

#7desetembro

Independência, golpe ou disputa de narrativa nas redes sociais on-line?

CARLA MONTUORI FERNANDES

Universidade Paulista, São Paulo, São Paulo, Brasil

LUIZ ADEMIR DE OLIVEIRA

*Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora,
Minas Gerais, Brasil*

MARINA BOTELHO

Universidade Paulista, São Paulo, São Paulo, Brasil

JOSÉ EDUARDO VIEIRA

Universidade Paulista, São Paulo, São Paulo, Brasil

ID 2652

Recebido em

13/05/2022

Aceito em

23/08/2022

Em 7 de Setembro de 2021, data em que se comemorou 199 anos da Independência Brasileira, o presidente Jair Bolsonaro e seus apoiadores conclamaram nas redes sociais on-line manifestações da população e ensaiaram um golpe institucional, utilizando, dentre outras, a *hashtag* #7desetembro. O presente artigo busca responder quais as narrativas que circularam em torno da *hashtag* no Twitter e em que medida o conteúdo fortalece o caráter populista de Bolsonaro nas redes sociais. Para tanto, a pesquisa se ancora na discussão do populismo digital e recorreu às metodologias de Análise de Redes Sociais (ARS) e Análise de Conteúdo. Foram coletados na ferramenta Netlytic 10 mil tuítes em torno da #7destembro. Após o trabalho com os dados, identificou-se 12 principais *clusters* e a partir deles, coletou-se o texto para análise. Como resultado identificou-se a tentativa de se criar uma *coreografia de ajuntamento* on-line, que extrapolasse o discurso ideológico das telas para as ruas. No entanto, foi constatado ausência de debate nos meios virtuais, com circulação de discursos redundantes apenas dentro das próprias redes bolsonaristas. Por fim, em certa medida, apontou-se que Bolsonaro utiliza as redes com estratégias de fortalecer seu caráter populista, mesmo que nem sempre seja bem-sucedido fora delas.

Palavras-chave: Comunicação Política. Populismo digital. Bolsonaro. Redes sociais. Twitter.

#7September: Independence, Coup or Narrative Dispute on Online Social Networks?

On September 7th, 2021, it was celebrated 199 years of Brazilian Independence. The president Jair Bolsonaro and his supporters called out popular manifestations on social media, through the *hashtag* #7desetembro (September 7th), among others, while also staging an institutional coup. This article seeks to answer which were the narratives that have circulated around the *hashtag* on Twitter networks and to what extent the content found strengthens Jair Bolsonaro's populist character on social media. For such purposes, this research is anchored on digital populism discussion and has turned to Social Media Analysis as well as Content Analysis as methodology. We collected 10 thousand tweets around the *hashtag* #7desetembro with the support of Netlytic tool. After working with the data we have identified 12 main *clusters*, from which we collected the textual data for posterior analysis. As results, we have found that there is an absence of debate on social media, with the circulation of redundant discourses within the Bolsonarist network themselves. Finally, to some extent, it was pointed out that Bolsonaro uses the network strategically to strengthen his populist character, even though he is not always successful outside them.

Keywords: Political Communication. Digital populism. Bolsonaro. Social Networks. Twitter.

#7Septiembre: ¿independencia, golpe o disputa narrativa en las redes sociales?

El 7 de septiembre de 2021, fecha de celebración de los 199 años de la Independencia de Brasil, el presidente Jair Bolsonaro y sus partidarios convocaron manifestaciones de la población en las redes sociales y ensayaron un golpe institucional, utilizando, entre otros, el *hashtag* #7desetembro. El presente artículo busca responder cuáles narrativas circularon en torno al *hashtag* en Twitter y en qué medida el contenido refuerza el carácter populista de Bolsonaro en las redes sociales. Para ello, la investigación se establece a partir de la discusión del populismo digital y recurre a las metodologías de Análisis de Redes Sociales (ARS) y Análisis de Contenido. Fueron recogidos 10.000 tweets en torno al #7desetembro en la herramienta Netlytic. Después de trabajar con los datos, se identificaron 12 grupos principales y, a partir de ellos, se recogió el texto para su análisis. Como resultado se identificó el intento de crear una coreografía de asamblea en línea, que extrapolara el discurso ideológico de las pantallas para las calles. Sin embargo, se constató una ausencia de debate en los medios virtuales, con circulación de discursos redundantes sólo dentro de las propias redes bolsonaristas. Finalmente, en cierta medida, fue posible señalar que Bolsonaro utiliza las redes como estrategia para reforzar su carácter populista, aunque no siempre tenga éxito fuera de ellas.

Palabras clave: Comunicación Política. Populismo digital. Bolsonaro. Redes sociales. Twitter.

Carla Montuori **FERNANDES**

Doutora em Ciências Sociais com ênfase em Comunicação e Política pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), é mestre em Comunicação pela Universidade Paulista (UNIP). Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista (UNIP).

Universidade Paulista, São Paulo, São Paulo, Brasil

E-mail: carlamontuori75@hotmail.com

ORCID



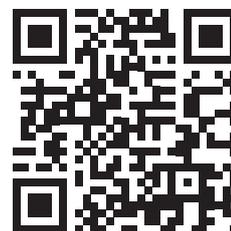
Luiz Ademir **DE OLIVEIRA**

Doutor (2005) e mestre (1999) em Ciência Política pela Sociedade Brasileira de Instrução (SBI/IUPERI), e mestre em Comunicação Social pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Professor do curso de Comunicação Social – Jornalismo na Universidade Federal de São João del Rei (UFSJ). Atua como docente e pesquisador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Juiz de Fora (PPGCOM/UFJF).

Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, Minas Gerais, Brasil

E-mail: luizoli@ufsj.edu.br

ORCID



Marina **BOTELHO**

Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista (UNIP), com bolsa da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes). Mestre em Educação pela Universidade Federal de Lavras (UFLA) e especialista em Cinema e Linguagem Audiovisual.

Universidade Paulista, São Paulo, São Paulo, Brasil

E-mail: inabotelho@gmail.com

ORCID



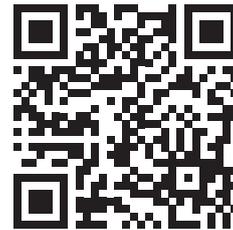
José Eduardo **VIEIRA**

Mestrando em Comunicação no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista (UNIP), com bolsa da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes).

Universidade Paulista, São Paulo, São Paulo, Brasil

E-mail: joseduduvieira@gmail.com

ORCID



Introdução

Em 7 de setembro de 1822 foi declarada a independência do Brasil em relação à sua nação colonizadora, Portugal. Mito e história se confundem ao se pensar a data, mas o senso comum ainda preserva a imagem do então príncipe regente do Brasil, D. Pedro I, montado em seu cavalo, proclamando a independência às margens do Rio Ipiranga, em São Paulo, imagem que foi perpetuada em um famoso quadro do artista Pedro Américo. Embora na dimensão histórica todo o processo seja mais complexo e desmitificado, a data evoca, junto à população brasileira, símbolos patrióticos e nacionalistas, de emancipação política e militares. Desde a década de 1930, esse tem sido o feriado nacional mais importante do Brasil, e frequentemente é atrelado a questões políticas. As comemorações acontecem, principalmente, em grandes cidades e contam com desfiles e paradas militares.

