamento e organização de protestos antidemocráticos. O inquérito também impactou o conteúdo falso produzido online, demonstrado pela suspensão do canal no *Youtube* do blogueiro bolsonarista Allan dos Santos através de uma ordem judicial, e de



sua conta no *Twitter*, ordenada pelo ministro Alexandre de Moraes (VERENICZ, 2021). As consequências dessa articulação bolsonarista através das *fake news* nas redes sociais e a construção do imaginário antagônico através dos discursos de Bolsonaro contra a oposição política, às minorias sociais e aos direitos humanos serão os focos dos próximos tópicos.

### 2.3 BOLSONARO PRESIDENTE E O USO DAS MÍDIAS SOCIAIS

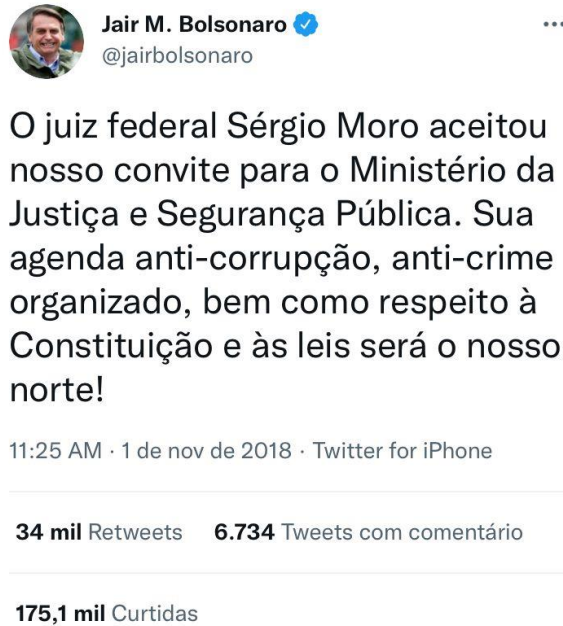
Para Cioccarri e Persichetti (2019), mesmo após se tornar chefe de Estado, Bolsonaro continua a utilizar as temáticas pelas quais se tornou conhecido, como os pronunciamentos polêmicos pautados na visão conservadora e insultos direcionados aos indivíduos que constituem oposição a sua política e suas ideias. Como Castilho (2019) analisa, as redes sociais permaneceram como um palanque digital para o político. Santos, Araújo, Penteado e Goya (2020) observam a crescente relevância da rede social *Twitter* para o debate político. Esta relevância se deve ao fato de a plataforma disponibilizar um espaço para a “discussão pública, disputa de narrativas e mobilização digital em todo o mundo” (SANTOS; ARAÚJO; PENTEADO; GOYA, 2020, p. 1). Com efeito, o Twitter foi consolidado como um canal de comunicação de Bolsonaro com seu eleitorado.

A relevância das redes sociais para a gestão Bolsonaro esteve presente até no momento em que o candidato soube de sua eleição. Segundo Pacheco (2019), o primeiro discurso de Bolsonaro como presidente não se concretizou por meio da televisão, pondo fim à tradição carregada por presidentes anteriores, mas por meio de uma *live* aberta no *Facebook*<sup>19</sup> meia hora após o fim da apuração dos votos. Bolsonaro afirmou querer “agradecer a Deus pela oportunidade”, e prosseguiu: “esse primeiro contato meu, via *live*, deve-se ao respeito, à consideração e à confiança que tenho no povo brasileiro. Só cheguei aqui porque vocês, internautas, povo brasileiro, acreditaram em mim” (HIDALGO, 2018). Ademais, o presidente eleito “usou o *Twitter* para receber, agradecer felicitações pela vitória e aproveitou a rede de microblog para anunciar membros da equipe – ou para desautorizar declarações de outros membros” (PACHECO, 2019, p. 13). Na imagem abaixo, ele anuncia a nomeação do então juiz Sérgio Moro para seu gabinete.

---

<sup>19</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=3gZ3WfVagoo&t=68s>. Acesso em: 3 nov. 2021.

Figura 7 – Bolsonaro comunica por meio do *Twitter* a nomeação de Sérgio Moro.



Fonte: *Twitter* de @jairbolsonaro. Acesso em: 3 nov. 2021.

Já na presidência, umas das primeiras polêmicas em suas redes sociais durante seu governo ocorreu no início do ano. No carnaval de 2019, Bolsonaro postou um vídeo cujo conteúdo não era adequado para a rede social *Twitter* (um homem urina sobre outro homem, uma prática fetichista denominada *golden shower*). Juntamente ao vídeo, Bolsonaro escreveu na legenda não se sentir confortável em publicar tal conteúdo, mas afirmou ter “que expor a verdade para a população ter conhecimento e sempre tomar suas prioridades. É isto que tem virado muitos blocos de rua no carnaval brasileiro. Comentem e tirem suas conclusões” (FERNANDES, 2019).

O post repercutiu estrondosamente, tornando a *hashtag* “goldenshowerbolsonaro” uma das mais comentadas da plataforma no Brasil (FERNANDES, 2019). Assim, o caso ganhou também uma ampla repercussão política. Ao tuitar “O que é golden shower?”, em resposta à *hashtag* levantada, o presidente atraiu inclusive a atenção e crítica da imprensa internacional. Os jornais “*The New York Times*”, “*Independent*” e “*The Guardian*” comentaram o caso. O “*Independent*” interpretou a publicação como uma forma do político desmoralizar os protestos contra seu governo ocorridos durante o carnaval daquele ano (NEVES, 2019). Os protestos se desenrolaram em São Paulo, Olinda e Belo Horizonte, com sátiras ao “kit gay” e outras *fake news*, críticas ao governo do ultradireitista e a proximidade de seus filhos com Fabrício

Queiroz<sup>20</sup> (FOLHA DE SÃO PAULO, 2019). Essas provocações de Bolsonaro atizam consideravelmente seus seguidores, alimentando a “bolha” nas redes sociais.

Figura 8 – Tuíte publicado por Bolsonaro no qual questiona sobre o significado de “golden shower”.



Fonte: O Globo, 2020.

Essas polêmicas cotidianas ganharam espaço com novos e graves acontecimentos políticos e especialmente sanitários a partir de 2020. Santos, Araújo, Penteado e Goya (2020) estudam as concordâncias e discordâncias entre atores da política do espectro da direita. Devido ao contexto da pandemia da COVID-19 e da crise sanitária subsequente, a base de apoio de Bolsonaro se estremeceu, e atritos entre os atores que constituíram a base de apoio de Bolsonaro durante as eleições de 2018 se tornaram frequentes. A base de apoio do político foi constituída por parlamentares evangélicos, o MBL, apoiadores da família Bolsonaro e da operação Lava Jato, e conservadores da ala institucional e o autoproclamado filósofo de extrema direita, Olavo de Carvalho (SANTOS; ARAÚJO; PENTEADO; GOYA, 2020). Os autores buscam compreender as *hashtags* utilizadas e tuites publicados acerca de dois acontecimentos específicos: a saída de Sérgio Moro do Ministério da Justiça e a investigação de pessoas associadas ao MBL sob suspeita de lavagem de dinheiro.

Ao analisar ambos os casos, Santos, Araújo, Penteado e Goya (2020) chegaram à conclusão de que apesar de identificar tuites contrários ao presidente, há ainda “uma militância política com grande capacidade de promover *hashtags* e narrativas em favor do presidente, mesmo com o crescimento de manifestações contrárias” (SANTOS; ARAÚJO;

<sup>20</sup> Ex-policia militar, Fabrício Queiroz é ex-assessor do senador Flávio Bolsonaro na Assembleia Legislativa do Rio. É investigado na justiça por um suposto esquema de “rachadinha” no gabinete de Flávio, quando este ainda era deputado. As acusações são a respeito do depósito de 27 cheques no total de R\$ 89 mil reais para a primeira-dama Michelle Bolsonaro, e pelos crimes de lavagem de dinheiro, peculato e organização criminosa (NOGUEIRA, 2020).

PENTEADO; GOYA, 2020, p. 21). Os atores estudados utilizavam narrativas para a defesa do presidente e ataque aos seus inimigos, e segundo os autores, formavam uma narrativa de “nós” contra “eles”. No entanto, os autores não mencionam a possibilidade da atuação de *bots*. Diferentemente dos autores, Lucini e Konageski (2021, p. 9) observam uma “provável ação de robôs no *Twitter*, que levantaram a *hashtag* ‘#FechadosComBolsonalro’, na qual há um erro de grafia no nome do presidente”.

Outra característica do *modus operandi* bolsonarista se desenrola nas *lives* semanais, nas quais Bolsonaro divulga algumas *fake news* para seus seguidores, como fraudes eleitorais e inverdades sobre as vacinas contra o coronavírus. O presidente afirmou existir a possibilidade de fraudar eleições, e por isto tem defendido a emissão de um comprovante impresso ao efetuar o voto. Como resultado, o TSE requisitou ao STF uma investigação criminal para apurar o fato de o presidente espalhar informações inverídicas sobre o processo eleitoral (SCHREIBER, 2021). Segundo Schreiber (2021), para alguns críticos essa é uma tentativa de o político deslegitimar o sistema eleitoral para objetar o resultado das eleições de 2022 caso perca.

Ao classificar os tipos de utilização da propaganda política, Samantha Bradshaw e Philip Howard (2019) observaram três: difamação da oposição política, repressão dos direitos humanos e descrédito dos políticos com opiniões divergentes ao partido. A seguir, serão analisadas as três variáveis no contexto do uso das redes sociais por Bolsonaro nesses três anos de presidência transcorridos (2019-2021).

### 2.3.1 Difamação da oposição política

Segundo Bradshaw et al (2021), estratégias de manipulação através das redes sociais nos períodos eleitorais podem ser observadas desde 2010, no qual contas falsas foram empregadas para disseminar propaganda política em apoio a Dilma Rousseff e desinformação acerca do candidato José Serra. O mesmo cenário se repetiu nas eleições presidenciais de 2014, sendo utilizadas pelos candidatos Aécio Neves e novamente por Rousseff, que sofreu um processo de *impeachment* dois anos depois. Nesse processo as redes sociais foram da mesma maneira importantes para o desgaste de seu governo e legitimidade política. Perante a difusão das estratégias para manipulação política, o TSE aprovou em 2017 a Resolução nº

23.551/2017<sup>21</sup> proibindo automação, contas falsas e disseminação de desinformação em campanhas (BRADSHAW ET AL, 2021).

