



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO

PHELIPE RAFAEL ALVES DE MENEZES

**A DESINFORMAÇÃO NO UNIVERSO DIGITAL E A ASCENSÃO DA
EXTREMA DIREITA NO BRASIL NO ÂMBITO DO GOVERNO BOLSONARO:
O FOCO NA AGÊNCIA DE FACT-CHECKING “AOS FATOS”**

Recife, 2024

PHELIPE RAFAEL ALVES DE MENEZES

**A DESINFORMAÇÃO NO UNIVERSO DIGITAL E A ASCENSÃO DA
EXTREMA DIREITA NO BRASIL NO ÂMBITO DO GOVERNO BOLSONARO:
O FOCO NA AGÊNCIA DE FACT-CHECKING “AOS FATOS”**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Pernambuco como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Ciência da Informação. Área de concentração: Informação, Memória e Tecnologia.

Orientador: Profa. Dra. Nadi Helena Presser

Recife, 2024

. Catalogação de Publicação na Fonte. UFPE - Biblioteca Central

Menezes, Phelipe Rafael Alves de.

A desinformação no universo digital e a ascensão da extrema direita no Brasil no âmbito do governo Bolsonaro: O foco na agência de fact-checking "Aos Fatos" / Phelipe Rafael Alves de Menezes. - Recife, 2024.

95f.: il.

Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Artes e Comunicação, Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação, 2024.

Orientação: Nadi Helena Presser.

1. Desinformação; 2. Jair Bolsonaro; 3. Redes Sociais Online; 4. Fact-checking - Aos Fatos. I. Presser, Nadi Helena. II. Título.

UFPE-Biblioteca Central

PHELIPE RAFAEL ALVES DE MENEZES

**A DESINFORMAÇÃO NO UNIVERSO DIGITAL E A ASCENSÃO DA
EXTREMA DIREITA NO BRASIL NO ÂMBITO DO GOVERNO BOLSONARO:
O FOCO NA AGÊNCIA DE FACT-CHECKING “AOS FATOS”**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Pernambuco como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Ciência da Informação. Área de concentração: Informação, Memória e Tecnologia.

Aprovada em: 28/02/2024

BANCA EXAMINADORA

Profª Drª Nadi Helena Presser (Orientadora)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. Fabio Mascarenhas e Silva (Examinador Interno)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. Jonathas Luiz Carvalho Silva (Examinador Externo)
Universidade Federal do Cariri

Dr. Alejandro Caballero Rivero (Examinador Externo)
Instituto Nacional da Mata Atlântica

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, expresso minha profunda gratidão a Deus, por conceder-me as condições necessárias para alcançar esta etapa. Em meio aos desafios e adversidades, sua orientação tem sido constante em minha trajetória, guiando-me sempre.

À minha família, manifesto meu carinhoso agradecimento pelo apoio inabalável que sempre me proporcionaram e se hoje eu posso brincar às conquistas da vida é devido a todo o amor que sempre recebi. Aos meus amados pais, Celso e Graça, cuja presença e amor foram constantes em todos os momentos da minha vida. Aos meus queridos tios e tias, em especial Nerice, Nicéa, Nericéa (*in memorian*) e Edite, pelo apoio incondicional e pelas palavras de incentivo que sempre me ofereceram. Aos meus sogros, Luciene e Manoel, pela calorosa acolhida e afeto que sempre demonstraram.

À minha avó, Severina Alexandre de Menezes (*in memorian*), minha eterna Ina, expresso minha gratidão por ser uma constante fonte de inspiração. Seus ensinamentos e exemplos de força e dedicação continuarão a guiar-me e todas as minhas conquistas são fruto de seu apoio e amor.

À minha esposa Fernanda de Lima, agradeço por estar ao meu lado em cada etapa, não apenas na realização deste trabalho, mas nas mais importantes fases da minha vida. Você me dá coragem para seguir e seu apoio e suas palavras de incentivo foram fundamentais para me manter firme em todos os aspectos da vida. Com você, não tenho medo.

Aos membros da banca, minha sincera gratidão por dedicarem seu tempo à leitura deste trabalho e por compartilharem seus conhecimentos, contribuindo para o aprimoramento desta pesquisa.

Aos professores e mestres que marcaram minha jornada acadêmica, transmitindo conhecimentos valiosos que foram fundamentais na elaboração desta dissertação.

Em especial, agradeço à minha orientadora e professora, Nadi Helena Presser, pela sua atenção, dedicação, competência e paciência ao me orientar neste trabalho. Em meio aos desafios, sua confiança em minha capacidade foi um constante estímulo.

Aos amigos que fiz ao longo desta jornada acadêmica, cujo apoio e companheirismo serão eternamente valorizados. Destaco três pessoas que desempenharam um papel fundamental: Marcela Lino, Bruno Trajano e meu afilhado Miguel. Obrigado por compartilharem risos, conhecimento e, acima de tudo, por incentivarem-me a seguir em frente.

Aos meus colegas de trabalho, agradeço pelas palavras de incentivo, aprendizados e por sempre me lembrarem da força que sempre tive.

Salve!

RESUMO

Esta dissertação estuda o uso das redes sociais *online* no governo de Jair Messias Bolsonaro, como recurso para propagar desinformação, particularmente sua conta oficial no X (antigo Twitter). A pesquisa tem como objetivo geral examinar as principais temáticas propagadas no ambiente digital bolsonarista de 2019 a 2022 e identificadas como desinformação pela agência de *fact-checking* Aos Fatos e buscou responder a questão: **“Como se estruturou e operou o discurso presidencial no perfil oficial de Jair Messias Bolsonaro em torno da desinformação e da construção de uma realidade paralela durante o governo e na campanha à reeleição?”**. Os objetivos específicos incluem: a) Examinar o contexto e o conteúdo das temáticas desinformativas; b) Identificar as plataformas digitais mais empregadas pelo governo de Jair Bolsonaro e que continham desinformação; c) III. Apontar em quais condições o conteúdo das desinformações depreciava autoridades ou instituições públicas ou direcionava ataques a opositores políticos. Metodologicamente, este estudo adota uma abordagem qualitativa de análise. Foram analisadas 318 declarações de Bolsonaro publicadas no *microblog* que foram classificadas como desinformação pela agência de *fact-checking*. Destas, 53,1% relacionavam-se à temática do coronavírus, coincidindo com a maior crise sanitária do país, seguida pelo tema economia e meio ambiente. As declarações de Bolsonaro frequentemente promoviam ataques à democracia e ironizavam opositores. A plataforma X foi identificada como seu principal canal de comunicação e disseminação de desinformação.

Palavras-chave: desinformação; Jair Bolsonaro; redes sociais *online*; Fact-checking – Aos Fatos.

ABSTRACT

This dissertation studies the use of online social networks by the government of Jair Messias Bolsonaro as a tool for spreading disinformation, with a particular focus on his official X (formerly Twitter) account. The general objective is to examine the main themes propagated within the Bolsonarist digital environment from 2019 to 2022 that were identified as disinformation by the fact-checking agency Aos Fatos. The research aims to answer the question: "How was the presidential discourse structured and operated on Jair Messias Bolsonaro's official profile regarding disinformation and the construction of a parallel reality during his government and reelection campaign?" The specific objectives include: a) Examining the context and content of disinformative themes; b) Identifying the digital platforms most used by Jair Bolsonaro's government that contained disinformation; c) Pointing out the conditions under which disinformation content disparaged authorities or public institutions or directed attacks at political opponents. Methodologically, this study adopts a qualitative analysis approach. A total of 318 statements by Bolsonaro published on the microblog that were classified as disinformation by the fact-checking agency were analyzed. Of these, 53.1% were related to the coronavirus theme, coinciding with the country's most significant health crisis, followed by economy and environment topics. Bolsonaro's statements frequently promoted attacks on democracy and ridiculed opponents. The X platform was identified as his main channel of communication and disinformation dissemination.

Keywords: disinformation; Jair Bolsonaro; online social networks; Fact-checking – Aos Fatos.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Declarações por Rede Social de acordo com Aos Fatos	59
Gráfico 2 - Recorrência de falas sobre o Coronavírus ao longo dos anos	64

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Temáticas mais abordadas nas redes sociais	60
---	----

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Desordem informacional	18
Figura 2 - Três elementos de desordem de informação	20
Figura 3 - Fases da desordem informacional	21
Figura 4 - Ciclo de Gestão da Informação proposto por Choo (1998)	28
Figura 5 - Selos de verificação do site Aos Fatos	54
Figura 6 - Temas da Live sobre responsabilidade de ações da Covid-19	65
Figura 7- Tweet de Bolsonaro sobre suposta determinação do STF a respeito da Covid-19	66
Figura 8 - Tweet com declarações sobre fechamento do comércio e quarentena	67
Figura 9 - Tweet sobre uso da hidroxicloroquina sem comprovação científica	67
Figura 10 - Tweet sobre estudo ligado à Prevent Senior sobre uso da Hidroxicloroquina	69
Figura 11 - Tweet sobre auxílio emergencial	70
Figura 12 - Tweet sobre auxílio emergencial	71
Figura 13 - Tweet com números de vacinados nas regiões Sudeste e Sul	72
Figura 14 - Bolsonaro declara redução em imposto de produtos da cesta básica	73
Figura 15 - Bolsonaro declara redução em imposto de produtos da cesta básica	74
Figura 16 - Leonardo DiCaprio	75
Figura 17 - Bolsonaro afirma que Brasil é a nação que mais preserva	76

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	1
1.1 Problematização	7
1.2 Justificativa	12
1.3 Objetivos	14
1.4 Contribuições da Pesquisa	14
2 REVISÃO TEÓRICA	16
2.1 Desinformação e Desordem Informacional	16
2.2 Fluxo de Informação na Mídiosfera Bolsonarista	24
2.2.1 A real novidade no universo digital	25
2.2.2 A dinâmica do universo digital da extrema direita	29
2.2.3 Dissonância cognitiva coletiva	37
2.3 Populismo Digital	43
2.4 A Contribuição da Imprensa Hegemônica na Naturalização da Extrema-Direita	47
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	51
3.1 Tipologia de Pesquisa	51
3.2 Coleta de Dados	51
3.3 Justificativa da Escolha da Agência Aos Fatos e sua Metodologia de Fact-Checking	52
3.4 Análise e Interpretação	54
4 RESULTADOS, ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO	59
4.1 Temáticas mais Abordadas nas Redes Sociais Digitais	59
4.2 Conteúdo e o Formato da Desinformação Disseminada por Bolsonaro	63
4.3 Ataques às Instituições e aos Opositores Políticos	76
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	80
REFERÊNCIAS	85

1 INTRODUÇÃO

Atualmente, vivenciamos uma fase de grande instabilidade no cenário internacional. As crises econômicas do início deste século, acompanhadas pelo agravamento das desigualdades de renda e riqueza, têm paralelos notáveis com a primeira metade do século XX. Esta era contemporânea é marcada também por um aumento na insatisfação social e uma perda de confiança nos sistemas políticos tradicionais, fenômeno ilustrado pelo crescimento do conservadorismo político. Contudo, diferenças cruciais distinguem estes períodos. Um elemento distintivo é a ascensão de novos meios de comunicação, especialmente a Internet e as redes sociais. Paralelamente, observa-se o desenvolvimento de estratégias comunicativas inovadoras, ligadas a fenômenos como desinformação e a 'pós-verdade'. Estas mudanças representam uma evolução significativa nos modos e na efetividade com que informações e ideologias são disseminadas na sociedade moderna.

Nos últimos anos, o Brasil tem sido palco de intensos debates sobre o uso de informações falsas e a manipulação da opinião pública, impactando significativamente a política nacional. Tais eventos refletem mudanças profundas na cultura política e no imaginário social brasileiro. Essas transformações são caracterizadas pelo reforço de narrativas anticorrupção, anti-PT e pelo surgimento de sentimentos anticomunistas, como identificado por Ortellado *et al* (2017). Nesse panorama, percebe-se um aumento na aceitação do discurso político populista de viés conservador. A eleição de Jair Bolsonaro em 2018, conhecido por suas declarações e atitudes polêmicas, exemplifica essa tendência. Embora Bolsonaro critique a "velha política" e se apresente como um *outsider*, com uma suposta renovação da política, sua carreira política estende-se por quase três décadas. Contudo, o que mais se destaca – e serve de base para este estudo – é seu uso intensivo das redes sociais, particularmente o Twitter (atual X), como um meio primário de comunicação. Esse uso evidencia a crescente relevância das plataformas digitais na dinâmica política atual.

Soma-se a isso, as eleições de 2018 também impactaram e facilitaram a circulação de desinformação nas mídias sociais (Recuero; Soares; Gruzd,

2020), potencializadas por veículos hiper partidários e militantes que alteravam ou criavam informações alternativas àquelas que poderiam prejudicar de alguma forma os candidatos que apoiavam, divulgadas na grande imprensa, para espalhar nos canais das mídias sociais. Assim, os canais digitais se tornaram campos de batalhas e de disputas de sentidos, entre notícias e informações “alternativas”, buscando atingir possíveis eleitores e, conseqüentemente, influenciar em decisões de votos.

Um fator importante a ser ressaltado é que, ao longo de sua carreira, Jair Bolsonaro utilizou uma diversidade de canais de comunicação para promover e debater suas ideias. É notável que sua proeminência nacional, alcançada antes do início de sua jornada política, foi amplamente impulsionada especialmente por uma entrevista à revista *Veja*¹, um dos mais influentes meios de comunicação do Brasil e em outros momentos as suas falas repercutiam em meios digitais e programas televisivos como o humorístico CQC - Custe o Que Custar, da *Band*². Como político, Bolsonaro aproveitou-se dos recursos comunicativos disponíveis para os membros do Congresso Nacional, bem como da exposição midiática geralmente destinada às personalidades públicas. Seu acesso à mídia incluiu não só entrevistas, mas também reportagens sobre suas declarações e iniciativas, tanto em plataformas impressas quanto televisivas. Este fácil acesso aos meios de comunicação convencionais foi um complemento eficaz às suas estratégias de comunicação pública.

Nos tempos mais recentes, Bolsonaro tem se beneficiado significativamente do aumento da importância das redes sociais. Estas plataformas proporcionaram tanto a empresas quanto à população em geral um meio de comunicação e divulgação acessível, de fácil produção/reprodução e de amplo alcance. Esta tendência emergente nas redes sociais ofereceu aos

¹ Durante sua carreira no exército, Bolsonaro ganhou notoriedade no final dos anos 1980 após conceder uma entrevista à revista *Veja*. Nessa reportagem, ele expôs um plano que visava obter melhores salários para a classe militar, um plano que incluía ações extremas, como a detonação de bombas em instalações do Exército. Posteriormente, Bolsonaro foi julgado pelo Tribunal Militar, sendo absolvido devido à falta de provas suficientes. Após este episódio, foi transferido para a reserva do exército, momento em que iniciou sua carreira política.

² Custe o Que Custar (mais conhecido pela sigla CQC) foi um programa de televisão humorístico brasileiro, de frequência semanal, produzido pela Eyeworks e exibido pela Rede Bandeirantes de 2008 a 2015. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Custe_o_Que_Custar. Acesso em 24 de março de 2023.

políticos e em especial a Bolsonaro um canal influente para engajar-se com o público e promover suas agendas e perspectivas políticas.

Durante sua campanha presidencial, Jair Bolsonaro utilizou intensivamente plataformas como *Facebook*, *Whatsapp*, *Telegram* e *Twitter* para se comunicar com eleitores, apoiadores e opositores. Ele, seus filhos e outros políticos enfrentaram acusações de se beneficiar da contratação ilegal de empresas para ampliar sua visibilidade e popularidade, bem como atacar quem era contrário ao seu governo³, através da disseminação coordenada de mensagens por meio de perfis de usuários falsos, além de envolver-se na difusão de notícias falsas para difamar seus adversários políticos.

Nesse contexto, as mídias digitais serviram como suporte de reverberação de desinformação (Recuero; Gruzd, 2019). As *affordances*, conceituadas por Boyd (2010, p. 39) como “os modos [...] através dos quais as pessoas se engajam com esses ambientes” trouxeram outras formas de engajamento e disseminação da informação, introduzindo novas possibilidades de interação e participação com a tecnologia, amplificando o alcance das mensagens. Além disso, outros elementos, como a automação e utilização de robôs para difusão de mensagens, bem como a produção em grande escala de mensagens, geraram outros impactos na sociedade.

Dito isto, entre as várias redes sociais utilizadas durante o mandato de Jair Messias, foi notório que o Twitter se destacou como uma das principais plataforma de comunicação de Jair Bolsonaro desde sua eleição como presidente, praticamente se tornando uma plataforma oficial do governo. Para entender essa preferência pelo *microblog*, é preciso entender que isso não ocorreu apenas devido à transformação global nas formas de comunicação com a expansão do acesso à internet, mas principalmente pela relação tensa e de mútua desconfiança entre Bolsonaro e parte da grande mídia brasileira⁴,

³ Matéria da Agência Câmara de Notícias afirma que Joice Hasselmann denunciou “milícia” e “gabinete de ódio” na disseminação de fake news. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/622252-joice-hasselmann-denuncia-milicia-e-gabinete-de-odio-na-disseminacao-de-fake-news/>. Acesso em: 26 de outubro de 2023.

⁴ De acordo com informações do jornal Deutsche Welle, o ano de 2020 registrou o maior volume de ataques à liberdade de imprensa no Brasil desde o início dos registros pela Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj), sendo o presidente Jair Bolsonaro o principal responsável por esses ataques. Disponível em: <https://www.dw.com/pt-br/brasil-teve-recorde-de-ataques-%C3%A0-imprensa-em-2020-diz-relat%C3%B3rio/a-56354093>. Acesso em 26 de outubro de 2023.

incluindo grupos como o controlado pela família Marinho e jornais como a Folha de S. Paulo. Sendo assim, dada a influência das ideias de Bolsonaro enquanto líder nacional, e o papel do Twitter como um meio de comunicação quase oficial do governo, torna-se crucial analisar esta plataforma para entender as ideias e a comunicação do presidente.

Ademais, é preciso rememorar que não faz muito tempo que vivenciamos a disseminação de informações falsas e manipuladas, à época das eleições presidenciais brasileiras desde 2018, por meio do envio maciço de mensagens (Mello, 2019), utilização de rede de *bots* (Saturno, 2018), com o objetivo de influenciar a esfera pública. Esses acontecimentos já apareciam mesmo no período de pré-campanha e geraram uma estrutura de desinformação, como trataremos devidamente neste estudo.

Este estudo evidencia como a manipulação da informação (subsumida, em muitos casos, na sua omissão ou na sua manipulação) ascendeu à extrema direita do Brasil, principalmente pelo uso da midiosfera extremista. Assim sendo, aborda o tema da desinformação que já nasce embasada em pós-verdade, como ocorre na perspectiva da midiosfera do universo digital da extrema-direita. Segundo Silva (2018), “[...] a pós-verdade traz à baila uma distopia conceitual e semântica que busca na deturpação da verdade, o apelo às emoções, satisfação de crenças e ideologias como subversão deformadora da realidade social.” (SILVA, 2018, p. 336). Portanto, pós-verdade diz respeito a um desinteresse pela verdade.

A desinformação, de acordo com Fallis (2014), é uma informação enganosa que tem a função deliberada de enganar. Os exemplos prototípicos de desinformação trazidos pelo autor incluem publicidade enganosa (nos negócios e na política), propaganda do governo, fotografias falsificadas, documentos falsificados, mapas falsos, fraudes na Internet e sites falsos. Portanto, desinformação pode ser uma notícia desatualizada que inicialmente parece ser verdadeira e que é disseminada de boa-fé, pode ser meia verdade enganosa que é tecnicamente verdadeira e até desinformação inteiramente fabricada e disseminada intencionalmente para enganar ou confundir o público (Lewandowsky *et al.*, 2021). Também pode ser uma informação manipulada quando parte dos fatos são omitidos e outros são destacados, a depender dos interesses dos meios de comunicação e de quem produz a informação.

A desinformação tem o potencial de causar danos significativos tanto aos indivíduos quanto à sociedade como um todo. Portanto, é importante proteger as pessoas, seja tornando-as capazes de resistir contra as informações falsas antes de se depararem com elas ou desmentindo-as depois de recebidas (Lewandowsky *et al.*, 2021). Se não é possível noticiar a verdade a tempo, é preciso desmentir a desinformação. Para isso, Ecker *et al.* (2020) orientam oferecer uma explicação clara do porquê a informação é falsa e apresentar o que é de fato verdade.

Quando as contestações detalhadas são fornecidas, a desinformação pode ser “desconstruída”. Sem contra-argumentos, a desinformação pode continuar à espreita, apesar das tentativas de correção. Foi o que fez Lacombe (2022) quando reconheceu que a mídia deveria assumir seu papel na naturalização da extrema-direita no Brasil, como veremos mais adiante.

O que está sendo discutido como desinformação nesta pesquisa está associado à ideia de que há um crescente na reverberação de informações falsas ou “fabricadas”, boatos e rumores como tentativa de manobras da opinião pública por intermédio da mídia social, mais especificamente pelo uso do Twitter. E uma das principais consequências disso, nas redes sociais, é o efeito de “falso consenso” (Soon; Goh, 2018), ou seja, uma impressão de consenso onde a comunidade inclina-se a acreditar em discursos que a maioria ao seu redor também parece apoiar.

A partir disso, na esfera do entendimento sobre desinformação, todavia, a rede social perde o seu contexto conversacional e torna-se, de fato, uma arma para ativistas políticos (Soares; Recuero; Zago, 2018), rede de *bots* e comunicação automatizada (Bastos; Mercea, 2019), disparo em massa de mensagens informações (Tucker *et al.* 2018) com o intuito de interferir na esfera pública e manipular o resultado político. E a participação dessas informações na esfera pública, especialmente em momentos de processos de eleição, pode ser decisiva na interferência nas decisões, manipulando o debate pela prevalência de discursos que se apoiam em premissas falsas (Marwick; Lewis, 2018; Peters, 2018).

Sendo assim, as redes digitais, então, surgem como uma espécie de “arma” de guerrilha informacional para influenciar a opinião pública, pois não se trata apenas de uma disputa de poder de uma mesma narrativa, mas de uma

forma de interferir de forma explícita na disseminação de informações falsas (Recuero, 2019). Portanto, analisar este fenômeno é um objeto de interesse da Ciência da Informação (CI), pois a desinformação compromete os processos de produção, comunicação e uso da informação, que segundo Le Coadic (2004) são elementos basilares da área.

Este estudo representa um esforço intelectual e político, impulsionado por um desejo profundo de desenvolver compreensões críticas e transdisciplinares. Foco particularmente na realidade sociopolítica do Brasil pós-eleições de 2018, utilizando uma variedade de abordagens teóricas, tanto familiares quanto novas para mim. Meu objetivo é interpretar aspectos cruciais e complexos dentro do nosso campo de conhecimento, incluindo a emergência de populismos de extrema-direita (Laclau, 2012), a digitalização da política, bem como o impacto desses fenômenos na análise da comunicação política. Esta análise inclui a investigação das dinâmicas discursivas e os modos de atuação na esfera pública pós-digital. Um foco especial é dado às mudanças nas subjetividades e sociabilidades, analisando os regimes de significação que as moldam de maneira cada vez mais rápida, dinâmica, fluida e penetrante.

Para analisar as ideias expressas por Jair Bolsonaro, assim como suas interações e impactos nos interlocutores, Dominique Maingueneau (2015) aborda a essência desta disciplina, introduzindo a questão central que direciona seus estudos e investigações:

O interesse específico que rege a análise do discurso é relacionar a estruturação dos textos aos lugares sociais que os tornam possíveis e que eles tornam possíveis. Aqui, a noção de “lugar social” não deve ser apreendida de maneira imediata: pode se tratar, por exemplo, de um posicionamento em um campo discursivo (...). O objeto da análise do discurso não é, então, nem os funcionamentos textuais, nem a situação de comunicação, mas o que os amarra por meio de um dispositivo de enunciação simultaneamente resultante do verbal e do institucional (Maingueneau, 2015, p. 47).

Para a discussão que será proposta por este estudo, esses são elementos que apresentam um contexto crucial para as disputas discursivas contidas na corrida das eleições e que utilizam a capacidade de disseminação das mídias digitais para tentar legitimar os seus discursos, como tem feito o governo Bolsonaro. Mas, essa é uma questão complexa, pois não se trata apenas de narrativas diferentes de um mesmo fato, mas o que pode ocorrer é uma disputa de desinformação.

1.1 Problemática

A trajetória política do Brasil, particularmente após o fim da Ditadura Militar (1964-1985), é marcada por uma série de crises econômicas, sociais e políticas, culminando em um ambiente propício para a ascensão da extrema direita. O período pós-ditadura, caracterizado pela retomada do estado democrático, difere significativamente de experiências similares em outros países sul-americanos, como Chile e Argentina. No Brasil, a transição foi moldada pela Lei da Anistia, aprovada predominantemente por parlamentares da Arena (Aliança Renovadora Nacional), partido de apoio ao regime militar. Sendo assim, por esta Lei não responsabilizar os perpetradores de crimes durante a ditadura, contribuiu para um apagamento da memória coletiva sobre os horrores desse período e facilitou a reabilitação da imagem dos militares, entre eles Jair Bolsonaro.

Durante a elaboração da Constituição de 1988, emergiram duas tendências de longo prazo que influenciaram profundamente a política brasileira. A primeira foi a restauração da confiança da população nos militares, fomentada pela ausência de uma Justiça de transição efetiva, que permitiu que as transgressões fossem ignoradas e a reputação militar de eficiência e integridade fosse reforçada. A segunda tendência foi a crescente permissão para a intervenção das Forças Armadas na segurança pública e na política, uma porta que nunca se fechou completamente no Brasil. Avritzer (2020) destaca que essas tendências, especialmente a segunda, pavimentaram o caminho para uma futura intervenção militar na política brasileira:

Ainda durante a elaboração da Constituição de 1988, duas tendências de longo prazo foram se afirmando: a primeira foi a recuperação da confiança da população nos militares. Como não houve no país uma Justiça de transição, os malfeitos foram jogados para debaixo do tapete e os militares rapidamente retomaram a confiança da população, reforçando a imagem de eficiência e não envolvimento em corrupção. O fenômeno se deu ainda nos anos 1990. A segunda tendência diz respeito à autorização para a intervenção das Forças Armadas na segurança pública e na política. (...) Evidentemente, a porta de entrada para intervenção dos militares na política não foi fechada no Brasil (Avritzer, 2020, p. 35-36)

Somam-se a isso os escândalos de corrupção envolvendo os governos do PT, como o Mensalão e a severa recessão econômica desencadeada pela crise financeira global de 2008, que afetou empregos e empresas no Brasil, gerando um profundo mal-estar social. Esse cenário de insatisfação culminou nas manifestações das Jornadas de Junho de 2013, que reuniram demandas variadas, desde a melhoria dos serviços públicos até pedidos por reforma política e, em alguns casos, a volta da ditadura militar. Foi neste contexto de agitação política e social que Jair Bolsonaro começou a ganhar destaque, especialmente após seu voto pelo impeachment de Dilma Rousseff em 2016, quando ele homenageou o ex-chefe do DOI-Codi, Carlos Alberto Brilhante Ustra, conhecido por atos de tortura durante a ditadura. Este episódio não apenas ressaltou as conexões de Bolsonaro com o passado militar do Brasil, mas também sinalizou sua ascensão como uma figura chave no espectro político da extrema direita.