Em 2021, carregando todo esse peso simbólico, o 7 de setembro foi marcada por um clima de tensão. O presidente Jair Bolsonaro (PL) e seus apoiadores mobilizaram as redes sociais on-line e incentivaram a presença física de manifestantes em Brasília e em outras localidades, como a Avenida Paulista, na capital São Paulo. A mobilização gerada pelo então líder da nação e seus apoiadores pautou-se na data como marco de uma mudança na estrutura política do país. Entre as narrativas que circulavam em torno da movimentação, havia ameaças de um golpe institucional.

Isto posto, deve-se destacar que a mobilização nas ruas em 7 de setembro de 2021 partiu, em grande parte, das redes sociais on-line. A maioria das comunidades on-line, de apoio ou oposição ao governo Bolsonaro, uniu-se em torno da *hashtag* #7desetembro. O próprio presidente e seus seguidores foram os responsáveis por arquitetar um clima de tumulto como forma de apoio ao que se apresentava como golpe institucional. Entretanto, o que se assistiu na data do evento foi uma disputa de narrativas nas redes sociais, em que, de um lado, comemorava-se o sucesso das manifestações bolsonaristas e, de outro, o fracasso das mobilizações, com *hashtags* como #flopou.

Não houve golpe institucional, mas sim uma confluência de discursos antagônicos. Para os bolsonaristas, “milhões” de brasileiros foram às ruas, tendo por base um conteúdo falso que circulou nas redes apontando que 86 milhões de pessoas participaram do protesto a favor do presidente. A Polícia Militar estimou cerca de 125 mil pessoas na Avenida Paulista, contabilizando um total de menos de 400 mil pessoas distribuídas em todo o país.¹

A prerrogativa de antagonizar com o cenário político e demais instituições é recorrente nas ações de Bolsonaro. Desde sua campanha eleitoral, enquanto candidato à presidência em 2018, Bolsonaro construiu sua lógica discursiva calcada em ideias antagônicas ao projeto político desenvolvido pelos governos do Partido dos Trabalhadores (PT) e a temas como respeito à diversidade e ao meio ambiente, promoção de igualdade social, entre outros de apelo humanitário com destaque no Brasil e no mundo, e que foram sendo negligenciados no desenvolvimento do modelo de seu governo. Assim, utilizando símbolos nacionais, angariando apoio dos militares em nome da luta contra a corrupção, Bolsonaro foi eleito presidente da república no dia 28 de outubro de 2018.

Cesarino (2020) aponta que a eleição de Bolsonaro reflete a expansão internacional de um conservadorismo político afeito a um novo populismo na era digital. O bolsonarismo,² segundo a autora, retrata o vazio de uma crise de representação política e institucional que se iniciou desde as Jornadas de Junho de 2013 e ganhou impulso com a operação Lava Jato da Polícia Federal e sua ampla repercussão pela grande imprensa.

¹ Disponível em: <<https://valor.globo.com/politica/noticia/2021/09/07/pm-estima-125-mil-pessoas-em-ato-na-paulista-e-15-mil-no-anhangabau.ghtml>>. Acesso em: 10 jan. 2022.

² O bolsonarismo é um fenômeno político de extrema-direita que eclodiu no Brasil com a ascensão da popularidade de Jair Bolsonaro, especialmente durante sua campanha para a eleição presidencial no Brasil em 2018.

Foi o cenário social e político de uma descrença nas instituições intensificada pelo discurso da grande mídia que abriu terreno para a emergência de líderes *outsiders* e antissistemas. Para se entender este processo, retoma-se a discussão sobre o “cidadão de bem” (KALIL, 2018). Este conceito é compreendido pelo comportamento ordeiro, disciplinado e que se refere a “um conjunto de condutas dos indivíduos na vida privada, a um conjunto de formas específicas de reivindicação política na vida pública e a um conjunto particular de temas e agendas que passaram a ser consideradas como legítimos” (KALIL, 2018, p. 9). As condutas do “cidadão de bem” estariam ligadas ao combate à corrupção, sendo esta expressão utilizada vagamente por políticos e detratores do PT.

Apoiado nas prerrogativas anti-*establishment*, o governo do presidente Bolsonaro teve início em janeiro de 2019. Desta data até o período final de recorte deste estudo, 7 de setembro de 2021, as interações do presidente com a população aconteceram majoritariamente pelas redes sociais, com destaque para o Facebook e o Twitter. Fernandes *et al.* (2021) apontam que Bolsonaro faz uso do Twitter para estabelecer um diálogo constante com seu grupo de apoiadores, e o espaço se transformou em uma rede de conversação, que opera como contraponto à imprensa, sendo *locus* privilegiado para questionar, responder e atacar os “inimigos” do governo.

Em distintas passagens, segundo relatam os autores (FERNANDES *et al.*, 2021), as menções retiradas do Twitter estão em sintonia com o político bem-intencionado que luta contra os ataques de diversos inimigos da nação, que se apresentam na forma de pesquisadores, imprensa, políticos corruptos, membro do Supremo Tribunal Federal (STF), prefeitos e governadores de inúmeras regiões do país e todos aqueles que não apoiam suas ações. Tal ato está pautado na fórmula de que quem não pensa ou age em consonância com o líder é inimigo do país (personificado na figura do presidente). Um dos impactos dessa representação comunicacional é a manutenção maniqueísta da existência de polos opostos nas narrativas de apoio ao líder.

Nesse sentido, o presente artigo busca responder quais as narrativas que circularam em torno da *hashtag* #7desetembro no Twitter, e em que medida o conteúdo fortalece o caráter populista de Bolsonaro nas redes sociais. O objetivo da pesquisa é identificar quem foram os principais influenciadores, e como se efetivou a mobilização em torno das manifestações pró e contra o governo. Para tanto, a pesquisa recorreu à metodologia de Análise de Redes Sociais (ARS), investigando tanto a rede de mobilização formada em torno da *hashtag* em questão quanto o conteúdo que ali circulou. Para responder às questões da pesquisa, foram coletadas 10 mil menções diárias no Twitter no dia 7 de setembro de 2021, com o apoio da ferramenta de coleta de dados Netlytic. A metodologia da análise de conteúdo (BARDIN, 2011), foi realizada a partir da mineração textual do conteúdo que circulou nos *clusters* dos 12 principais influenciadores da rede #7desetembro.

A escolha do Twitter se justifica pelo fato de a plataforma funcionar sob a perspectiva da *coreografia de ajuntamento*³ (GERBAUDO, 2012). Roger (2014) destaca que entre as características de funcionamento da rede está o fato que ela é parte da “*real-time Web*”, uma vez que está em constante atualização e funciona com conteúdo efêmero. É vista como um *microblog* mais do que como uma rede onde produção de conteúdo seja seu objetivo primário, e se caracteriza como mídia superficial, onde a propagação de informação e o diálogo não são os objetivos primários.