Para Bradshaw et al (2021), mesmo em frente aos esforços das autoridades, a liberdade de expressão está enfraquecida, vide o ataque a jornalistas críticos ao governo Bolsonaro como Constança Rezende, Patrícia Campos de Mello e Glenn Greenwald. Bradshaw et al (2021) sustentam que a campanha eleitoral de Bolsonaro recorreu a mensagens em massa, uso frequente de desinformação e estratégias digitais para hostilizar a oposição. Ademais, para os autores há evidências da presença e ação dos filhos do ultradireitista, Eduardo e Flávio Bolsonaro, em sua campanha. A alegação é sustentada pela ligação dos números de telefone de Eduardo e Flávio à administração de onze e nove grupos de apoio a Bolsonaro no *WhatsApp* (NEMER, 2020).

Como dito anteriormente na introdução, os *Cyber troops* são atores governamentais responsáveis por manipular a opinião pública *online* (BRADSHAW; HOWARD, 2019). Segundo Bradshaw e Howard (2019), a nova perspectiva observada em relação às redes sociais é o seu manuseio e seu aspecto atrativo para regimes autoritários. Embora admitam a propaganda política como uma característica permanente do discurso político, afirmam estarmos diante de sua nova forma, pois é mais ampla e profunda. Neste sentido, é de interesse público as técnicas empregadas nas campanhas políticas recentes. Na concepção dos autores, a propaganda digital está sendo empregada por democracias e regimes autoritários como uma ferramenta de controle da informação juntamente com mecanismos de censura, vigilância, ameaça e violência.

Os *Cyber troops* fazem uso de estratégias de *valence* para se comunicar *online*. Para Bradshaw e Howard (2019), *valence* significa o quão atrativo ou não atrativo é uma mensagem, evento ou objeto. Entre as táticas empregadas estão: disseminação de propaganda pró-governo ou pró-partido, desvio da atenção de debates ou críticas de questões relevantes, incentivo à polarização e divisão, ataque à oposição ou elaboração de campanhas com ataques maliciosos, invalidação da participação mediante ataques pessoais ou intimidação. Paralelamente, os *Cyber troops* aplicam outros processos de comunicação, como estratégias orientadas por dados, denúncia em massa de posts ou de contas em redes sociais, trolagem (tradução nossa)<sup>22</sup>, perseguição ou *doxing*<sup>23</sup>, invenção de desinformação ou mídia manipulada

---

<sup>21</sup> A Resolução nº 23.551 de 18 de dezembro de 2017 foi revogada pela Resolução nº 23.610 de dezembro de 2019. O original está disponível em: <https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2019/resolucao-no-23-610-de-18-de-dezembro-de-2019>.

<sup>22</sup> *Trolling*.

e desenvolvimento de mídia e conteúdo *online*. Entre os processos citados, a invenção de desinformação ou mídia manipulada é a estratégia mais comum de comunicação.

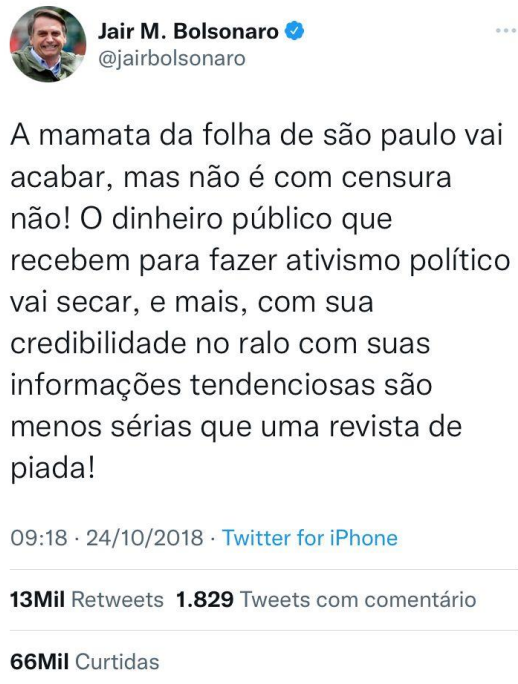
Estas invenções e manipulações foram identificadas em 52 dos 70 países analisados em 2018 (BRADSHAW; HOWARD, 2019), onde tomaram forma sob a criação de sites de *fake news*, vídeos, memes ou manipulação de mídia para enganar usuários. Ainda segundo Bradshaw e Howard (2019), o conteúdo criado pode ser direcionado a grupos e usuários específicos, conjuntura permitida com o auxílio de dados *online* e *offline* e compra de propagandas em redes sociais. Em adição, conteúdos manipulados e de desinformação puderam ser direcionados por alguns *Cyber troops*.

Essa estrutura para efetuar a manipulação política pode ser observada na gestão Bolsonaro, devido a seus ataques a oposição e táticas online para difamar não apoiadores. Para Castilho (2019), as redes sociais foram o principal suporte midiático de Bolsonaro nas eleições de 2018, e foram usufruídas de maneira estratégica diante do pouco tempo de televisão. Bolsonaro entra em constantes atritos com a mídia tradicional, e tem forte críticas quanto a sua retratação pelos veículos jornalísticos. O político recebeu atenção da mídia pela primeira vez em 1987 na revista *Veja*, após a acusação de planejar explodir bombas em quartéis para protestar contra os salários insuficientes (CIOCCARI; PERSICHETTI, 2019). Não é incomum o presidente declarar estar sendo perseguido pela divulgação de suas *fake news* ou gafes. Um dos jornais de maior oposição ao ultradireitista é a *Folha de S. Paulo*, e por isto foi alvo de seus tuítes de reprovação antes mesmo de sua eleição:

---

<sup>23</sup> O termo *doxing*, ou *doxxing*, trata de uma prática digital e diz respeito ao “vazamento público intencional na Internet de informações pessoais de um indivíduo por terceiros, normalmente com a intenção de humilhar, ameaçar, intimidar ou punir o indivíduo apontado” (DOUGLAS, 2016, p. 1, tradução nossa).

Figura 9 – Bolsonaro critica o jornal Folha de S. Paulo em um tuíte.



Fonte: *Twitter* de @jairbolsonaro. Acesso em: 8 nov. 2021.

Outra perspectiva diferenciada oriunda da gestão de Bolsonaro foi o tratamento direcionado a grupos de comunicação. Na época das eleições, a proposta do governo para a área da comunicação continha somente um slide, intitulado “Imprensa livre e independente”. Segundo consta na proposta divulgada pelo Sistema de Divulgação de Candidaturas e de Prestação de Contas Eleitorais (DivulgaCandContas) do TSE<sup>24</sup>, os cinco tópicos abarcavam de forma breve cada temática. Primeiramente, afirmavam ser “defensores da liberdade de opinião, informação, imprensa, internet, política e religiosa!”, e se opor a “qualquer regulação ou controle social da mídia”, reiterando a asserção de que “nosso povo deve ser livre para pensar, se informar, opinar, escrever e escolher seu futuro”.

No seu governo, de acordo com Castilho (2019), a gestão Bolsonaro manteve os orçamentos e financiamento do Executivo Federal, os quais compreendem os repasses a área da comunicação, pagamento a agências de publicidade, pesquisas de opinião pública e comunicação, concentrados em poucos grupos de comunicação alterando a prioridade entre eles. No primeiro trimestre de 2019 houve um aumento de 63% nos custos, contabilizando R\$ 75,5 milhões. O grupo Record passou a receber o maior montante, R\$ 10,3 milhões, ultrapassando a Rede Global com R\$ 7,07 milhões, anteriormente a líder dos orçamentos

<sup>24</sup> Disponível em:

[https://divulgacandcontas.tse.jus.br/candidaturas/oficial/2018/BR/BR/2022802018/280000614517/proposta\\_1534284632231.pdf](https://divulgacandcontas.tse.jus.br/candidaturas/oficial/2018/BR/BR/2022802018/280000614517/proposta_1534284632231.pdf). Acesso em: 7 nov. 2021.

publicitários em muitos governos. Além disso, o SBT assumiu o segundo lugar da lista, recebendo R\$ 7,3 milhões, tornando a Globo o veículo com o menor orçamento entre os três<sup>25</sup>.

Em frente a esse cenário, o autor ressalta uma insegurança no setor:

O relatório *Media Ownership Monitor*, um estudo conduzido pela organização Repórteres sem Fronteiras, demonstra que, dos 11 países pesquisados, o Brasil apresenta o cenário mais grave em relação aos indicadores de risco à pluralidade da mídia, dentre eles a concentração da audiência, a propriedade cruzada, a falta de transparência sobre os controladores e o direcionamento político do financiamento. O trabalho de pesquisa envolveu 50 veículos de quatro segmentos (TV, rádio, mídia impressa e online) pertencentes a 26 grupos de comunicação. O monitoramento, realizado em parceria com o coletivo Intervezes, aponta que Globo, SBT, Bandeirantes e Record concentram audiência superior a 70% na televisão aberta, sendo que os produtos que constituem o conglomerado de comunicação do Grupo Globo – TVs abertas e por assinatura, rádios, mídia online, jornais, revistas, agência de notícias e segmentos no mercado fonográfico, cinematográfico e editorial – têm alcance médio superior às audiências somadas do 2º, 3º, 4º e 5º maiores grupos de comunicação no país (CASTILHO, 2019, p. 153).

Durante sua gestão, Bolsonaro tem atacado jornalistas, difundido propaganda (sobre seu governo, geralmente com informações falsas) e prejudicado o debate público em suas redes sociais (BRADSHAW ET AL, 2021). Paralelamente, ao direcionar uma crítica ao político, o usuário que o faz se torna vulnerável e alvo dos militantes bolsonaristas. Segundo Bava (2020), o qual usa o termo “milícia digital” para se referir a esses militantes, o método utilizado por esse grupo consiste em primeiramente afrontar a credibilidade do indivíduo, para em seguida utilizar da intimidação, e finalmente ameaçar fisicamente o alvo de reputação prejudicada e seus familiares.