Após estes acontecimentos, desde 2017, antes mesmo de oficializar sua candidatura para as eleições de 2018, Jair Bolsonaro já estava ativamente em campanha, utilizando-se primordialmente das redes sociais, conforme discutido anteriormente. O período pré-eleitoral de Bolsonaro foi marcado pela ausência de propostas concretas ou um plano de governo bem delineado. Em vez disso, suas publicações nas redes sociais eram predominantemente caracterizadas por ataques contundentes dirigidos a seus adversários políticos, sobretudo ao Partido dos Trabalhadores (PT) e ao ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva. Além disso, suas postagens frequentemente visavam minorias sociais e a imprensa, enfatizando uma postura de confronto e polarização.

O conteúdo desses ataques, muitas vezes, baseava-se em informações distorcidas ou inverídicas. Essa estratégia de comunicação, focada mais na desqualificação de opositores e menos na apresentação de políticas substantivas, refletiu uma nova dinâmica na política brasileira, onde a narrativa e a retórica assumiram um papel central, muitas vezes em detrimento de discussões políticas mais profundas e baseadas em fatos. Este período pré-eleitoral de Bolsonaro demonstrou sua habilidade em mobilizar apoio através das redes sociais, explorando o descontentamento popular e as divisões existentes na sociedade brasileira.

Porém, por trás deste estereótipo e das frequentes declarações polêmicas de figuras como Jair Bolsonaro, encontra-se uma complexa estrutura de especialistas em Big Data, cujo papel foi crucial para o sucesso de líderes de extrema direita em chegar ao poder, como argumenta Empoli (2020). O autor salienta a influência significativa da internet, smartphones e redes sociais no processo eleitoral, e como estes foram fundamentais na ascensão dessas figuras políticas. A utilização estratégica das redes sociais, como Facebook e Twitter e a ampla disseminação de *fake news* foram táticas centrais nas campanhas eleitorais bem-sucedidas, levando Empoli a denominar os responsáveis por essas ações de “engenheiros do caos”, título de seu livro.

O escândalo envolvendo Steve Bannon, Donald Trump e a Cambridge Analytica em 2018 ilustra essa dinâmica. A Cambridge Analytica foi acusada de coletar dados de usuários do Facebook para vendê-los a políticos, que usaram essas informações em estratégias políticas. Bannon, estrategista da campanha de Trump, e o próprio presidente foram acusados de comprar esses dados para disseminar *fake news* contra Hillary Clinton, influenciando assim o eleitorado norte-americano. Este caso ressalta a crescente importância e o impacto da análise de dados e das redes sociais nas eleições modernas, um fenômeno não restrito aos Estados Unidos, mas também observado em outros contextos políticos, como o Brasil.

Em entrevista concedida para Maakaroun (2021), o professor João Cezar Castro Rocha, autor do livro 'Guerra cultural e retórica do ódio - Crônicas de um Brasil Pós-Político', publicado em 2021, argumenta que o bolsonarismo não é a causa da ascensão da extrema-direita no Brasil. Ele é a consequência de uma articulação de duas décadas de forças de direita no Brasil. O bolsonarismo não é a origem, foi o ponto de fuga de um contexto histórico, o beneficiário de um movimento anterior, incluindo, na análise de Rocha (2022), uma geração que cresceu com um partido de esquerda no poder, para a qual, pela primeira vez, foi possível, para ser de oposição, ser de direita, um efeito colateral de o Partido dos Trabalhadores (PT) ter governado entre 2002 e 2016.

Para muitos pesquisadores (Rocha, 2019; Rodrigues, 2018; Pinheiro; Vieira, 2018; Paiva; Toledo, 2018; Rosário, 2018; Moritz; Rita, 2017), a operação que abriu caminho à extrema-direita teve início em 2016, preparando

a sessão do Congresso que afastou uma presidente eleita Dilma Rousseff, episódio no qual Jair Bolsonaro saudava um coronel condenado por tortura. “O impeachment de Dilma Rousseff se firma como um exemplo claro da influência midiática nos processos políticos e democráticos.” (Paiva; Toledo, 2018, p. 96).

Nos últimos quatro anos (2018-2021), como aborda Ceccon (2022), existiu um presidente de extrema-direita que se aproximou do Palácio do Planalto com projeto de governo fundamentado no ódio e na exclusão, estimulando o uso de armas de fogo, rechaçando direitos humanos, promovendo discursos e práticas racistas, sexistas e homofóbicas. E mais de 600 mil pessoas morreram em decorrência de uma pandemia, por falta de controle e responsabilidade do governo. Até a fome voltou, e atinge 15% dos domicílios e 33 milhões de pessoas no país (Rede PENSSAN, 2021).

Além disso, assim como ocorreu no dia 7 de setembro de 2021, no ano de 2022, Bolsonaro usou o bicentenário para inflamar mais uma vez sua base radical. Em Brasília e no Rio de Janeiro, os festejos cívicos e militares se confundiram com ações de campanha do candidato à reeleição, motivo pelo qual o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) decidiu proibir o uso na campanha eleitoral de Bolsonaro de imagens de atos oficiais realizados no dia 7 de setembro. O que deveria ser uma festa cívica e histórica - a comemoração dos 200 anos da Independência do Brasil - se transformou em um comício de campanha do presidente Jair Bolsonaro.

No Rio de Janeiro, palco principal escolhido pelo presidente, distinguir o que era comício e o que era uma celebração de Estado tornou-se impossível. Parte de Copacabana foi tomada por bolsonaristas, entretidos e animados por voos rasantes de helicópteros militares levando a bandeira do Brasil e de aviões da esquadrilha da fumaça. A cada sobrevoo, locutores de carros de som gritavam "mito" ou "Bolsonaro", para júbilo da base radical do presidente. Paraquedistas militares levando bandeiras do país e uma do bicentenário fizeram manobras em frente à orla. Enquanto os paraquedistas desciam, o locutor do principal carro de som questionava, com um tom entre a ameaça e o deboche, se havia "infiltrados" da "esquerdalha" no público presente. Mais cedo, em Brasília, um cenário parecido se desenhou na Esplanada dos Ministérios,

com apoiadores exibindo cartazes com mensagens inconstitucionais pedindo um golpe militar e a dissolução do Supremo Tribunal Federal (STF).

Soma-se a isso, houve um aumento de 59% dos índices de desmatamento na Amazônia durante o governo de Jair Bolsonaro em relação aos quatro anos anteriores. Os dados são do Programa de Cálculo do Desflorestamento da Amazônia (Prodes) que faz parte do Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (Inpe), e de um monitoramento de 108 imagens de satélites de desmatamento por corte raso na Amazônia Legal entre os dias 1º de agosto de 2021 a 31 julho de 2022 (UOL, 2022). Jair Bolsonaro tornou-se o presidente com maior aumento do desmatamento registrado desde 1988, quando começa a série histórica do Prodes.

No entanto, Jair Bolsonaro (Partido Liberal - PL) recebeu 58.206.354 votos (49,10% dos votos válidos) no segundo turno das eleições para presidente em novembro de 2022. Como entendê-lo? Este talvez seja um enigma ainda mais complexo do que o avanço transnacional da extrema direita. Não esqueçamos, em nenhuma circunstância, que em quatro anos, o presidente aposta todas as fichas de mau uso dos recursos públicos, de cortes inaceitáveis, por exemplo da farmácia popular, na merenda escolar, no apoio à ciência, à educação, e transfere recursos para o maior gesto de corrupção de toda a história do Brasil – o orçamento secreto. Ainda assim ele conseguiu 49,10% dos votos válidos.

Por outro lado, a rejeição ao Bolsonaro como presidente não tem paralelos no Brasil, desde a história da nova república. Foi o primeiro presidente da nova república a não ser reeleito. Portanto, não se trata em nenhuma circunstância de tornar Bolsonaro mais forte ou mais popular do que é, entretanto, 58.206.354 de eleitores (49,10% dos votos válidos) ainda estavam dispostos a votar em Bolsonaro. É um desafio de compreensão.

O projeto de governo vigente dividiu e separou, sob a égide do pensamento rasteiro de pessoas e grupos ligados à extrema-direita e à ideologia bolsonarista. Se não bastasse, como ressalta Ceccon (2022), esses mesmos grupos, passada a eleição presidencial, que sacramentou a vitória democrática de Luiz Inácio Lula da Silva, agora pedem a volta da ditadura militar, que violentou, torturou e assassinou milhares de pessoas há pouco mais de quatro décadas.

Acampamentos em frente a quartéis militares e bloqueio de rodovias onde tem sido comum atos pedindo a volta da ditadura por meio de orações à Deus, pedido de socorro a extraterrestres, pessoas fazendo saudação nazista, se amordaçando e entoando frases de atentado à democracia e pela volta da ditadura militar. De acordo com Ceccon (2022), são práticas fascistas oriundas de um processo de subjetivação que utiliza a religião, a ideologia, as notícias falsas, redes sociais, robôs e mentiras para criar uma realidade paralela.

É evidente que a ideia de que são todos fascistas é ingênua, mas não vamos discuti-la aqui. Cabe aos pesquisadores da Ciência da Informação a compreensão deste fenômeno que se estrutura no universo digital e opera em torno da desinformação e de teorias conspiratórias.

Portanto, a seguinte questão deverá ser respondida ao longo deste estudo: **Como se estruturou e operou o discurso presidencial no perfil oficial de Jair Messias Bolsonaro em torno da desinformação e da construção de uma realidade paralela durante o governo e na campanha à reeleição?**

1.2 Justificativa

Não é demais lembrar que, considerando a posição de destaque de Jair Bolsonaro como porta-voz e representante no Congresso Nacional, com quase três décadas de experiência política, sua eleição à presidência da República e seu histórico de declarações radicais e controversas, é de suma importância apresentar, analisar e compreender de maneira aprofundada seus discursos e ideias. Este estudo visa ir além das interpretações simplistas baseadas apenas no senso comum, buscando uma análise mais detalhada e contextualizada de sua trajetória e retórica política.

Um aspecto importante que justifica o desenvolvimento é a dificuldade, por parte da imprensa brasileira, de referenciar Bolsonaro como parte da avalanche mundial da extrema-direita. Giusti (2022) entende que a resistência quanto ao uso do termo é só a ponta do *iceberg* de outras palavras, nomenclaturas e explicações que a população brasileira não teve acesso nos últimos quatro anos, [...] essa abstenção midiática trouxe prejuízos seríssimos à população e à democracia” (Giusti, 2022).

Na análise de Lacombe (2022), a cada absurdo não confrontado dito diante das câmeras por Bolsonaro, se naturaliza a extrema-direita. A cada mentira não verificada dita em debate, *idem*. Não as combater é, proposital ou acidentalmente, naturalizar o fascismo que pulsa em Bolsonaro e em seus métodos.

Para além do não uso do termo “extrema-direita”, Giusti (2022) cita um conjunto de outras palavras que estão impregnadas dentro do Bolsonarismo, os quais segundo ela, foram elencados pelo teólogo Ronilso Pacheco, em sua mais recente coluna no *The Intercept Brasil*: extrema-direita, “nacionalismo cristão”, “reacionarismo”, “*alt-right*”, “fundamentalismo transnacional” e “algoritmos”, que nunca entraram na análise, com raríssimas exceções e nunca no *mainstream* midiático. Restrito a poucos especialistas, esse mapeamento e sua divulgação e exposição no espaço público faria uma diferença considerável no diagnóstico de ocultação da informação nesta Sociedade da Desinformação (Nathansohn; Brisola, 2020).

Para o pesquisador e professor João Cezar de Castro Rocha, em entrevista concedida à Maakaroun (2022), o Brasil assiste à consolidação das condições para a instauração de um estado totalitário e fundamentalista do ponto de vista religioso. Segundo o professor Rocha, a extrema-direita brasileira compartilha as mesmas estratégias de seus aliados transnacionais: o uso das plataformas de mídias digitais para a produção da dissonância cognitiva coletiva, um Brasil paralelo, que fratura a espinha dorsal dos valores democráticos.

Dito isto, este estudo representa a concretização de um compromisso intelectual e político, impulsionado por um ímpeto profundo de desenvolver análises críticas e interdisciplinares, principalmente com o interesse de explorar a complexa realidade sociopolítica do Brasil, com um enfoque especial no período pós-eleições de 2018. Essa era uma realidade que eu, como pesquisador, ainda não havia demonstrado interesse, mas a atual conjuntura da situação e ascensão da extrema-direita, desvelou neste pesquisador uma vontade em compreender melhor as dinâmicas e transformações no discurso político brasileiro, principalmente pelos avanços acelerados no processo de digitalização no nosso país, incentivados pelos momentos pandêmicos vividos

com a crise da Covid-19. O ambiente digital é uma área que tenho me aprofundado tanto academicamente, quanto na atuação profissional.

Por fim, os momentos vividos no Brasil e globalmente fizeram com que este pesquisador refletisse que a política, em um sentido mais abrangente, é o que nos torna capazes de pensar, refletir e realizar o bem. Afinal, parafraseando Aristóteles, “o homem é um animal político e está em sua natureza viver em sociedade”.

1.3 Objetivos

Diante do exposto, objetivo geral é examinar as principais temáticas propagadas no ambiente digital bolsonarista de 2019 a 2022 e identificadas como desinformação pela agência de *fact-checking* Aos Fatos.

Os objetivos específicos são:

- I. Examinar o contexto e o conteúdo das temáticas desinformativas;
- II. Identificar as plataformas digitais mais empregadas pelo governo de Jair Bolsonaro e que continham desinformação;
- III. Apontar em quais condições o conteúdo das desinformações depreciava autoridades ou instituições públicas ou direcionava ataques a opositores políticos.

1.4 Contribuições da Pesquisa

Enquanto as questões elencadas acima justificam o desenvolvimento desta pesquisa, os pontos que se seguem caracterizam as suas contribuições.

Na sua contribuição para a área da Ciência da Informação, esta pesquisa ajuda a compreender como a estratégia da extrema-direita para instaurar um Estado totalitário e fundamentalista, passa pela midiosfera digital e pela produção de dissonância cognitiva coletiva (Rocha, 2022). Pessoas atingidas por essa condição estão propensas a certas atitudes mentais que visam evitar informações que resultem em desconforto ou que colidam com o seu sistema de crenças internalizado (Cruz, 2021). Trata-se de um processo informacional no qual a afirmação principal é aceita como evidência, sem espaço para mediadores e para a interpretação.

Sob outra perspectiva, porém complementar, as hipóteses trazidas ao debate por Rocha (2022) contribuem para entender as afinidades estruturais deste universo digital da extrema-direita e como esse fenômeno foi bem explorado pelos bolsonaristas para manter seu eleitorado fiel, apesar das contradições do governo Bolsonaro na educação, economia, saúde, meio ambiente, desrespeito às minorias e tantas outros temas que chocaram a sociedade brasileira nesses últimos quatro anos.

No campo teórico-metodológico, esta pesquisa salienta que a luta contra a desinformação requer a compreensão das conexões entre esse fenômeno com as construções sociais. Latour (2001) esclarece que as ciências não se explicam a si mesmas, nem se desenvolveram a partir de suas próprias forças internas. Tampouco, os estudos científicos tratam unicamente de discurso e retórica, ou, na melhor das hipóteses, de problemas epistemológicos, sem se importar com o mundo real lá fora. Os estudos científicos, argumenta Latour (2001), seguem movimentos e caminhos que é impossível descrever *a priori* todos os laços e circuitos que explicam o sistema circulatório da ciência.

2 REVISÃO TEÓRICA

Nesta seção, inicialmente busca-se um entendimento conceitual mais completo das noções de informação, *misinformation* e desinformação, suas interconexões e características distintivas e suas implicações para a ascensão transnacional da extrema direita. Em seguida, segunda seção apresenta-se um conjunto de hipóteses acerca da ascensão da direita, de acordo com análises de Rocha (2021), levando em consideração que também se trata de uma ocorrência transnacional e que tem afinidades com o universo digital. A terceira seção discute como a imprensa manipula a informação pela seleção daquilo que opta por informar e aquilo que opta por não informar e, conseqüentemente contribui para criar as condições de instauração da extrema direita.

2.1 Desinformação e Desordem Informacional

Não é possível pensar o processo informacional, tampouco o atual ecossistema midiático, sem considerar a desinformação como um elemento endógeno e intrínseco, um ecossistema que criou seus próprios vícios de manipulação e desinformação, como *clickbait*, *fake news*, fabricação de conteúdo, entre outros (Aguaded; Romero-Rodríguez, 2018). Ou seja, é impossível trabalhar com informação sem entrar no debate da desinformação.

As notícias falsas de hoje são apenas parte do problema mais amplo da “desinformação” (Comissão Europeia, 2018). As notícias falsas, também conhecidas como fake news, mantêm a aparência de notícias jornalísticas e representam, segundo Figueira e Santos (2019), parte significativa de um dos problemas mais graves e complexos no quadro da circulação da informação na sociedade contemporânea: a desinformação. Apesar de não ser um fenômeno novo, de acordo com os autores, sua importância e as possíveis consequências sociais e políticas de sua difusão pela internet têm sido amplamente discutidas, especialmente nos últimos anos. Em geral, seu público-alvo se caracteriza em um grupo de usuários com o mesmo pensamento ideológico, para reforçar aquela corrente de opinião pré-existente (Araújo, 2020b). Os jovens são um dos grupos mais expostos a essa realidade, se levarmos em conta a presença da tecnologia da comunicação em seu cotidiano.

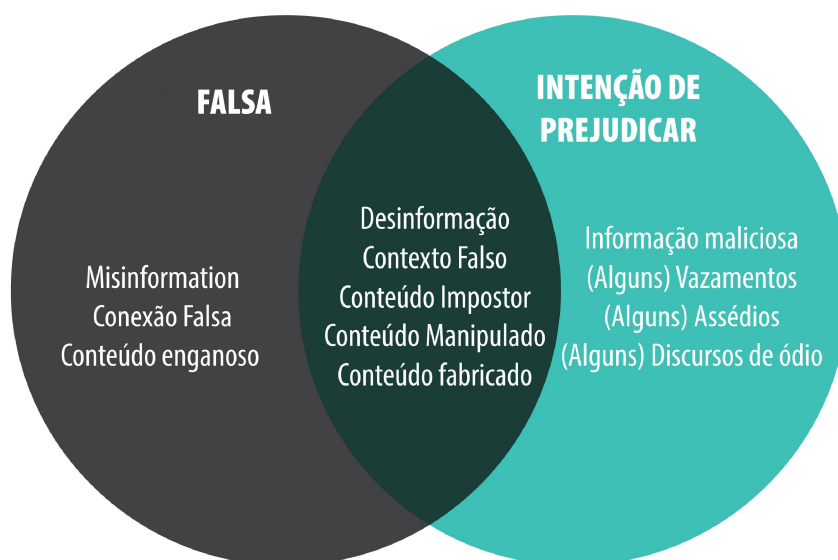
Fallis (2015) defende que é preciso desenvolver técnicas para identificar a desinformação e políticas para impedir sua disseminação. No entanto, para desenvolver tais técnicas e políticas, precisamos primeiro melhorar nossa compreensão da natureza e do escopo da desinformação (Fallis, 2014; 2015). Mais importante, segundo o autor, precisamos ser capazes de distinguir desinformação de outras formas de informação enganosa, como é o caso da *misinformation*. O autor propõe e defende uma nova análise funcional do conceito de desinformação e indica como essa análise pode nos ajudar a lidar com essa séria ameaça à qualidade da informação, como já apontado na introdução deste projeto. Para dar conta de seu objetivo, Fallis (2014) cita vários filósofos e cientistas da informação, entre eles, Floridi (1996; 2005; 2011), Skyrms (2010) e Fetzer, (2004), que ofereceram análises do conceito de desinformação. Em cada caso, Fallis (2014) apresenta contraexemplos para mostrar que todas essas análises excluem formas importantes de desinformação e/ou incluem formas inofensivas de informações que não devem ser consideradas como desinformação.

Os investigadores Wardle e Derakhshan (2017) ampliaram os estudos iniciados por Fallis e acrescentaram à desinformação e à *misinformation*, o conceito de *malinformation* e os cruzam com dois diferentes vetores: falsidade e intenção de prejudicar, como se lê na Figura 1.

Na Figura 1, a *misinformation* se refere à informação difundida publicamente que é falsa, mas que não pretendia prejudicar ninguém nem foi produzida com essa intenção. São os erros involuntários do trabalho jornalístico, as imprecisões nos números, as estatísticas mal interpretadas, as declarações incorretamente reproduzidas, até eventuais comentários satíricos que acabam sendo levados a sério. Podem ser exemplos de falta de qualidade na informação, mas não com a intenção de prejudicar alguém. A terceira categoria, denominada informação maliciosa (*mal information*), é uma informação que é baseada na realidade, mas usada para causar danos a uma pessoa, organização ou país (Wardle; Derakhshan, 2017). Em outras palavras, aquilo que se difunde é verdadeiro, ou baseado em elementos reais, mas destina-se apenas a provocar dano ou prejuízo a outrem. Um exemplo é um relatório que revela a orientação sexual de uma pessoa sem justificativa de interesse público. É importante distinguir mensagens que são verdadeiras

daquelas que são falsas, mas também aquelas que são verdadeiras (aquelas mensagens com alguma verdade), mas que são criadas, produzidas ou distribuídas por agentes que pretendem prejudicar em vez de servir ao interesse público. Essas informações maliciosas - como informações que violem a privacidade de uma pessoa sem justificativa de interesse público são trazidas a público com intenção de fazer mal. No meio, temos então a “disinformation”, que partilha daqueles dois vetores: é informação falsa e, ao mesmo tempo, informação que pretende prejudicar pessoas, grupos, organizações ou até países.

Figura 1 - Desordem informacional



Fonte: Wardle e Derakhshan (2018, p.46).

Não obstante as distinções acima, as consequências no ambiente de informação e na sociedade podem ser semelhantes (por exemplo, corrompendo a integridade do processo democrático, reduzindo as taxas de vacinação). Além disso, Wardle e Derakhshan (2017) alertam que casos particulares podem exibir combinações dessas três conceituações e há evidências de que exemplos individuais de uma são frequentemente acompanhados pelos outros (por exemplo, em plataformas diferentes ou em sequência) como parte de uma estratégia de informação mais ampla por atores

específicos. No entanto, é útil manter as distinções em mente porque as causas, técnicas e soluções podem variar.

O conceito de desinformação ganhou novas atenções de estudiosos e pesquisadores, sob a alcunha de “*fake news*” (Shu et al., 2017; Shao et al., 2018), trazendo novas nuances sobre o efeito desses processos. Assim como já havia definido Fallis (2014; 2015), no conceito de Derakhshan e Wardle (2017), o fator de diferenciação de uma desinformação, também é a sua intencionalidade, ou melhor, é uma informação não verdadeira e propositalmente manipulada ou fabricada para enganar um público, para causar algum tipo de dano a algo ou alguém. Desta forma, piadas ou sarcasmos não são compreendidos nesta definição. Os autores complementam o conceito trazendo uma classificação dos tipos de desinformação:

- a) um conteúdo enganoso, utilizado para enquadrar negativamente;
- b) um conteúdo impostor, publicado por fontes que não são seguras e se distanciam da fonte real;
- c) conteúdo fabricado, que se aproxima do que atualmente se define como “*fake news*”, em que são divulgadas informações completamente falsas;
- d) falsa conexão, ou seja, quando é criada uma conexão falsa entre dois conteúdos, como um título ou texto;
- e) falsa contextualização, quando um contexto falso é oferecido em lugar do verdadeiro;
- f) conteúdo manipulado, quando um conteúdo verdadeiro é alterado para enganar.

A questão que estamos discutindo neste estudo é que a narrativa está presente nas notícias, bem como na *misinformation*, na desinformação e na informação maliciosa. Assim, a narrativa está embutida em quais fatos são selecionados como importantes nas notícias (ou em quais fatos são inventados ou retirados do contexto em comunicações tóxicas).

O público em geral, os jornalistas e os cientistas em informação em especial, precisam examinar separadamente os 'elementos' da 'desordem de informação': o agente, as mensagens e os intérpretes. Nessa matriz, de acordo com Wardle e Derakhshan (2017), há perguntas que precisam ser feitas a cada

elemento. O agente que cria uma mensagem fabricada pode ser diferente do agente que produz essa mensagem, que também pode ser diferente do agente que distribui a mensagem. Da mesma forma, é necessário um entendimento completo de quem são esses agentes e o que os motiva. Os diferentes tipos de mensagens sendo distribuídas pelos agentes também precisam ser compreendidos, para que possamos começar a estimar a escala de cada um e começar a abordá-los. Wardle e Derakhshan (2017) apontam que o debate até agora tem sido predominantemente focado em sites de notícias de texto fabricados, mas o conteúdo visual é tão difundido que é muito mais difícil de identificar e desmascarar.