Já os autores Pain e Chen (2019) discutem o uso presidencial do Twitter a partir das ações comunicacionais de Donald Trump, que, apesar de sua grande visibilidade, acabou sendo banido da rede por comentários de ódio, incitação à violência e divulgação de conteúdo falso. Para os autores, o ex-presidente dos Estados Unidos performava um populismo digital na rede. No Brasil, Jair Bolsonaro e seus apoiadores seguem um padrão semelhante. Nesse sentido, em 2021, acreditamos que a rede já passa a ter esse caráter de relevância social e espaço de debate público.

³ No original: “choreography of assembly”.

Para além das transformações da rede, fato é que seu caráter de atualização, instantaneidade e conexão entre sujeitos se mantém e se fortalece, principalmente dentro das “bolhas” ou das câmaras de eco (SANTAELLA, 2018). Com isso, o Twitter se mantém uma rede de relevância para se pensar nas coreografias de ajuntamento, principalmente em eventos de rua e movimentos sociais, uma vez que conecta grupos com interesse político em comum.

Preparando o terreno para o 7 de setembro: do ativismo on-line às ruas

Embora seja inegável o impacto das redes sociais on-line na organização e no comportamento dos movimentos sociais e das manifestações de rua na era da sociedade midiaticizada, medir e compreender esse fenômeno, por vezes, tem sido uma tarefa complexa. O mundo, desde 2011, e o Brasil, desde 2013, vivenciam protestos que passam a acontecer a partir de novas formas de ação coletiva, originadas, principalmente, nas redes, como a Primavera Árabe e as Jornadas de Junho de 2013.

Castells (2013) discutiu tais episódios a partir de uma visão otimista: para ele, as redes sociais da internet são espaços de autonomia, uma vez que nelas não há regulação e controle por parte do Estado e das empresas, compreendendo essas instâncias como aquelas que durante muito tempo monopolizaram os canais de comunicação. O autor acredita que, por essa ausência de controle daqueles que sempre detiveram o poder, o ambiente do ciberespaço permite o surgimento de instâncias de contrapoder, que passam a alterar as redes de resistência e de mudança social. Criam-se novas comunidades nesses espaços on-line, caracterizando-se um novo espaço público, “situado entre os espaços digital e urbano” (CASTELLS, 2013, p. 20). Sua principal particularidade passa a ser a autonomia da comunicação, o que seria a essência dos movimentos sociais, segundo o teórico.

Um exemplo que pode ser pensado a partir do viés de Castells (2013) são as Jornadas de Junho de 2013, que nascem principalmente no Facebook, em grupos e eventos onde houve uma suposta horizontalidade e a ausência de lideranças claras. Movidas pela indignação, milhares de pessoas foram às ruas, mas com pautas difusas e, por vezes, colocando-se como “apolíticos”. Contudo, sabe-se que o movimento teve influenciadores-chave, como o Movimento Brasil Livre (MBL), que, por possuírem grande presença nas redes, atingiram muito mais pessoas que um usuário “comum”.

Os protestos iniciaram-se na cidade de São Paulo, em que o petista Fernando Haddad era prefeito, diante da alta da passagem dos transportes públicos. A forte repressão da Polícia Militar produziu cenas que rodariam o país, e logo as manifestações estariam em diversas capitais do Brasil. Junto a essa insatisfação estava o cenário pré-Copa das Confederações e, portanto, a Copa do Mundo que seria sediada no país e que onerou os cofres públicos em bilhões de reais.

Em contrapartida, Gerbaudo (2012) aponta que essa imagem de formas coletivas como não centrada em líderes, horizontais e espontâneas que surgem das redes sociais on-line é enganosa. Isso porque a maioria dos algoritmos que ditam as interações em rede reforçam, por exemplo, o engajamento que um conteúdo teve para que se torne mais relevante, seja ele “positivo” ou “negativo”. Deve-se destacar que os algoritmos das redes são formulados para garantir engajamento – uma estratégia mercantilista dentro dos princípios que regem as redes sociais. O direcionamento ao engajamento privilegia o extremo, uma vez que o usuário tem mais propensão a aderir àquilo que não corresponda aos seus anseios além de ter mais condições de aderir a determinado ideal de modo mais efetivo e colaborativo (DA EMPOLI, 2020).

As redes sociais on-line são serviços prestados por grandes empresas, cada vez mais atuantes em conglomerados transmidiáticos. O argumento, portanto, de que não há controle por parte das empresas desmantela-se, uma vez que são elas, de acordo com seus próprios objetivos, quem criam os algoritmos e ditam o funcionamento das plataformas.

Há, portanto, uma assimetria nas relações “entre aqueles que mobilizam e aqueles mobilizados, entre os que lideram o processo e aqueles que o seguem” (GERBAUDO, 2012, p. 190, tradução nossa).⁴ Partindo desse cenário, Gerbaudo (2012) discute, criticamente, o papel das redes sociais on-line no processo de mobilização da população, fundamentando-se na ideia menos de uma rede espontânea (*networking*) e mais como uma “*coreografia de ajuntamento*”, agrupamento ou conjunção – algo ensaiado, estruturado. Nas palavras do autor, quando não há uma estrutura de organização formal, a ação coletiva passa a ser “estruturada por formas possíveis de comunicação responsáveis por ‘definir o cenário’ para sua exibição” (GERBAUDO, 2012, p. 21, tradução nossa).⁵

Se antes da internet os movimentos e manifestações sociais aconteciam prioritariamente no espaço físico, ocupando as cidades, com o apoio ou não das mídias, após as redes on-line vivenciamos transformações nesses fenômenos. Nesse sentido, Gerbaudo (2012) reflete que as comunidades acabam se comportando como “*enxames sem colmeias*”, pois não possuem pontos de referência claros, tanto em termos de liderança e projeto quanto em termos mais literais, na ideia da ausência de um espaço físico unificador, já que a rede é ubíqua.

No caso do Brasil e de outros países que enfrentam a ascensão de governos populistas, de extrema-direita e que tendem a descredibilizar a mídia tradicional e outras instituições sociais, podemos ver um reflexo do que Gerbaudo (2012) aborda. Isso acontece porque grupos como os bolsonaristas, desconfiados e rejeitando a grande mídia, apostam nessa suposta ausência de mecanismos de controle de conteúdo ou de filtro para consolidar suas narrativas.

No cenário estudado no presente trabalho, pensando-se nas comunidades bolsonaristas, é possível inferir que essa população parece funcionar sob a lógica das redes sociais como propiciadores de uma horizontalidade e de *networking*, sob aparentes processos de decisão consensuais e coletivos diante da ausência da figura de um líder (GERBAUDO, 2012).