Os *Cyber troops* são organizados em quatro formas: agências governamentais, partidos políticos, influenciadores digitais e sociedade civil e empresas privadas. Primeiramente, as agências governamentais “estão cada vez mais utilizando propaganda digital para direcionar a opinião pública” (BRADSHAW; HOWARD; BAILEY, 2021, p. 8, tradução nossa)<sup>26</sup>, e são compostas por ministérios de comunicação e digital, ações da força policial e campanhas militares. A ocorrência de atores governamentais influenciarem as ações públicas foi encontrada em 62 países. Em segundo lugar, os partidos políticos observados pelos autores

---

<sup>25</sup> Em dados atualizados, a Globo é o grupo de comunicação com maior repasse, R\$54 milhões de reais até novembro de 2021. A Record ocupa o segundo lugar com R\$ 48.227.921 de reais, e a SBT permanece em terceiro com o repasse de R\$ 42.594.487 de reais (VEJA, 2021).

<sup>26</sup> Government agencies are increasingly using computational propaganda to direct public opinion.



são aqueles que recorreram à propaganda digital durante as eleições. O estudo revela evidências da utilização de estratégias deste tipo de propaganda em 61 países, no sentido de sabotar partidos da oposição, invalidar participação política e disseminar desinformação.

Os influenciadores digitais e a sociedade civil atuam no âmbito de auxílio aos *Cyber troops*. Como dito na introdução, para a realização de manipulação nessas campanhas é imprescindível o auxílio de terceiros, a saber: influenciadores digitais, subculturas da internet, indivíduos que estejam alinhados ideologicamente com as ideias do partido ou da causa, iniciativa privada, organizações da sociedade civil e hackers. Para Bradshaw, Howard e Bailey (2021, p. 9, tradução nossa), estabelecer uma diferenciação entre os grupos talvez seja difícil, em razão da possibilidade das “atividades podem ser implicitamente e explicitamente sancionadas pelo Estado”<sup>27</sup>. Por essa razão, os autores analisaram os casos de associação formal ou ações sancionadas coordenadas de maneira pública por partidos políticos ou pelo Estado, trazendo à tona a junção de governos e a sociedade civil em 23 países, e a colaboração entre governos e influenciadores em 51 países com o objetivo de semear propaganda digital.

Neste sentido, conforme Bava (2020), o político e seus filhos organizaram o chamado “Gabinete do Ódio”, uma Agência Brasileira de Inteligência “paralela” localizada no Palácio do Planalto e encarregada de produzir dossiês contra adversários. Denunciado pela deputada Lídice da Mata do PSB-BA na CPMI das *Fake News*, é neste gabinete onde são articuladas campanhas de ódio e elaboração de *fake news*. A estratégia empregada pelo Gabinete se expressa na disseminação de conteúdos de teor sexista, racista e caluniador sobre os opositores e “inimigos”, impulsionados por contas falsas e robôs (BAVA, 2020). Quanto a seus membros, Joice Hasselmann afirmou que o Gabinete do Ódio é encabeçado por Carlos e Eduardo Bolsonaro, e composto por Felipe Martins, um ex-assessor especial da Presidência, junto a três assessores de Carlos, José Matheus Sales Gomes, Matheus Matos Diniz e Tércio Arnaud Tomaz, além de contar com o teórico conspiracionista, Olavo de Carvalho (BAVA, 2020).

A deputada Joice Hasselmann também denunciou que Bolsonaro possui 1,4 milhões de robôs para engajar seu perfil no *Twitter*. Ainda conforme Bava (2020), em uma pesquisa conduzida pela Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo e a Universidade Federal do Rio de Janeiro, a observação das contas de apoiadores no *Twitter* em 15 de março de 2020 e do engajamento da *hashtag* #BolsonaroDay, relevou a presença de 55% de robôs

---

<sup>27</sup> [...] activities can be implicitly and explicitly sanctioned by the state.

programados em meio às 66 mil menções positivas a Bolsonaro. Cerca de 1.700 contas aplicaram a *hashtag*, cujo funcionamento foi descontinuado pouco tempo depois, e “foram utilizadas por robôs, *bots*, que emitiram 22 mil mensagens a favor de Bolsonaro” (BAVA, 2020).

Em relação a ferramentas, técnicas e estratégias, os *Cyber troops* recorrem a contas reais e falsas para o reforço da disseminação de propaganda digital. De acordo com Bradshaw, Howard e Bailey (2021), as contas podem ter curadoria humana ou automação. Esta última, as contas automatizadas, ou *bots* políticos, atuam nas estratégias de impulsionar determinadas narrativas ou as discussões em torno de um assunto na mesma proporção em que obscurecem outras temáticas. Ademais, atuam para a disseminação de discurso de ódio ou alavancar a circulação de conteúdos manipulados. Essas estratégias se desenrolaram em 57 países observados.

Em relação a grupos bolsonaristas *online*, Nemer (2020) acompanha sua atividade na plataforma *WhatsApp* desde 2018, e atualmente vinte grupos são administrados por Eduardo e Flávio Bolsonaro, impulsionando a disseminação de conteúdo de extrema direita *online*. Um dos conteúdos repassados em 2020 durante a gestão Bolsonaro envolveu a jornalista Patrícia Campos Mello da Folha de S. Paulo e a hostilização impulsionada por Hans River na CPI das *Fake News*. Na época das eleições de 2018, Mello (2018) denunciou o envolvimento de empresas estrangeiras contratadas ilegalmente para o disparo de mensagens no *WhatsApp* contra o PT<sup>28</sup>. Segundo a jornalista, as quantias doadas pelos empresários chegaram a R\$12 milhões de reais para a compra do disparo em massa, feito com a base de usuários de Bolsonaro ou bases vendidas por agências especializadas em estratégia digital.

Por conta da denúncia, Mello se tornou alvo de campanhas de difamação durante e após as eleições. Na CPMI das *Fake News*, Mello foi caluniada por Hans River, um funcionário de umas das empresas acusadas de serem contratadas para efetuar disparo de mensagens, a Yacows. River afirmou que Mello teria oferecido se envolver com ele em troca de informações sobre o caso. Anteriormente, Rivers concordou em passar informações para a jornalista, pois movia uma ação trabalhista contra a Yacows, mudando de ideia após entrar em acordo com a empresa (FOLHA DE S. PAULO, 2020). As afirmações de Rivers foram reforçadas por Eduardo Bolsonaro, Sara Winter e Allan dos Santos, e “uma produção frenética de memes, trechos editados do vídeo de River e montagens com Mello” passaram a circular em grupos bolsonaristas (NEMER, 2020).

---

<sup>28</sup> Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/empresarios-bancam-campanha-contr-o-pt-pelo-whatsapp.shtml>. Acesso em: 15 nov. 2021.

Konchinski (2021) denuncia a má utilização de um edital criado na época da gestão Rousseff. Em um site<sup>29</sup> vinculado a Presidência da República, um banco de dados reúne o monitoramento de redes sociais e catalogou mais de 20 milhões de publicações por temáticas de relevância para o governo. No banco de dados há a classificação de 77 jornalistas e pessoas públicas como “favoráveis”, “detratores” e “neutros informativos”. Na época de sua criação em 2014, o propósito era o lançamento de um edital de licitação para serviços de comunicação digital, e foi desenvolvido por conta da observação da influência crescente das redes sociais no debate público. Originalmente, o edital determinava a estruturação de “fichas individualizadas” a respeito dos “principais influenciadores”, separados nas categorias evangelistas e detratores. O edital foi utilizado por outros âmbitos da esfera pública como ministérios, prefeituras, estados e empresas públicas, “e acabou sendo deturpado e transformado em um instrumento de vigilância política” (KONCHINSKI, 2021).

Segundo Konchinski (2021), o objetivo desse monitoramento era acompanhar o desempenho de políticas de governos através da população, no entanto a forma pela qual o projeto foi delineado possibilita a catalogação de opositores políticos. Ao buscar acesso aos relatórios elaborados de acordo com a Lei de Acesso à Informação, o jornalista se deparou apenas com o site vinculado a Presidência da República, com dados referentes unicamente ao ano de 2019, no qual 192 planilhas com mais de 100 mil postagens cada eram organizadas por tópicos de relevância para o governo. Quanto a esta organização, conforme Konchinski (2021), as postagens são classificadas por “link, sexo e número de seguidores do autor; número de respostas e compartilhamentos; sentimento (neutro, positivo ou negativo); assunto (corrupção, educação, economia, meio ambiente, etc) e outros quesitos”.

Konchinski (2021) ressalta a fala de Francisco Brito Cruz, diretor do InternetLab, um centro de pesquisa dos temas relativos à tecnologia e direito, o qual afirma que o monitoramento de indivíduos nas redes sociais segue a lógica do setor privado, uma vez que empresas analisam os indivíduos “detratores” ou “amantes” de um produto ou marca. Com efeito, o setor público se inspirou na estratégia e na adoção da identificação de influenciadores. Como observa Cruz, esse monitoramento não é ilegal, mas deve ser um processo transparente para reprimir possíveis abusos dessas ferramentas. No entanto, a transparência de dados no governo Bolsonaro é limitada, levantando dúvidas quanto o uso desses dados diante de mecanismos como o Gabinete do Ódio.

---

<sup>29</sup> Disponível em: [http://dadosabertos.presidencia.gov.br/dataset/monitoramento/resource/9ac2255a-757e-4e00-8e14-958eb79ca4c0?inner\\_span=True](http://dadosabertos.presidencia.gov.br/dataset/monitoramento/resource/9ac2255a-757e-4e00-8e14-958eb79ca4c0?inner_span=True). Acesso em: 8 nov. 2021.

Não apenas Bolsonaro e militantes bolsonaristas atacam indivíduos e opositores do governo e ideologia, como também constantemente atacam os direitos humanos, seja sob uma tentativa de rescrever o período do regime militar brasileiro e os ocorridos a suas vítimas ou através de seu posicionamento anticiência e negacionista em relação a crise sanitária provocada pela pandemia do Covid-19.

### 2.3.2 Repressão dos direitos humanos

Bolsonaro, enquanto presidente, não se furtou de atacar os direitos humanos, constitucionalmente estabelecidos na constituição. São destacadas nesta subseção tanto os elogios do presidente em relação à ditadura militar, e seu caráter eminentemente contrário aos direitos humanos, e as *fake news* espalhadas em relação ao Covid, que atentam contra a dignidade das pessoas convivendo com o HIV e os direitos a saúde da população em geral. Em relação ao primeiro, o caráter revisionista de suas declarações a respeito da ditadura foi demonstrado em muitos momentos. Um episódio famoso ocorreu em 2009, quando Bolsonaro colocou um cartaz em seu gabinete nas Câmara dos Deputados ironizando a busca de famílias por seus entes queridos desaparecidos durante o regime. No cartaz estava escrito: “Desaparecidos no Araguaia. Quem procura osso é cachorro”. Durante a votação para o impeachment da então presidenta Roussef, Bolsonaro afirmou: “perderam em 1964. Perderam agora em 2016. Pela família e pela inocência das crianças em sala de aula, que o PT nunca teve. Contra o comunismo, pela nossa liberdade, contra a Folha de S. Paulo, pela memória do Cel. Carlos Alberto Brilhante Ustra, o pavor de Dilma Roussef!” (CIOCCARI; PERSICHETTI, 2019, p. 148).