Figura 2 - Três elementos de desordem de informação



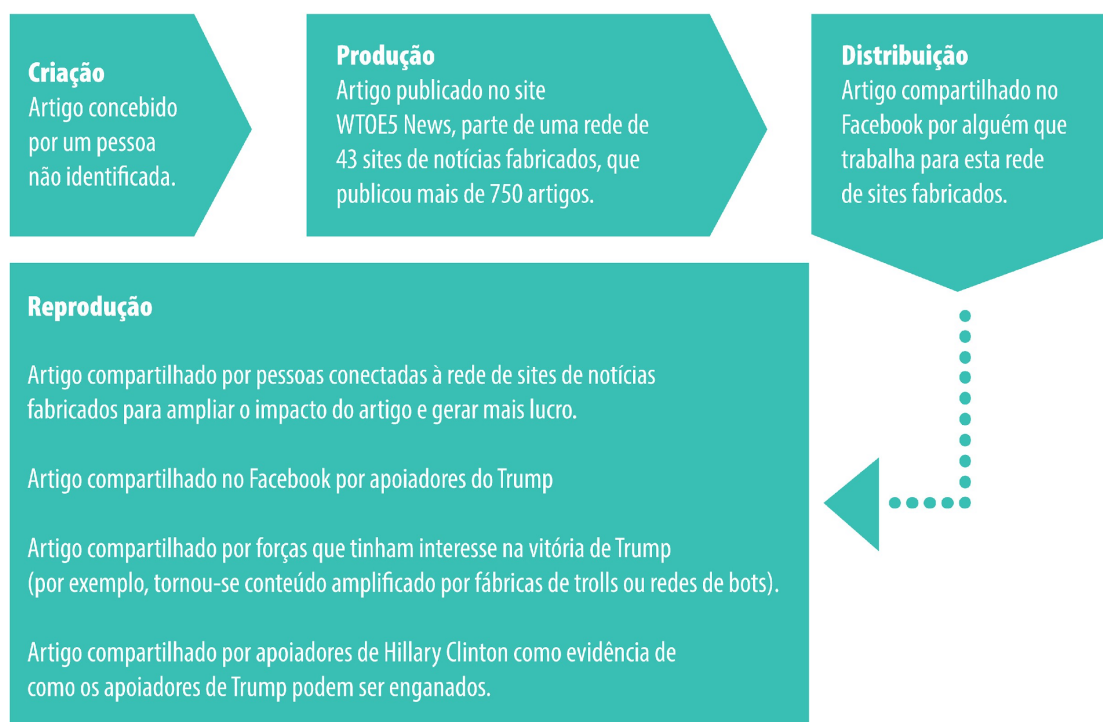
Fonte: Wardle e Derakhshan (2018, p. 51).

Por exemplo, as motivações do mentor que "cria" uma campanha de desinformação patrocinada pelo estado é muito diferente daquelas dos *trolls* encarregados de transformar os temas da campanha em postagens específicas. E uma vez que uma mensagem foi distribuída, ela pode ser reproduzida e redistribuída infinitamente, por muitos atores diferentes, todos com motivações

diferentes. Por exemplo, uma postagem em mídia social pode ser distribuída por várias comunidades, fazendo com que sua mensagem seja captada e reproduzida pela grande mídia (operando sem exame minucioso) e posteriormente distribuída para outras comunidades. Somente dissecando a "desordem de informação" podemos começar a entender essas nuances.

Finalmente, há uma necessidade de considerar as três diferentes "fases" da desordem de informação: criação, produção e distribuição (Figura 3). É importante considerar as diferentes fases de uma instância de "desordem de informação" ao lado de seus elementos, porque o agente que idealiza o conteúdo é muitas vezes separado dos produtores e divulgadores.

Figura 3 - Fases da desordem informacional



Fonte: Wardle e Derakhshan (2018, p. 52).

Portanto, se quisermos pensar em soluções para esses tipos de desinformação que poluem nossos fluxos de informação, Derakhshan e Wardle (2017) orientam começar a pensar sobre o problema com muito mais cuidado. Também recomendam pensar nas pessoas que estão criando esse tipo de conteúdo e o que as motiva a fazer isso; que tipo de conteúdo estão produzindo e como estão sendo recebidos pelo público; e, quando o público

decide compartilhar novamente essas postagens, o que o motiva a fazer isso. Há muitos aspectos nessa questão que assinalam Derakhshan e Wardle (2017) e muitos dos debates não estão captando essa complexidade.

Assim, a desinformação está associada aos discursos que emergem das ideias falsas ou manipuladas propositalmente nas conversações mediadas por computador. E como apontam Soon e Goh (2018), uma das principais consequências nas mídias sociais é o efeito de “falso consenso”, em referência a uma impressão de consenso, onde as pessoas tendem a acompanhar e a acreditar em discurso que a grande massa da rede parece apoiar.

Em linhas gerais, segundo Soon e Goh (2018), quando um discurso não verdadeiro se torna predominante em uma determinada rede, há uma tendência em impor uma inexistente impressão de consenso para os seus membros, que acreditam que pode ser verídica a informação, visto que os demais ao seu redor a aceitam.

Outros autores denominam de tendências de confirmação (*confirmation bias*), a tendência em que os atores teriam a receber, conferir e reproduzir as informações que se associem com os seus próprios pontos de vista (Nickerson, 1998). A situação se agrava, pois uma vez que as falsas concepções surgem na rede divulgada pelos seus atores, dificilmente conseguem ser desconstruídas, mesmo diante da apresentação de fatos verídicos e informações corretas.

Esse movimento evolutivo de desinformações também está associado ao crescimento das mídias sociais. Recuero (2016) aponta que a mídia social é entendida como um efeito das ações de atores em sites de rede social, gerando e disseminando informações com o objetivo de ganhar visibilidade para determinados discursos em detrimento de outros. Assim, retomamos o conceito de *affordances*, trazido por Boyd (2010), no qual propõe características de dinamicidade e infraestrutura técnica para estes novos momentos em espaço público. Desta forma, pode-se associar à mídia social elementos facilitadores para publicação e compartilhamento de informações devido a sua característica de fácil escalabilidade, alcance e permanência no universo online, pois uma vez publicado, é complexo retirar por completo o registro (Recuero, 2016). Essas afirmações refletem o crescimento fenômeno da desinformação na mídia social, pois permitem que informações não

verdadeiras sejam rapidamente reverberadas e, por consequência, influenciando na opinião pública, como pode ser o caso das eleições e o ativismo político.

A utilização de sites de redes sociais como lugar para ativismo político já foi documentada por diversos autores. Castells (2012) aponta que os protestos, que podem coexistir nos ambientes on-line e off-line, são “movimentos sociais em rede”, afirmando que são dependentes das mídias sociais para se estruturarem, constituindo um “espaço público híbrido de liberdade”, onde os manifestantes de ambos os lados (*on* e *off*) participam desse momento de revolução.

Sendo assim, o Twitter é uma ferramenta de mídia social, que representa tanto as redes sociais, quanto outros discursos que permeiam as sociedades. Como não poderia ser diferente, isso também inclui o objeto deste estudo. Desta forma, compreende-se que a ferramenta funciona como um ambiente de disputa discursiva, ou melhor, um espaço onde os mais variados discursos brigam pela hegemonia do sentido (Soares et al., 2019). A disputa discursiva geralmente associa-se à perspectiva dos estudos críticos do discurso, porém é um conceito amplo, podendo ser aplicado em diversas abordagens.

Assim, as disputas de poder se apresentam como pilares do conceito, pois visam averiguar como narrativas que possuem origens em diferentes pensamentos ideológicos ou políticos disputam a hegemonia da esfera pública (Hardy; Phillips, 1999).

As disputas discursivas ocorrem em três casos distintos: (1) entre os veículos midiáticos; (2) entre usuários e veículos midiáticos e (3) entre os próprios usuários (Paiva; Garcia; Alcantara, 2017). Estes contextos podem ser identificados na mídia social com as mais variadas estratégias sendo utilizadas para defender um ponto e legitimar, como, por exemplo, narrativas que se baseiam em desinformação ou para desacreditar as notícias divulgadas por canais informativos. Nesse sentido, o Twitter é um ambiente propício para o desenvolvimento de disputas discursivas. São os seus usuários que decidem o que viraliza ou não e decidem o que deve ganhar visibilidade na rede. Conforme Zago (2012), o Twitter permite aos internautas a possibilidade de dar visibilidade a algumas informações e esconder outras. Esse contexto permite

que seja enquadrado dentro do que se pretende trabalhar neste estudo a respeito das desinformações e a formação de polarização no Twitter.

2.2 Fluxo de Informação na Mídiosfera Bolsonarista

O professor João Cezar de Castro Rocha, em conferência no Programa de Pós-graduação em História da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), denuncia o processo de lavagem cerebral alimentado pelo engajamento em torno da desinformação e das teorias conspiratórias e sustenta um conjunto de hipóteses, as quais servem de norte para a reflexão desta pesquisa. Rocha (2022) parte da constatação de que o fenômeno político decisivo das duas primeiras décadas do século XXI é o avanço transnacional da extrema direita brasileira que compartilha as estratégias de Donald Trump (Estados Unidos), Viktor Orbán (Hungria) e Andrzej Duda (Polônia) para implantar uma sociedade totalitária com base no fundamentalismo religioso.

Mas, o aspecto que diferencia o avanço transnacional da extrema direita do século XXI do fenômeno que ocorreu no século XX com o avanço do nazifascismo, é que a extrema direita deste século tem chegado ao poder por meio do voto, em eleições democráticas e livres. Ou seja, segundo Rocha (2022), a extrema direita encontrou a fórmula mágica para conquistar corações e mentes. Além de Jair Bolsonaro, no Brasil; Viktor Orbán, na Hungria; Andrzej Duda, na Polônia; Donald Trump, nos Estados Unidos da América (EUA); Rodrigo Duterte, nas Filipinas; Recep Erdogan, na Turquia.

É difícil dizê-lo e ainda mais difícil concebê-lo, mas indispensável reconhecer que em todos esses casos, a extrema direita venceu as eleições, com um discurso propriamente odioso, com uma promessa de projeto político autoritário, com um ideário reacionário com respeito à democracia (Rocha, 2022). Esse foi o desafio que enfrentamos com a eleição de 2018. Embora Jair Bolsonaro seja o primeiro presidente a não conseguir se reeleger para mais um mandato desde quando a reeleição foi aprovada no Brasil no ano de 1997, a sua primeira eleição, em 2018, realmente logrou conquistar corações e mentes e obteve um número suficiente de eleitores para assegurar a sua vitória. A questão básica é como entender o fenômeno, isto é, como entender a dinâmica que propicia esse avanço transnacional da extrema direita. Eis aí a esfinge

contemporânea, se não a deciframos, seremos devorados pela extrema direita, alerta Rocha (2022).

2.2.1 A real novidade no universo digital

Quando a internet ainda estava apenas engatinhando no começo da década de 1990, Pierre Lévy elucubra sobre o indefectível advento de uma superestrutura universal de comunicação e troca de dados. A leitura de obras como “A inteligência Coletiva” (Lévy, 1998) fornece *insights* de que os computadores não eram, à época, simplesmente máquinas calculadoras, mas a conexão às redes de telecomunicações se transformariam em uma nova infraestrutura de tratamento da informação. A imprensa escrita, o rádio e a televisão seriam completamente recontextualizados num meio muito mais poderoso. Mas o que Lévy (1998) queria enfatizar era sobretudo o aumento evidente das capacidades cognitivas, por exemplo, o aumento da capacidade de memória por meio da sua externalização nos meios digitais.

Na concepção de Rocha (2022), a verdadeira novidade do universo digital não se refere à quantidade ou à intensidade de dados transmitidos em tempo real, ou da capacidade de armazenamento de dados, ou de todos os seus aparatos que possibilitam uma espécie de memória cibernética infinita do universo digital.

Rocha (2022) sugere que a novidade no universo digital apresenta um aspecto que ainda não fomos capazes de teorizar suficientemente. Para explicar, o autor sugere um recuo no tempo e que nos transportemos para o 11 de setembro de 2001, quando os EUA sofreram o maior ataque a seu território desde o bombardeio japonês à base de Pearl Harbor, no Havaí, em 1941. O que deve nos interessar, assinala Rocha (2022), é o intervalo entre o primeiro e o segundo ataque de avião lançado contra as torres gêmeas do World Trade Center (WTC), na ilha de Manhattan, em Nova York.

Quando o primeiro avião — um Boeing 767 fazendo o voo 11, de Boston em direção a Los Angeles — atingiu a torre Norte do *World Trade Center*, apresentadores de TV e repórteres conversavam com testemunhas e especulavam sobre que tipo de aeronave teria se chocado com um dos prédios do *World Trade Center* e levantavam as mais variadas possibilidades, ao vivo. Àquela altura, de acordo com Rocha (2022), a maioria acreditava que se

tratava de um acidente. Durante a transmissão, o fenômeno começou a se esclarecer quando, minutos depois do primeiro ataque, um segundo *Boeing 767* — o voo 175, que também saíra de Boston com destino a Los Angeles — chocou-se contra a torre Sul, numa cena vista ao vivo por milhões de pessoas ao redor do mundo.

O que Rocha (2022) quer chamar a atenção é que somente quando o segundo avião se chocou ficou evidente que não se tratava de um acidente, mas de algo deliberado. Somente após esse longo espaço de tempo surgiu a hipótese de um atentado terrorista. Antes, no espaço de tempo entre o primeiro e segundo avião, o que de fato aconteceu foi o anúncio de um colapso no qual ainda hoje estamos surpreendidos.

A verdadeira novidade do universo digital a que Rocha (2022) se refere é que o mesmo, pela sua materialidade e pela sua dinâmica possibilita que uma ação seja transmitida antes de sua conclusão, enquanto ela está ocorrendo. E essa ação, no momento mesmo que ocorre é transmitida para um mundo inimaginável de pessoas, no caso do 11 de setembro, o mundo inteiro parou para assistir o intervalo de tempo de absoluta indecisão hermenêutica entre o lançamento do primeiro e do segundo avião.

Muito bem evidenciado por Rocha (2022) é que a transmissão da ação ou da informação, que ainda ocorre, encontra seu público e a reação do público pode, de maneira surpreendente, impactar a apropriação, porque hoje as pessoas transmitem ações, e a ação pode ser afetada pela recepção que é feita da ação ou da informação que ainda não foi concluída. Esse eixo, ação, transmissão, interpretação, é um eixo cuja defasagem assegurou a existência da condição humana, de forma mais específica de sistematizar uma arte de interpretação - a hermenêutica - uma área de estudo, de maneira mais ampla - as ciências humanas - e uma instituição própria - a universidade - ou os centros de pesquisa. Sem a defasagem temporal entre esses três eixos, nenhuma interpretação é possível.

Portanto, no universo da comunicação digital (da ação imediata), o eixo da simultaneidade da produção da informação (ação), sua transmissão, sua interpretação antes que a ação tenha sido concluída leva a um colapso da comunicação. Não é possível que haja jornalismo nessa acepção, porque não pode haver checagem de fonte, não pode haver comparação de testemunhos,

o que há é necessidade de acompanhar aquela ação que ainda está ocorrendo, e, portanto, não pode haver hermenêutica.

Sem a pressuposição básica de uma defasagem temporal que compromete a compreensão exata do sentido e exige, por isso, que se estabeleça uma ponte de compreensão entre o presente e objetos do passado, sem essa ponte de compreensão que é a própria hermenêutica, não há possibilidade da arte da interpretação. Mas sem essa defasagem entre ação, disseminação e interpretação, as ciências humanas se tornam utópicas, elas não dispõem de lugar algum (Rocha, 2022). E o lugar que as acolhe, que é a universidade, também é comprometido, pois, de acordo com Rocha (2022) a forma pela qual produzimos conhecimento é lenta, implica idas e vindas, reviravoltas, descobertas e fracassos. É sempre uma experiência de defasagem temporal, completa o autor.

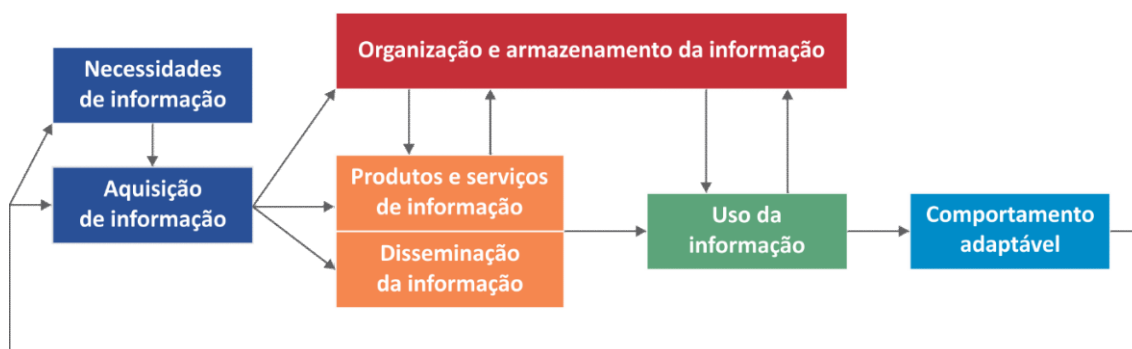
Esse primeiro círculo da hipótese de Rocha descrito acima mostra que o eixo da simultaneidade propiciado pelo universo digital leva a um colapso das formas usuais dos processos informacionais tão caros à Ciência da Informação (CI). No campo da CI há uma farta literatura de modelos de gestão da informação nas organizações, como, por exemplo, Le Coadic (2004), Beal (2004) e Davenport (1998). Embora com alguma variação quanto aos elementos ou etapas envolvidas, invariavelmente a gestão da informação está relacionada ao “fluxo da informação”, composto, basicamente, pelas etapas do processo: produção, comunicação e uso (Le Coadic, 2004), ou com etapas mais detalhadas, a depender de cada autor, mas sempre com o objetivo de disponibilizar as informações para atender às necessidades de uso das pessoas e organizações (Ponjuán Dante, 2011).

Todavia, os modelos existentes sempre respondem à hermenêutica que se interpõe ao uso da informação. McGee e Prusak (1994, p. 106) salientam que “[...] a maneira como os indivíduos se comportam em relação à informação – como eles a adquirem, selecionam, analisam e a comunicam – é tão importante para a organização quanto a própria informação”.

Choo (1998) propõe um modelo de gestão da informação em um conjunto de seis etapas interrelacionadas: identificação de necessidades informacionais, coleta de informação, organização e armazenamento da informação, desenvolvimento de produtos e serviços de informação,

disseminação e uso da informação. O ciclo tem um propósito de tornar acessíveis as informações que são relevantes ao negócio da organização. A Figura 4 mostra o ciclo informacional proposto por Choo (1998).

Figura 4 - Ciclo de Gestão da Informação proposto por Choo (1998)



Fonte: Adaptado de Choo (1998).

Entender como uma organização usa a informação é uma questão bastante complexa. Segundo Choo (2003), a informação é um componente intrínseco de quase tudo que uma organização faz. Por outro lado, os serviços ou produtos de informação devem ser definidos a partir do contexto social, considerando a possibilidade de este ser uma arena de disputas políticas e econômicas. Essa visão ampla do usuário de informação é que define as suas necessidades informacionais e expectativas com relação aos serviços ou produtos de informação, com vistas ao uso (também evidenciado na Figura 4 de Choo, 1998).

É nesse sentido que Frohmann (1992) enfatiza que o que contam não são apenas necessidades individuais de informação de cada usuário, mas, antes de tudo, há que se compreender o ambiente no qual esse usuário está inserido. Assim, o que Frohmann (1992) e os demais defensores do paradigma sociocognitivo defendem é considerar as características da organização na qual o usuário está operando, com relação a sua missão e aos seus objetivos estratégicos. De natureza igual ao que Rocha (2022) chamou a atenção, se não houver hermenêutica, não haverá apropriação por parte do usuário da informação, consequência da dinâmica desse fluxo informacional, e, certamente, não haverá eficácia no que tange aos resultados relativos ao uso da informação.

No entanto, a difusão massiva de sistemas sociotécnicos e plataformas de *microblogging* (site de mídia social no qual um usuário faz postagens curtas e frequentes) cria um caminho direto dos produtores aos consumidores de conteúdo, ou seja, possibilita a desintermediação e altera a forma como os usuários se informam, debatem e formam suas opiniões (Brown; Broderick; Lee, 2007). Esse ambiente sem intermediação pode encorajar especulações, rumores e desconfiança (Sunstein; Vermeule, 2009).

Logo, o que Rocha (2022) está alertando é que não há narrativa que não implique em uma defasagem temporal entre o que se escuta ou o que se lê e o tempo necessário para compreender aquilo que se escutou ou que se leu. Contudo, o eixo da simultaneidade do universo digital é contraproducente, tende a uma desumanização, tende a uma valorização do maquínico, isto é, de um processamento de dados sem interferência de um elemento subjetivo, de um processamento de dados que corresponde sempre a um modelo de exclusão (1-0, sim-não). E, segundo esse autor, a subjetividade maquínica é, portanto, a subjetividade que envolve o desempenho de um computador, com outros computadores, ou com humanos que se obrigam a reduzir suas participações como quem imita a máquina. A extrema direita, de acordo com as análises de Rocha (2022), é incompreensível sem um aproveitamento ágil e hábil dessa circunstância e dessa característica.

2.2.2 A dinâmica do universo digital da extrema direita

Rocha (2022) destaca três elementos em uma descrição inicial da dinâmica do universo digital: a lógica algorítmica, a agudização da economia da atenção, a transformação panorâmica-econômica no planeta, pelo caráter onipresente da economia digital de alguns elementos da dinâmica do universo digital, uma vez que essa novidade se impõe.

O primeiro elemento do universo digital é definido pela lógica algorítmica, aqui compreendendo que o algoritmo é uma forma específica de operação matemática que responde a um determinado problema. De tal forma que no universo digital, o único modo de fazer com que esse sistema de um fluxo vertiginoso de informação o tempo todo sem interrupção não entre em colapso é encontrar uma forma de processamento dos dados. E a forma encontrada é a lógica algorítmica, porque a lógica algorítmica quer, sobretudo, um sistema de

exclusão: Sim- Não; 0-1. Se o sistema de exclusão é esse sistema para essa finalidade binária (embora o algoritmo nem sempre é obrigatoriamente binário), mas se aqui ele opera dessa forma, então pouca importa que essa quantidade de informação seja vertiginosa, pois há uma forma de lidar com essa quantidade de informação que é o sofisticado sistema de exclusão. Na fusão homem máquina há mais símbolos que informação que pede interpretação da significação. Máquina conversa com máquina, ou seja, faz conexão, não propriamente conversação, fenômeno identificado por Barbosa (2019, apud Araújo, 2020a), como “desintermediação da informação”, a equivocada noção de as informações vindas pelos motores de busca e redes sociais, por não haver mediação, seriam mais críveis, pois seriam diretas.

A segunda derivação dessa vertiginosa e ininterrupta transmissão de dados e informações é um fenômeno que, segundo análise de Rocha (2022), não foi inventado pelo universo digital, mas que por ele foi agudizado, que é a chamada Economia da Atenção (segundo elemento do universo digital). Isto é, considerando que a quantidade de oferta de conteúdo é realmente vertiginosa, a possibilidade que há de buscar visibilidade nesse oceano de possibilidades, é lançar mão, de maneira perversa, de aquilo Walter Benjamin definiu como estratégia de choque, que é uma forma de produzir, esteticamente, estranhamento em relação ao comportamento automatizado do cotidiano. De fato, segundo Castriota (2027), na reflexão delineada por Benjamin, a “experiência (*Erfahrung*)”, que possibilitava um conhecimento e uma moral concretos e não reduzidos no mundo pré-moderno e que era transmitida predominantemente pela narração, é substituída, na modernidade, pela “vivência (*Erlebnis*)” individual e solitária do indivíduo moderno. Benjamin, estabelece a relação entre a vivência da grande metrópole, o choque e a memória do homem moderno.

Bentes e Zanetti (2021) definem a Economia da Atenção como uma forma de gerenciar informações e tratar a atenção humana como um bem escasso. O termo, de acordo com as autoras, explica como a atenção pode ser capitalizada e tratada como uma mercadoria e foi cunhado pela primeira vez em 1971 pelo economista, psicólogo e cientista político, Herbert Alexander Simon. No entanto, é somente a partir de meados da década de 1990 que uma série de teóricos irá defender de forma mais enfática que estaríamos vivendo

em uma época na qual a atenção torna-se uma moeda valiosa para os negócios e para os indivíduos (Davenport; Beck, 2001; Citton, 2016). Essa abordagem é frequentemente relacionada ao nicho econômico de produtos e serviços que tem como base a Internet, uma vez que os mercados construídos digitalmente possuem a particularidade de absorverem, em grau, gênero e número, um aumento de conectividade entre pessoas, empresas e instituições e outros tipos de agentes, e, como consequência, um aumento exponencial de conteúdo. Por isso, de acordo com Bentes e Zanetti (2021), a atenção se torna cada vez mais central nesse modelo de negócio. Também conhecido como capitalismo de vigilância, segundo análises de Araújo (2020a), tal fenômeno se intensifica com as ações de “recomendação” promovidas por plataformas de vídeos ou de notícias, que trazem maior conforto e customização, mas que são construídas justamente a partir de dados colhidos sobre a atuação das pessoas na internet.

Uma hipótese explorada por Rocha (2022) é que a Economia da Atenção se relaciona diretamente com o comportamento dos bolsonaristas em função da afinidade estrutural profunda da extrema direita com essas características do universo digital. No universo digital, a Economia da Atenção favorece a radicalização, a polarização, o uso de uma linguagem agressiva, e o uso do *clickbait*, “a divulgação de conteúdo falso ou inserção de títulos sensacionalistas para que os usuários acessem o conteúdo, com o objetivo de gerar tráfego e ter benefícios com publicidade” (Aparici; García-Martín, 2019 *apud* Araújo, 2020a, p. 7), ou seja, uma armadilha de modo a atrair a atenção do usuário que é disputada por uma quantidade cada vez maior de oferta.

O terceiro elemento do universo digital que Rocha (2022) caracteriza é uma revolução nas formas de produção econômica, sobretudo de circulação. Ele se refere à economia digital, ao e-commerce, ao fato, de que hoje, entre os homens mais ricos do mundo, todos são direto ou indiretamente ligados ao e-commerce, ao comércio digital. Dentro desse âmbito, empresas de receitas bilionárias como, Google, Facebook, Twitter não possuem bens como ativos, mas dados pessoais dos seus usuários. Sua competência essencial é reunir dados que mostram por onde seus usuários andam, que lugares frequentam e com quem falam. Ou seja, seus lucros são baseados nas informações dos usuários, mas os usuários não recebem nada disso em troca.

Na concepção de Rocha (2022), a extrema-direita tornou-se o fenômeno político definidor do século XXI, porque entre ela e o universo digital há um conjunto de afinidades estruturais. O avanço transnacional extremista se deve a essa afinidade estrutural. A visão de mundo da extrema direita, na segunda Rocha (2022), é ela mesma algorítmica, isto é, intransigente, intolerante, fundamentalista, em uma palavra, binária: “deste lado” *versus* o “outro lado” da linha. Não há relação intersubjetiva possível no universo da extrema direita, tudo aquilo que não é espelho é inimigo a ser eliminado. A visão de mundo da extrema direita é algorítmica, não é por acaso que ela use tão perfeitamente o engajamento característico da lógica algorítmica na sua transferência para a ação política, analisa o autor.