Populismo: breve retomada conceitual

O conceito de *populismo* tem sido amplamente debatido na Academia, e raras vezes é tema de consenso entre pesquisadores. Por vezes, a ideia do senso comum ou da mídia acerca de populismo tem sido uma forma pejorativa de se falar sobre regimes e práticas políticas pautadas por um forte apelo popular e centralizada na figura de um líder que passe a imagem de “mais um do povo”. Na Academia, o conceito é “locus de empecilho teórico”, como apontado por Laclau (2013, p. 34), uma vez que é perpassado por vagueza conceitual, ao mesmo tempo em que é utilizado para se referir a uma multiplicidade de fenômenos políticos que não necessariamente compartilham as mesmas características.

Nessa vertente, a dificuldade em conceituar o populismo já foi mencionada por distintos autores, que descrevem a complexidade em estabelecer uma definição que capte o fenômeno em diferentes contextos culturais e históricos (ROODUIJN; LANGE; BRUG, 2014). Discrepâncias substanciais dizem respeito ao gênero de populismo (MUDDE; ROVIRA KALTWASSER, 2017), que já foi definido como um estilo político (JAGERS; WALGRAVE, 2007), um discurso (HAWKINS, 2010) ou uma ideologia (MUDDE, 2004). Vigora, em comum, a noção que o populismo é um conjunto de ideias que descrevem a sociedade como um conflito moralmente carregado sobre a soberania na tomada de decisões políticas entre um povo supostamente virtuoso e uma elite supostamente corrupta (MUDDE; ROVIRA KALTWASSER, 2017; ROODUIJN; LANGE; BRUG, 2014).

⁴ No original: “[...] asymmetrical relationships between those who mobilise and those mobilised, between those leading the process and those following”.

⁵ No original: “[...] structured by the forms of communication responsible for ‘setting the scene’ for its display”.

Um dos principais pesquisadores da América Latina sobre o tema, Laclau (2013) pensa o populismo como um desdobramento político-discursivo cujo foco é o povo. “Populismo não é uma ideologia, mas uma forma de construção do político” (LACLAU, 2013, p. 21), no qual as relações de poder (e, conseqüentemente, do discurso) são interpeladas por ideologias. O populismo poderia ser visto, portanto, como uma categoria de análise política, e, ainda, não como um desvio ou anormalidade, mas como presente na estruturação dos fenômenos políticos. Além disso, populismo refere-se não só a uma relação direta entre o povo e sua liderança, mas também a um sentimento de pseudoparticipação social.

Laclau (2013) (re)constrói o conceito de populismo ancorado em três categorias conceituais: discurso (e hegemonia), significantes vazios e retórica. O discurso consiste no território objetivo onde se estrutura o fenômeno político. Aqui, a noção de discurso ultrapassa meras concepções da língua em uso, relacionando-se mais a “totalidades estruturadas que articulam tanto elementos linguísticos quanto não linguísticos” (LACLAU, 2013, p. 47), e é nele e por meio dele que o sujeito é interpelado por ideologias.

Sobre significantes vazios e hegemonia, o autor exemplifica: “é por meio da demonização de um setor da população que a sociedade se apodera da nação e de sua própria coesão” (LACLAU, 2013, p. 119). Isso acontece porque as diferenças entre grupos acabam sendo equivalentes entre si no movimento de rejeição às identidades excluídas. Constrói-se, assim, uma identidade hegemônica cujo significante é vazio, uma vez que “sua própria particularidade encarna uma completude inalcançável” (LACLAU, 2013, p. 120), tendo a dimensão afetiva um papel fundamental.

Por fim, acerca do elemento retórico, Laclau (2013) disserta que existem movimentos discursivos nos quais um termo é deslocado de seu significado literal para nomear algo de forma figurativa a partir de relações discursivas hegemônicas. É nesse jogo semântico que se forma o conceito de “povo”, mesmo que este não dê conta (ou não tenha a intenção) de representar uma totalidade plural.

Nesse contexto, podemos pensar o fenômeno de 7 de setembro de 2021 como uma (falsa) demanda popular, uma vez que diversas pautas são articuladas a partir de uma equivalência entre elas, constituindo parte da subjetividade social mais ampla de um determinado grupo composto por bolsonaristas. Isso se dá por meio de um sistema de significados estáveis na formação discursiva desses grupos, incluindo a própria ideia de “povo”. Nesse campo discursivo, há um amálgama de pautas que são colocadas como equivalentes e disparadas pelo próprio discurso presidencial e de seus apoiadores, como “fora STF”, “voto impresso já” e demais agendamentos que dialogam com práticas autoritárias e que visam desestabilizar a credibilidade da população em sistemas e instituições democráticas.

Gerbaudo (2021) reitera que, quando a mídia pensa em populismo, normalmente se refere a governos de direita, como o de Donald Trump, o de Jair Bolsonaro ou o de Viktor Orbán, na Hungria. No entanto, há uma confusão entre os termos neopopulistas e neofascistas, principalmente acerca da ascensão de movimentos e partidos de extrema direita em diversas partes do mundo, especialmente no século XXI, com destaque em países como: Estados Unidos (com a eleição de Donald Trump, do Partido Republicano, em 2012); França (Marine Le Pen, líder do partido Front Nacional – FN e Éric Zemmour, ambos de extrema-direita, que disputaram a eleição em 2022 com Emmanuel Macron, de centro-esquerda); Bélgica (partido Vlams Belang); Itália (Matteo Salvini e partido CasaPound); Áustria (FPÖ); Hungria (partido Jobbik); Alemanha (movimento anti-islâmico Pegida); Portugal (Partido Social Democrata – PSD, do presidente Marcelo Rebelo de Sousa); Grécia (partido Aurora Dourada); Filipinas (era Rodrigo Duterte). Alguns temas unem estes partidos e lideranças de extrema-direita, mas há muitas particularidades, o que dificulta a aplicação do conceito de forma simplista.

Para Caldeira Neto (2020), diversas têm sido as formas de se abordar esses fenômenos crescentes no Brasil contemporâneo, como a onda ou maré conservadora, o autoritarismo, o bolsonarismo, o neofascismo, as novas direitas, a extrema-direita, a direita radical, o neoliberalismo, a democracia iliberal, o populismo, dentre outros. No entanto, é necessário cuidado para se pensar esses conceitos, pois, embora

possam aparecer concomitantemente, não necessariamente são historicamente equivalentes ou convergentes. Para o autor, pode-se afirmar que existem novas direitas no país, que abarcam diversos grupos sociais advindos de diferentes origens. A própria noção de neofascismo, por exemplo, tem tentado abarcar vários grupos direitistas, como “monarquistas, liberais radicais, conservadores, evangélicos, militaristas, armamentistas” (CALDEIRA NETO, 2020, p. 123) e outros. Caldeira Neto (2020) aponta que o neofascismo e a extrema-direita não são novidades no Brasil. Além de práticas exercidas durante a ditadura militar, no final da década de 1970 o integralismo brasileiro, liderado por Plínio Salgado, ocupou lugar de destaque entre esses grupos, e foi considerado a primeira organização política de massa do país, bem como o primeiro movimento fascista em outro continente que não o europeu.