Figura 10 – Bolsonaro posa ao lado de cartaz irônico.



Fonte: Brasil de Fato, 2019.

De acordo com Castilho (2019), a correlação entre as redes sociais como um canal direto entre Bolsonaro e militantes bolsonaristas pode ser visto no exemplo da divulgação de um vídeo publicado em 31 de março de 2019, no qual o golpe militar de 1964 era glorificado. Como o autor expõe, o vídeo não foi postado diretamente no perfil pessoal do presidente, no entanto se originou de um número oficial gerado no *WhatsApp* e ligado a Secom, com o objetivo de enviar mensagens com informações a respeito de serviços e notícias do Governo Federal. Quanto a seu conteúdo, o vídeo<sup>30</sup> comemorava os 55 anos da queda do presidente João Goulart, destituído pelos militares, e apresentou “uma narrativa revisionista sobre aquele fato histórico, defendendo que o Exército foi ‘conclamado’ pela imprensa, pela igreja e pelo ‘povo de verdade’ para impedir o avanço do comunismo no Brasil” (CASTILHO, 2019, p. 151). A retomada da narrativa do regime militar não é leviana. Segundo Cesarino (2020, p. 108):

Neste sentido, pode-se dizer que a campanha e o governo Bolsonaro buscam uma reversão do ciclo hegemônico aberto com a democratização e a Constituição de 1988: daí a inversão radical da narrativa sobre 64, idolatria de torturadores reconhecidos, desmonte da legislação ambiental, indígena, de direitos humanos e de provisões de seguridade social instituídas pela constituinte.

Em uma *live* transmitida em sua página do *Facebook* no dia 21 de outubro de 2021, Bolsonaro fez uma correlação entre o vírus da Covid-19 e a Síndrome da Imunodeficiência Adquirida (Aids). Durante a transmissão Bolsonaro leu uma reportagem e afirmou: “vacinação [contra a Covid] estão desenvolvendo a síndrome da imunodeficiência adquirida [Aids]” (MENON; SALDANÃ, 2021). Segundo Menon e Saldanã (2021), Bolsonaro se recusou a ler a reportagem na íntegra, mas justificou a breve leitura como um desejo de informar seus seguidores.

Os autores esclarecem que a *fake news* foi publicada nos sites Coletividade Evolutiva e Stylo Urbano, os quais declararam estar em consonância com informações supostamente divulgadas pelo governo britânico no relatório do Departamento de Saúde Pública do Reino Unido. No entanto, esta informação não consta no site oficial do governo. Outro fato importante a ser considerado, levantado por Menon e Saldanã (2021), é o caso de fraude realizado por esses dois portais, haja vista forjaram uma tabela de análise disponibilizada pelo Departamento de Saúde dos casos de Covid-19 em indivíduos vacinados e não vacinados. Os

---

<sup>30</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=afEG1eb-i4o>. Acesso em: 7 nov. 2021.

sites em questão publicaram a tabela com o acréscimo de uma coluna com os dizeres “reforço ou degradação do sistema imunológico”.

Em sua conta oficial do Twitter, Bolsonaro retweetou uma publicação de seu filho Carlos Bolsonaro no dia 24 de outubro de 2021 comparando manchetes publicadas *online* na revista Exame, dando a entender que Bolsonaro estava sendo atacado pela mídia, como ilustrado na imagem abaixo:

Figura 11 – Carlos Bolsonaro acusa Exame de publicar *fake news*.



Fonte: *Twitter* de @jairbolsonaro. Acesso em: 27 out. 2021.

A organização “Aos Fatos”, parceira do Facebook em checagem de fatos, apurou a matéria da revista Exame e concluiu não haver contradição. A primeira reportagem publicada em 20 de outubro de 2020<sup>31</sup>, abordou uma pesquisa publicada sobre o adenovírus Ad5, utilizado no desenvolvimento de algumas vacinas contra a Covid-19. De acordo com avisos de cientistas, o Ad5 poderia aumentar o risco de indivíduos se infectarem com HIV, mas primeiramente o paciente deveria ser exposto ao vírus (LOUREIRO, 2020). Segundo Loureiro (2020), a conclusão dos pesquisadores corroborava com um estudo conduzido em 2007, cujo

<sup>31</sup> Disponível em: <https://exame.com/ciencia/algumas-vacinas-contra-a-covid-19-podem-aumentar-o-risco-de-hiv/>. Acesso em: 6 nov. 2021.

objetivo era o desenvolvimento de uma vacina contra o HIV contendo o adenovírus, mas contraditoriamente amplificou o risco da contração da doença em voluntários. O jornalista ainda ressalta que o objetivo dos cientistas ao publicar esse novo estudo era alertar sobre o uso do Ad5 em regiões com descontrole do vírus HIV e grande número de portadores, mesmo não sendo demonstrado até agora um resultado semelhante no desenvolvimento de vacinas contra a Covid. Por sua vez, a segunda matéria publicada em 23 outubro de 2021<sup>32</sup>, trazia comentários de repúdio à fala do presidente.

Ou seja, enquanto os cientistas do estudo alertavam sobre o uso deste adenovírus específico em algumas vacinas, a fala de Bolsonaro inferia erroneamente que as vacinas acarretavam perda de imunidade, efeito similar ao visto na Aids (MENEZES, 2021), se configurando ao caráter de *fake news*. De acordo com Menezes (2021), no dia 25 de outubro, Bolsonaro afirmou em uma entrevista dada à rádio Caçula FM: “A revista Exame fez uma matéria sobre vacina e Aids. Eu repeti essa matéria na minha live, dois dias depois a revista Exame falou que eu falei *fake news*. Foi a própria Exame que falou da relação de HIV com vacina. Eu apenas falei sobre a matéria da revista Exame”. No entanto, a matéria da revista Exame não havia sido mencionada durante a live, apenas a notícia dos portais Coletividade Evolutiva e Stylo Urbano. No fim, a *live* foi excluída do *Facebook*.

A narrativa negacionista acerca da pandemia do Covid-19 também se manifestou em países distintos. Howard, Bradshaw e Bailey (2021) encontraram evidências na Rússia, no Irã e na China. Estes países fizeram proveito da propagação de desinformação sobre o coronavírus para fortalecer narrativas antidemocráticas e deslegitimar autoridades governamentais e oficiais de saúde, visto que uma tática relevante difundida em peso pelos *Cyber troops* é o descrédito de jornalistas, ativistas e políticos com opiniões divergentes ao partido. Sobre este aspecto, os casos Joice Hasselmann, Wilson Witzel, Gustavo Bebianno e Sérgio Moro ilustram as práticas digitais logradas para perseguir e retaliar os indivíduos destoantes da ideologia pregada pelo partido.

### 2.3.3 Descrédito dos políticos com opiniões divergentes ao partido

Como visto anteriormente, a tendência ao conservadorismo construída na eleição anterior e motivadora para a eleição do deputado de baixo clero ao alto cargo do Executivo permaneceu no Congresso eleito em 2018 (CIOCCARI; PERSICHETTI, 2019). O PSL, um

---

<sup>32</sup> Disponível em: <https://exame.com/ciencia/cientistas-reagem-a-declaracao-de-bolsonaro-sobre-vacinas-e-aids/>. Acesso em: 6 nov. 2021.

partido pequeno e com pouca projeção nacional, se destacou durante as eleições de 2018. O partido obteve êxito em eleger 52 deputados, quatro senadores e três governadores, se consolidando assim como a segunda maior banca da Câmara. Outro cenário advindo deste ano eleitoral foi a eleição massiva de candidatos que associaram a sua imagem a Bolsonaro, fato demonstrado com as vitórias ao cargo de governador de João Dória do PSDB em São Paulo, Wilson Witzel do Partido Social Cristão (PSC) no Rio de Janeiro e Romeu Zema do NOVO em Minas Gerais. Segundo Almeida (2019), o discurso defendido por estes grupos era o repúdio a corrupção praticada pelos partidos PT, PMDB e PSDB, a renovação política e o amparo da ordem pública com ação policial coercitiva.

Witzel foi eleito por incorporar o discurso de segurança do “cidadão de bem”, anti-esquerda, pró-armas e se alinhar ao bolsonarismo, sob a influência de Flávio Bolsonaro (JIMENEZ, 2020). Outro fato de relevância foi sua presença em um comício ao lado dos candidatos a deputado federal e estadual na época, Daniel Silveira e Rodrigo Amorim, com uma placa de rua depredada com o nome da vereadora Marielle Franco<sup>33</sup>. A foto dos candidatos circulou amplamente nas redes sociais e em um debate exibido pela Globo afirmou sobre o caso: “Aquele era um ato pró-Bolsonaro, não um ato contrário a quem quer que seja. Improvisamos um palanque para falar das propostas para o Rio, eu não estava ali para fazer protestos contra quem quer que seja. Jamais compactuei com qualquer episódio de violência. Quem praticou o ato que responda por ele” (MOLICA; BUSTAMANTE, 2018).

Apesar de não ter conquistado o apoio direto do presidente, e sim de seu filho, a base eleitoral de Witzel foi formada por evangélicos e áreas onde havia a predominância de milícias, e quando foi efetivamente eleito o então governador salientou estar comprometido com os ideais bolsonaristas (JIMENEZ, 2020). A ruptura entre Witzel e Bolsonaro se concretizou de vez quando o primeiro tomou partido dos governadores do país para o combate da pandemia do Covid-19. Porém segundo Jimenez (2020), o ex-governador foi alvo de investigações na Operação Placebo sob as acusações de corrupção em contratos no setor da saúde e no superfaturamento de respiradores. Witzel afirma ter sido prejudicado por Bolsonaro em face a sua ordem de investigar o caso Marielle Franco.