A linguagem política da extrema direita, continua Rocha (2022) é a trollagem, é o próprio paroxismo da Economia da Atenção, é a retórica do ódio, da desqualificação do outro, é a pregação da sua eliminação física, algo que hoje vemos no Brasil e é muito preocupante, passando da retórica para a ação violenta. Rocha (2021) definiu o bolsonarismo como um movimento dotado de um pacote de ideias e padrões de comportamento justificados por certa lógica e para compreender essa lógica é a que se propõem no livro "Guerra Cultural e Retórica do ódio: Crônicas de um Brasil Pós-político" e como o autor aborda esse movimento:

E se o bolsonarismo não somente existir como também tiver articulado uma visão de mundo bélica, expressa numa linguagem específica, a retórica do ódio, e codificada numa visão de mundo coesa, composta por labirínticas teorias conspiratórias, e que advoga a eliminação de tudo que não seja espelho? Esses elementos forjaram um poderoso sistema de crenças, responsável pelos míticos 30% que parecem resistir ao mais elementar princípio de realidade" (Rocha, 2021, p. 344).

Primeiro ponto é o que o autor chama de 'A guerra cultural'. Rocha (2021) aponta que ela se baseia no que denominou como sistema de crenças Olavo de Carvalho. Um agrupamento de componentes intelectualmente ordenado e organizados de forma relacional que, quando internalizado, é resistente às objeções externas. O autor define como um sistema que não tem compromisso com a verdade, mas apenas com sua coerência interna.

Já a retórica do ódio, conforme Rocha (2021) é a linguagem específica do bolsonarismo. Ela se apropria de inúmeras ferramentas discursivas e é

abarrota de clichês anticomunistas e dotada de dramaticidade, com a finalidade de apagar simbolicamente quem é diferente ou discordante. Para tanto, lança mão de discursos aparelhado com palavras de baixo calão, na tentativa de desqualificar completamente o adversário, este sempre visto como um inimigo. A retórica busca levar as pessoas para ponto em que tudo aquilo que não confirma suas convicções são radicalizadas. A ira da palavra é disponibilizada à humilhação pública dos adversários e sua até a desumanização.

Pode-se ver que a formação da identidade está calcada em uma atitude de enfrentamento e desconstrução dos códigos sociais, considerados inimigos da formação da personalidade. Todavia, os ideais de autenticidade sofreram alguns deslocamentos, dos quais cabe destacar a ideia de que se pode odiar, falar qualquer coisa sem ter vergonha, como uma condição de nossa época, como bem assinalou Ghiraldelli (2022). Bolsonaro foi quem melhor executou essa tarefa entre nós, em cargo público. De acordo com Ghiraldelli (2022), o filósofo alemão Peter Sloterdijk diz que estamos vivendo uma época de cinismo que vem de uma espécie de "cansaço da hipocrisia". E nisso as pessoas admitem que podem odiar, pois odiar é um valor, o valor de ser autêntico. Aliás, na análise de Ghiraldelli (2022), nossa época é uma época da autenticidade, como acrescenta o sociólogo francês Gilles Lipovetsky. Ser autêntico - seja lá o que isso possa significar em cada caso - tornou-se um lema normalizado na contemporaneidade, um valor neoliberal, contemporâneo, uma autenticidade que pode incluir a ideia de que cada um de nós não tem que fingir nada, e os que condenam são hipócritas, não autênticos, e que isso cansa.

Por fim, uma das razões do grande sucesso da extrema direita transnacional, na avaliação de Rocha (2022) foi a descoberta da monetização da esfera política no cotidiano. Sabemos que a monetização da política não é uma novidade da extrema direita, mas a monetização da ação política no cotidiano por empreendedores ideológicos é uma novidade. Rocha (2022) não se refere aos microempreendedores individuais, mas aos microempreendedores ideológicos, às pessoas que efetivamente ganham dinheiro dependendo do número de seguidores. Para quem acompanha a midiosfera extremista, para quem acompanha grupos de *WhatsApp* bolsonaristas, é surpreendente ver como existe uma máquina de

microempreendedores o tempo todo vendendo camisetas, solicitando dinheiro para alugar carro de som, é uma circulação contínua de capital.

A temporalidade do imediatismo é outro aspecto que caracteriza a ação política da extrema direita, no discurso e nas propostas práticas, ressalta Rocha (2022). Há um problema de emprego na Europa, demoniza-se o imigrante; há um problema de violência contra a mulher, castração química; há um problema de segurança pública, arma-se o cidadão. Todas as soluções da extrema direita são soluções que, em geral, retiram o Estado da ordem da solução. É uma retirada radical do Estado de qualquer espécie de preocupação social.

O que a extrema-direita tem feito no plano da política é a despolitização do debate público para avançar o projeto político totalitário – de eliminação completa do adversário ou do outro que resiste. E isso se realiza, na análise de Rocha (2022), produzindo a dissonância cognitiva coletiva pela instrumentalização da midiosfera extremista. Ou seja, a extrema-direita transnacional lançou mão de um complexo sistema comunicativo com base nas possibilidades criadas pelo universo digital. Trata-se do que Rocha (2022) denomina de midiosfera extremista. A midiosfera é, segundo Izzo (2009), um conceito que abrange manipulação da mídia, formas de linguagem e significações de novos suportes tecnológicos.

De acordo com Rocha (2022), a midiosfera extremista é composta por cinco elementos, quatro internos e o quinto externo. Os quatro elementos internos são:

- I. As multitudinárias correntes de WhatsApp e Telegram;
- II. O circuito integrado de canais de YouTube e as lives no Facebook. Há um circuito integrado de canais bolsonaristas e de extrema direita no YouTube que produzem 24 por dia, sete dias por semana, conteúdo audiovisual que é transmitido nas correntes em aplicativos de mensagem instantânea. Faz parte do ecossistema de comunicação bolsonarista ter suas próprias fontes de notícias;
- III. Redes sociais. Até 2020, a extrema direita dominava, de maneira incontestável, o mundo das redes sociais;

IV. Aplicativos. Há um conjunto de aplicativos, cujo objetivo é a disseminação constante de desinformação e teorias conspiratórias. Um em particular, chamado Mano, reúne um número enorme de canais de televisão e estações de rádio disponibilizados gratuitamente para todos. Mas, quando entra em qualquer rádio ou televisão, primeiro é conduzido para a caixa de diálogo, como um *chat*, e nessa caixa de diálogo os conteúdos são sempre bolsonaristas e são sempre muito fortes. Na cidade de Curitiba, quando houve a pandemia e decidiram fazer o ensino através de estações de televisão, o governador do Paraná, Ratinho Júnior, decidiu utilizar o aplicativo Mano para os alunos da rede pública.

V. O quinto elemento externo refere-se a certos programas da rede de televisão aberta e sobretudo a rádio Jovem Pan. Quando a mídia *mainstream* dá voz às teorias conspiratórias, o efeito é terrível porque pequenos cortes são produzidos e passam a circular na midiosfera extremista como uma chancela externa. Os adeptos da midiosfera extremista assumem um pacto explícito de somente se informar no interior da midiosfera extremista e, como consequência, recusam-se a receber informação de qualquer fonte que contradiga as desinformações disseminadas na sua midiosfera.

O ser humano tem muito desconforto quando não sabe o porquê de alguma coisa e, por isso, segundo Kalil *et al.* (2021), se há um fato relevante, as pessoas criam hipóteses de porque ele acontece. O referido fato vira uma teoria conspiratória quando a hipótese diz que há uma trama por trás, daí o nome conspiração, por exemplo, que há um grupo de pessoas escondendo algo do restante da população e querendo dominar o mundo ou manipular o povo, explica Kalil *et al.* (2021). Nos discursos e na atuação do presidente Jair Bolsonaro, teorias da conspiração se transformaram em discurso de Estado e se refletiram em decisões do governo referentes à recusa a vacinas, à promoção da cloroquina e ao incentivo à desinformação, afirma Kalil *et al.* (2021). De acordo com os pesquisadores, teorias da conspiração, narrativas inventadas nas quais há sempre um inimigo tramando algo para dominar uma situação, acompanham Jair Bolsonaro durante todo seu governo.

Isso quer dizer que essas pessoas que parecem paranoicas, que vieram de outro planeta, porque sempre se saem com narrativas articuladas, mas evidentemente conspiratórias e falsas, recebem 24 horas por dia informações

produzidas especialmente para elas. São vídeos e materiais muito elaborados e de impacto. E hoje, no Brasil, temos situação particularmente grave, porque uma estação de rádio, a Jovem Pan, e uma televisão, a Rede TV, têm servido para fortalecer as teorias conspiratórias. As teorias conspiratórias se iniciam nos canais de YouTube e de WhatsApp, então são circuladas para o programa da Jovem Pan, onde a mesma teoria conspiratória é repetida.

Quando chega no *mainstream*, a teoria conspiratória retorna aos círculos bolsonaristas, agora com o aval de verdade, assinala Rocha (2022). O que acontece é que existem milhões de pessoas no Brasil bombardeadas todos os dias com informação produzida por canais de YouTube que fazem a difusão de teorias conspiratórias e de desinformação deliberada. Portanto, de acordo com Rocha (2022), hoje no Brasil há milhões de brasileiros que são submetidos diariamente, várias horas ao dia, a essa dieta de desinformação, produzida na midiosfera extremista, referendada na mídia *mainstream*, o elemento externo da midiosfera extremista. Isso tudo é problema para a democracia e tende a produzir o caos cognitivo a que assistimos.

E é por esse ecossistema de comunicação operacionalizado na midiosfera que, segundo Felizardo (2022), são fornecidos argumentos para a militância da extrema direita, preparando-a para disputas nas redes sociais, nas conversas do dia a dia e nos almoços de domingo com a família. Para cada problema ou dificuldade, o bolsonarismo oferece aos seus adeptos uma explicação convincente a ser passada adiante (Felizardo, 2022).

Del Vicario (2016) argumenta que a formação e revisão de crenças é influenciada pela forma como as comunidades tentam dar sentido a eventos ou fatos. Tal fenômeno é particularmente evidente na Internet, onde os usuários, inseridos em grupos homogêneos, (Aiello, 2012), processam informações por meio de um sistema compartilhado de significado, ou seja, em “câmaras de eco” (Bessi *et al.*, 2015) e acionam o enquadramento coletivo de narrativas que muitas vezes são tendenciosas para autoconfirmação.

Mediante análise quantitativa minuciosa em um conjunto de dados massivos, Del Vicario (2016) estudou os determinantes por trás da difusão da desinformação. Em particular, analisou a dinâmica em cascata dos usuários do Facebook quando o conteúdo está relacionado a narrativas muito distintas: teorias de conspiração e informações científicas. A pesquisa do autor constatou

que, por um lado, as teorias da conspiração reduzem a complexidade da realidade e são formuladas de forma a tolerar um certo nível de incerteza. Por outro lado, a formação científica divulga os avanços científicos e expõe o processo do pensamento científico.

Del Vicario (2016) não focou na qualidade das informações, mas sim na possibilidade de verificação. De fato, a principal diferença entre os dois é a verificabilidade do conteúdo, mostrou a pesquisa. Os geradores de informação científica e seus dados, métodos e resultados são prontamente identificáveis e disponíveis. As origens das teorias da conspiração são muitas vezes desconhecidas e seu conteúdo tende a circular apenas dentro da câmara de eco, é fortemente desvinculado da sociedade e fortemente divergente das práticas recomendadas por órgãos oficiais, por exemplo, a crença de que as vacinas causam autismo.

A pesquisa de Del Vicario (2016) apontou ainda que as distribuições do número de caminhos de compartilhamento total e homogêneo é muito semelhante para ambas as categorias de conteúdo. Padrões virais relacionados a conteúdos pertencentes a diferentes narrativas diferem, mas a homogeneidade é o principal fator de difusão de conteúdo. Em particular, Del Vicario (2016) mostrou que a homogeneidade social é o principal fator de difusão de conteúdo, e um resultado frequente é a formação de clusters homogêneos e polarizados.

Até aqui, articulamos uma descrição de certas dinâmicas de produção de sentido do mundo contemporâneo, de acordo com hipóteses formuladas por Rocha (2022). O círculo final das suas hipóteses, ou de acordo com a interpretação do autor, o que está acontecendo hoje é a produção inédita, deliberada e metódica de dissonância coletiva cognitiva, aproveitando as possibilidades criadas pelo universo digital, nomeadamente a midiosfera extremista, um circuito integrado de produção, sobretudo de conteúdo audiovisual no qual se inclui, por exemplo, uma produtora como o Brasil Paralelo.

2.2.3 Dissonância cognitiva coletiva

Rocha (2022) argumenta que a dissonância cognitiva caracteriza a condição humana. Ou seja, todos nós nos caracterizamos por um hiato entre a

intenção e o ato. Só uma máquina tem um acordo perfeito entre intenção e ato, entre intenção e comportamento. Nenhum de nós tem crenças e convicções e se comporta de maneira retilínea, todo o tempo, em relação a elas. Somos incoerentes, incongruentes, levados pelo afeto, por vezes dominados por impulsos. Isso faz com que haja sempre uma dissonância cognitiva em nossas vidas, isto é, um desacordo entre aquilo que cremos e a forma com a qual nos comportamos. Rocha (2022) assinala que, quando a dissonância cognitiva é muito grande, produz incômodo psicológico e quanto maior a dissonância, maior o incômodo. Por exemplo, imaginamos que você faz sempre um discurso valorizando a honestidade intelectual e publica um livro com várias partes do texto plagiadas. Não obstante, Rocha (2022) assinala que um acordo absoluto entre palavras e ação é possível apenas com as máquinas.

Festinger (1975 [original em 1957]) estuda as formas pelas quais as pessoas tentam reduzir a dissonância cognitiva. Segundo o autor, para reduzir a dissonância cognitiva, a pessoa lança mão de duas estratégias: a primeira, quando a pessoa é confrontada com uma fonte que contradiz a sua crença ou que expõe a dissonância, ela se afasta dessa fonte; a segunda maneira, é apenas buscar informação com fontes que confirmem a justeza do seu comportamento ou a afirmação da sua crença.

Mas Festinger (1975) trabalhou no plano individual. Rocha (2022) propõe o termo dissonância cognitiva coletiva para distinguir que o avanço transacional da direita é a produção sistemática de dissonância cognitiva no plano coletivo. Para explicar a dissonância cognitiva coletiva Rocha (2022) recupera uma distinção que Freud propõe em "O Futuro de uma Ilusão" (no qual a religião é vista como ilusão) quando debate a diferença entre erro e ilusão.

Na obra "O Futuro de uma ilusão" Freud (1978, [original escrita em 1927]) analisa, a partir da perspectiva psicanalítica, o problema da civilização, notadamente em sua relação com a religião. Na concepção de Paula (2007), no modo de entender de Freud, a civilização humana baseia-se na repressão dos nossos instintos como canibalismo, incesto e ânsia de matar. Assim sendo, a coerção é vista como fundadora da cultura, mantendo estreitas relações com o que Freud entendia como superego. Com efeito, de acordo com Freud, [...] os homens, desde a mais tenra idade, enfrentam uma luta contra a natureza, isto é, tentam negá-la. Além disso, desenvolvem internamente valores morais.

Dentre esses valores morais, afirmam-se as ilusórias idéias (sic) religiosas.” (Paula, 2007, p. 163).

Portanto, para Freud (1978), a origem psíquica das ideias religiosas é a ilusão. Rocha (2022) argumenta que Freud não diz que a religião é um erro. Erro é da esfera da correção objetiva, mas a ilusão implica em um erro no qual há a projeção de um desejo. Portanto, se um erro pode ser objetivamente corrigido porque é objetivamente demonstrável, a ilusão, segundo Freud (1978), é de outra categoria, porque implica a projeção de um desejo, e não é possível demonstrar para uma pessoa que o desejo dela está errado. Essa distinção é fundamental para voltar a Festinger.

Festinger (1975 [original em 1957]) construiu sua teoria da dissonância cognitiva em suas observações das consequências psicológicas com relação às expectativas não confirmadas experimentadas pelos membros de uma realidade paralela. Mas, para entender o que ocorre quando a pessoa que vive nessa dimensão paralela e é confrontada pela realidade da vida, que contradiz a narrativa dominante desta midiosfera, vamos recorrer à obra “*When prophecy fails*” (Quando a profecia fracassa) de Festinger, Riecken e Schachter (1956). Os autores publicaram o livro para relatar uma situação muito particular de um culto de objetos voadores não identificados (OVNIs) em Chicago, chamado Seekers, a expectativa de um apocalipse iminente e seus mecanismos de enfrentamento depois que o evento não ocorreu.

Em uma entrevista concedida para a jornalista Maakaroun (2021), Rocha relata o caso narrado no livro *When Prophecy Fails*. O livro, segundo Rocha, trata de um caso que aconteceu em Chicago, em 1954, quando uma dona de casa, Dorothy Martin, começou a receber supostas mensagens de extraterrestre de um planeta chamado Clarion. Em torno de Martin foi formada uma Fraternidade, denominada de os “7 Raios”, cujos membros acreditavam no conteúdo das mensagens, as quais anunciavam que, em 21 de dezembro de 1954, ocorreria um dilúvio de proporções bíblicas que destruiria boa parte da Terra. Contudo, um disco voador pousou no quintal de Martin e resgataria aqueles que atendessem ao seu chamado. Festinger e seus pesquisadores conseguiram se infiltrar na seita. Na anunciada data, em 21 de dezembro de 1954, os adeptos da fraternidade foram ao jardim da casa de Martin. A madrugada chegou e o disco voador não pousou. Mas, em 22 de dezembro de

1954, Martin anunciou ter recebido novas mensagens do planeta Clarion com uma informação alentadora para os adeptos da seita: o dilúvio não acontecera porque a quantidade de energia positiva concentrada pelos integrantes da fraternidade sustaria o dilúvio. Em outras palavras de Rocha, em lugar de a profecia fracassar, o fracasso da profecia foi racionalizado e os adeptos da seita se tornaram salvadores do mundo.

Os adeptos da Fraternidade não abandonaram a suas convicções, muito antes pelo contrário, racionalizaram o fracasso da profecia e dobraram a aposta, considerando ter sido a sua ação que teria prevenido a ocorrência do dilúvio. Rocha (2022) chama a atenção para a última observação do livro de Festinger, Riecken e Schachter (1956), e que segundo o autor, inaugura uma radicalidade para a qual o próprio Festinger não estava preparado, mas que explodiu no século 21: Eventos conspiraram para oferecer aos membros da seita uma oportunidade para que crescessem em números e que se tivessem sido mais efetivos, a fracassada profecia poderia ter sido o começo, não o fim. Em outras palavras, a publicidade gerada pelo malogro da profecia teria permitido converter o insucesso em fator de crescimento, em uma fase inédita de expansão da fraternidade, em lugar de seu desaparecimento, o que só não ocorreu por não terem sido muito efetivos. Festinger, Riecken e Schachter (1956), concluíram que um homem convicto é resistente à mudança, discordando dele, ele se afastará. Se mostrarmos a ele fatos e estatísticas, ele questionará as fontes.

Portanto, se acrescentarmos a essa certeza o caráter coletivo da midiosfera da extrema-direita, temos o caos cognitivo transformando-se em realidade alternativa. É o que vivemos no Brasil hoje, em outras palavras de Rocha (2022), o que aconteceu em Chicago é o bolsonarismo a que assistimos hoje no Brasil.

Dissonância cognitiva coletiva é o que temos produzido, assinala Rocha (2022) e nos faz recordar no Brasil, em 7 de setembro de 2021, o auge da excitação da priápica da militância bolsonarista. No referido dia vimos o entusiasmo dos bolsonaristas nas ruas, nos caminhoneiros ultrapassando os limites de segurança próximo ao Supremo Tribunal Federal, da Câmara dos Deputados e do Senado, alguns chorando, porque surgiu um boato de que um

estado de sítio havia sido decretado. em cenas explícitas de delírio coletivo, chorando emocionados porque a ditadura havia chegado.

No entanto, após ameaçar descumprir ordens do Supremo Tribunal Federal e incitar seus apoiadores contra os ministros da corte, dia 8 de setembro de 2021, o presidente Jair Bolsonaro baixou o tom de seu discurso. Em nota divulgada no final da tarde, minimizou suas falas de cunho golpista e afirmou defender o diálogo com o Judiciário e o respeito à Constituição. Bolsonaro também recuou de suas ameaças contra o Ministro do Supremo Tribunal Federal (STF), Alexandre de Moraes. Disse que seu comportamento radical e suas falas extremadas na manifestação do Dia da Independência do país, quando chamou o magistrado de canalha, decorreram do calor do momento e dos embates. Ele ainda afirmou que tem respeito pelas instituições da República e que não teve nenhuma intenção de agredir quaisquer dos Poderes.

Zé Trovão⁵ foi uma das lideranças do movimento que inicialmente recebeu mal o pedido de Bolsonaro para que caminhoneiros liberarem as estradas. Todavia, em vídeo, na sexta feira da mesma semana, por sua vez, afirmou que os caminhoneiros estavam respeitando o apelo de Bolsonaro, a partir de um pedido de "confiança" aos seus apoiadores. Disse que Bolsonaro estava fazendo trabalho que nunca poderia ter feito se não fosse os movimentos dos dias 7, 8, 9 e 10 de setembro de 2022, ou seja, que agora o Brasil alcançará sua liberdade de expressão, pois isso está garantido no acordo que fez Bolsonaro, e além disso a harmonia entre os poderes seria garantida, querendo com isso dizer que todos os Poderes seriam respeitados, incluindo o Poder Executivo no qual fazia parte o Presidente Bolsonaro. Seu discurso também enfatizou que muitos achavam que o presidente os havia abandonado, mas que na verdade, o presidente colocou sua popularidade abaixo da gestão, para que o Brasil tivesse o equilíbrio dos três Poderes: Executivo, Legislativo e Judiciário. No seu pronunciamento declarou que isso era muito importante, e nesse movimento alcançaram o respeito do mundo, e o respeito de muita gente na política, que a partir de agora tomarem cuidado com

⁵ Marcos Antônio Pereira Gomes, mais conhecido como Zé Trovão, é um caminhoneiro, *youtuber* e político brasileiro filiado ao Partido Liberal (PL), que tornou-se conhecido como um dos articuladores dos atos antidemocráticos em 7 de setembro de 2021 no Brasil.

suas ações (contra os bolsonaristas). Do mesmo modo como ocorreu em Chicago, em lugar de Bolsonaro fracassar, o recuo de Bolsonaro foi racionalizado e ele se tornou o salvador do Brasil. No mesmo vídeo, Zé Trovão diz também que está aguardando a deliberação sobre o *habeas corpus* apresentado ao STF, por parlamentares aliados de Bolsonaro. Esse mesmo caminhoneiro estava sendo investigado por ordem do Ministro Alexandre de Moraes, que pediu sua prisão e, por isso, Zé Trovão estava foragido no México.

Na análise de Rocha (2022), a militância bolsonarista racionalizou o fracasso, Bolsonaro na verdade o havia feito porque havia um acordo com o Ministro Alexandre de Moraes do STF, para libertar os investigados do processo do inquérito das *fake news*.

Mas, como nesse caso, segundo Rocha (2022), se argumentos objetivos não são assimilados pelos participantes da midiosfera extremista – e o filme “Não olhe para cima” representa bem esse fenômeno, se permanecermos na chave do erro objetivo, nunca compreenderemos o fenômeno. Todos sabemos que é possível demonstrar, objetivamente, que uma parte considerável da campanha bolsonarista é baseada em erro. Essa constatação é fundamental para voltar a Freud.

Por isso, para compreendê-lo, Rocha (2022) resgata a distinção entre “erro” e “ilusão” que Freud propôs em “O futuro de uma ilusão”. Erro está no campo do objetivo e pode ser demonstrado. Mas, diz Freud (1978), o importante para compreender a sociedade não é o erro; o importante é a ilusão, a projeção de um desejo. Quando uma pessoa está diante da ilusão, pouco importa demonstrar para ela que, do ponto de vista objetivo, que há um erro. Isso todos podemos confirmar: um homem que se casou três vezes, que foi incapaz de visitar um único hospital quando nos aproximamos de 700 mil mortos, que nunca foi à casa de uma pessoa com parentes vítimas de Covid para expressar solidariedade, e ainda imitou de maneira debochada uma pessoa morrendo asfixiada. E ainda assim os cristãos mantêm a ideia de que ele protegerá a família cristã, a própria família que ele não soube manter. Então, não estamos no plano do erro, mas no plano da ilusão.

Na Ciência da Informação, a designação mais utilizada para descrever o momento contemporâneo tem sido a expressão “pós-verdade”, argumenta Araújo (2020a). “Pós-verdade designa, nesse sentido, uma condição, um

contexto, no qual atitudes de desinteresse e mesmo desprezo pela verdade se naturalizam, se disseminam, se tornam cotidianos, normais, e até mesmo estimulados” (Araújo, 2020a, p. 9).

Nessa dinâmica de gigantesco volume de disseminação de informações falsas na midiosfera extremista, Araújo (2020a) alerta que mentiras acabam atuando para moldar a tomada de decisão das pessoas em diferentes esferas, como vimos nas eleições de 2018 e na pandemia da Covid.

E, na análise de Rocha (2022), muito mais está acontecendo diante dos nossos olhos e há milhões de pessoas que parecem não compreender o perigo. E muitas dessas pessoas nós conhecemos, alguns são nossos parentes, não são pessoas más, cuja índole pudesse suspeitar que apoiariam o que está ocorrendo. É um processo de lavagem cerebral coletiva, de criação de dissonância cognitiva coletiva, afirma Rocha (2022). Para esse autor, estamos hoje no Brasil em 1913, do filme alemão “A fita branca” de Michael Haneke, a geração que, posteriormente, participou da ascensão do nazismo. Estamos vendo pessoas que conhecemos e respeitamos e jamais imaginamos que pudessem ser cúmplices de um projeto totalitário de poder.

No campo da Ciência da Informação, corroboramos com Araújo (2020a), de que a identificação destes fenômenos evidencia que a relação do ser humano com o conhecimento é bem mais complexa do que aquela imaginada no âmbito do paradigma cognitivo, que descreve pessoas adquirindo informações da realidade e aumentando o seu conhecimento sobre ela. O processo informacional é mais complexo e envolve muitas variáveis e aspectos contextuais que ainda não conseguimos teorizar suficientemente.