Se, nesse primeiro momento, o grupo se unia em torno da ideia de construção de uma “terceira via” alicerçada em um plano político e econômico baseado na Doutrina Social da Igreja, na década de 1980 novos fenômenos tomam conta das pautas: práticas violentas e de perseguição às minorias (LGBTQIA+, nordestinos, judeus etc.); negacionismo do holocausto e difusão de antissemitismo; resgate do nacional-socialismo e de fortalecimento de uma “raça brasileira” (CALDEIRA NETO, 2020). No entanto, até a década de 1990 o cenário da extrema-direita foi desarticulado, tendo ganhado força em torno da figura de Enéas Carneiro, do Partido de Reedificação da Ordem Nacional (PRONA), lançando-se candidato à presidência da república. Assim como Bolsonaro, sua candidatura foi pautada pela ideia de um outsider político, embora não tenha sido vitoriosa. Já a respeito da candidatura de Bolsonaro, Caldeira Neto (2020) atesta que não há indícios de participação proeminente de grupos neofascistas na militância ou nas redes sociais bolsonaristas. Apesar disso, Bolsonaro foi, sim, representante de parcelas da extrema-direita brasileira, uma vez que se notabilizou “pela defesa da tortura e de outras atividades incompatíveis com a legalidade democrática, fomentando a descrença na democracia liberal, nos ritos institucionais, no desprezo às minorias e na perseguição política aos adversários” (CALDEIRA NETO, 2020, p. 134). Por fim, para o autor, as novas direitas ajudam a explicar o bolsonarismo, entendendo que há aproximações de organizações neofascistas a Bolsonaro, mas que o bolsonarismo não é fruto direto da articulação desses grupos, até porque eles possuem pouca expressividade política.

Michael Löwy (2019) diz que o termo pós-fascismo deve ser usado com cautela, porque o fascismo não se refere a uma época, mas a um modo de organização e uma ideologia política. No artigo “Neofascismo: um fenômeno planetário – o caso Bolsonaro”, Löwy (2019) argumenta que neofascistas – sejam eles líderes políticos, partidos ou movimentos – possuem semelhanças com o fascismo clássico dos anos 1930, mas que trazem singularidades, tendo em vista a conjuntura de cada país. No caso dos países europeus, por exemplo, a xenofobia e o forte nacionalismo são traços marcantes que unificam a direita europeia. De uma forma geral, são contrários aos imigrantes e, principalmente, têm uma grande aversão aos islâmicos. Löwy afirma que, no caso do Brasil, apesar de posturas homofóbicas, racistas e machistas, este não é o principal foco do bolsonarismo. No caso de Jair Bolsonaro e de seus aliados, o principal inimigo são os partidos de esquerda, em especial, o petismo e tem-se, muitas vezes, como foco no anticomunismo. Se, por um lado, não fica evidente no discurso de Bolsonaro a xenofobia, a rede bolsonarista tem na pauta de costumes uma linha de ataques às minorias, como negros, indígenas, públicos LGBTQIA+, mulheres e até mesmo nordestinos. Como se trata de um grupo diverso, fica difícil nomeá-lo como neofascista, tendo em vista que agrega desde grupos mais à extrema-direita até movimentos políticos do Centrão que foram incorporados.

Outro ponto polêmico dos governos de direita é a adesão de políticas neoliberais, como é o caso do presidente Bolsonaro, que enquanto deputado era defensor de políticas mais estatizantes, mas que, ao escolher Paulo Guedes como Ministro da Economia, deu amplos poderes para uma agenda de privatizações e redução do papel do Estado, mesmo que tenha tido dificuldades em executá-la. Luiz Filgueiras e Graça Duck (2019), no artigo “O neoliberalismo neofascista do governo Bolsonaro”, explicam que a incapacidade do liberalismo clássico e dos socialdemocratas em apresentar alternativas ao ultraliberalismo facilitou o

crescimento de movimentos neofascistas. Assim, conforme apontam os autores, há uma certa convergência entre a ascensão de governos de extrema-direita com políticas neoliberais, que beneficiam o sistema financeiro, o setor de agronegócios e as elites econômicas, como ocorre com o governo Bolsonaro.

Para Gerbaudo (2021), portanto, o populismo não é restrito a apenas um espectro político, mas caracteriza-se como uma faceta da própria democracia, tendo a noção de povo como um sujeito universal. Além disso, os governos populistas são demarcados por uma extrema polarização política, e, como um fenômeno contemporâneo, é resultado do horizonte ideológico que está colocado: vivemos um colapso do consenso neoliberal, com marcadas recessões e estagnações, seguido da crise pandêmica ocasionada pelo novo coronavírus.

Populismo digital no Brasil

A eleição de Jair Bolsonaro (então, filiado ao PSL; hoje, ao PL) em 2018 deve ser compreendida num contexto mais amplo de emergência de movimentos de extrema-direita não somente no Brasil, mas em outros países, conforme apontado anteriormente. No caso brasileiro, Leonardo Avritzer (2016) argumenta que as manifestações de 2013 que, a princípio, começaram como protestos de organizações de esquerda, rapidamente foram apropriadas por movimentos emergentes de direita e impactaram o sistema político e mobilizaram a oposição ao governo da então presidente Dilma Rousseff, algo que nem mesmo o escândalo do mensalão tinha sido capaz de fazer. Segundo Avirtzer (2016), elas significaram o fim da era de 13 anos do PT no poder e das mobilizações populares da esquerda e o retorno de grupos conservadores às ruas pela primeira vez desde 1964.

Na eleição de Dilma Rousseff (PT) contra Aécio Neves (PSDB) em 2014, em um dos pleitos mais acirrados, que consagrou a vitória da petista com uma diferença de apenas 3 milhões de votos, os grupos de direita já estavam bastante mobilizados, como o Movimento Brasil Livre (MBL), criado no mesmo ano. Foi na eleição de 2014 que o então deputado federal Bolsonaro (PP) elegeu-se para o sétimo mandato como o parlamentar mais bem votado pelo estado do Rio de Janeiro, com 460 mil votos. Com posturas polêmicas de direita, tanto na defesa de pautas ligadas ao militarismo (porte de armas, defesa da ditadura militar, da tortura) como no combate às minorias (machista, misógeno, homofóbico), Bolsonaro ganhou visibilidade em programas populares na TV Aberta – como o *SuperPop* da Rede TV e o *Pânico*, da Bandeirantes –, para, posteriormente, direcionar seus discursos para as redes sociais, onde passou a ter uma atuação estratégica, que o consolidou como um forte candidato em 2018, mesmo quando todos o consideravam como uma figura excêntrica sem qualquer chance de disputar a presidência (MARTINS, 2020).