---

<sup>33</sup> Vereadora pelo PSOL, Marielle Franco coordenou a Comissão de Defesa dos Direitos Humanos e Cidadania da Assembleia Legislativa do Rio de Janeiro, e se destacou na defesa dos direitos humanos, singularmente “dos direitos das mulheres negras e moradores de favelas e periferias e na denúncia da violência policial” (MARREIRO, 2018). Foi assassinada em 14 de março de 2018 durante a intervenção federal militar no Rio de Janeiro, e o motivo e mandantes do crime permanecem sob investigação policial.



Durante a CPMI da Covid<sup>34</sup>, prestou depoimento criticando o governo e o presidente quanto “à montagem de hospitais de campanha, à abertura de leitos, à entrega de equipamentos, como ventiladores pulmonares, à demora para adoção do auxílio emergencial” (MATTOS; RESENDE; GARCIA, 2021). Segundo o ex-governador, o diálogo entre governo federal e estadual foi nulo durante a crise sanitária, ao passo que houve tentativas de boicotar as medidas tomadas em âmbito estadual (MATTOS; RESENDE; GARCIA, 2021). Flávio Bolsonaro, em resposta às críticas de Witzel, o acusou de mentir para a comissão, o responsabilizou por mortes e de recorrer a CPMI como seu palanque político.

Além das desavenças com a mídia e políticos associados ao bolsonarismo, Bolsonaro entrou em divergências com membros de sua própria equipe, como o caso ocorrido com o ministro exonerado da Secretaria-Geral da Presidência, Gustavo Bebianno, por conta de denúncias de um esquema de candidaturas laranja no PSL e desentendimentos com Carlos Bolsonaro. O grupo do deputado federal Luciano Bivar, atual presidente do PSL, criou uma candidata laranja em Pernambuco, e a quantia de R\$ 400 mil de dinheiro público para a eleição foi aprovada por Bebianno, na presidência do partido na época (FOLHA DE S. PAULO, 2019).

Nos primeiros meses da gestão Bolsonaro, o vereador Carlos Bolsonaro publicou uma postagem afirmando que Bebianno mentiu quando expôs conversar com o presidente três vezes no hospital Albert Einstein a respeito das candidaturas laranjas, quando esteve internado para a cirurgia de retirada da bolsa de colostomia (CASTILHO, 2019). Bolsonaro assegurou a fala do filho, e em face a exoneração do ministro, a revista *Veja* publicou um áudio de WhatsApp em que o presidente censurava Bebianno pelo seu convite a Paulo Tonet Camargo, o vice-presidente de Relações Institucionais do Grupo Globo, ao seu gabinete pois julgava a Rede Globo uma inimiga.

Uma das parlamentares eleitas pelo PSL e que também rompeu com o bolsonarismo foi Joice Hasselmann. Antes aliada, após a eleição de Bolsonaro foi se tornando aos poucos oposição e se tornou um alvo da militância bolsonarista. Joice Hasselmann, foi eleita deputada federal em 2018 pelo Estado de São Paulo, com mais de um milhão de votos (1.078.666), tendo disputado o cargo pelo Partido Social Liberal - PSL, até então o mesmo partido do Presidente Jair Bolsonaro. Como aliada do Presidente Bolsonaro, chegou a ocupar do cargo de

---

<sup>34</sup> A CPMI da Covid-19 foi uma Comissão Parlamentar de Inquérito do Senado instalado em 27 de abril de 2021, com o objetivo de investigar e apurar as ações e omissões cometidas pelo Governo Federal durante a crise sanitária, particularmente o agravamento desta no estado do Amazonas devido a privação de oxigênio nas unidades de tratamento para os pacientes. Ademais, a Comissão buscou apurar desvios de verba pública, superfaturamento, fraudes em licitações e as ações e omissões realizadas por políticos nos âmbitos municipal, estadual e federal (SENADO FEDERAL, 2021?).

Líder do Governo no Congresso Nacional, no período de 28 de fevereiro a 17 de outubro de 2019. Entretanto, após esta data tornou-se uma das maiores críticas do governo e hoje encontra-se filiada ao Partido da Social-Democracia Brasileira (PSDB).

A deputada, que também é jornalista, radialista e escritora, é uma crítica dos ex-presidentes Luiz Inácio Lula da Silva e Dilma Rousseff, tendo até mesmo participado ativamente das manifestações contrárias ao governo desta última, bem como participou na condição de convidada de acusação no processo de impeachment de Dilma, o que pode explicar a sua aliança inicial com Bolsonaro. Destaca-se ainda, a sua efetiva participação nas manifestações favoráveis à Operação LavaJato e de apoio à Polícia Federal, sendo inclusive a autora de uma biografia do então juiz federal Sérgio Moro, intitulada “Sérgio Moro: a História do Homem por Trás da Operação que mudou o Brasil”, escrita em 2016.

Em seu depoimento a CPMI das *Fake News*, Hasselmann denunciou uma “milícia digital” encarregada de ameaçar e prejudicar a reputação dos opositores ao governo. Segundo a deputada, “eles escolhem uma pessoa e essa pessoa é massacrada. Eles se escondem atrás de um perfil, como ‘Ódio do Bem’, ‘Isentões’ e ‘Left Dex’” (CÂMARA DOS DEPUTADOS, 2019). Ademais, relevou uma tabela no qual determinava a produção de uma postagem ou meme específicos para prejudicar reputações. Entre os alvos dessas mídias estariam Gustavo Bebianno, Rodrigo Maia e até Hamilton Mourão, o vice-presidente de Bolsonaro.

Por conta de seu papel como juiz na Operação Lava-Jato, Sérgio Moro ocupou um papel de herói para os bolsonaristas e os lavajatistas. No momento de sua nomeação ao cargo de ministro da Justiça, Moro simbolizava os conservadores brasileiros. No entanto, ao decorrer do governo Bolsonaro demonstrou estar insatisfeito e se demitiu em 24 de abril de 2020, justificando sua demissão pela interferência de Bolsonaro em nomeações na Polícia Federal (SANTOS; ARAÚJO; PENTEADO; GOYA, 2020). Especificamente, Moro acusou o ultradireitista de buscar alterar o comando da Polícia Federal para ter acesso privilegiado a processos de sua família. Bolsonaro argumentou em seu depoimento no Palácio do Planalto que o motivo da demissão do ex-diretor geral da Polícia Federal Maurício Valeixo resultou de falta de interlocução (CONJUR, 2021).

Sérgio Moro, é jurista, professor universitário, ex-juiz federal, atividade esta que deixou para ocupar o cargo de Ministro da Justiça e Segurança Pública, no governo de Jair Bolsonaro. Na condição de Juiz Federal, respondendo pela 13ª Vara Federal de Curitiba-PR ganhou notoriedade nacional e até internacional por comandar no período de março de 2014 a novembro de 2018, o julgamento em primeira instância dos crimes identificados na Operação

Lava Jato envolvendo muitos políticos, empreiteiros e empresas como a Petrobrás e Odebrecht.

De suas decisões, destacamos a condenação do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, e que posteriormente veio a ser anulada pelo Supremo Tribunal Federal através de *habeas corpus*, julgado neste ano de 2021, por entender que este agia com parcialidade em relação a Lula, anulando desta forma os seus atos no processo, declarando a suspeição do ex-magistrado. Diante desta notoriedade adquirida, foi convidado para compor o governo de Jair Bolsonaro, respondendo desta forma pela pasta da Justiça e Segurança Pública, do qual pediu exoneração de 24 de abril de 2020, dentre outros motivos, por suposta tentativa do Presidente em interferir no trabalho da Polícia Federal.

Desta forma, tornou-se um desafeto político do atual Presidente, tendo recentemente se filiado ao PODEMOS para disputar a Presidência da República por este partido. Recentemente, já de olho no processo eleitoral de 2022, fez duras críticas ao governo, notadamente ao Ministro da Economia Paulo Guedes, destacando que é preciso atacar a inflação e o desemprego, ressaltando inclusive que quando integrava o governo não opinava sobre política econômica.

Em suma, de uma ferramenta direcionada a proteção de informações do governo americano contra os soviéticos no período da Guerra Fria, a internet caminhou para uma ferramenta de utilização acadêmica, e por fim alcançou a sociedade civil em um processo relacionado ao fim da ligação entre governo e internet em 1995. Este ano permanece como um marco para a história da internet, devido a privatização da internet, a criação do software Windows 95 da Microsoft e o surgimento do Internet Explorer (CASTELLS, 2003). As redes sociais surgem como mais uma dimensão para a interação entre indivíduos, e hoje corresponde a uma das formas mais relevantes para veículos de comunicação e difusão da informação. Concomitantemente, este cenário trouxe a formação de bolhas *online*, polarização política, disseminação de *fake news* e manipulação política. De todo modo, sua importância como novo meio de comunicação permanece.

## CONCLUSÃO

Este trabalho discutiu como as mídias sociais digitais são utilizadas por lideranças de extrema direita para amplificar e difundir suas agendas. O estudo de Bradshaw e Howard (2019) demonstra o cenário da utilização das redes sociais como ferramentas para aumentar a disseminação de propaganda política, como forma de poluição do ambiente digital de informação, repressão da liberdade de expressão e liberdade da imprensa, e utilizadas, em específico, por partidos políticos e agências governamentais. Mesmo os autores tratando das consequências negativas das redes sociais, estas como potencializadoras da desinformação, também concordam que os problemas decorrentes da propaganda digital, como a polarização política e a desconfiança ou diminuição da democracia, já eram problemas existentes na sociedade antes do advento das redes sociais e da internet. Neste sentido, os autores afirmam ser preciso equilibrar as preocupações decorrentes da má utilização das redes sociais com os desafios para sociedades democráticas.

Dos setenta países analisados no relatório não apenas os autores encontraram a evidência de partidos políticos ou políticos fazendo uso da propaganda eleitoral em quarenta e cinco países, como também descobriram evidências de agências governamentais empregando propaganda digital em quarenta e quatro países. Outro ponto ressaltado pelos autores é a associação de *Cyber troops* com a iniciativa privada, organizações da sociedade civil, influencers digitais e voluntários alinhados ideologicamente com as ideias do partido. Sobre a evidência desta associação, Bradshaw e Howard (2019) encontraram vinte e cinco dos setenta países analisados.