2.3 Populismo Digital

Ao explorar o discurso associado a Bolsonaro na midiosfera, Cesarino (2019) recorre a Laclau (2012), distinguindo dois eixos fundamentais do populismo: inicialmente, uma divisão baseada na *diferença*, que destaca a dinâmica antagonista entre amigo/inimigo ou povo/elite; e, subsequentemente, uma aproximação por *equivalência*, evidenciando a conexão entre líder e povo. Esta análise, tradicionalmente aplicada ao populismo do século XX e sua relação com os meios de comunicação de massa audiovisuais, é expandida por Cesarino (2019) para abordar o emergente “populismo digital”. Assim, neste

novo contexto, fomentado pelas redes sociais *online*, são introduzidas características distintas advindas dos inéditos potenciais de representação e interação oferecidos pelos espaços hipermidiáticos. Portanto, além dos eixos de diferença e equivalência identificados por Laclau (2012), Cesarino (2019) introduz três funções adicionais específicas ao populismo digital, culminando em um total de cinco estratégias empregadas na comunicação política dessa vertente:

Identifiquei, ainda, outras três funções discursivas igualmente importantes que, ainda que compatíveis com a teoria de Laclau, podem decorrer de outros campos de produção do conhecimento sobre psicologia de massas, como estratégia militar e marketing [...]. São estas: mobilização permanente através de conteúdos alarmistas e conspiratórios; espelho invertido do inimigo e devolução de acusações; e criação de um canal direto e exclusivo de comunicação entre a liderança e seu público através da deslegitimação de instâncias de produção de conhecimento autorizado na esfera pública (notadamente, a academia e a imprensa profissional). Dentro da minha experiência de pesquisa, essas cinco funções foram suficientes para praticamente esgotar o universo massivo de conteúdo digital – memes, vídeos, áudios, textos – que circulou amplamente durante e após a campanha eleitoral no aplicativo WhatsApp (Cesarino, 2019, p. 533).

Cesarino (2019, p. 533) vinculou o conceito de "populismo digital" à prática de "refletir as acusações contra o adversário e reverter as críticas", em que os críticos são acusados dos mesmos comportamentos que eles denunciam – neste contexto, figuras políticas criticadas por ganhos eleitorais através da disseminação de notícias falsas começam a imputar acusações de fake news contra a mídia livre. A autora reitera, ainda, que a estratégia de estabelecer uma via de comunicação direta e incontestável entre o líder e seu público, minando a credibilidade de entidades tradicionais de geração de conhecimento no domínio público (como a academia e a mídia profissional), se insere no mesmo esquema de confinar o espectro de mídias consideradas aceitáveis pelos seguidores, que se inclinam a favor dos canais aprovados pelo líder ou de seus próprios espaços de difusão e interação nas redes sociais.

Desta forma, o discurso bolsonarista traz notoriedade ao Twitter, pois a estratégia de comunicação visaria simultaneamente concentrar o domínio sobre a expressão, reduzindo a necessidade de recorrer às mídias convencionais para disseminar discursos políticos, bem como criar uma

impressão de descentralização e intimidade, possibilitando que o líder se conecte diretamente com seus seguidores através das redes sociais. Isso acabou estabelecendo uma percepção de uma democracia e governança com um vínculo direto entre governante e governado, relegando outras formas de representação - como a mídia tradicional, por exemplo - a um papel secundário.

Ou seja, nas análises de Cesarino (2019), esta retórica populista baseia-se na utilização de conceitos fluidos de "povo" e "inimigos" (Laclau, 2012), sustentados pela crença de que a política deve refletir o desejo coletivo daquilo que é considerado como "povo" por meio da figura de um líder messiânico (Fechine, 2020). De maneira muito similar, a ambiguidade em torno do que constitui desinformação pode levar à inclusão de opiniões discordantes (por exemplo, críticas e denúncias veiculadas na imprensa sobre líderes populistas) como tais, removendo-as assim do discurso público, ou melhor, relegando-as a um espaço inexistente nessa briga na midiosfera.

Como apontam Waisbord e Amado (2017), as plataformas de rede social estão se tornando cada vez mais integradas às disputas eleitorais, intensificando a diluição das fronteiras entre o que é percebido como público e privado na vida dos líderes políticos do século XXI. Estas plataformas oferecem artifícios para a criação de perfis públicos ou privados que facilitam a manutenção de laços sociais e a criação comunidades, a publicação de opiniões e notícias, o compartilhamento de aspectos do dia a dia e a formação de identidades *online* (Grow; Ward, 2013). Portanto, um dos pilares das redes sociais é a exigência de uma atualização constante e atual das informações que são continuamente adicionadas (Sibilia, 2008).

Desta forma, este estudo traz à tona o uso do Twitter por Jair Messias como plataforma para produção e compartilhamento instantâneo de mensagens do cotidiano. Nesta rede, Bolsonaro se colocava como um sujeito de vida 'comum', mas ao mesmo tempo com o objetivo de transparecer autenticidade, ao interagir com os usuários da rede e comunicar falas que estão além de comunicações oficiais do governo. Tendo em vista que a autenticidade abordada aqui diz respeito a ideia de transparência, verdade e "a vida como ela é", e também pelo fato de que as redes sociais foram criadas para "pessoas comuns", ser 'autêntico' ganha um papel de notoriedade nas redes. Desta forma, Gilpin, Palazzolo e Brody (2010) reconheceram quatro

aspectos através dos quais a autenticidade é avaliada pelos indivíduos em ambientes virtuais: autoridade, identidade, transparência e engajamento.

A autoridade é concebida pela percepção de que o indivíduo tem o direito de exercer poder e possui conhecimento e experiência relevantes sobre o conteúdo discutido. Essa dimensão é ampliada pela habilidade de comunicar efetivamente esses atributos em um espaço *online* (Grow; Ward, 2013).

Já a identidade, conforme discutido por Dahlberg (2001) sobre redes sociotécnicas, emerge a partir de uma amálgama de elementos como linguagem, estilo de escrita e símbolos visuais, com o propósito de construir uma representação confiável e genuína do indivíduo. Neste sentido, políticos buscam transmitir seu lado humano compartilhando aspectos pessoais e cotidianos, visando estabelecer uma conexão mais profunda com os eleitores (Gilpin; Palazzolo; Brody, 2010).

A transparência, por outro lado, é entendida como um diálogo bilateral que envolve uma troca equitativa de pontos de vista, não sendo suficientemente alcançada apenas por meio da comunicação eletrônica interativa (Gilpin, Palazzolo; Brody, 2010). Este aspecto é reforçado pela prática de revelar informações sobre o funcionamento interno das organizações, contribuindo para uma percepção de abertura no processo comunicativo. Grow e Ward (2013) observam, ainda, que a comunicação frequente e pessoal de políticos nas mídias sociais é percebida como um indicativo de transparência pelos cidadãos.

Finalmente, o engajamento é considerado uma dimensão chave de autenticidade, pois a performance dessas métricas representa a participação ativa dos eleitores - expressa através de curtidas, compartilhamentos e comentários - e sinaliza apoio popular e autenticidade do político. Esta dinâmica de engajamento é vista como um ciclo virtuoso, onde a divulgação de conteúdo autêntico e informal incentiva maior participação eleitoral (Grow; Ward, 2013).

Por fim, Soares (2020, p.19), em sua análise sobre o uso do Twitter por Bolsonaro, identifica que a tática adotada é a de confinar o ambiente midiático/informacional a espaços que geram conteúdo favorável a ele, realizando simultaneamente a promoção de meios alinhados com sua visão e a crítica aos que divergem. O controle informacional exercido com o uso deste

método é fundamental na definição bolsonarista de quais são os alvos de acusações por divulgarem notícias falsas e quais são considerados confiáveis dentro de seu espectro ideológico, servindo como base para essas acusações. Essa limitação do espaço midiático a fontes de uma única orientação ideológica pode ser eficientemente complementada por outras plataformas de redes sociais ou mecanismos de mensagens digitais, nas denominadas redes SPIN ("*segmented, polycentric, integrated networks*"), conforme descrito por Santos e Santos (2019, p. 52). Estas são caracterizadas por serem redes e páginas sem um emissor central único (policêntricas), organizadas por temas e interesses específicos (segmentadas), mas ainda conectadas de modo que tanto os conteúdos quanto os usuários possam transitar entre diferentes plataformas, páginas ou grupos (redes integradas).

Este dinamismo nos conteúdos ajuda a esclarecer quais deles ganham o relevância para circular ou, como aborda Charaudeau (2006) "discursos circulantes", devido à sua aceitação e relevância entre diferentes líderes e seguidores políticos nas plataformas digitais e é crucial reconhecer que este fenômeno não se limita apenas aos períodos de eleições, pois, nos círculos bolsonaristas na internet, observa-se a continuidade de um engajamento que reflete, no mundo digital, uma estratégia de campanha constante. Entretanto, além destas considerações, também se revela a importância de se analisar extensões temporais mais amplas para compreender a progressão do uso de desinformação, bem como a contribuição de uma imprensa hegemônica na naturalização da extrema-direita, conforme será abordado neste trabalho e cujos detalhes são explicados a seguir.

2.4 A Contribuição da Imprensa Hegemônica na Naturalização da Extrema-Direita

A colunista do portal Uol, Milly Lacombe, comparou o destaque dado pela grande mídia aos escândalos investigados durante as gestões do Partido dos Trabalhadores (PT) em relação aos casos muito mais graves ocorridos em outros governos. Em síntese, analisou o papel da mídia hegemônica na construção do antipetismo no imaginário da população brasileira ao longo das últimas décadas. Além disso, comparou os termos usados pelos principais jornais brasileiros quando se referiam aos diferentes escândalos. De acordo

com a jornalista, 'mensalão' e 'petrolão' foram revelados durante administrações petistas e a imprensa deu a eles seus devidos tamanhos. São termos que causam impacto, diferentemente dos nomes dados a outros esquemas, como o "orçamento secreto" (Lacombe, 2022). O incessante destaque que os escândalos de corrupção do PT tiveram na imprensa nos últimos anos reforçou significativamente o antipetismo.

Em uma entrevista concedida aos jornalistas Lago e Sardinha (2022), Bruno Brandão, diretor executivo da Seção Brasileira da Transparência Internacional, afirma que o orçamento secreto é o maior esquema de institucionalização da corrupção na história brasileira. Na entrevista, Brandão avalia que o orçamento secreto é um mecanismo de assalto aos cofres públicos com um verniz de legalidade e de institucionalidade, que reduz os riscos dos agentes, mas que é uma apropriação indébita e corrupta. Muito ao contrário de ter sido um governo menos corrupto, na avaliação do diretor da Transparência Internacional, o que o governo Jair Bolsonaro fez foi procurar desmanchar os mecanismos de fiscalização que o país levou décadas para construir. Ou seja, Bolsonaro destruiu a capacidade do Brasil de confrontar a corrupção (Lago; Sardinha, 2022).

Mas, o que mais queremos destacar no relato de Lacombe (2022) é o fato de que a corrupção na Petrobras já era denunciada desde 1989, por nomes como o de Ricardo Boechat, mas nunca ganhou o devido destaque. Eram "os anões do orçamento", para caracterizar o esquema em que um cartel de empreiteiras desviava verbas do orçamento da União corrompendo políticos.

Como descreve Lacombe (2022), na época, a Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) encaminhou apenas um processo contra o jornalista Paulo Francis. E ocorreu assim porque Fernando Henrique Cardoso (FHC), em 1995, nomeou Geraldo Brindeiro como Procurador Geral da República e renovou por três vezes o seu mandato (28/06/1995 até 28/06/2003)⁶. Dos 626 inquéritos que chegaram às mãos de Brindeiro na Procuradoria Geral da República (PGR), Lacombe (2022) relata que apenas 60 denúncias foram encaminhadas. Por isso ele ficou conhecido como engavetador geral da República.

⁶ Em 2001 membros do Ministério Público exigiram que FHC respeitasse a lista tríplice de nomes, mas ele ignorou e renomeou Brindeiro.

Essas informações e esse contexto apresentados por Lacombe (2022) demonstram que o PT não foi o partido que inventou a corrupção, nem mesmo o partido que a organizou no Brasil. Não se trata de tirar sua responsabilidade, mas de colocá-la em seu devido lugar dando a ela seu real tamanho, explica a jornalista.

Ressaltamos com Rodrigues (2018) que a questão em debate não é exatamente como evitar o posicionamento de certos veículos, mas sim mostrar que não há diversidade cultural e pluralidade de informações em seu conjunto, quer dizer, há uma prática recorrente das empresas de comunicação de defenderem suas demandas e, além disso, de manifestarem suas preferências e buscarem influenciar resultados eleitorais por meio de seus veículos. Para isso, fazem uso de técnicas de apresentação da informação transmitida pelos meios de comunicação de modo a favorecer interesses de determinada parte.

Mesmo quem compreende que nenhum desses esquemas de desvio de verba foi montado nas administrações de Lula confere ao PT a exigência do desmantelamento, que não foi feito. Porém, quem veio antes de Lula nunca foi responsabilizado pelo não desmantelamento, com tamanha cobertura da imprensa. De mais a mais, FHC nunca foi responsabilizado pelo acobertamento. Além disso, Lacombe (2022) também cita vários momentos em que escândalos envolvendo o atual governo de Bolsonaro não tiveram o mesmo acompanhamento (funcionários fantasmas no gabinete do presidente e dos filhos, apoio aberto a milícias no Rio, os repasses de dinheiro para a conta de sua esposa Michelle, o advogado de Bolsonaro escondendo Queiroz em sua casa, esquema de contrabando de madeira ilegal no Ministério do Meio Ambiente, vacina sendo negociada pelo Ministério da Saúde pelo triplo do preço, pedido de propina de um dólar por cada dose comprada da vacina AstraZeneca).

Outro aspecto não menos importante é a dificuldade, por parte da imprensa brasileira, de referenciar Bolsonaro como parte da avalanche mundial da extrema-direita. Giusti (2022) entende que a resistência quanto ao uso do termo é só a ponta do iceberg de outras palavras, nomenclaturas e explicações que a população brasileira não teve acesso nos últimos quatro anos, [...] essa abstenção midiática trouxe prejuízos seríssimos à população e à democracia.” (Giusti, 2022).

Na análise de Lacombe (2022), a cada absurdo não confrontado dito diante das câmeras por Bolsonaro, se naturaliza a extrema direita. A cada mentira não verificada dita em debate, idem. Não as combater é, proposital ou acidentalmente, naturalizar o fascismo que pulsa em Bolsonaro e em seus métodos.

O caso trazido por Milly Lacombe, demanda entender a série de operações pelas quais uma elite brasileira colonizada e a imprensa que a mantém, como assinala Souza (2018), precisa convencer a todos que a corrupção política é a única causa desta sociedade empobrecida, com uma massa de desempregados, de miseráveis e de uma incidência cada vez maior de violência endêmica. E, para isso, a imprensa hegemônica manipula a informação pela seleção daquilo que opta por informar e aquilo que opta por não informar, e a sociedade com um todo sem compreender o que acontece, passa a agir contra seus melhores interesses.

A mídia hegemônica desempenhou um papel fundamental na legitimação e ascensão da extrema-direita no Brasil, contribuindo para o cenário político atual em diversas frentes. Primeiramente, a noção de corrupção foi seletivamente direcionada, enfatizando os escândalos ligados a partidos progressistas, enquanto casos graves associados a governos neoliberais foram tratados com menor intensidade. Esse viés consolidou a percepção de que a corrupção estava essencialmente vinculada à esquerda, naturalizando, assim, uma narrativa que favoreceu a radicalização da opinião pública contra ideias progressistas. A Lava Jato, em particular, representou uma operação em que a mídia amplificou seletivamente os impactos das denúncias, inserindo-a em um contexto de espetáculo midiático que não apenas enfraqueceu adversários políticos, mas também pavimentou o caminho para uma visão ultraliberal da política, difundindo discursos pró-reformas trabalhista, previdenciária e administrativa.

Outro aspecto determinante foi a falta de uma interlocução crítica sobre a desinformação estruturada em redes internacionais que alimentaram o avanço da extrema-direita. A mídia, ao não tratar a radicalização de figuras como Bolsonaro dentro de um contexto global de extrema-direita, acabou por naturalizar e legitimar práticas autoritárias e fascistas. Essa complacência se manifesta na crença errônea de que a retirada de um governo progressista

poderia dar lugar a uma gestão liberal moderada, desconsiderando o risco da ascensão de um governo abertamente extremista.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta seção é reservada ao conjunto de técnicas de pesquisa e método para o desenvolvimento deste trabalho científico.

3.1 Tipologia de Pesquisa

Para se chegar ao resultado que esta pesquisa se propõe, este trabalho assume um caráter exploratório e realizará um levantamento bibliográfico que, conforme Marconi e Lakatos (2003, p. 183), “não é mera repetição do que já foi dito ou escrito sobre certo assunto, mas propicia o exame de um tema sob novo enfoque ou abordagem, chegando a conclusões inovadoras”. Esse tipo de pesquisa foi escolhido pelas amplas possibilidades de análise que possibilita, visto que a “principal vantagem da pesquisa bibliográfica reside no fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente” (GIL, 2002, p. 45).

Quanto à abordagem, essa pesquisa se caracteriza como qualitativa, pois, preocupa-se, portanto, com aspectos da realidade que não podem ser quantificados, centrando-se na compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais. Como aborda Minayo (2001), a pesquisa qualitativa trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis.

3.2 Coleta de Dados

Nesta etapa, os procedimentos se iniciaram na coleta e análise preliminar de todas as postagens (denominadas *tweets*) feitas por Jair Messias Bolsonaro no perfil @jairbolsonaro na rede social X (antigo *Twitter*) no período de janeiro de 2018 a dezembro de 2022 (todas as postagens da trajetória

política de Jair Messias Bolsonaro como Presidente da República). Para isso, os dados foram coletados da agência de *fact-checking* “Aos Fatos”, já agrupados em um banco de dados próprio da agência, disponibilizados em um site⁷ que continha todas as declarações/postagens de Bolsonaro, coletadas de acordo com a metodologia de busca da agência.

Ao todo, foram coletadas 318 afirmações do banco de dados da agência de *fact-checking* “Aos Fatos”. A coleta privilegiou os seguintes dados de cada fala:

- a. data da publicação,
- b. hiperlink do tweet analisado,
- c. texto publicado,
- d. parecer de checagem da agência Aos Fatos, que classificava se as falas eram verdadeiras, imprecisas ou falsas,
- e. *link* com a origem (fonte) da informação nos casos das falas contraditórias ou falsas,
- f. volume de repetições que tal afirmação foi dita, de acordo com o averiguado pela agência Aos Fatos.

Os registros relativos às falas publicadas no perfil @jairbolsonaro, no X (antigo Twitter) deram origem a uma tabela no Google Spreadsheet, para facilitar o armazenamento de recursos e evitar perda de informações relevantes.

3.3 Justificativa da Escolha da Agência Aos Fatos e sua Metodologia de Fact-Checking

A agência Aos Fatos destaca-se no Brasil pelo seu trabalho de verificação de fatos, dispondo de uma seção dedicada a analisar as declarações do presidente, categorizando-as com rótulos que indicam o nível de precisão. O interesse pelo *fact-checking* no país vem crescendo desde 2014, alcançando maior relevância em 2018, durante o pleito presidencial.

Embora contribua significativamente para esclarecer a precisão das afirmações feitas, é importante afirmar que o *fact-checking* por vezes não abrange aspectos do discurso que fogem à sua abordagem baseada em fatos e evidências verificáveis. Essa metodologia, focada no que é empiricamente

⁷ Disponível em: <https://www.aosfatos.org/todas-as-declarações-de-bolsonaro>

comprovável, atende somente de forma parcial aos desafios impostos pela desinformação, já que a problemática de certas declarações pode transcender a exatidão de dados ou estatísticas. Aspectos como tendências autoritárias e críticas às instituições, incluindo ataques à imprensa, representam igualmente ameaças à estrutura democrática.

O site representa uma iniciativa brasileira pioneira na checagem de fatos e na investigação de campanhas de desinformação *online*. A escolha por este site se deu pelo seu compromisso com a integridade jornalística na adoção de práticas que asseguram a transparência, tais como a citação de fontes, a correção de equívocos e a divulgação de informações sobre seu financiamento.

Como métodos de checagens, os profissionais de jornalismo do Aos Fatos avaliam uma variedade de conteúdos, incluindo declarações, boatos, imagens, vídeos, gráficos, e outros formatos midiáticos, para assegurar que o público tenha acesso a informações autênticas e precisas. Este processo visa fortalecer a capacidade do público de tomar decisões informadas e monitorar políticas públicas fundamentadas em evidências concretas.

Para identificar e corrigir desinformações, a equipe analisa a origem e o conteúdo das informações equivocadas, consulta fontes confiáveis para contrapor com fatos verídicos e, por fim, publica reportagens que esclarecem a verdade.

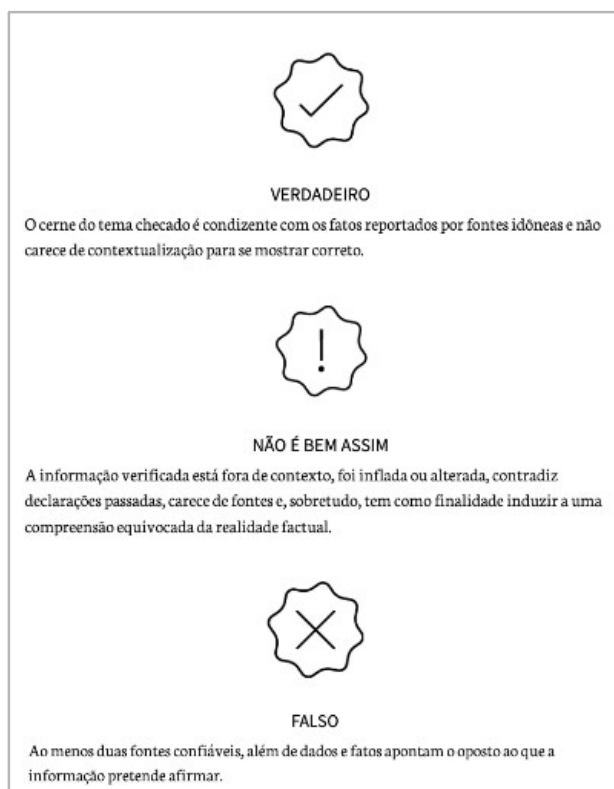
O Aos Fatos emprega diversos formatos na apresentação de suas checagens, como artigos textuais, reportagens investigativas, histórias em quadrinhos e conteúdos audiovisuais, todos submetidos à revisão editorial rigorosa antes de sua publicação. A classificação das informações verificadas segue critérios definidos, distinguindo entre verdadeiro, parcialmente verdadeiro ("não é bem assim") e falso.

A seleção de declarações para verificação prioriza a influência do emissor e o impacto potencial da desinformação. A equipe de jornalismo do Aos Fatos foca em investigar temas de relevância pública e impacto significativo na sociedade brasileira, mantendo um compromisso inabalável com a neutralidade e a democracia. Conforme está registrado na sessão "Noossa Metodologia" do site, desde sua adesão ao código de conduta da International Fact-Checking Network (IFCN) em 2016, Aos Fatos tem se

dedicado a garantir que suas operações jornalísticas sejam apartidárias, metodologicamente rigorosas e transparentes.

Aos Fatos conta com três selos para classificar as informações que constam de suas checagens e verificações, conforme o site (AOS FATOS, 2024):

Figura 5 - Selos de verificação do site Aos Fatos



Fonte: <https://www.aosfatos.org/nosso-método/>

Este estudo concentra a sua análise nas principais temáticas disseminadas neste universo digital bolsonarista, no período de 2019 a 2022, e que foram verificadas como desinformação ("não é bem assim" ou "falso") pela agência "Aos Fatos".

3.4 Análise e Interpretação

Para que as os dados pudessem ser adequadamente analisados, foi necessário organizá-los, o que foi feito mediante o seu agrupamento em certo número de categorias.

Após a coleta de dados, as categorias de análise estabelecidas a priori pela agência Aos Fatos para classificar as declarações dos *posts* do *timeline*

de Jair Bolsonaro foram examinadas. Uma análise detalhada das declarações de Bolsonaro foi conduzida com o objetivo de discernir os principais temas das postagens. Mais de uma declaração pode ter sido retirada de um único *tweet*, especialmente naqueles que continham vídeos mais longos, porém, a escolha pela temática levou em consideração o assunto mais predominante da declaração.

Inicialmente, foram identificadas 18 temáticas dentre as falas coletadas pela agência Aos Fatos:

1. Saúde;
2. Economia;
3. Meio Ambiente;
4. Infraestrutura;
5. Segurança;
6. Equipe de Governo;
7. Imprensa;
8. Ideologia e Conflitos Políticos;
9. Políticas Públicas e Assistência Social;
10. Relações Internacionais;
11. Eleições;
12. Indígenas e Quilombolas;
13. Educação;
14. Congresso;
15. Forças Armadas;
16. Justiça;
17. Coronavírus;
18. Outros.

A investigação realizada pelo site Aos Fatos foi criteriosa ao ponto de apresentar todos os trechos das declarações de Bolsonaro no *microblog*. Isso possibilitou examinar as declarações de maneira abrangente e completa, compreender os contextos, identificar as fontes das informações e analisar tanto os aspectos quantitativos quanto qualitativos das 318 declarações coletadas, identificando elementos de discurso e contextos empregados pelo

então presidente. Essa análise preliminar nos possibilitou descrever o tipo de informação que agrupou cada categoria, como se segue.

Saúde: Temática relacionada às declarações sobre as questões de Governo envolvendo a pauta da Saúde. É importante esclarecer que nesta pesquisa optou-se por separar as questões que envolvem os assuntos relacionados ao Coronavírus da temática Saúde ou mesmo Economia para que houvesse mais clareza a respeito de cada abordagem.

Economia: Falas que continham abordagens a respeito de gastos públicos, faturamentos de indústrias, geração de empregos, indicadores gerais de produção nacional, comércio, programas de desenvolvimento, impostos e índices de crescimento no Brasil.

Meio Ambiente: Reúne as declarações do Presidente que trazem apontamentos sobre questões ambientais, preservação ambiental, Amazônia, as manchas de óleo encontradas na Região Nordeste e outras emergências ambientais compõem esta categoria.

Infraestrutura: Agrupa declarações sobre obras e inaugurações de trechos nas estradas do Brasil, meios de transporte, abastecimento de água, entre outros pontos.