Mesmo com as suas pretensões individuais, [Bolsonaro] era visto como uma figura polêmica e excêntrica pelos partidos tradicionais, de direita e centro-direita, e utilizava as redes sociais e aparições em programas populares da TV Aberta (*Superpop* da Rede TV, por exemplo) para expor suas ideias e causar revolta de muitos e, ao mesmo tempo, começar a capitalizar admiradores, que, aos poucos, foram crescendo até se tornar uma liderança marcada pelo discurso conservador contra as minorias (negros, mulheres, público LGBTQ e indígenas). Em 2018, num momento de forte desgaste dos políticos e partidos tradicionais com casos de corrupção, como PT, MDB e PSDB, Bolsonaro apareceu como o candidato antissistema e contra a política tradicional, mesmo estando há 27 anos na Câmara dos Deputados. Até por esse perfil antissistema, evitava o uso de espaços da mídia massiva tradicional ao mesmo tempo que também sempre foi alvo de críticas de emissoras como a Rede Globo (MARTINS, 2020, p. 217).

Foi no contexto de 2015 – no primeiro ano do segundo mandato de governo de Dilma, durante e após as mobilizações em torno do *impeachment* da presidente petista – que a nova direita ganhou força, com os protestos que se propagaram pelas ruas do país mobilizados, principalmente, pelas redes sociais. Esse contexto abre o caminho para as discussões em torno do conceito de populismo digital. Cesarino (2020)

explica que a consolidação da internet estabeleceu uma nova dinâmica para a política. A autora lembra que, na era pré-digital, a eficácia da liderança dependia muito das capacidades do líder, da sua comunicação com o eleitorado e da habilidade de sua equipe de marketing em articular discursos ajustados às mídias.

Já a fase por ela descrita como populismo digital se estrutura pela consonância entre o aparato midiático (digital), o mecanismo discursivo (de mobilização) e uma tática (política) de construção de hegemonia. Diante disso, o populismo digital, para Cesarino (2020), não se define apenas pela inserção das tecnologias digitais à dinâmica populista, mas também pela inclusão de padrões discursivos específicos que se estruturaram em uma mobilização permanente, criando teorias conspiratórias a fim de atacar um “inimigo” comum. No populismo digital, as elites deslocam-se para além das instituições políticas e são concebidas como uma entidade coesa e monolítica separada do povo, mas decidindo em última instância sobre seu futuro.

“Tipicamente, o mecanismo populista é colocado em operação por uma liderança carismática que emerge em contextos de insatisfação generalizada, alegando vir de fora do sistema e se colocando como paladino da ruptura e da mudança” (CESARINO, 2020, p. 98). Esta descrição parece vir ao encontro de características da imagem de Bolsonaro construída desde sua campanha eleitoral antes de 2018.

O então candidato Bolsonaro respaldou-se na figura do herói, não só um “Messias” sobrevivente de um atentado a facada, mas também como o único capaz de acabar com o que afirmam ser o maior problema do país: a corrupção, sempre atrelada ao antipetismo. Além do antipetismo, Débora Quintela (2020) argumenta que outro inimigo traçado pela direita bolsonarista foi a ameaça comunista, retomando um discurso da Guerra Fria de manutenção da ordem pública. As forças armadas e as polícias militares trabalham a ideia de que os movimentos sociais, ao reivindicarem os direitos, representam ameaças à segurança.

Neoconservadores e militares compartilham, ainda, a paranoia da ameaça comunista. Enquanto a própria esquerda critica a experiência do PT no poder pela aproximação ao neoliberalismo, a extrema direita parece enxergar na bandeira vermelha um compromisso com um projeto anticapitalista radical. O discurso anticomunista também é eficiente para mobilizar o medo, o comunismo seria uma ameaça ao modo de vida que conhecemos (QUINTELA, 2020, p. 13).

Apesar de trabalhar na política há mais de 27 anos, o então candidato Bolsonaro, em 2018, era visto como um político antissistema, ao se opor a qualquer tipo de aliança com o Congresso. Bastou pouco mais de um ano de governo para que o presidente se rendesse ao poder do Centrão. Bolsonaro foi um dos principais articuladores da campanha à presidência da Câmara de Arthur Lira (PP), e hoje tem grande apoio no Congresso, sendo a sua base de sustentação os partidos do Centrão – o PL, ao qual ele se filiou em novembro de 2021 para se candidatar à reeleição e que se tornou o maior partido do Congresso, com 71 deputados, o PP, o Republicanos, Movimento Democrático Brasileiro (MDB), Partido Trabalhista Brasileiro (PTB), aumentando a cota de ministros que garantem a aprovação de projetos na Câmara dos Deputados.

Quanto às estratégias de comunicação, Bolsonaro manteve sua postura da campanha, com críticas as mídias tradicionais, ampliados os ataques a grupos como Folha e Globo e aos jornalistas. Manteve a comunicação governamental via redes sociais com lives semanais transmitidas nas mídias e redes sociais – Youtube, Facebook, Twitter – e feitas, geralmente, todas as quintas-feiras. Até mesmo o anúncio dos seus ministros e medidas oficiais do governo são feitos via postagens no Twitter, diante da recusa do presidente em conceder entrevista à imprensa. Em 31 de janeiro de 2022, Bolsonaro já contava com 19.207.913 seguidores no Instagram, 14.802.907 no Facebook, 7.280.876 no Twitter e 1.039.068 no Telegram, além de 658.000 no TikTok (AMADO, 2022). Além disso, as redes bolsonaristas atuam, conforme aponta Cesarino (2020), pelo WhatsApp, principalmente para disparo de mensagens e, muitas vezes, de *fake news*.

Assim, no caso bolsonarista, Cesarino (2020) foca, principalmente, o movimento no aplicativo de relacionamentos WhatsApp, a partir da metodologia da antropologia digital, investigando o que ocorre e quais os efeitos quando o populismo passa a ser praticado, cada vez mais, nas mídias digitais. Dentre as

principais características do fenômeno destacadas por Cesarino (2020), estão seu caráter binário, reducionista, que foca na redução da complexidade dos fenômenos, apoiando-se em oposições simplistas como amigo-inimigo, além de uma equivalência entre líder e povo, como apontou Laclau (2013) sobre os significantes vazios. Além disso, as redes operam a partir de dinâmicas agregadoras, com conexões que funcionam por meio de *hashtags* e outras formas de aglomeração on-line, como a simplificação de conteúdo. Outros aspectos ressaltados pela autora foram a simetria do antagonismo amigo-inimigo e a canibalização e distorção dos enunciados do oponente, bem como o timing de postagens e disparos nas redes, havendo um bombardeio diário de conteúdo em grupos do WhatsApp.

Pensando ainda no caso brasileiro, Stabile e Bülow (2021) discutem como tem se dado a participação digital na era do bolsonarismo. Para os autores, na base da hipótese de afinidade entre populismo e o uso de redes sociais on-line está não só a crise de confiança nos meios de comunicação tradicionais como fonte de informação sobre política, mas a desconfiança de grupos midiáticos que não reproduzem as crenças esperadas dos líderes populistas e seus apoiadores. Os autores apontam que, no Brasil, a televisão em si não decaiu tanto em termos de fonte de informação política, mas canais como a Rede Globo perderam audiência e credibilidade para a Record dentro do nicho de apoiadores de Bolsonaro. Por conseguinte, as crenças ali veiculadas (e consumidas) acabam funcionando em um esquema homofílico semelhante ao das redes.