Estas se apresentam como um fator relevante para o aparecimento de oportunidades e desafios por conta das estratégias empregadas pelo Estado para desinformar indivíduos, intimidar, trolar, e em alguns casos, servir como uma arma geopolítica para interferir nos processos políticos de outros Estados. Como resultado dessas ações, a qualidade de notícias políticas é comprometida, há uma deterioração da legitimidade de governos eleitos democraticamente e os direitos humanos são afetados desfavoravelmente. Desta maneira, as redes sociais são empregadas por atores políticos como uma ferramenta de desestabilização política, no âmbito da democracia, dos processos eleitorais e dos direitos humanos. Termo cunhado por Letícia Cesarino (2020), o populismo digital de Bolsonaro, um mecanismo midiático, discursivo e uma tática para a construção de uma hegemonia, se estruturou na rede social WhatsApp, buscando a criação de um amigo e inimigo, correspondência entre liderança

e povo, espelhamento do inimigo e inversão de acusações, fronteira antagônica entre amigos e inimigos e mobilização permanente através da crise e da ameaça.

A eleição de Jair Bolsonaro, não deve ser interpretada como um fenômeno isolado, mas uma tendência internacional de eleger partidos ou políticos voltados a extrema direita. Uma das maneiras pelas quais esses partidos e políticos disseminam seus discursos e simulam apoio é através da manipulação política por *bots*. Sobre outras formas de contas, de acordo com Bradshaw, Howard e Bailey (2021), a ocorrência de contas humanas se torna mais cotidiana, podendo ser verídicas ou não. Estas contas eventualmente empregam certo nível de automação, e conjuntamente intensificam o engajamento nas redes sociais por meio da publicação de tuíte, comentários e envio de mensagens privadas para outros usuários. A conjuntura desse tipo de conta foi verificada em 79 países. Além disto, as contas podem ser roubadas, hackeadas ou falsificadas, no entanto os autores observaram seu uso em apenas 14 países. Algumas plataformas reuniram esforços para excluir contas potencialmente dirigidas por *Cyber troops*. Como os autores observam, redes sociais como *Twitter* e *Facebook* anunciaram o banimento de 294.096 contas no *Twitter*, 1.556 contas no *Instagram*, 10.893 contas, 12.588 páginas e 603 grupos no *Facebook* no período transcorrido entre janeiro de 2019 e novembro de 2020.

Acerca da capacidade dos *Cyber troops*, Bradshaw, Howard e Bailey (2021) apontam três níveis, *Cyber troops* de capacidade alta, *Cyber troops* de capacidade média e *Cyber troops* de capacidade baixa. Os *Cyber troops* de capacidade alta são formados por uma equipe numerosa, um alto gasto de orçamento em operações psicológicas e informações. Quanto aos propósitos do orçamento, este pode ser direcionado à pesquisa e desenvolvimento ou a mídia para propaganda eleitoral apoiada pelo Estado. Esses grupos operam durante as eleições e após, contanto com uma equipe permanente em um esforço de moldar as informações, tanto no contexto doméstico quanto no exterior. Como exemplo desse tipo de categoria, se encontram os países: China, Israel, Rússia, Estados Unidos, Reino Unido, Egito, Ucrânia, Venezuela, Índia, Filipinas, etc.

Os *Cyber troops* de capacidade média são caracterizados pela existência de uma equipe atuante durante o ano inteiro para o controle da informação, relacionando-se a atores variados e usufruem de muitas estratégias e ferramentas para manipulação da informação nas redes sociais. Os países que compõem essa categoria são: Brasil, Belarus, Coreia do Sul, Coreia do Norte, Cuba, Taiwan, Nigéria, México, Bolívia, Síria, etc. A última categoria, os *Cyber troops* de capacidade baixa, engloba equipes pequenas ativas durante as eleições, mas descontinuadas fora desses períodos, e recorrentes apenas em próximas eleições. Outras

características são a aplicação de poucas estratégias, como os *bots*, e influência apenas no plano doméstico. A título de exemplo de países pertencentes a essa categoria: Itália, Alemanha, Colômbia, Grécia, Equador, Angola, Argentina, Honduras, Espanha, África do Sul, etc. Ou seja, é possível perceber uma tática bem estruturada da manipulação política por partidos de extrema direita.

## REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, G. C.; TAVARES, W. Redes Sociais Virtuais e a Democracia 2.0: Dinâmicas e Perspectivas Políticas na Relação entre Políticos e Sociedade. **RP3 - Revista de Pesquisa em Políticas Públicas**, [S. l.], n. 1, 2014. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/rp3/article/view/14564>. Acesso em: 17 out. 2021.
- ANDRADE, Guilherme Ignácio Franco de. A trajetória da extrema direita no Brasil: integralismo, neonazismo e revisionismo histórico (1930-2012). **Anais do V Simpósio Internacional Lutas Sociais na América Latina**. Disponível em: [http://www.uel.br/grupo-pesquisa/gepal/v6\\_guilherme\\_GIX.pdf](http://www.uel.br/grupo-pesquisa/gepal/v6_guilherme_GIX.pdf). Acesso em: 26 nov. 2021.
- ALMEIDA, Ronaldo de. Bolsonaro presidente: conservadorismo, evangelismo e a crise brasileira. **Novos estudos CEBRAP**, v. 38, p. 185–213, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.25091/S01013300201900010010>. Acesso em: 23 out. 2021.
- AVENDAÑO, Tom C. Atentado devolve campanha de Bolsonaro à sua zona de conforto: as redes sociais. **El País Brasil**, 9 setembro 2018. Disponível em: [https://brasil.elpais.com/brasil/2018/09/08/politica/1536438565\\_916928.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2018/09/08/politica/1536438565_916928.html). Acesso em: 18 out. 2021
- BAVA, Silvio Caccia. As milícias digitais do capitão. **Le Monde Diplomatique Brasil**, 29 abril 2020. Disponível em: <https://diplomatique.org.br/as-milicias-digitais-do-capitao/>. Acesso em: 15 nov. 2021.
- BBC NEWS Brasil. Reações a atentado contra Bolsonaro refletem polarização nas redes sociais. **BBC News Brasil**, 7 setembro 2018. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-45453072>. Acesso em: 18 out. 2021.
- BBC NEWS Brasil. 'Acabou, porra!': as reações de Bolsonaro e aliados um dia após operação contra fake news. **BBC News Brasil**, 28 maio 2020a. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-52842380>. Acesso em: 02 set. 2021
- BBC NEWS Brasil. Inquérito das Fake News: STF decide continuar investigação que atinge aliados de Bolsonaro. **BBC News Brasil**, 10 junho 2020b. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-53003097>. Acesso em: 18 out. 2021.
- BIANCO, Erica Cristina Verderio; AZEVEDO JUNIOR, Aryovaldo de Castro. O processo de mitificação de Bolsonaro: Messias, presidente do Brasil. **Revista ECO-Pós**, v. 22, n. 2, 2019. Disponível em: <http://www.comunicacaoeleitoral.ufpr.br/wp-content/uploads/2019/10/26253-68685-1-PB.pdf>. Acesso em: 23 out. 2021.
- BRADSHAW, Samantha; HOWARD, Philip; CAMPBELL-SMITH, Ualan; HENLE, Amelie; PERINI, Antonella; SHALEV, Sivanne; BAILEY, Hannah. **Country Case Studies Industrialized Disinformation: 2020 Global Inventory of Organized Social Media Manipulation**. Industrialized Disinformation: 2020 Global Inventory of Organized Social Media Manipulation, 2021. Disponível em: [https://demtech.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/127/2021/03/Case-Studies\\_FINAL.pdf](https://demtech.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/127/2021/03/Case-Studies_FINAL.pdf). Acesso em: 8 nov. 2021.

BRADSHAW, S.; HOWARD, P.; BAILEY, H. **Industrialized Disinformation: 2020 Global Inventory of Organized Social Media Manipulation**. Oxford, UK: Programme on Democracy & Technology, 2019. Disponível em: <https://demtech.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/127/2021/01/CyberTroop-Report-2020-v.2.pdf>. Acesso em: 5 nov. 2021.

BRADSHAW, S.; HOWARD, P. N. **The global disinformation order: 2019 global inventory of organized social media manipulation**. Oxford: Oxford Internet Institute, 2019. Disponível em: <https://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/93/2019/09/CyberTroop-Report19.pdf>. Acesso em: 27 ago. 2021.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet**. Tradução: DIAS, Maria Carmelita Pádua. Revisão técnica: VAZ, Paulo. 2a. Edição. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2006.

BRUGNADO, Fabricio; CHAIA, Vera Lucia Michalany. A nova polarização política nas eleições de 2014: radicalização ideológica da direita no mundo contemporâneo do Facebook. **Aurora**: revista de arte, mídia e política, n. 21, v. 7, p. 99-129, 2014. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/aurora/article/view/22032/16586>. Acesso em: 4 out. 2021.

CÂMARA DOS DEPUTADOS. Joice Hasselmann denuncia “milícia” e “gabinete de ódio” na disseminação de fake news. **Câmara dos Deputados**, 4 dezembro 2019. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/622252-joyce-hasselmann-denuncia-milicia-e-gabinete-de-odio-na-disseminacao-de-fake-news/>. Acesso em: 17 nov. 2021.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia Internet: reflexões sobre a Internet, negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. 2003.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. A era da informação: economia, sociedade e cultura. São Paulo: Paz e Terra. 1999.

CASTILHO, Marcio de Souza. Palanque digital: as redes sociais como política de comunicação no governo Bolsonaro. **Revista Temática**, v.15 n. 11(2019): novembro. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/index.php/tematica/article/view/48832/28345>. Acesso em: 19 out. 2021.

CIOCCARI, D.; PERSICHETTI, S. A campanha eleitoral permanente de Jair Bolsonaro: O deputado, o candidato e o presidente. **Lumina**, [S. l.], v. 13, n. 3, p. 135–151, 2019. DOI: 10.34019/1981-4070. 2019.v13.28571. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/lumina/article/view/28571>. Acesso em: 17 out. 2021.

CIOCCARI, Deysi; PERSICHETTI, Simonetta. (2018). Armas, ódio, medo e espetáculo em Jair Bolsonaro. **Revista Alterjor**, 18(2), 201-214. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/alterjor/article/view/144688>. Acesso em: 25 out. 2021.