Segurança: Inclui declarações sobre índices de criminalidade, porte de arma, apreensão de drogas e outras afirmações que abordem índices relativos à segurança nacional.

Equipe de Governo: Categorização específica sobre as declarações a respeito da montagem da equipe de governo, troca de ministros e informações sobre ministérios.

Imprensa: Em sua maioria, são declarações sobre profissionais ou órgãos de comunicação, muitas vezes na tentativa de desqualificar ou invalidar a cobertura jornalística sobre ações do governo.

Ideologia e Conflitos Políticos: Declarações sobre críticas sociais e culturais envolvendo uso de linguagem neutra, ideologias e conflitos políticos, críticas às alianças políticas de esquerda e polarização.

Políticas Públicas e Assistência Social: Une as declarações sobre atribuição e continuidade de programas de acolhimento de refugiados, liberação de recursos para o programa Minha Casa, Minha Vida e as circunstâncias políticas e financeiras que influenciaram essas ações, continuidade de programas de acolhimento de refugiados, especificamente a Operação Acolhida.

Relações Internacionais: Declarações sobre eleições internacionais, voto impresso, afirmações sobre aumento de interesse turístico no Brasil após isenção de vistos, estadia na Blair House, entre outros.

Eleições: Essas declarações tratam de alegações relacionadas a atividades políticas de Bolsonaro, envolvendo propaganda eleitoral antecipada, apoio a candidatos em eleições municipais, declaração sobre a inocência de Bolsonaro em uma ação no TSE relativa a abuso de poder econômico e uso indevido dos meios de comunicação na campanha de 2018 e alegação de que o presidente poderia ser punido por vetar propostas aprovadas pelo Congresso.

Indígenas e Quilombolas: Declarações sobre questões relativas aos direitos, ocupação territorial e reconhecimento das populações indígenas.

Educação: Inclui declarações sobre a falta de precisão em informações fornecidas em contextos educacionais e governamentais, como a prorrogação de bolsas de mestrado e doutorado pela Capes e qualificações acadêmicas do ministro da Educação.

Congresso: São exemplos desta categoria declarações sobre as aprovações no Congresso, políticas públicas e legislação, liberação de emendas parlamentares e reforma da previdência, pacote anticrime como suposto anseio da sociedade e afirmações sobre posse de arma em propriedades rurais.

Forças Armadas: Declarações que abordam tópicos relacionados à atuação das Forças Armadas no Brasil, tanto em contextos de desastres naturais, quanto em períodos históricos e em projetos de infraestrutura.

Justiça: Afirmações sobre a prisão de Roberto Jefferson e sobre o bloqueio de bens por desmatamento na Amazônia.

Coronavírus: A categorização específica sobre o Coronavírus se deve ao extenso volume de declarações do presidente sobre o assunto. Optou-se por realizar essa segmentação especialmente devido às características peculiares que estão relacionadas com o assunto: distribuição e aquisição de vacinas, auxílio emergencial e gastos públicos, políticas de saúde e tratamento da COVID-19 e transparência Governamental são alguns exemplos que foram selecionados nesta categoria.

Outros: Esta categoria foi estabelecida para as declarações sobre assuntos que não possuíram uma recorrência maior que uma vez ao longo do período. Aqui, são tratados assuntos individuais, como: distorção de Informações sobre o atentado que sofreu em 2018, exagero sobre participação em evento de motocicletas, críticas à jornalista sobre reportagem envolvendo a família Bolsonaro, demografia religiosa no Brasil, gastos com cartão corporativo e outras ofensas ou falas pejorativas.

4 RESULTADOS, ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO

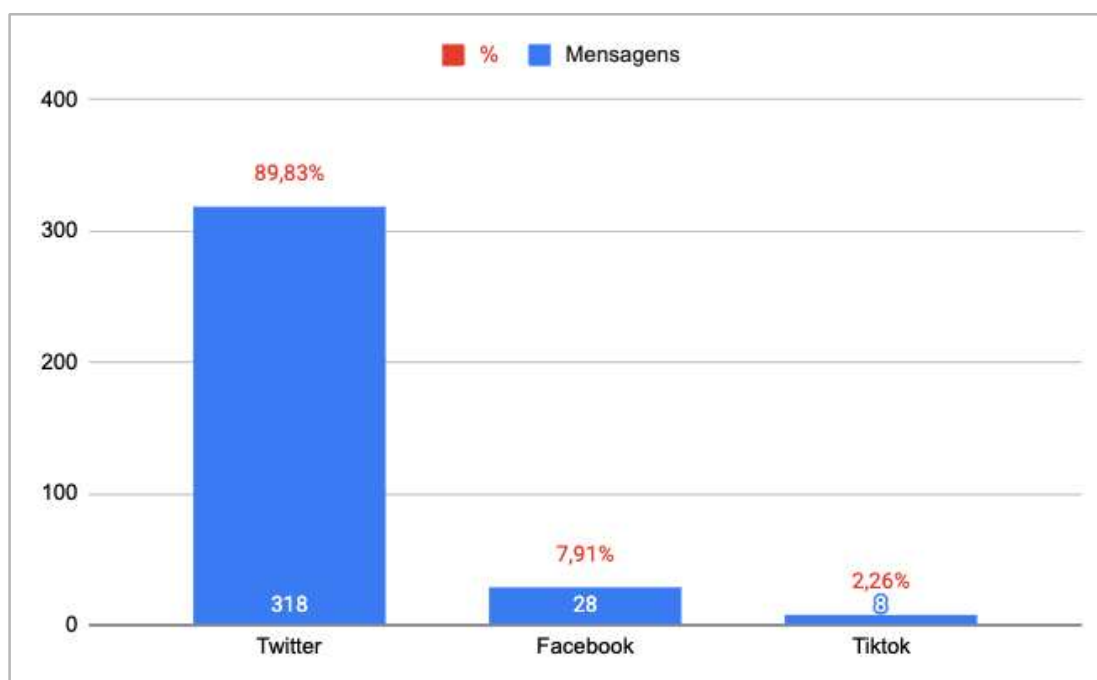
Com a finalidade de esclarecer a questão de pesquisa e responder aos objetivos gerais e específicos do estudo, nesta seção são apresentados os resultados da pesquisa.

4.1 Temáticas mais Abordadas nas Redes Sociais Digitais

Como mostra o Gráfico 1, o Twitter foi a plataforma de redes sociais que se tornou um terreno fértil para a disseminação de desinformação do Governo Bolsonaro, muitas vezes com consequências significativas para a sociedade, como a pandemia da covid 19, o trancamento das rodovias logo após as eleições de 2022 e o ataques às sedes dos Três Poderes no dia 8 de janeiro de 2023, em Brasília.

As 318 declarações representam o volume de declarações em publicações no *feed*. O Twitter foi a plataforma de redes sociais digitais mais usadas pelo governo Bolsonaro para disseminar desinformação, conforme checagem do site Aos Fatos.

Gráfico 1 - Declarações por Rede Social de acordo com Aos Fatos



Fonte: Elaboração própria com base nos dados de Aos Fatos (2024).

O Telegram, Whatsapp e lives no Youtube e Facebook são desconsiderados dessa contabilização, seja pelo tipo de publicação analisada pela agência aos Fatos ou pelo fato de não se caracterizarem necessariamente como redes sociais. De toda forma, os aplicativos de mensagem merecem estudos específicos, pois são canais que possuem dinâmicas específicas, como os grupos privados, que necessitam de uma visão mais aprofundada nesta.

A próxima análise corresponde a uma visão geral sobre como as 318 declarações consideradas falsas ou inconsistentes pela agência Aos Fatos foram classificadas nesta pesquisa. No Quadro 3, são apresentadas e quantificadas o total de declarações por categoria temática, após o exame das informações coletadas na agência Aos Fatos.

Tabela 1 - Temáticas mais abordadas nas redes sociais

Categoria Temática	Quantidade de declarações	%
Coronavírus	169	53,1%
Economia	45	14,2%
Meio Ambiente	16	5,0%
Infraestrutura	11	3,5%
Outros	10	3,1%
Segurança	9	2,8%
Equipe de Governo	9	2,8%
Imprensa	7	2,2%
Políticas Públicas e Assistência Social	6	1,9%
Ideologia	6	1,9%
Relações Internacionais	5	1,6%
Eleições	5	1,6%
Indígenas e Quilombolas	4	1,3%
Educação	4	1,3%
Congresso	4	1,3%
Saúde	3	0,9%
Forças Armadas	3	0,9%
Justiça	2	0,6%

Fonte: Elaboração própria (2024).

Observa-se que o assunto predominante entre as postagens falsas ou informações distorcidas foi a difusão de várias supostas iniciativas governamentais a respeito do Coronavírus durante a pandemia vivenciada no Brasil no governo de Bolsonaro, respondendo por 53,1% das declarações no período analisado. Ou seja, mais da metade das mensagens tinha relação direta com a crise sanitária da Covid-19 e as mensagens representavam uma tentativa de fazer parecer que o governo estava desenvolvendo ações para controle sanitário.

A extrema direita, em sua estratégia política, tende a eleger pautas centrais que se alinham diretamente com as tensões e demandas mais urgentes da realidade em determinado momento. Durante o período de 2020/21, por exemplo, a pandemia de COVID-19 tornou-se o foco principal, pois estava intimamente ligada ao seu modo de governar, permitindo a manipulação do discurso sobre saúde pública e liberdades individuais. Já em 2022, a pauta central deslocou-se para o período eleitoral, refletindo a necessidade de garantir a permanência no poder, com ênfase em narrativas de legitimidade e polarização política. Assim, a extrema direita ajusta suas prioridades de acordo com as crises e desafios do momento, utilizando-as como ferramentas para consolidar sua base de apoio e perpetuar sua influência.

As informações, em grande parte falsas ou imprecisas, revelam estratégia que precisou ser realizada para tentar manter a população mal-informada sobre cuidados com a saúde. Isso incluiu temas como a imprecisão na divulgação sobre a aquisição e distribuição de vacinas contra a Covid-19 por estados, desprezo relativo aos problemas de saúde que a pandemia representava, desrespeito com as recomendações sanitárias estabelecidas pelo Ministério da Saúde e até declarações infundadas sobre distribuição de vacinas e recursos para enfrentamento da pandemia. Como é discutido mais à frente, este foi um tópico que acompanhou por bastante tempo as declarações realizadas por Bolsonaro.

O segundo tema mais abordado dizia respeito à Economia, representando 14,2% das postagens. Essas mensagens evidenciavam o empenho de Bolsonaro em utilizar seu perfil para estabelecer uma conexão

constante e direta com seu público. Estas refletem a abordagem populista de Bolsonaro ao construir discursivamente uma identidade coletiva ("nós", o povo). Porém, destaca-se a imprecisão nas afirmações sobre a isenção de impostos em produtos da cesta básica, pois, na realidade, houve a remoção de tributos de importação em alguns itens específicos, sem atingir todos os impostos federais.

Outra desinformação fazia os cidadãos crerem que a pandemia da Covid-19 seria a única responsável pela alta nos preços, pois, na verdade, havia outros fatores que contribuíam para gerar inflação. Frequentemente, se manifestava em críticas às medidas restritivas obrigatórias que impediam a circulação de pessoas em lugares públicos e apenas liberava atividades consideradas essenciais. Tais ataques eram direcionados a grupos considerados adversários, como a grupos mais à esquerda da política nacional, a imprensa e as instituições oficiais brasileiras.

A temática Meio Ambiente ganhou relevância entre as falas de Jair Messias durante grande parte do seu mandato e abrangeu 5% das declarações realizadas neste período analisado. Aqui, mais uma vez, Bolsonaro utiliza a rede social para realizar uma autopromoção sobre as ações realizadas pelo seu governo. Por meio de um discurso populista tenta responder as críticas internacionais sobre o desmatamento na Amazônia e os desafios ambientais sobre o derramamento de óleo nas praias do Nordeste.

Identifica-se que uma abordagem predominante nas falas de Bolsonaro foi a autopromoção e a divulgação de diversas atividades governamentais, estratégia bem presente nos tópicos subsequentes deste ranking: infraestrutura (3,5%), segurança (2,8%) e Equipe de governo (2,8%), abordando mensagens sobre inaugurações de obras de infraestrutura, questões de segurança pública e políticas fiscais. Essa abordagem reflete uma estratégia típica de políticos em posições executivas, que utilizam suas redes *online* para comunicação pública e para promover as iniciativas de seu governo.

Jair Bolsonaro emprega estratégias populistas em diversas publicações, dirigindo críticas a instituições democráticas. A forma mais comum de populismo identificada é o populismo excludente, caracterizado por ataques direcionados a certos grupos, como a imprensa e a esquerda. De maneira semelhante, destaca-se também o populismo vazio, que evoca a noção de um

"nós", referindo-se ao povo e suas necessidades. Ambas as categorias refletem visões populistas que contrapõem um "nós" em oposição a um "outro". Essas são mensagens frequentemente presentes nas temáticas Imprensa (2,2%), Políticas Públicas e Assistência Social (1,9%) e Ideologia (1,9%).

Ao analisar as declarações com maior número de repetições em comparação às abordados na totalidade das mensagens emitidas (conforme ilustrado no Quadro 3 e 4), nota-se que as mensagens que tiveram maior impacto foram aquelas relacionadas à pandemia e às consequentes críticas feitas pelo presidente (direcionadas à imprensa, às instituições e à esquerda). Além disso, uma parcela das mensagens relativas à economia e ao meio ambiente também compuseram o conjunto de desinformação disseminadas pelo presidente Bolsonaro durante seu governo.

4.2 Conteúdo e o Formato da Desinformação Disseminada por Bolsonaro

A seguir, as três categorias temáticas mais abordadas (Coronavírus, Economia e Meio Ambiente) serão analisadas, especificando o conteúdo e o formato das desinformações disseminadas por Bolsonaro nas redes sociais *online*, em especial no Twitter (atual X).

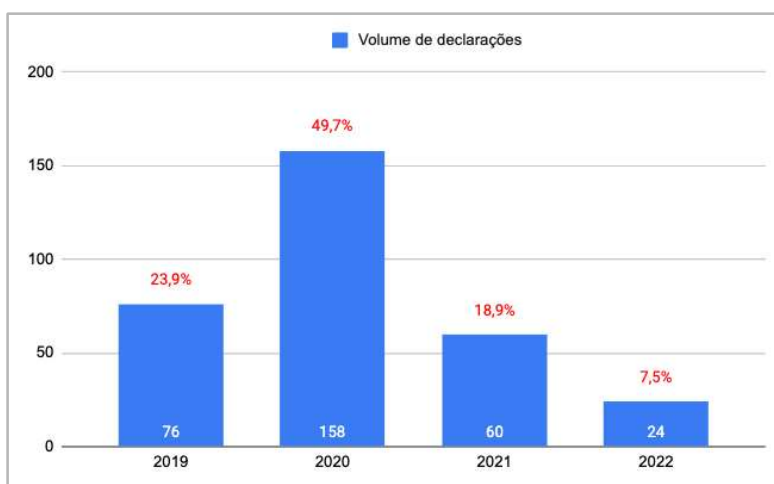
Como foi visto no Quadro 3, foram exibidos os assuntos mais recorrentes nas declarações que apresentaram desinformação. Para esta classificação, somente o assunto principal de cada afirmação foi levado em conta, embora seja importante mencionar que várias postagens trataram de múltiplos temas. É o caso da temática Coronavírus, líder em recorrência dentre as menções analisadas e que respondeu por mais da metade das declarações.

O gráfico 2 apresenta o volume de recorrências de declarações ao longo do período analisado. É possível perceber que em 2020, ano em que a Organização Mundial da Saúde (OMS)⁸ afirma que a COVID-19, doença causada pelo novo coronavírus, é caracterizada como pandemia, foi o momento com mais declarações a respeito da temática. Nota-se, que neste ano, a maioria das declarações realizadas é distorcida ou sem fundamentação, e dizem respeito ao “tratamento precoce” e “índices de contaminação”, além de

⁸ Disponível em: <https://www.unasus.gov.br/noticia/organizacao-mundial-de-saude-declara-pandemia-de-coronavirus>

um cansativo embate com outras instituições, ministros e questões de ideologias.

Gráfico 2 - Recorrência de falas sobre o Coronavírus ao longo dos anos



Fonte: Elaboração própria com base nos dados de Aos Fatos (2024).

Dentre as declarações mais recorrentes de Jair Messias e que foram consideradas falsas de acordo com a metodologia proposta pelo site Aos Fatos, estão as declarações sobre uma suposta determinação do STF a respeito de que as ações de restrições são de competência de governadores e prefeitos, a exemplo dos trechos mostrados nas Figuras 6, 7 e 8.

Figura 6 - Temas da Live sobre responsabilidade de ações da Covid-19

Jair M. Bolsonaro @jairbolsonaro

- Mais pontos importantes de ações do Governo Federal divulgados nesta semana: youtu.be/F9jXIF2ExQE

LIVE /// 09/04/2020
QUINTA-FEIRA COM O PRESIDENTE - TEMAS:

- Trabalho conjunto do Governo Federal para socorro emergencial de R\$600, por 3 meses;
- 1- 111 milhões de acessos ao site da Caixa no 1º dia;
- 2- 30 milhões de cadastrados hoje;
- 3- 2,6 milhões de benefícios pagos;
- 4- Maior programa de inserção de pessoas gratuitamente. Mais detalhes, na Caixa Econômica Federal;
- Ministro do STF determina que ações de restrições são de competência de governadores e prefeitos;
- Assinada MP que isenta 9 milhões de famílias do pagamento de cerca de R\$150, por 3 meses;
- Com muito sacrifício, o Governo Federal já utilizou mais de R\$600 bilhões na luta contra o Covid-19 e manutenção de empregos. Em breve não haverá mais recursos para durar por muito tempo;
- 5- Onze mil brasileiros repatriados, com devido acompanhamento médico e mais a caminho;
- 6- A CEF anuncia nova linha de crédito de R\$ 40 bilhões para linha de moradias. 1,2 milhão de trabalhadores com emprego garantido e seis meses de carência para o comprador começar a pagar;
- 7- As três etapas de pagamento de R\$600/mês serão efetivadas até o final de maio;
- 7.1- Coronavoucher: R\$ 98 bilhões para 54 milhões de brasileiros;
- 8- Ajuda financeira às prefeituras: R\$ 3 bilhões já usados e mais a serem liberados;
- 10- Hidroxicloroquina sendo usada no mundo todo e avanços acontecem;
- 10.1- Até sábado, centenas de quilos de insumos farmacêuticos para produção do medicamento, enviados pela Índia chegarão ao Brasil;
- 10.2- Hoje, quatro laboratórios brasileiros se disseram prontos para produzir milhões de comprimidos de hidroxicloroquina por dia. Medidas sendo tomadas para produção.

Veja a **LIVE COMPLETA** em nosso canal do YouTube www.youtube.com/user/jbolsonaro/videos

8:40 AM · 11 de abr de 2020

1 mil 3 mil 16 mil 23

Fonte: <https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1248939049445974016>

As afirmações são consideradas falsas, visto que o Supremo Tribunal Federal (STF) não atribuiu exclusivamente aos estados e municípios a responsabilidade de adotar medidas de combate à Covid-19, nem isentou o Governo Federal de seu papel na luta contra a propagação do vírus, conforme matéria do O Globo (2020)⁹. A decisão do STF enfatizou que governadores e prefeitos possuem autoridade para implementar ações de restrição de movimento em suas respectivas jurisdições, sem que isso possa ser anulado pelo Executivo Federal.

⁹ Disponível em: <https://oglobo.globo.com/politica/stf-decide-que-governadores-prefeitos-podem-decretar-isolamento-na-pandemia-24373750>

Figura 7- Tweet de Bolsonaro sobre suposta determinação do STF a respeito da Covid-19



Fonte: <https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1274096953450790914>

Os ministros salientaram que o Governo Federal tem, de fato, a competência para realizar ações em situações que demandem uma coordenação em nível nacional, exemplificando com a decisão de fechar fronteiras terrestres. O STF apontou que caberia ao Governo Federal liderar a definição de políticas de isolamento em âmbito nacional. No entanto, os Estados não seriam autorizados a fechar estradas que pudessem comprometer o abastecimento do país. Em uma das decisões, o ministro Edson Fachin ressaltou a necessidade de os Estados agirem localmente na falta de diretrizes federais.

O relatório final da CPI¹⁰ da Pandemia, de outubro de 2021, destaca que o governo federal foi acusado de atrasar deliberadamente a compra de vacinas, o que teria contribuído para o agravamento da crise sanitária e o aumento do número de mortes evitáveis. Além disso, o relatório menciona supostas irregularidades na negociação da vacina Covaxin, sugerindo práticas ilícitas. Essas alegações sublinham a necessidade de uma análise mais profunda sobre a gestão da pandemia e a relação entre desinformação, políticas públicas e saúde pública no Brasil.

¹⁰ Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/radio/1/noticia/2021/10/22/relatorio-acusa-governo-federal-de-atraso-na-compra-de-vacinas-e-de-negociacoes-ilicitas-no-caso-covaxin>

Figura 8 - Tweet com declarações sobre fechamento do comércio e quarentena



Fonte: <https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1269942255298777095>

Esta retórica foi observada pelo site Aos Fatos, que a identificou sendo dita em outros canais monitorados pela agência, por pelo menos 139 vezes. Nesta pesquisa, pudemos observar que no X (Twitter) ela foi dita diretamente ao menos 3 vezes, conforme está exemplificado nas figuras 6, 7 e 8, entre abril e junho de 2020.

Ainda sobre a temática envolvendo a pandemia, cabe destacar a grande incidência de menções que envolvem o uso da Hidroxicloroquina como tratamento da covid-19. Este é um dos tópicos que mais geraram falas falsas, imprecisas ou contraditórias, de acordo com a averiguação do site Aos Fatos. Por vezes, observamos que Bolsonaro abordava o uso da cloroquina em suas declarações, alegando que o medicamento está surtindo efeito.

Figura 9 - Tweet sobre uso da hidroxicloroquina sem comprovação científica



Fonte: <https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1292523257288167425>

As declarações observadas na Figura 9, por exemplo, foram consideradas insustentáveis devido à ausência de provas científicas que validem a eficácia da hidroxicloroquina no tratamento de qualquer fase da

Covid-19. Um estudo¹¹ do Instituto Questão de Ciência de autoria de Pasternak e Orsi (2020) destaca que múltiplas investigações científicas demonstraram que a hidroxiclороquina, isoladamente ou em combinação com o antibiótico azitromicina não oferece benefícios clínicos aos pacientes de Covid-19, podendo inclusive representar riscos. Embora estudos preliminares *in vitro* tenham sugerido alguma eficácia, tais resultados não se confirmaram em fases posteriores de pesquisa.

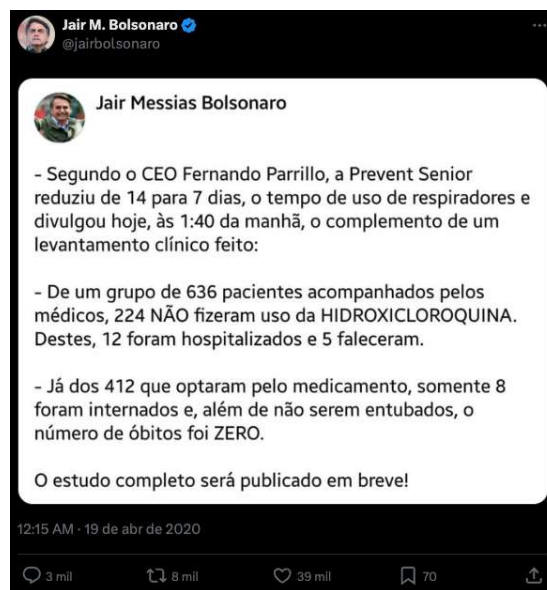
Neste mesmo âmbito, Bolsonaro mencionou, conforme Figura 5, um estudo realizado por médicos associados à operadora de saúde Prevent Senior. Essa afirmação foi classificada como Falsa pela agência Aos Fatos, pois o artigo não faz referência a cinco óbitos no grupo que não recebeu hidroxiclороquina, como é apresentado por matéria veiculada na Folha de São Paulo¹².

Observa-se que estes relatos a respeito do Coronavírus demonstram uma clara relação entre a desordem informacional e a desinformação. A desordem informacional refere-se à avalanche de informações desorganizadas, muitas vezes conflitantes, que circulam sem uma curadoria ou verificação adequada, o que cria um ambiente propício para a disseminação de desinformação. A desinformação, por sua vez, é a propagação intencional de informações falsas ou enganosas. Quando a desordem informacional se intensifica, torna-se mais difícil para as pessoas distinguirem entre fatos e mentiras, levando a confusões e mal-entendidos generalizados. Este cenário impacta diretamente a formulação e implementação de políticas de combate à pandemia, pois autoridades e a população acabam baseando suas decisões em informações incorretas. Além disso, a proliferação da desinformação ameaça a democracia, já que corrói a confiança nas instituições e nos processos de tomada de decisão. Esses relatos revelam, ainda, a existência de um grupo de apoio que dissemina conteúdo sem considerar sua veracidade, apontando para a necessidade de uma investigação mais aprofundada sobre o assunto em futuras pesquisas, ampliando a visão para outros membros-chave e apoiadores do governo.

¹¹ Disponível em: <https://www.revistaquestaodeciencia.com.br/index.php/artigo/2020/05/10/uso-precoce-e-gambiarra-para-salvar-mito-da-hidroxiclороquina>

¹² Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2020/04/estudo-da-prevent-senior-com-cloroquina-nao-permite-conclusoes-sobre-eficacia-contra-covid-19.shtml>

Figura 10 - Tweet sobre estudo ligado à Prevent Senior sobre uso da Hidroxicloroquina



Fonte: <https://twitter.com/jairbolsonaro/status/125171105127774849>

Além dos conteúdos ligados ao embate contra os ministros do STF e de um uso de narrativa que desinforma sobre o tratamento medicamentoso no combate ao Coronavírus, é clara a peculiar estratégia de autopromoção e de propaganda de ações do governo, principalmente na divulgação dos números envolvendo auxílios emergenciais. De acordo com a checagem da agência Aos Fatos, a maioria das declarações são imprecisas, distorcidas ou falsas.

Em conteúdo audiovisual publicado em 17 de abril de 2020, como mostra a Figura 11, Jair Messias comunica que o governo aprovou auxílio emergencial de R\$ 600,00 para os mais vulneráveis, contudo, atribuir ao governo a iniciativa de pagamento desse valor em particular não é uma informação verdadeira.