De 2009 a 2019, de acordo com a pesquisa TIC Domicílios citada por Stabile e Bülow (2021), a população brasileira de usuários de internet subiu de 34% a 74%. No entanto, apesar dos números, em um país tão desigual como o Brasil faz-se necessário discutir que tipo de acesso é esse, uma vez que, para além de dificuldades relacionadas ao letramento digital e midiático da população, grande parte do uso que se faz dessa internet é restrito ao que é oferecido “gratuitamente” pelas empresas de telecomunicação: em sua grande maioria, redes sociais on-line.

Stabile e Bülow (2021, p. 488) apresentam outra hipótese acerca do flerte entre populismo e mídias sociais: elas oferecem um ambiente “propício para a criação de vínculos entre pessoas antes desconectadas”. Essa ideia reforça os argumentos de Gerbaudo (2012; 2018), uma vez que tais pessoas não estariam, no caso do presente estudo, conectadas por interesses em comum a não ser pela política, o que faria com que as comunidades se comportassem como enxames sem colmeia.

Para Stabile e Bülow (2021, p. 489), o ativismo digital na era do bolsonarismo, praticado por “ativistas de sofá”,

[...] não abarca práticas digitais que requerem mais tempo e refletem maior nível de comprometimento com certas causas, como a inclusão de comentários em postagens e a discussão em grupos de WhatsApp dedicados à política. Nos últimos degraus da escada do ativismo digital encontram-se ações como a organização de eventos, as discussões e ações virtuais, e a criação de páginas políticas e canais de vídeos dedicados à política.

Nesse sentido, é possível aferir que o grupo que se mobilizou digitalmente durante a data de 7 de setembro de 2021 principalmente no Twitter é formado por uma pequena massa de “ativistas de sofá” que, de acordo com estudo citado pelos autores, equivaleria a cerca de 1,3% de ativistas digitais, que organizam eventos, discussões e ações nas mídias sociais com uma alta frequência, contra 84,7% de usuários que nunca fazem esse tipo de ação. Esses dados podem demonstrar a ação de uma pequena massa que faz muito barulho, resultado de organização, intencionalidade e estratégias populistas em redes muito mobilizadas.

Um exemplo prático dessa força nas redes bolsonaristas do Twitter é o mote “SDV”, ou “seguir de volta”, prática recorrente e assídua entre defensores de Bolsonaro. Cria-se uma grande rede conectada de bolsonaristas mobilizados em, simplesmente, aumentar a rede. Diversas contas são dedicadas quase exclusivamente a “SDV”, o que faz questionar a autenticidade desses perfis e a estratégia por trás dessa unificação identitária constituída, apenas, pelo apoio a Bolsonaro.

O *cluster* @realpfigueiredo, perfil oficial do ultraconservador Paulo Figueiredo Filho, neto do último presidente militar João Batista Figueiredo (1979-1985) e sócio de uma rede hoteleira com o ex-presidente estadunidense Donald Trump, representou o maior grau de entrada da rede, com 3.224 conexões. O tuíte relatou o sucesso das manifestações pró-Bolsonaro, com imagens de inúmeros manifestantes no Rio de Janeiro, em Brasília e em São Paulo e indicou que o jornalismo profissional havia morrido, por não efetuar uma cobertura adequada dos atos.

O perfil New York Stock Exchange (Nyse), com imagens da bolsa de Nova York iluminada com as cores da bandeira nacional, símbolo comumente associado aos atos pró-Bolsonaro, atingiu o segundo maior grau de entrada, com 599 retuítas da imagem que enaltecia as comemorações de 7 de setembro pelo país.

O *cluster* vinculado ao perfil de Roberto Cardoso Boni, @cardoso_boni, que obteve 427 menções (o terceiro maior grau de entrada), foi marcado exclusivamente pela retuitagem da mensagem que parabenizou Bolsonaro por alcançar marca de sete milhares de seguidores no Paraná, em uma clara analogia com as comemorações de 7 de setembro.

A participação de canais da imprensa, como a conta @sigagazetabr, que comumente propaga uma agenda positiva a Bolsonaro, obteve um alto grau de entrada, com 242 retuítas do vídeo em que muitos bolsonaristas interditam a ponte que liga as cidades de Vitória e Vila Velha, em uma clara alusão ao sucesso do movimento pró-Bolsonaro.

O *cluster* em torno do perfil @defesagovbr, página institucional do governo, obteve grau de entrada de 163 retuítas, com mensagens que se alteram com informações sobre os protocolos de comemoração do dia 7 de setembro, tendo destaque as ações de Bolsonaro e o ministro da Defesa, Walter Braga Netto.

O perfil da ex-jogadora de vôlei e ativista pró-Bolsonaro @AnaPaulaVolei também obteve um elevado grau de entrada, com 184 retuítas da imagem dos protestos favoráveis a eleições auditáveis, em claro apoio ao discurso de fraude das urnas eletrônicas que mobilizou os atos em defesa do governo.

Situado em oposição aos perfis de apoiadores do governo, o *cluster* de maior relevância se concentrou em torno do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, @lulaoficial, em que o tuíte com a frase “O Brasil tem jeito! A fala de Lula neste #7de setembro”, acompanhado de vídeo do petista, obteve grau de entrada de 527, mesmo número de retuítas.

Em clara oposição a Bolsonaro, o perfil do compositor e músico Caetano Veloso, @caetanoveloso, obteve um elevado grau de entrada, com 287 retuítas em que se opõe às manifestações pró-Bolsonaro, enquadrando-as como um tipo de dependência não aprovada pela maioria da população. O tuíte finaliza com a *hashtag* #ForaBolsonaro.

O perfil do senador Randolfe Rodrigues (PT), @randolfeap, obteve 163 retuítas (grau de entrada) e foi marcado pela menção ao aumento dos produtos, como gasolina, carne, gás de cozinha e feijão. O tuíte fazia referência ao painel que deveria marcar as manifestações contra o governo Bolsonaro, em função da crise econômica que se instaurava no país, um verdadeiro problema ao povo brasileiro.

Imagens da manifestação contra o governo em Belém do Pará foi publicada pelo perfil da vereadora negra e ativista LGBTQIA+ Erika Hilton (PSOL), que alcançou 169 retuítas (mesmo grau de entrada). As imagens foram acompanhadas da legenda “Comida de verdade no campo e na cidade! Viva o @MSOficial #ForaBolsonaroGenocida #ForaBolsonaro #7DeSetembro”.

O *cluster* do influencer @brwninh4, com imagens do suposto fracasso dos atos pró-Bolsonaro em cenas que refletiam uma mobilização abaixo do esperado, seguido das *hashtags* #Flopou #ForaBolsonaro, alcançou 163 retuítas.