COELHO, Fernanda Marina Feitosa; DIAS, Tainah Biela; MARANHÃO FILHO, Eduardo Meinberg de Albuquerque. “Fake news acima de tudo, fake news acima de todos”: Bolsonaro e o “kit gay”, “ideologia de gênero” e o fim da “família tradicional”. **Revista Eletrônica Correlativo**, v. 17, n. 2, dezembro de 2018.



COELHO, Fernanda Marina Feitosa. Ideologia de gênero: os porquês e suas consequências no contexto do Plano Nacional de Educação brasileiro 2014 -2024. **Mandrágora**, v. 23, n. 2, 2017, p. 247 – 279. Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-metodista/index.php/MA/article/view/8377>. Acesso em: 17 de out. 2021.

CONJUR. Bolsonaro diz que Moro queria indicação ao STF em troca de comando na PF. **Revista Consultor Jurídico**, 4 novembro de 2021. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2021-nov-04/depoimento-bolsonaro-nao-interferiu-politicamente-pf>. Acesso em: 17 nov. 2021.

CONJUR. Toffoli abre inquérito para apurar ameaças a ministros e ao Supremo. **Revista Consultor Jurídico**, 14 março 2019. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2019-mar-14/toffoli-abre-inquerito-apurar-ameacas-ministros-tribunal>. Acesso em: 18 out. 2021.

CESARINO, Letícia. Como vencer uma eleição sem sair de casa: a ascensão do populismo digital no Brasil. **Internet & Sociedade**, v. 1, n. 1, p. 91-120, 2020. Disponível em: [https://www.academia.edu/42077568/Como\\_vencer\\_uma\\_elei%C3%A7%C3%A3o\\_sem\\_sair\\_de\\_casa\\_a\\_ascens%C3%A3o\\_do\\_populismo\\_digital\\_no\\_Brasil\\_Internet\\_and\\_Sociedade\\_20](https://www.academia.edu/42077568/Como_vencer_uma_elei%C3%A7%C3%A3o_sem_sair_de_casa_a_ascens%C3%A3o_do_populismo_digital_no_Brasil_Internet_and_Sociedade_20). Acesso em: 22 out. 2021.

CESARINO, Letícia. Populismo digital, neoliberalismo e pós-verdade: uma explicação cibernética. Manuscrito a sair nos anais da VII Reunião de Antropologia da Ciência e da Tecnologia. Disponível em: [https://www.academia.edu/40047992/Populismo\\_digital\\_neoliberalismo\\_e\\_p%C3%B3s-verdade\\_fala\\_na\\_VII\\_ReACT\\_](https://www.academia.edu/40047992/Populismo_digital_neoliberalismo_e_p%C3%B3s-verdade_fala_na_VII_ReACT_). Acesso em: 22 out. 2021.

DASGUPTA, R. The demise of nation state. **The Guardian**, Apr. 5, 2018. Disponível em: <https://www.theguardian.com/news/2018/apr/05/demise-of-the-nation-state-rana-dasgupta>. Acesso em: 3 de out. 2021.

DAVEY, Jacob; EBNER, Julia. The Fringe Insurgency. Connectivity, Convergence and Mainstreaming of the Extreme Right. Institute for Strategic Dialogue, 2017. Disponível em: <https://www.isdglobal.org/wp-content/uploads/2017/10/The-Fringe-Insurgency-221017.pdf>. Acesso em: 6 out. 2021.

DOUGLAS, David M. Doxing: a conceptual analysis. **Ethics and Information Technology**, v. 18, n. 3, 28 jun. 2016. Disponível em: <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/s10676-016-9406-0.pdf>. Acesso em: 9 nov. 2021.

ECO, Umberto. **O fascismo eterno**. Tradução: AGUIAR, Eliana. 3a. Edição. Rio de Janeiro: Record, 2019.

EMPOLI, Giuliano da. **Os engenheiros do caos**. Tradução: BLOCH, Arnaldo. 1ª Edição. São Paulo: Vestígio, 2019.

FERNANDES, Talita. ‘O que é Golden shower’, pergunta Bolsonaro após publicar vídeo polêmico. **Folha de São Paulo**, 6 março 2019. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2019/03/o-que-e-golden-shower-pergunta-bolsonaro-apos-publicar-video-polemico.shtml>. Acesso em: 02 nov. 2021.

FOLHA DE S. PAULO. Bolsonaro não vai a debates, mas tem participado de eventos após alta hospitalar. **Folha de S. Paulo**, 11 outubro 2018a. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/bolsonaro-nao-vai-a-debates-mas-tem-participado-de-eventos-apos-alta-hospitalar.shtml>. Acesso em: 18 out. 2021.

FOLHA DE S. PAULO. Resultados da apuração para presidente no 2º turno. **Folha de S. Paulo**, outubro 2018b. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/eleicoes/2018/apuracao/2turno/brasil/>. Acesso em: 18 out. 2021.

FOLHA DE S. PAULO. Bolsonaro manda PF investigar laranjas e diz que Bebianno pode ‘voltar às suas origens’. **Folha de S. Paulo**, 13 fevereiro 2019a. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/02/bolsonaro-manda-pf-investigar-laranjas-e-diz-que-bebianno-pode-voltar-as-origens.shtml>. Acesso em: 17 nov. 2021.

FOLHA DE S. PAULO. Críticas aos Bolsonaros se espalham em blocos de Carnaval pelo país. **Folha de S. Paulo**, 2 março 2019b. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2019/03/criticas-aos-bolsonaro-se-espalham-em-blocos-de-carnaval-pelo-pais.shtml>. Acesso em: 3 nov. 2021.

FOLHA DE S. PAULO. Ex-funcionário de empresa de disparo em massa mente a CPI e insulta repórter da Folha. **Folha de S. Paulo**, 11 fevereiro 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/02/ex-funcionario-de-empresa-de-disparo-em-massa-mente-a-cpi-e-insulta-reporter-da-folha.shtml>. Acesso em: 15 nov. 2021.

FRANCISCO, Rodrigo Eduardo Botelho; SAMPAIO, Rafael Cardoso; SILVA, Luiz Rogério Lopes. Discurso de ódio nas redes sociais digitais: tipos e formas de intolerância na página oficial de Jair Bolsonaro no Facebook. **Galáxia**, Nº 46, 2021, pp.1-26. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/1982-2553202151831>. Acesso em: 19 out. 2021.

FRIEDRICH, D. B.; PHILIPPI, J. H. M. Inclusão digital e blockchain como instrumentos para o desenvolvimento econômico. **International Journal of Digital Law**, Belo Horizonte: Fórum, v. 1, n. 1, p. 97–116, 2020. DOI: 10.47975/IJDL/1friedrich. Disponível em: <https://journal.nuped.com.br/index.php/revista/article/view/friedrichv1n1>. Acesso em: 28 nov. 2021.

GUEDES, Marcelo Santiago. Os impactos do efeito bolha causado pelos algoritmos do Facebook para o direito de resposta. *Boletim Científico ESMPU*. Brasília, a. 16 – n. 50, p. 67-85 – jul./dez. 2017. Disponível em: <https://www.capitaldigital.com.br/wp-content/uploads/2021/02/Impactos-do-efeito-bolha-causado-pelos-algoritmos-do-Facebook.pdf>. Acesso em: 28 set. de 2021.

HARARI, Yuval. Why technology favors tyranny. **The Atlantic**, Oct. 2018. Disponível em: <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2018/10/yuval-noah-harari-technology-tyranny/568330/>. Acesso em: 3 de out. 2021.

HIDALGO, Emilio Sánchez. O primeiro discurso de vitória por Facebook Live. **El País Brasil**, 28 outubro 2018. Disponível em:

[https://brasil.elpais.com/brasil/2018/10/28/politica/1540752778\\_816687.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2018/10/28/politica/1540752778_816687.html). Acesso em: 3 out. 2021.

JIMENEZ, Carla. Witzel segue trajetória errática sob a bênção e a maldição de Bolsonaro. **Folha de S. Paulo**, 28 agosto 2020. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/politica/2020-08-28/witzel-segue-trajetoria-erratica-sob-a-bencao-e-a-maldicao-de-bolsonaro.html>. Acesso em: 17 nov. 2021.

KALIL, Isabela Oliveira. Incursões da “ideologia de gênero” na educação. **Sur – Revista Internacional de Direitos Humanos**, v. 16, n. 29, 2019, p. 119 – 128. Disponível em: <https://sur.conectas.org/wp-content/uploads/2019/12/09-sur-29-portugues-isabela-oliveira-kalil.pdf>. Acesso em: 18 out. 2021.

KIRKPATRICK, David. **O efeito Facebook**. Rio de Janeiro. Intrínseca, 2011.

KONCHINSKI, Vinicius. O legado da Secom: Governo Bolsonaro deturpou edital de Dilma para fichar ‘detratores’ na internet. **The Intercept**, 7 julho 2021. Disponível em: <https://theintercept.com/2021/07/07/governo-bolsonaro-deturpou-edital-de-dilma-para-fichar-detratores-na-internet/>. Acesso em: 8 nov. 2021.

LEE, K. F. **The four waves of AI. AI superpowers: China, Silicon Valley, and the new world order**. Boston: Houghton Mifflin Harcourt, 2018.

LINS, Bernardo Felipe Estellita. A evolução da Internet: uma perspectiva histórica. **Cadernos ASLEGIS**, 2013. Disponível em: [http://www.belins.eng.br/ac01/papers/aslegis48\\_art01\\_hist\\_internet.pdf](http://www.belins.eng.br/ac01/papers/aslegis48_art01_hist_internet.pdf). Acesso em: 15 set. 2021.

LOUREIRO, Rodrigo. Out/2020: Algumas vacinas contra a covid-19 podem aumentar o risco de HIV?. **Exame**, 20 outubro 2020. Disponível em: <https://exame.com/ciencia/algumas-vacinas-contr-a-covid-19-podem-aumentar-o-risco-de-hiv/>. Acesso em: 6 nov. 2021.

LÖWY, Michael. Conservadorismo e extrema-direita na Europa e no Brasil. Tradução: RUBBO, Deni Alfaro; RODRIGUES, Marcelo Netto. **Serviço Social & Sociedade**, São Paulo, n. 124, p. 652-664, out./dez. 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/0101-6628.044>. Acesso em: 26 nov. 2021.