Em matéria publicada pelo UOL¹³, o Ministério da Economia propôs um valor de R\$ 200,00 em 18 de março e o aumento para R\$ 600,00 ocorreu após diversos debates e pressões exercidas pelo relator do projeto, Marcelo Aro (PP-MG), e pelo presidente da Câmara, Rodrigo Maia (DEM-RJ), que sugeriram um auxílio de R\$ 500,00. O valor foi posteriormente ajustado para

¹³ Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2020/03/18/guedes-afirma-que-governo-vai-pagar-r-200-para-trabalhador-informal.htm>

R\$ 600,00, sendo aprovado pelo Senado em 30 de março e sancionado pelo presidente em 2 de abril.

Figura 11 - Tweet sobre auxílio emergencial



Fonte: <https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1251123815972769794>

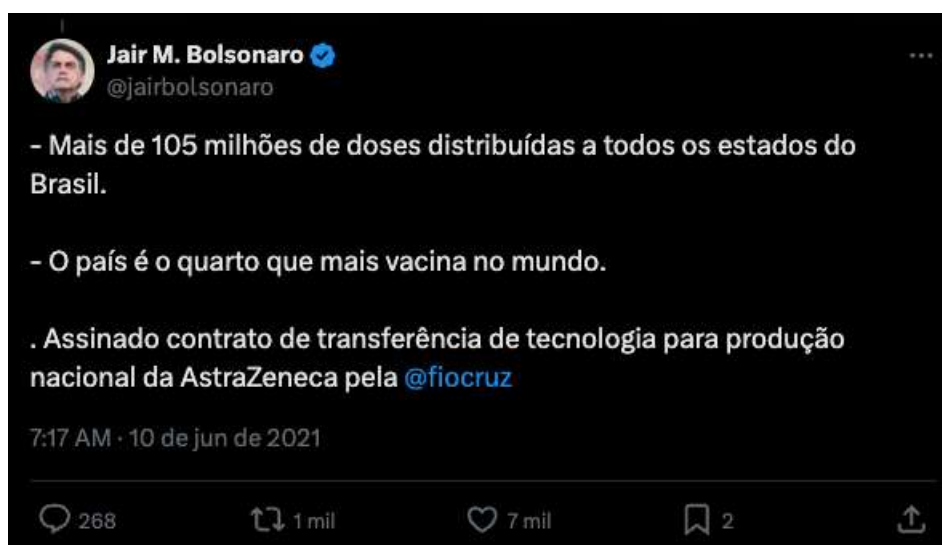
Em outra declaração, Bolsonaro desinforma ao dizer em um *tweet* que divulgava os temas que seriam abordados em uma live que ele faria (Figura 12), afirmando que o Auxílio emergencial seria o maior projeto social do mundo. O site Aos Fatos classificou a informação como falsa.

De fato, programas de transferência de renda direta semelhantes foram implementados em várias nações, com alguns países oferecendo valores superiores. Uma análise da OCDE¹⁴ (Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico) em maio de 2020 revelou programas que proporcionaram mais de US\$ 1.000 mensais. No Canadá, por exemplo, determinou-se um pagamento de \$ 2.000 (aproximadamente R\$ 7.800) mensais por até quatro meses para aqueles impactados economicamente pela crise sanitária; nos Estados Unidos, indivíduos com rendimento anual abaixo de US\$ 75 mil receberam uma única quantia de US\$ 1.200 (em torno de R\$ 6.400) em abril. Em contraste, no Brasil, o governo efetuou o pagamento de cinco parcelas de R\$ 600,00, seguidas por outras quatro de R\$ 300,00.

¹⁴ Disponível em: <https://www.bbc.com/news/business-52450958>

Já em 2021, a temática vacinação ficou mais evidente nas falas de Bolsonaro, principalmente por meio de declarações que apresentavam números e índices nacionais e comparações internacionais. Em resposta às críticas sobre a demora na implementação da campanha de vacinação contra a Covid-19 no Brasil, o presidente frequentemente afirmava que o país figurava entre os líderes globais em número de vacinações, conforme Figura 7.

Figura 12 - Tweet sobre auxílio emergencial



Fonte: <https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1402932907707187206>

A afirmação carecia de precisão, pois o Brasil alcançava posições de destaque no *ranking* mundial de vacinação contra a Covid-19 apenas quando se analisava o total bruto de indivíduos vacinados com pelo menos uma dose. De acordo com o checado com a agência Aos Fatos e segundo dados do *Our World in Data*¹⁵, até 12 de junho de 2021, o Brasil havia imunizado 53,2 milhões de pessoas, situando-se na quarta colocação em termos de quantidade absoluta. Contudo, ao avaliar o critério de percentual da população vacinada, o Brasil desce para a 80ª posição, com apenas 25% dos habitantes tendo recebido ao menos uma dose do imunizante.

Nesse período, Bolsonaro utilizava os seus canais pessoais em redes sociais para divulgação de números sobre distribuição e vacinação nas regiões do Brasil, a exemplo do que podemos ver na Figura 13.

¹⁵ Disponível em: <https://ourworldindata.org/covid-vaccinations>

Figura 13 - Tweet com números de vacinados nas regiões Sudeste e Sul



Fonte: <https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1383395617301352458>

Mais uma vez, a informação era inexata, pois o número mencionado por Bolsonaro sobre vacinação na região Sudeste superava em 14% o valor oficial. Conforme informações da plataforma Localiza SUS¹⁶, do Ministério da Saúde, a quantidade de doses da vacina contra a Covid-19 distribuídas para a região Sudeste foi de 2.602.790. Já em relação aos números do Rio de Janeiro, a agência Aos Fatos checkou que, à época, a informação fornecida por Bolsonaro excedia em quase 150% a realidade. Segundo a plataforma do SUS, do Ministério da Saúde, o total de doses da vacina contra a Covid-19 enviadas ao Rio de Janeiro no período de 10 a 17 de abril de 2021 foi de 250.800.

Ou seja, como mostram as mensagens, Bolsonaro utilizava seu canal pessoal no Twitter e criava um Brasil paralelo de declarações falsas e incompletas que disseminava ao seu público. Bolsonaro adotou uma postura intencionalmente enganosa e irresponsável ao tratar de um tema muito sério para a nação brasileira, particularmente sobre a pandemia, a ponto de criar uma realidade paralela.

Além disso, ao persistir nessa narrativa, mesmo depois da checagem das informações, ficava evidente que a repetição de seus discursos era intencional e surgia, na maioria das vezes, vinculada à disseminação de desinformação como estratégia de governo. A desinformação assumia vários formatos, seja por meio do uso de dados incorretos, incompletos, alterados, ou

¹⁶ Disponível em:

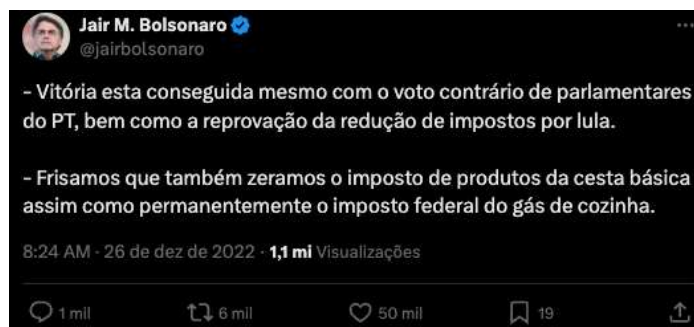
https://viz.saude.gov.br/extensions/DEMAS_C19VAC_Distr/DEMAS_C19VAC_Distr.html

fora de contexto, como bem descreveram Fallis (2015); Wardle e Derakhshan (2018) e Lewandowsky *et al.* (2020).

A recorrência de afirmações a respeito da temática Economia também foi relevante, conforme observa-se no Quadro 3, abarcando 14,2% das declarações checadas e coletadas neste estudo. Aqui, há diversos aspectos abordados por Bolsonaro que, mais uma vez, utiliza suas redes sociais pessoais para gerar informação, independente se há verdades ou não, para que seja facilmente compartilhada ou para atacar algum outro grupo opositor. O que se percebe é que não importa para ele se está sendo divulgador de uma desinformação, mas sim como a mensagem reverbera a partir dos seus aliados e seguidores.

Na categoria temática Economia, destacam-se as menções que citam índices econômicos com informações exageradas ou falsas, principalmente quando cita as ações do governo ou tenta se defender de críticas. Em uma das ocasiões afirmou ter zerado os impostos de produtos de cesta básica. Porém, era mais uma desinformação, pois o que houve foi a diminuição nos impostos de importação para certos itens, como carne bovina e de frango, farinha de trigo e produtos de panificação. Essa política foi implementada em maio e permaneceria em vigor até o final do ano, em 31 de dezembro de 2022. A cesta básica incluía 13 produtos essenciais: carne, leite, feijão, arroz, farinha, batatas, tomates, pão, café, bananas, açúcar, óleo e manteiga. Antes do governo Bolsonaro, nove desses itens já tinham isenção das alíquotas de PIS/Cofins, conforme indicado pela Receita Federal¹⁷, incluindo carne bovina e de frango, farinha de trigo, arroz, pão, café, açúcar, óleo e manteiga. Vejamos a figura 14.

Figura 14 - Bolsonaro declara redução em imposto de produtos da cesta básica



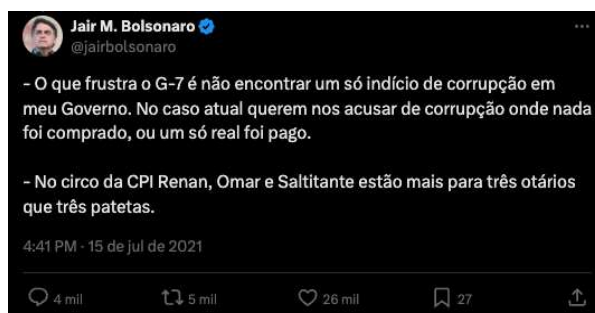
¹⁷ Disponível em: <http://sped.rfb.gov.br/arquivo/show/1643>

Fonte: <https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1607336521065009152>

É interessante perceber a tática, sempre que se trata dos feitos do governo, acontece como na análise anterior: os números são inflados ou inventados e como Bolsonaro sempre tentou desacreditar a imprensa tradicional e frequentemente adota uma estratégia que Lakoff (2017) identifica nos *tweets* de Donald Trump, que consiste em deslocar a atenção das críticas dirigidas a ele para um interlocutor ou outro sujeito, gerando, em diversas situações, conexões causais não evidentes para explicar determinados contextos. Esse padrão de comportamento tende a acentuar a divisão entre "nós" e "eles", especialmente porque formato de desinformação frequentemente contém elementos de teorias conspiratórias ou ataque direto aos oponentes políticos.

Na Figura 15, fala sobre a atuação de um grupo de sete senadores, tanto independentes quanto da oposição, na CPI da Covid-19. Bolsonaro é impreciso ao afirmar que o governo não efetuou pagamento pela vacina Covaxin, conforme matéria da CNN¹⁸.

Figura 15 - Bolsonaro declara redução em imposto de produtos da cesta básica



Fonte: <https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1289931228704055296>

É fato que não ocorreu uma transação financeira direta com a empresa responsável pela comercialização da vacina. Porém o contrato para a compra foi oficializado e, em fevereiro daquele ano, o Ministério da Saúde comprometeu R\$ 1,6 bilhão para adquirir 20 milhões de doses, bloqueando esses recursos para outras finalidades. Segundo o denunciante, o funcionário

¹⁸ Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/em-4-pontos-entenda-o-caso-da-covaxin-e-dos-irmaos-miranda/>

do Ministério da Saúde Luis Ricardo Miranda, houve insistência do governo para concretizar o contrato, incluindo uma cláusula de pagamento antecipado de R\$ 45 milhões à Madison Biotech, que não estava prevista no acordo original com o laboratório Bharat Biotech, da Índia.

Nota-se que frequentemente Bolsonaro classifica como inverdades e desinformação as declarações que são realizadas por outros partidos políticos, pela mídia ou por opositores. Nestes casos, o que é considerado verdade é, praticamente de maneira exclusiva, como o que ele ou seus aliados declaram ou realizam. A relevância da verdade nas declarações de Bolsonaro parece estar intrinsecamente ligada ao processo de desacreditação de fontes de informação da mídia tradicional e de especialistas, priorizando as experiências pessoais e emocionais do próprio Bolsonaro e, por extensão, de seus apoiadores.

A estrutura das redes sociais contribui para essa tendência, uma vez que a validade de uma informação muitas vezes é determinada pelas métricas de engajamento associadas à sua disseminação.

Figura 16 - Leonardo DiCaprio



Fonte: <https://twitter.com/LeoDiCaprio/status/1552008644371222528>

Na categoria Meio Ambiente temos o *tweet* em que Bolsonaro responde às acusações realizadas pelo ator Leonardo DiCaprio, na ocasião em que fez *posts* sobre o desmatamento na Amazônia (Figura 10).

Nessa resposta em particular, Bolsonaro escreveu em inglês, ironizando as afirmações de Leo DiCaprio (Figura 11), citando que o Brasil era e continuaria sendo a nação que mais preservava.

Figura 17 - Bolsonaro afirma que Brasil é a nação que mais preserva



Fonte: <https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1552472766825234433>

Porém não é verdadeira a afirmação, conforme constatado pela agência Aos Fatos. Segundo informações do Banco Mundial, o Brasil está na 30ª colocação no *ranking* dos países que mais protegem suas florestas. Uma análise¹⁹ do Global Forest Watch, divulgada em 2022, revelou que o Brasil liderou o mundo em perda de florestas primárias em 2021, registrando um aumento de 25% na devastação desse tipo de cobertura vegetal comparado a 2019. No Índice de Desempenho Ambiental de 2020, que mede a sustentabilidade com base em diversos critérios, o Brasil ocupou a 55ª posição. Esse índice é elaborado pelas universidades de Yale e Columbia, em parceria com o Fórum Econômico Mundial, utiliza 24 indicadores, incluindo emissões de gases, proteção da biodiversidade e disponibilidade de água potável, para classificar 180 países.

4.3 Ataques às Instituições e aos Opositores Políticos

Bolsonaro emprega a desinformação como uma estratégia para fortalecer as fronteiras entre os seus seguidores e o restante da sociedade, desacreditar a imprensa e outros poderes, bem como minar a legitimidade de

¹⁹ Disponível em: <https://www.globalforestwatch.org/blog/pt/data-and-research/dados-globais-de-perda-de-cobertura-de-arvore-2021/>

adversários políticos, configurando um formato de desinformação conhecido como polarização.

Um conteúdo é polarizador quando seu propósito é estimular pessoas que porventura estejam politicamente situadas ao centro do espectro político, a se posicionarem mais à direita ou à esquerda, sobretudo ao amplificar artificialmente queixas e tensões existentes entre diferentes grupos políticos da sociedade, a fim de obter apoio ou antagonismo em relação a pontos de vista partidários (Roozenbeek; van der Linden, 2019). Essa abordagem de Bolsonaro não apenas fomenta uma base de apoio coesa, mas também desafia as normas democráticas, contribuindo para uma atmosfera de instabilidade institucional.

A prática de responder aos oponentes com desinformação sem apresentar provas ou fontes verificáveis, revela um desprezo pelas convenções de veracidade e um esforço para remodelar a realidade conforme suas conveniências políticas. Como descreveu Rocha (2022), Bolsonaro se estruturou e operou a midiosfera do universo digital dos seus seguidores em torno da desinformação e da construção de uma realidade paralela. As hipóteses trazidas ao debate por Rocha (2022) contribuem para entender as afinidades estruturais deste universo digital da extrema-direita e como foi bem explorado para manter seu eleitorado fiel. Trata-se de um processo informacional no qual a afirmação principal é aceita como evidência, sem espaço para mediadores e para a interpretação.

A seguir são descritas algumas situações nas quais Bolsonaro ataca instituições e opositores políticos, retiradas das mesmas figuras já apresentadas como casos de desinformação, verificadas pela agência Aos Fatos.

Bolsonaro ataca o Supremo Tribunal Federal (STF)

Bolsonaro fez ao longo dos quatro anos de seu governo vários ataques ao STF. O presidente acusou a Corte de interferir em seu governo, xingou ministros, defendeu que precisam ser "enquadrados" e ameaçou descumprir suas decisões. O discurso de Bolsonaro de ataque ao STF, na sua maioria, não correspondia aos fatos, configurando-se muito mais de uma estratégia política (Barifouse, 2022).

Barifouse (2022) cita Eloísa Machado, que não vê fundamento nos ataques reiterados do presidente ao STF. Machado afirma que dentre as diversas ações levadas ao tribunal e julgadas, que podem ser classificadas de interesse de Bolsonaro, algumas lhe foram favoráveis e outras contrárias, o que é natural, pois o STF apenas cumpriu seu papel ao julgar ações de controle de constitucionalidade. Na avaliação de Machado, Bolsonaro ataca o STF porque tem "inclinações autoritárias" e quer governar sem controle sobre seus atos. Machado entende que Bolsonaro não critica o STF pelo que ele julga, critica e ataca pelo que ele é: uma instância de defesa da Constituição que, naturalmente, atrapalha seu projeto de destruição.

Bolsonaro acusa a TV de desdenhar a cloroquina (Figura 4)

É sabido que durante todo seu governo, Bolsonaro estimulou um clima de desinformação, de violência e hostilidade contra os jornalistas e a imprensa Brasileira, e optou por falar nas redes sociais e veículos pequenos alinhados a seu governo.

Os jornalistas sabiam que a imprensa estava sob ataque justamente por fazer parte da infraestrutura da democracia. Portanto, de acordo Baptista (2022), quem estava sob ataque não era apenas um jornal, uma rede de TV ou uma profissional: o que estava sob ataque era a democracia, como bem apontou o jornalista Jamil Chade.

Bolsonaro ataca parlamentares do PT e o próprio Lula (Figura 8)

Bolsonaro acusa os parlamentares do Partido dos Trabalhadores (PT) de terem sido contrários à redução do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS), que baixaria o preço dos combustíveis. A medida levou na prática a uma queda dos preços em um momento em que o país enfrentava uma alta da inflação que desgastava o governo e atrapalhava a campanha pela reeleição.

De acordo com os parlamentares, a solução proposta, além de não garantir redução de preços, retiraria dinheiro de estados e municípios, ameaçando a manutenção de serviços essenciais. Para o líder do PT no Senado, Paulo Rocha, o motivo da alta do preço dos combustíveis era o preço de paridade de importação (PPI), política adotada pela Petrobras em 2016

e mantida por Bolsonaro, que dolarizou os valores cobrados do consumidor, aumentou os lucros da Petrobras e os dividendos dos acionistas.

Bolsonaro ataca CPI da Covid (Figura 9)

O presidente Jair Bolsonaro ironizou membros da Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) da covid-19, particularmente o presidente da comissão, Omar Aziz; o vice-presidente, Randolfe Rodrigues; e o relator da CPI, Renan Calheiros. Ao senador Randolfe Rodrigues fez referência de cunho homofóbico, usando o termo “Saltitante” para substituir “"pessoa alegre do Amapá” referência que já havia usado em outras ocasiões.

O “G-7” mencionado por Bolsonaro na Figura 9 é o grupo dos senadores oposicionistas e independentes que são maioria na comissão.

A Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) da COVID-19 investigou supostas omissões e irregularidades nas ações do governo do presidente Jair Bolsonaro durante a pandemia de COVID-19. Foi criada em 13 de abril de 2021, oficialmente instalada no Senado Federal em 27 de abril de 2021 e concluída com a apresentação e votação do relatório final no dia 26 de outubro de 2021.

Apesar das contradições de Bolsonaro na educação, economia, saúde, meio ambiente, desrespeito às minorias e tantos outros temas que chocaram a sociedade brasileira nos quatro anos de seu governo, ainda assim recebeu 58.206.354 votos (49,10% dos votos válidos) no segundo turno das eleições para Presidente em novembro de 2022 e tem maioria na Câmara dos Deputados, condição que continua provocando retrocessos de pautas ligadas à defesa dos Direitos Humanos. Mas, por outro lado, a rejeição ao Bolsonaro como Presidente não tem paralelos no Brasil, foi o primeiro presidente da Nova República a não ser reeleito. A Nova República é um período da história brasileira que teve início em 1985 e que está em vigor até os dias de hoje, é marcada por ser o período da redemocratização do Brasil e é entendida como a fase mais democrática de nossa história.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa examinou as principais temáticas propagadas no ambiente digital bolsonarista de 2019 a 2022 e identificadas como desinformação pela agência de *fact-checking* Aos Fatos. Especificamente, examinou o contexto e o conteúdo das temáticas desinformativas, identificou as plataformas digitais mais empregadas pelo governo de Jair Bolsonaro e que continham desinformação e avaliou se o conteúdo das desinformações depreciava autoridades ou instituições públicas ou direcionava ataques a opositores políticos.

O estudo descreveu as temáticas mais exploradas nas complexas estratégias comunicativas de disseminação de desinformação pelo presidente Jair Bolsonaro na plataforma Twitter, evidenciando a dimensão política de suas práticas na midioesfera digital na produção de dissonância cognitiva coletiva entre seus apoiadores. Mediante análise detalhada das temáticas, identificamos que Bolsonaro habilmente mobilizou afetos e emoções, particularmente usou a polarização para criar uma forte identificação com seu público. O “mix” tóxico do *modus operandi* bolsonarista definitivamente se incorporou ao *mainstream* político de militantes radicais, com consequências imprevisíveis. Foi o que presenciamos nos ataques na Praça dos Três Poderes, quando bolsonaristas invadiram as sedes do executivo, do legislativo e do judiciário em Brasília em janeiro de 2024, que causaram milhões em perdas e escancararam a radicalização do movimento em favor do ex-presidente da República. Todos puderam ver como os valores bolsonaristas se enraizaram na sociedade brasileira e em parte significativa das forças armadas.

No contexto atual, no qual as plataformas de rede social desempenham um papel fundamental na comunicação política, a análise das estratégias comunicativas de políticos como Jair Bolsonaro, ganha relevância significativa. Este estudo não pretende esgotar a complexidade dos formatos que a desinformação assumiu para amplificar a comunicação *online* de Bolsonaro, mas mostrou aspectos centrais que fundamentam a eficácia do populismo digital na atualidade.

Este estudo se debruçou especialmente nos principais temas abordados por Bolsonaro ao longo dos períodos analisados: como Pandemia e Saúde, Meio Ambiente e Economia. A minimização dos riscos da Covid 19 na

pandemia pareceu ser uma tentativa de desencorajar o isolamento social, visando manter a atividade econômica. Essa abordagem está alinhada com uma perspectiva neoliberal, característica do governo Bolsonaro, que coloca a economia como central mesmo em face de uma crise sanitária global.

Além disso, a disseminação constante de desinformação e declarações distorcidas ou exageradas contribui para uma narrativa que posicionou o governo como um salvador da economia nacional, em oposição a inimigos variados como a mídia, cientistas, especialistas em saúde e políticos da oposição que seguiam as orientações da Organização Mundial da Saúde (OMS). Essas estratégias comunicativas - desacreditar os oponentes, criar teorias conspiratórias, polarizar e criar conteúdo emocional provocativo que atua deliberadamente com emoções básicas, como medo, raiva ou empatia, a fim de chamar a atenção ou enquadrar um problema de uma maneira específica - criam um ambiente de dissonância cognitiva que dificulta o diálogo e a construção de consensos na sociedade brasileira.

Um dos pilares dessa estratégia é a criação de elos causais ocultos, que funcionam desacreditando fontes externas de informação, especialmente a imprensa, e promovendo teorias conspiratórias ou narrativas que deslegitimam os críticos. Essa prática contribui para o fortalecimento de uma bolha informativa onde somente a voz do líder é considerada legítima ou confiável.

A comunicação de Bolsonaro durante a pandemia reflete uma continuidade das práticas comunicativas observadas ao longo de seu mandato, marcadas por um forte apelo aos seus seguidores mais leais e pela criação de um "universo paralelo" onde qualquer meio de comunicação é frequentemente acusada de disseminar desinformação para prejudicar o governo; a ciência e a OMS são vistas como inimigas, e as informações contrárias ao governo são automaticamente desacreditadas. Essa dinâmica tem o objetivo de não estabelecer diálogo entre os apoiadores do governo e outros segmentos da sociedade e com o propósito de mantê-los fiéis apenas as mensagens que circulam na midioesfera digital bolsonarista.

A dinâmica da midioesfera digital bolsonarista foge do domínio dos seus seguidores (e talvez dele mesmo), que não têm controle do fluxo de informações a que são submetidos, nem da overdose de imagens que replica nesse ambiente digital. A midioesfera cria seus próprios inimigos, produz seus

mitos, suas notícias, fatos, molda mensagens que ressoam profundamente com as emoções dos seguidores, em detrimento de análises profundas ou fatos verificáveis. Potencializada pela desinformação, a midiosfera bolsonarista rege uma nova forma de interação e manipulação. Esta estratégia é efetiva para estabelecer uma conexão emocional com sua base, favorecendo a construção de uma identidade coletiva centrada na oposição entre "nós", o grupo de seguidores, e "eles", os adversários políticos ou a mídia crítica.

Nossos achados indicam que a desinformação destruiu valores muito caros à sociedade brasileira, como a vacinação infantil em massa contra o sarampo e a poliomielite, atualmente em meio a um quadro que causa apreensão.

Indiretamente, o estudo também evidenciou o papel crucial das agências de *fact-checking* e da educação midiática na promoção de uma democracia qualificada, destacando a importância de uma população bem-informada para o exercício crítico da cidadania. Entre as restrições enfrentadas neste estudo, em especial na concepção original da proposta, destaca-se a limitação na coleta de dados imposta pela API do Twitter, o que conseguiu ser solucionada justamente pelo fato de existir uma agência como a Aos Fatos, que viabilizou o acesso aos dados da coleta através de seu site.

O estudo de como políticos como Jair Bolsonaro, que utilizam plataformas digitais para disseminar desinformação, permite o mapeamento do ecossistema informacional contemporâneo. Isso inclui entender como a desinformação é produzida, distribuída e consumida, bem como as táticas e estratégias empregadas para aumentar seu alcance e impacto. Este conhecimento é crucial para a Ciência da Informação, pois fornece elementos sobre os desafios de manter a integridade informacional em ambientes digitais.