LUCINI, Andreia Cristina Guimarães Cantuária; KONAGESKI, Lorenzo dos Santos. A influência dos *bots* na ascensão da extrema direita no Brasil, durante e após 2018. **Revista Sítio Novo**, Palmas, v. 5, n. 4, p. 7-20, out./dez. 2021. Disponível em: <https://sitionovo.iftto.edu.br/index.php/sitionovo/article/view/964>. Acesso em: 26 nov. 2021.

MARREIRO, Flávia. Marielle Franco, vereadora do PSOL, é assassinada no centro do Rio após evento com ativistas negras. **El País Brasil**, 15 março 2018. Disponível em: [https://brasil.elpais.com/brasil/2018/03/15/politica/1521080376\\_531337.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2018/03/15/politica/1521080376_531337.html). Acesso em: 24 nov. 2021.

MATTOS, Marcela; RESENDE, Sara; GARCIA, Gustavo. No mais curto depoimento à CPI, Witzel acusa governo e é atacado por filho de Bolsonaro. **G1**, 16 junho 2021. Disponível em:

<https://g1.globo.com/politica/noticia/2021/06/16/no-mais-curto-depoimento-a-cpi-witzel-acusa-governo-e-e-atacado-por-filho-de-bolsonaro.ghtml>. Acesso em: 17 nov. 2021.

MELLO, Patrícia Campos. **A máquina do ódio**: notas de uma repórter sobre fake news e violência digital. 1ª Edição. São Paulo: Companhia da Letras, 2020.

MELLO, Patrícia Campos. Empresários bancam campanha contra o PT pelo WhatsApp. **Folha de S. Paulo**, 18 outubro 2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/empresarios-bancam-campanha-contra-o-pt-pelo-whatsapp.shtml>. Acesso em: 15 nov. 2021.

MENEZES, Luiz Fernando. ‘Exame’ não caiu em contradição ao chamar de mentira fala de Bolsonaro sobre vacinas e Aids. **Aos Fatos**, 25 outubro 2021. Disponível em: <https://www.aosfatos.org/noticias/exame-nao-caiu-em-contradicao-ao-chamar-de-mentira-fala-de-bolsonaro-sobre-vacinas-e-aids/>. Acesso em: 6 nov. 2021.

MENON, Isabella; SALDAÑA, Paulo. Bolsonaro faz associação absurda e falsa entre Aids e vacina de Covid, dizem especialistas. **Folha de S. Paulo**, 24 outubro 2021. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2021/10/bolsonaro-faz-associacao-absurda-e-falsa-entre-aids-e-vacina-de-covid-dizem-especialistas.shtml>. Acesso em: 3 out. 2021.

MOLICA, Fernando; BUSTAMANTE; Luisa. Quem quebrou placa de Marielle que responda por destruição, diz Witzel. **Veja**, 26 outubro 2018. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/politica/quem-quebrou-placa-de-marielle-que-responda-por-destruicao-diz-witzel/>. Acesso em: 17 nov. 2021.

MOTTA, Marcelo Paiva da. Topologia dos *backbones* de internet no Brasil. **Soc. & Nat.**, Uberlândia, ano 24, n. 1, 21-36, jan/abr. 2012. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/sn/a/PtfG5dsxh5ydDFf5bwhwtMF/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 28 nov. 2021.

NEMER, David. Eduardo e Flávio Bolsonaro são os criadores de grupos de WhatsApp de mentiras contra jornalista da Folha. **The Intercept**, 14 fevereiro 2020. Disponível em: <https://theintercept.com/2020/02/14/eduardo-flavio-bolsonaro-criadores-whatsapp-mentiras-jornalista/>. Acesso em: 15 nov. 2021.

NEVES, Ernesto. Imprensa internacional detona Jair Bolsonaro. **Veja**, 6 março 2019. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/blog/radar/imprensa-internacional-detona-jair-bolsonaro/>. Acesso em: 02 nov. 2021.

NOGUEIRA, Italo. Elos de Bolsonaro e Flávio com Queiroz e suposta ‘rachadinha’ acumulam perguntas sem resposta. **Folha de S. Paulo**, 26 agosto 2020. Disponível em: [https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/08/elos-de-bolsonaro-e-flavio-com-queiroz-e-suposta-rachadinha-acumulam-perguntas-sem-resposta.shtml?utm\\_source=folha&utm\\_medium=site&utm\\_campaign=topicos](https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/08/elos-de-bolsonaro-e-flavio-com-queiroz-e-suposta-rachadinha-acumulam-perguntas-sem-resposta.shtml?utm_source=folha&utm_medium=site&utm_campaign=topicos). Acesso em: 3 nov. 2021.

PACHECO, Cristina S. O protagonismo das redes sociais na eleição de Bolsonaro à presidência do Brasil em 2018. **1º Congresso Ibero-americano sobre Ecologia dos Meios –**

**Da Aldeia Global à Mobilidade**, 2019. Disponível em:

<http://www.meistudies.org/index.php/cia/iac/paper/view/259/129>. Acesso em: 13 out. 2021.

PETROLA, Prof. Me. José Ismar. Fake News e a disputa eleitoral entre grande imprensa e redes sociais na campanha eleitoral de 2018 no Brasil. In: COSTA, Cristina; BLANCO, Patrícia. **Liberdade de expressão e campanhas eleitorais - Brasil 2018**. Universidade de São Paulo. Escola de Comunicações e Artes, 2018.

RECUERO, Raquel. *Redes sociais na internet*. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RIZZO, Alana; BECKER, Clara. Se é ‘fake’, não é ‘news’. **El País Brasil**, 28 agosto 2020. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/opiniao/2020-08-28/se-e-fake-nao-e-news.html>. Acesso em: 13 dez. 2021.

SANTAELLA, L; KAUFMAN, D. (2020). O papel dos algoritmos de inteligência artificial nas redes sociais. **Revista FAMECOS**, 27, e34074. Disponível em: <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2020.1.34074>. Acesso em: 28 set. de 2021.

SANTOS, Marcelo Burgos Pimentel dos; ARAÚJO; Rafael de Paula Aguiar; PENTEADO, Claudio Luis de Camargo; GOYA, Denise Hideko. Os usos do Twitter pela família Bolsonaro e o campo da direita brasileira. In: **ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS**, 44., 2020, São Paulo. Anais eletrônicos [...]. São Paulo: Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais, 2020. p. 1-25. Disponível em:

[https://bibliotecadigital.tse.jus.br/xmlui/bitstream/handle/bdtse/9026/2020\\_santos\\_uso\\_twitter\\_familia.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://bibliotecadigital.tse.jus.br/xmlui/bitstream/handle/bdtse/9026/2020_santos_uso_twitter_familia.pdf?sequence=1&isAllowed=y). Acesso em: 19 out. 2021.

SCHREIBER, Mariana. Até onde podem ir as investigações contra Bolsonaro? **BBC News Brasil**, 4 agosto 2021. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-58081143>. Acesso em: 02 set. 2021.

SENADO FEDERAL. CPI da Pandemia. **Senado Federal**, 2021?. Disponível em: <https://legis.senado.leg.br/comissoes/comissao?codcol=2441>. Acesso em: 24 nov. 2021.

TAVARES, Joelmir. Bolsonaro lidera influência nas redes sociais, aponta pesquisa. **Folha de São Paulo**, 25 novembro 2017. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/poder/2017/11/1938138-bolsonaro-lidera-influencia-nasredessociais-aponta-pesquisa.shtml>. Acesso em: 17 out. 2021

TURNER, David; MUÑOZ, Jesus. **Para os filhos dos filhos de nossos filhos**: uma visão da sociedade internet. São Paulo: Summus, 2002.

VEJA. Governo Bolsonaro aumenta verba da Globo e diminui a de TVs religiosas. **Veja**, 24 novembro 2021. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/blog/maquiavel/governo-bolsonaro-aumenta-verba-da-globo-e-diminui-a-de-tvs-religiosas/>. Acesso em: 14 dez. 2021.

VEJA. TSE manda tirar do ar fake news de Bolsonaro sobre ‘kit gay’. **Veja**, 16 outubro 2018. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/politica/tse-manda-tirar-do-ar-fake-news-de-bolsonaro-sobre-kit-gay/>. Acesso em: 18 out. 2021.

VERENICZ, Marina. Youtube tira do ar canal de blogueiro bolsonarista Allan dos Santos. **Carta Capital**, 13 outubro 2021. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/cartaexpressa/youtube-tira-do-ar-canal-do-blogueiro-bolsonarista-allan-dos-santos/>. Acesso em: 18 out. 2021.

ZENHA, Luciana. Redes sociais online: o que são as redes sociais e como se organizam?. **Caderno de Educação**, n. 49, v. 1, p. 19-42, 2018. Disponível em: <https://revista.uemg.br/index.php/cadernodeeducacao/article/view/2809/1541>. Acesso em: 21 set. 2021.

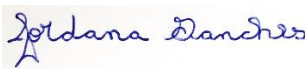
**RESOLUÇÃO n° 038/2020 – CEPE**

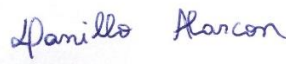
**ANEXO I  
APÊNDICE ao TCC**

**Termo de autorização de publicação de produção acadêmica**

A estudante JORDANA MOTA SANCHES do Curso de Relações Internacionais matrícula 20161004300600, telefone: 62 981942768, e-mail: [jordanasanches@hotmail.com](mailto:jordanasanches@hotmail.com) na qualidade de titular dos direitos autorais, em consonância com a Lei n° 9.610/98 (Lei dos Direitos do autor), autoriza a Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC Goiás) a disponibilizar o Trabalho de Conclusão de Curso intitulado A POLÍTICA NAS REDES SOCIAIS E A EXPANSÃO DA EXTREMA DIREITA NO SÉCULO XXI: O CASO DO GOVERNO DE JAIR BOLSONARO NO BRASIL, gratuitamente, sem ressarcimento dos direitos autorais, por 5 (cinco) anos, conforme permissões do documento, em meio eletrônico, na rede mundial de computadores, no formato especificado (Texto (PDF); Imagem (GIF ou JPEG); Som (WAVE, MPEG, AIFF, SND); Vídeo (MPEG, MWV, AVI, QT); outros, específicos da área; para fins de leitura e/ou impressão pela internet, a título de divulgação da produção científica gerada nos cursos de graduação da PUC Goiás.

Goiânia, 16 de dezembro de 2021.

Assinatura da autora:   
Nome completo da autora: Jordana Mota Sanches

Assinatura do professor-orientador:   
Nome completo do professor-orientador: Danilo Alarcon