O foco na análise das práticas de comunicação digital de políticos contribui, ainda, para o desenvolvimento e aprimoramento de metodologias para detectar, rastrear e analisar desinformação. Isso inclui o uso de técnicas de análise de discurso, análise de redes sociais e aprendizado de máquina para identificar padrões de disseminação de desinformação e as narrativas subjacentes. Essas metodologias são fundamentais para avançar no campo da Ciência da Informação, oferecendo ferramentas para pesquisadores e profissionais lidarem com a complexidade dos dados digitais.

O caso de Jair Bolsonaro no Twitter ilustra os desafios contemporâneos à democracia na era digital, ressaltando a importância de abordagens multidisciplinares para entender e mitigar os efeitos da desinformação e do populismo digital no tecido social e político. Esta pesquisa resalta a importância de investigar como as emoções e a construção de identidades coletivas são exploradas digitalmente para consolidar o apoio político e criar divisões sociais.

Esta pesquisa nos convida a uma reflexão que transcende sua análise imediata, propondo uma incursão na dimensão epistemológica que considera a circulação de significados nas redes sociais como um campo fértil para os estudos que envolvem a Ciência da Informação. A CI nos faz mergulhar em um espaço de conflitos e negociações de sentidos, desafiando-nos a ir além das abordagens predominantemente descritivas e quantitativas que caracterizam muitas investigações na área. Esta reflexão epistemológica abre caminho para uma abordagem mais rica e complexa, reconhecendo a pluralidade de caminhos possíveis na pesquisa em mídias sociais e sobre a maneira pela qual a Ciência da Informação, apoiada em sua estrutura teórica, é capaz de assumir uma posição central na implementação e na simplificação de estudos e análises de redes sociais.

Do ponto de vista metodológico, este trabalho destaca a importância de fragmentar o corpus em unidades menores e de tornar transparente o processo de pesquisa, incluindo as tentativas sucessivas de aproximação ao objeto de estudo e as limitações inerentes à coleta de dados. Essas limitações, impostas tanto pela plataforma de mídia social em uso, quanto pelas particularidades da linguagem digital, são reconhecidas como desafios comuns a todas as pesquisas que envolvem a coleta de dados em ambientes virtuais. Essa honestidade metodológica não apenas enriquece o entendimento do objeto de estudo, mas também contribui para o avanço da pesquisa em comunicação digital, ao evidenciar a necessidade de estratégias adaptativas e reflexivas no tratamento dos dados de mídias sociais.

Este estudo reforça a necessidade urgente de estratégias mais eficazes para combater a desinformação e promover um ambiente informacional mais saudável. Isso inclui não apenas o fortalecimento das agências de *fact-checking* e iniciativas de educação midiática, mas também uma reflexão mais

ampla sobre como as redes sociais e o ambiente digital podem ser estruturados para favorecer o debate público construtivo.

Este estudo não objetivou em sua metodologia trazer técnicas de análise de redes sociais, mas é essencial sublinhar que a força do uso dessas redes, proporcionam engajamento e as interações são viabilizadas e intensificadas dentro de seus respectivos *clusters* devido às características operacionais de cada plataforma - neste estudo em específico o Twitter, a qual tende a aumentar a visibilidade de conteúdos que atraem mais engajamento, seguindo uma lógica de "bola de neve": quanto mais engajamento um conteúdo recebe, maiores são as chances de receber ainda mais no futuro.

Essa algoritmização das conversas e redes sociais pode afetar e influenciar o tipo de conteúdo que é entregue aos usuários, ampliando as chances de um "efeito manada" ou facilitando a atuação de *bots* ou possíveis usuários que são contratados para promover engajamento nas redes. Esse fenômeno impacta diretamente a esfera e a opinião pública, pois abre margem para diversas formas de manipulação da percepção do público. Diante disso, evidencia-se a urgência em expandir pesquisas que investiguem esses mecanismos de mediação e seus efeitos, tais como as interações mediadas por plataformas e algoritmos e a extensão com que essas interações nas redes se traduzem em ações concretas fora do ambiente virtual.

REFERÊNCIAS

AGUADED, Ignacio; ROMERO-RODRÍGUEZ, Luis (eds.). **Competencias mediáticas en medios digitales emergentes**. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2018. ISBN: 978 84 17600 03 7.

AIELLO, Luca Maria, *et al.* Friendship prediction and homophily in social media. **ACM Transactions on the Web**, v. 6, n. 2, p. 1-40, 2012.

ARAÚJO, Carlos Alberto Ávila. A missão da Ciência da Informação na era da pós-verdade. **Informação & Sociedade**, v.30, n.4, p. 1-19, out./dez. 2020a.

ARAÚJO, Carlos Alberto Ávila. O fenômeno da pós-verdade e suas implicações para a agenda de pesquisa na Ciência da Informação. **Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação**, Florianópolis, v. 25, p. 01-17, 2020b.

BAPTISTA, Rodrigo. Jornalistas denunciam aumento de ataques à imprensa durante governo Bolsonaro. **Senado Notícias, Agência Senado**, 15/06/2022. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2022/06/15/jornalistas-denunciam-aumento-de-ataques-a-imprensa-durante-governo-bolsonaro>. Acesso em: 12 fev. 2024.

BARIFOUSE, Rafael. 15 momentos em que o STF decidiu a favor de Bolsonaro. **BBC News Brasil em São Paulo**. 27 setembro 2022. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-62989324>. Acesso em: 12 fev. 2024.

BASTOS, Marco. T.; MERCEA, Dan. The brexit botnet and user-generated hyperpartisan news. **Social Science Computer Review**, v. 37, n.1, p. 38-54, 2019. DOI: <https://doi.org/10.1177/0894439317734157>.

BEAL, Adriana. **Gestão estratégica da informação: como transformar a informação e a tecnologia da informação em fatores de crescimento e de alto desempenho nas organizações**. São Paulo: Atlas, 2004.

BENTES, Anna; ZANETTI, Daniela. Economia da Atenção e universo das telas: entenda por que é tão difícil se desconectar. **USP- AUN - Agência Universitária De Notícias**. [online]. 02/09/2021. Disponível em: <https://aun.webhostusp.sti.usp.br/index.php/2021/09/02/economia-da-atencao-e-universo-das-telas-entenda-por-que-e-tao-dificil-se-desconectar/> . Acesso em: 2 dez. 2022. ISSN 2359-5191

BESSI, Alessandro; COLETTI, Mauro; DAVIDESCU, George Alexandru; SCALA, Antonio; CALDARELLI, Guido; QUATTROCIOCCHI, Walter. Science vs conspiracy: Collective narratives in the age of misinformation. **PLoS One**, v. 10, n. 2: e0118093, 2015.

BOYD, Danah. Social network sites as networked publics: affordances, dynamics, and implications. *In*: PAPACHARISSI, Zizi. (org.). **A networked self: identity, community, and culture on social network sites**. Abingdon: Routledge, 2010. p. 39-58.

BROWN, Jo; BRODERICK, Amanda; LEE Nick. Word of mouth communication within online communities: Conceptualizing the online social network. **Journal of Interactive Marketing**, v. 21, n. 3, p. 2–20, 2007.

CASTRIOTA, Leonardo Barci. Walter Benjamin e as cidades: Choque, vivência e memória. **A Cor das Letras**, v.13, n. 1, p. 47-60, 2017.
DOI: 10.13102/cl.v13i1.1470.

CECCON, Roger Flores. Respeitem os loucos. A patologização do fascismo. **Le Monde Diplomatique Brasil**. [online]. 5 de dezembro de 2022. Disponível em: <https://diplomatique.org.br/a-patologizacao-do-fascismo/> . Acesso em: 7 dez. 2022.

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

CHOO, Chun Wei. **Information management for the intelligent organization: the art of scanning the environment**. 2. ed. [S. l.: s. n.], 1998. (ASIS Monograph Series).

CHOO, Chun Wei. **A organização do conhecimento**: como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões. Tradução de: Eliana Rocha. São Paulo: Senac, 2003.

CITTON, Yves. **Te ecology of attention**. Malden: Polity Press, 2016.

CRUZ, Yuri Holanda. A ira da palavra: Guerra cultural e retórica do ódio. **INTER-LEGERE**, v. 4, n. 32, p. c25175, 2021. DOI: 10.21680/1982-1662.2021v4n32ID25175.

DAHLBERG, Lincoln. Computer-mediated communication and the public sphere: A critical analysis. **Journal of Computer-mediated communication**, v. 7, n. 1, 2001. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2001.tb00137.x>.

DAVENPORT, Thomas. **Ecologia da Informação**: por que só a tecnologia não basta para o sucesso na era da informação. Tradução de: Bernadette Siqueira Abrão. São Paulo: Futura, 1998.

DAVENPORT, Tomas; BECK, John **Te attention economy**: understanding the new currency of bussiness. Boston: Harvard Business School Press, 2001.

DEL VICARIO, Michela *et al.* The spreading of misinformation online. **PNAS, Washington**, v. 113, n. 3, p. 554-559, 2016.

ECKER, Ullrich K H.; O'REILLY, Ziggy; REID, Jesse S.; CHANG, Ee Pin. The effectiveness of short-format refutational fact-checks. **British Psychological Society**, v. 111, n. 1, p. 36-54, 2020. DOI: 10.1111/bjop.12383.

EPPLER, Martin; WITTIG, Dorte. Conceptualizing information quality: A review of information quality frameworks from the last ten years. 2000 *In: Proceedings...* Conference on Information Quality - ICIQ, p. 83–96, M.I.T. Information Quality Program. Massachusetts Institute of Technology, U.S.A., 2000.

FALLIS, Don. Floridi on disinformation. **Etica & Politica**, [s. l.], v. 3, n. 2, p. 201–214, 2011.

FALLIS, Don. The varieties of disinformation., *In: FLORIDI, Luciano; ILLARI, P. (Eds). The philosophy of information quality*. Heidelberg, NewYork, Dordrecht, London: Springer Cham, 2014. p.135-161.

FALLIS, Don. A Functional Analysis of Disinformation. *In: iCONFERENCE*, 2014, Berlin. **Proceedings [...]**. Berlin: University Humboldt, 2014. Disponível em: <http://hdl.handle.net/2142/47258>. Acesso em 15 dez. 2023.

FALLIS, Don. What is disinformation? **Library Trends**, Champaign, Ill., v. 63, n.3, p. 401-426, 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.1353/lib.2015.0014> . Acesso em 15 mai. 2022.

FECHINE, Yvana. Bolsonaro e o populismo bufão: uma abordagem sociossemiótica. *In: ANAIS DO 29º ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS*, 2020, Campo Grande. **Anais eletrônicos...** Campinas, Galoá, 2020. Disponível em: <<https://proceedings.science/compos/compos-2020/trabalhos/bolsonaro-e-o-populismo-bufao-uma-abordagem-sociossemiotica?lang=pt-br>> Acesso em: 12 jan. 2024.

FELIZARDO, Nayara. Levantamento inédito mostra como cidadãos comuns se transformam em robôs de Bolsonaro em grupos de WhatsApp. **The Intercept Brasil**. 27 de Julho de 2022. Disponível em: <https://theintercept.com/2022/07/27/bolsonaro-cidadaos-comuns-robos-whatsapp/> . Acesso em: 9 dez. 2022.

FESTINGER, Leon. **Teoria da Dissonância Cognitiva**. Tradução por Eduardo de Almeida. Rio de Janeiro: Zahar, 1975.

FESTINGER, Leon; RIECKEN, Henry; SCHACHTER, Stanley. **When prophecy fails: A social and psychological study of a modern group that predicted the destruction of the world**. University of Minnesota Press, 1956. [ISBN 1-59147-727-1](https://doi.org/10.1111/bjop.12383).

FETZER, James H. Disinformation: The use of false information. **Minds and Machines**, v.14, p. 231-240, 2004.

FLORIDI, Luciano. The Internet as a disinformation superhighway? **The Electronic Library**, v. 14, n. 6, p. 509-551, 1996.

FLORIDI, Luciano. **The philosophy of information**. Oxford: Oxford University Press, 2011. 405 p.

FREUD, Sigmund. **O futuro de uma ilusão**. Tradução de José Otávio de Aguiar Abreu. 2 ed. São Paulo: Abril Cultural, 1978. (Coleção "Os Pensadores", vol. Freud).

FROHMANN, Bernd. The power of images: a discourse analysis of the cognitive viewpoint. **Journal of Documentation**, London, v. 48, n. 4, p. 365-386, 1992.

FIGUEIRA, João; SANTOS, Silvio. Percepción de las noticias falsas en universitarios de Portugal: análisis de su consumo y actitudes. **El profesional de la información**, v. 28, n. 3, p. 1-16, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.15>. Acesso em: 20 de jul. 2022.

GALLEGO, Esther Solano; ORTELLADO, Pablo; RIBEIRO, Marcio Moretto. Guerras culturais e populismo antipetista nas manifestações por apoio à Operação Lava Jato e contra a reforma de previdência. **Em Debate**, Belo Horizonte, v. 9, n. 2, p. 35-45, 2017.

GHIRALDELLI, Paulo. **Conspiração na Alemanha, perigo no Brasil**. [online]. 2022. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=A_t2MfmvggQ. Acesso em 08 dez. 2022.

GILPIN, Dawn R.; PALAZZOLO, Edward T.; BRODY, Nicholas. Socially mediated authenticity. **Journal of communication management**, v. 14, n. 3, p. 258-278, 2010.

GIL, Antônio Carlo. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GROW, Gabrielle; WARD, Janelle., 2013. The role of authenticity in electoral social media campaigns. *First Monday*, Chicago, v. 18, n. 4, 2013. <https://doi.org/10.5210/fm.v18i4.4269>

IZZO, João Artur. **Noosfera e midiosfera**: O imaginário humano e o engenho da mídia. 2009. [online]. Disponível em: <http://bocc.ufp.pt/pag/bocc-noosfera-joao.pdf>. Acesso em: 5 nov. 2022.

KALIL, Isabela; SILVEIRA, Sofia; PINHEIRO, Wesley; KALIL, Alex; PEREIRA, João Vicente.; AZARIAS, Wiverson.; AMPARO, Ana. Politics of fear in Brazil: Far-right conspiracy theories on COVID-19, **Global Discourse**, v. 11, n. 3, p. 409-425, 2021.

LACLAU, Ernesto. **La razón populista**. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2012.

LAGO, Rudolfo; SARDINHA, Edson. Orçamento secreto é o maior esquema de corrupção institucionalizada da história”, diz transparência internacional. **Uol**, Congresso em Foco. [online]. Disponível em:

<https://congressoemfoco.uol.com.br/area/pais/orcamento-secreto-e-o-maior-esquema-de-corrupcao-institucionalizada-da-historia-diz-diretor-da-transparencia-internacional/>. Acesso em: 20 out. 2022.

LACOMBE, Milly. Mídia deve assumir seu papel na naturalização da extrema-direita no Brasil. **Uol**, 05/10/2022. [online]. Disponível em:

<https://www.uol.com.br/esporte/colunas/milly-lacombe/2022/10/05/midia-deve-assumir-seu-papel-na-naturalizacao-da-extrema-direita-no-brasil.htm> Acesso em: 12 ago. 2022.

LATOUR, Bruno. **A esperança de pandora**: ensaios sobre a realidade dos estudos científicos. Tradução de César Cardoso de Souza. São Paulo: Editora EDUSC, 2001.

LATOUR, Bruno. **Jamais fomos modernos**: ensaio de antropologia simétrica. Tradução de Carlos Irineu da Costa. Rio de Janeiro: Editora 34, 1994. (Coleção Trans).

LATOUR, Bruno. **Reagregando o Social**: uma introdução à Teoria do Ator-Rede. Salvador: Edufba, 2012.

LE COADIC, Yves-François. **A ciência da informação**. Tradução Maria Yêda F. S. de Filgueiras Gomes. 2. ed. rev. e atual. Brasília: Briquet de Lemos, 2004.

LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva**: Por uma antropologia do ciberespaço. 10 ed., São Paulo: Edição Loyola, 1998.

LEWANDOWSKY, Stephan; OBERAUER, Klaus. Motivated rejection of science. **Current Directions in Psychological Science**, v. 25, p. 217-222, 2016. DOI: [10.1177/0963721416654436](https://doi.org/10.1177/0963721416654436)

LEWANDOWSKY, Stephan *et al.* **The Debunking Handbook 2020**. DOI:10.17910/b7.1182 Disponível em: <https://sks.to/db2020> Acesso em: 17 jan. 2022.

MAAKAROUN, Bertha. Castro Rocha: 'Bolsonarismo está se transformando em seita'. Autor de livro sobre a retórica do ódio afirma que a guerra cultural dos bolsonaristas se aproxima do fundamentalismo: 'É uma fábrica de inimigos em série'. **Jornal Estado de Minas Gerais, Pensar**. 9/4/2021. [online]. Disponível em:

https://www.em.com.br/app/noticia/pensar/2021/04/09/interna_pensar,1255147/castro-rocha-bolsonarismo-esta-se-transformando-em-seita.shtml Acesso em: 2 ago. 2022.

- MAAKAROUN, Bertha. Castro Rocha: 'Brasil é laboratório de criação de realidade paralela'. **Jornal Estado de Minas Gerais, Pensar**. 21/10/2022. Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/pensar/2022/10/21/interna_pensar,1409943/castro-rocha-brasil-e-laboratorio-de-criacao-de-realidade-paralela.shtml. Acesso em: 4 nov. 2022.
- MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2003.
- MC GEE, James; PRUSAK, Laurence. **Gerenciamento estratégico da informação**: aumente a competitividade e a eficiência da sua empresa utilizando a informação como uma ferramenta estratégica. Rio de Janeiro: Campus, 1994.
- MINAYO, M. C. S. O desafio do conhecimento. **Pesquisa qualitativa em saúde**. São Paulo: HUCITEC, 2007.
- MITEW, Teodor. Do objects dream of an internet of things? **Fibre culture Journal**, v. 23, p. 1-25, 2014.
- MORITZ, Maria Lúcia; RITA, Mayara Bacelar. **A mídia e a construção do impeachment de Dilma**: um olhar de gênero. In: CONGRESSO LATINO-AMERICANO DE CIÊNCIA POLITICA, 9., 2017, Montevideu. [Trabalhos apresentados]. Montevideu: ALACIP, 2017. p. 1-23.
- MUDDE, Cas; KALTWASSER, Cristóbal Rovira, 2017. **Populism**: A very short introduction. New York: Oxford University Press.
- NATHANSOHN, Bruno Macedo; BRISOLA, Ana Cristina. Cruzando fronteiras na sociedade da desinformação: a busca dos refugiados por cidadania. **Informação & Sociedade: Estudos**, v. 30, n. 3, p. 1-16, 2020. Disponível em: <https://periodicos3.ufpb.br/index.php/ies/article/view/50227/31854> . Acesso em: 17 jan. 2022.
- PAIVA, Débora Draithon de; TOLEDO, Mariana Isabel Sousa Coêlho. Mídia e direito: o papel midiático desempenhado na cobertura do processo de impeachment de Dilma Rousseff. **Percursos**, [S.l.], v. 1, n. 20, p. 96 - 102, fev. 2018. ISSN 2316-7521. DOI: <http://dx.doi.org/10.21902/RevPercursos.2316-7521.v1i20.2439>.
- PAULA, Marcio Gimenes de. O futuro de uma ilusão: algumas reflexões entre Feuerbach e Freud. **Revista AdVerbum**, v. 2, n. 2, p. 161-171, 2007.
- PINHEIRO, Tiago Roberto; VIEIRA, José Carlos. A mídia brasileira no impeachment de Dilma Rousseff. **Caderno da Escola Superior de Gestão Pública, Política, Jurídica e Segurança**. Curitiba, v. 1, n. 2, p. 151-180, jul./dez. 2018.

PONJUÁN DANTE, Gloria. La gestión de información y sus modelos representativos. Valoraciones. **Ciencias de la Información**, La Habana, v. 42, n. 2, p. 11-17, mayo/ago. 2011.

POSETTI, Julie (Ed.). **Journalism, “Fake News” & Disinformation**: Handbook for Journalism Education and Training. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, 2018. p. 45-55.

RECUERO, Raquel. Métodos mistos: combinando etnografia e análise de redes sociais em estudos de mídia social. *In*: Etnografia e Consumo Midiático. Pelotas: E-papers, 2016.

RECUERO, Raquel.; GRUZD, Anatoliy. Cascatas de fake news políticas: um estudo de caso do Twitter. **Galaxia**. São Paulo. n. 41, p. 31-47, 2019.

RECUERO, Raquel; SOARES, Felipe Bonow; GRUZD, Anatoliy. Hyperpartisanship, disinformation and political conversations on Twitter: The Brazilian Presidential Election of 2018. **Proceedings International AAAI Conference on Web and Social Media**, v.14, n.1, p. 569-578, 2020.

REDE PENSSAN. **Inquérito nacional de insegurança alimentar no cenário da Covid-19. Rio de Janeiro**: Rede Brasileira de Pesquisa em Soberania e Segurança Alimentar e Nutricional, 2021. Disponível em: olheparaafome.com.br. Acesso em: 10 nov. 2022.

ROCHA, João César de Castro. **Dissonância cognitiva coletiva e midiosfera extremista**: o colapso da democracia. Democracia em Perspectiva, ciclo de mesas e conferências inaugurais do semestre letivo do Programa de Pós-graduação em História da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). 16/9/2022. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=D-mFm5GetDk> . Acesso em: 4 out. 2022.

ROCHA, Camila. “Imposto é Roubo!” A Formação de um contra público ultraliberal e os protestos pró-impeachment de Dilma Rousseff. **DADOS, Rio de Janeiro**, v. 62, n. 3, p. 1-42, e20190076, 2019. DOI: <https://doi.org/10.1590/001152582019189> .

RODRIGUES, Theófilo Machado. O papel da mídia nos processos de impeachment de Dilma Rousseff (2016) e Michel Temer (2017). **Contracampo, Niterói**, v. 37, n. 2, p. 37-58, 2018. DOI: <http://dx.doi.org/10.22409/contracampo.v37i2.1108> .

ROSÁRIO, Miguel do. Falso consenso. *In*: GONÇALVES, Mírian (Org.). **Enciclopédia do golpe**: v. 2 O papel da mídia. Buenos Aires, Argentina: CLACSO, 2018. p. 64-72. Disponível em: <https://doi.org/10.2307/j.ctvn96fw2> . Acesso em: 5 set. 2022.

ROOZENBEEK, Jon.; VAN DER LINDEN, Sander. Fake news game confers psychological resistance against online misinformation. **Palgrave**

Communications, v.5, n. 65, p.1-10, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1057/s41599-019-0279-9> Acesso em: 19 jan. 2024.

SANTOS, João Guilherme Bastos dos; SANTOS, Karina Silva dos. Das bancadas ao WhatsApp: redes de desinformação como arma política. *In*: GALLEGO, Esther Solano (Org.). **Brasil em colapso**. São Paulo: Unifesp, 2019. p. 45-60.

SATURNO, Ares. Campanha eleitoral no Twitter conta com *bots* para disseminar desinformação. **Canaltech**, 24 de Setembro de 2018. Disponível em: <https://canaltech.com.br/governo/campanha-eleitoral-no-twitter-conta-com-bots-para-disseminar-desinformacao-123308/> . Acesso em: 20 dez. 2022.

SHAO, Chengcheng; CIAMPAGLIA, Giovanni Luca; VAROL, Onur; FLAMMINI, Alessandro; MENCZER, Filippo. The spread of misinformation by social bots. **Nature Communications**, Ithaca NewYork, v. 9, 4787, 2018. DOI: <https://doi.org/10.1038/s41467-018-06930-7>.

SHU, Kai; SILVA, Amy; WANG S Suhang; TANG Jiliang, LIU, Huan. **Fake news detection on social media**: a data mining perspectiva. Ithaca, NewYork: Arxiv Cornell University, 2017.

SIBILIA, Paula, 2008. **O show do eu**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.

SILVA, Patrícia; BARBOSA, Jonei Cerqueira. Das redes sociotécnicas à cartografia de controvérsias na educação. *In*: CONGRESSO INTERNACIONAL DE EDUCAÇÃO E TECNOLOGIAS - CIET. 2018. **Anais ...** Encontro de pesquisadores em Educação a Distância. Inovação e tecnologia. Inovação em cenários em transição. 23/06 – 13/07/2018. Disponível em: <file:///C:/Users/nadih/Downloads/244-14-3670-1-10-20180521.pdf> Acesso em: 5 dez. 2023.

SKYRMS, Brian. **Signals**: evolution, learning, and information. New York: Oxford University Press, 2010. 195 p.

SOARES, Felipe Bonow. As estratégias de argumentação e as formas de desinformação nas mensagens de Jair Bolsonaro no Twitter durante o segundo turno das eleições presidenciais de 2018. **Mediação**, Belo Horizonte, v. 22, n. 30, p. 8-22, jan./jun. 2020.

SOARES, Felipe Bonow; RECUERO, Raquel; ZAGO, Gabriela. Influencers in polarized political networks on Twitter. *In*: INTERNATIONAL CONFERENCE FOR SOCIAL MEDIA AND SOCIETY (SMSOCIETY), 2018, Copenhagen, Denmark. **Proceedings ...** Copenhagen, Denmark, 2018. p. 1-10. DOI: 10.1145/3217804.3217909.

SOON, Carol.; GOH, Shawn. **Fake news, false information and more**: countering human biases. Queenstown: Institute of Policy Studies, 2018.

SUNSTEIN, Cass; VERMEULE Adrian. Conspiracy theories: Causes and cures. **Journal of Political Philosophy**, v. 17, n. 2, p. 202–227, 2009.

TUCKER, Joshua A. *et al.* **Social media, political polarization, and political disinformation**: A review of the scientific literature. 2018. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3144139> .

UOL. **Desmatamento da Amazônia aumentou 59% sob Bolsonaro, aponta Inpe**. 2022 Disponível em: https://noticias.uol.com.br/meio-ambiente/ultimas-noticias/redacao/2022/11/30/deter-desmatamento-amazonia-2022.htm?utm_source=twitter&utm_medium=social-media&utm_content=geral&utm_campaign=uol Acesso em: 1 dez. 2023.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 3.ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2000.

WAISBORD, Silvio; AMADO, Adriana. Populist communication by digital means: presidential Twitter in Latin America. **Information, Communication & Society**, v. 20, n. 9, p. 1330-1346, 2017. DOI: 0.1080/1369118X.2017.1328521

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. Thinking about ‘information disorder’: formats of misinformation, disinformation, and mal-information. *In*: IRETON, Cherilyn; POSETTI, Julie (Org.). **Journalism, “Fake News” & Disinformation**: Handbook for Journalism Education and Training. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, 2018. p. 45-55.