Análise de conteúdo

De forma a complementar a análise de redes, a análise de conteúdo se debruça sobre os textos que circularam entre os sujeitos conectados. Caracterizando-se como um método empírico de análises, para Bardin (2011, p. 48), a análise de conteúdo é

[...] um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) dessas mensagens.

O presente trabalho se apoiou na análise de conteúdo com foco na análise temático-categorial. Na análise temática, os temas são agrupados de acordo com critérios temáticos ou empíricos, relacionando-os com as hipóteses de análise, tendo como objetivo descobrir “núcleos de sentido” de acordo com a presença e a frequência da aparição (BARDIN, 2011). Para isso, alguns procedimentos foram estabelecidos: 1) leitura flutuante ou intuitiva do corpus; 2) construção de hipóteses; 3) determinação de unidades de registro (no presente caso, tuítes); 4) definição das unidades de significação ou tema; 5) análise temática (quantificação); e, por fim, 6) análise categorial (OLIVEIRA, 2008). A análise temática se constituiu de um corpus de 47 tuítes, sendo os mais retuitados na rede estudada, índice relativo, também, ao grau de entrada dos sujeitos que compõe a rede.

Tabela 1: Classificação temática dos tuítes da #7desetembro

TEMA/CATEGORIA	OCORRÊNCIAS	EXEMPLOS DE TUÍTES REPRESENTATIVOS
1 – Manifestações de rua no Brasil e coreografia de aglomeração	15	<p>“Será que deu muita gente em Brasília? Houve alguma outra maior ou teria sido essa a maior da história da capital? #7deSetPelaLiberdade #7DeSetembro” https://t.co/9hyiuKb1fw</p> <p>“Em Belém do Pará, no Norte do nosso , já demos o recado: – Chega de Bolsonaro. Comida de verdade no campo e na cidade! Viva o @MST_Oficial #ForaBolsonaroGenocida #ForaBolsonaro #7DeSetembro” https://t.co/C6tFCz9GHN</p> <p>“Vem para as ruas, pessoal. Esse é nosso momento de lutar pelo nosso país. #7DeSetembro #7deSetembroVaiSerGigante #Democracia #Liberdade #Harmonia #Paulista” https://t.co/XSsooSZxc2</p>
2 – Oposição a Jair Bolsonaro	11	<p>“Cristãos cidadãos de bem Bolsonaristas, ‘cristãos’ que ignoram o povo e olham apenas os próprios interesses. Ávidos por um golpe que jogará os brasileiros cada vez mais na miséria. Deus acima de tudo ? Vcs nem mesmo sabem quem foi Cristo.” #BolsonaroNaCadeia #7DeSetembro https://t.co/GljVXOxr5H</p>

TEMA/CATEGORIA	OCORRÊNCIAS	EXEMPLOS DE TUÍTES REPRESENTATIVOS
3 – Cerimônias institucionais e elogios a Jair Bolsonaro	05	<p>“No dia 07 de Setembro o PR. @jairbolsonaro alcançou a marca de 7 Milhões de seguidores! Parabéns, Presidente! #BolsonaroOrgulhoDoBrasil #7DeSetembro” https://t.co/EGDaet7FZT</p> <p>“ Presidente Jair Bolsonaro e autoridades participam da solenidade de Hastearmento da Bandeira, no Palácio da Alvorada. A cerimônia marca o 199º aniversário da Independência do Brasil. #7DESETEMBRO #INDEPENDÊNCIADOBRASIL #SOBERANIA #LIBERDADE” https://t.co/UoeygzxZz</p>
4 – Data 7 de setembro e elogio ao país	07	<p>“7 de Setembro - #DiadaIndependência do Brasil. Dia de reafirmar nosso compromisso com a #Pátria e com todos os brasileiros. Parabéns ao Brasil pelos 199 anos de Independência. #BraçoForte #7deSetembro” https://t.co/RT7q2vhb1C</p> <p>“Tonight we light up our facade to celebrate Brazilian Independence Day. Esta noite iluminaremos a fachada da NYSE para celebrar o Dia da Independência do Brasil #7desetembro #brazilianindependenceday” https://t.co/L1r9EmGd75</p>
5 – Críticas ao país e ao dia da independência	03	<p>“Há 199 anos, Brasil se tornava independente de Portugal. Deixamos de ser colônia para sermos explorados por uma cleptocracia local. Portugal cobrava o Quinto. Hoje, Estado fica com 2 Quintos de tudo que produzimos. A maior parte vai para os que se apropriam do Estado. #7desetembro” https://t.co/zjWkA5wc8G</p> <p>“Gasolina a R\$ 7,00 – Kg da carne R\$ 50,00 – Gás de cozinha R\$ 120,00 – Kg do feijão R\$ 10,00 – Crise Hídrica. Esses são os verdadeiros problemas do povo brasileiro! #Painel #7DeSetembro” https://t.co/Wp4RmOW0bT</p>
6 – Defesa de pautas bolsonaristas não relacionadas a 7 de setembro (ataque à mídia e voto impresso)	02	<p>“Eleições auditáveis já! #Paulista #7desetembro #BrazilIndependenceDay @MatthewTyrmand @mschlapp @ACUConservative” https://t.co/keuuG8C7xy</p> <p>“O jornalismo profissional morreu. #7DeSetembro” https://t.co/H3wbLoGIX0</p>
7 – Lula e PT sobre o 7 de setembro	02	<p>“O BRASIL TEM JEITO! A fala de Lula ao Brasil neste 7deSetembro. – AJUDE A DIVULGAR” https://t.co/71SEFmA7x9</p>
8 – Outros (checagem de Fake News e significados vazios)	02	<p>“É antigo vídeo de fila de ônibus para manifestação bolsonarista em Brasília. A gravação é de maio deste ano e não tem relação com protestos convocados por apoiadores do presidente @jairbolsonaro para amanhã (7). Leia em: https://t.co/pehNfpPQ52. #7desetembro #brasil #bolsonaro” https://t.co/DUCZ3wzcoi</p>

Fonte: Elaborado pelos autores.

Após concluir as etapas metodológicas de análise de conteúdo, ressaltamos a impossibilidade de analisar os tuítes fora de seu contexto original, uma vez que a aparente ausência de “lado político” com a #7desetembro e o uso de frases clichês ou recheadas de significados vazios poderiam nos levar a equívocos em relação a quem fala e a partir de que lugar.

Apesar da polarização dos *clusters*, a maior rede foi a de apoio a Bolsonaro. Por outro lado, o tamanho da rede não refletiu em seu alcance: as redes bolsonaristas caracterizaram-se por compartilhar muitas vezes o mesmo conteúdo. Dos 47 tuítes analisados (os mais compartilhados da rede), pensando no binarismo clássico do populismo, a noção de “amigo x inimigo do líder/povo”, pelo menos 26 tuítes demonstraram (direta ou indiretamente) apoio à manifestação clamada por Bolsonaro, enquanto 21 não o fizeram ou a criticaram de alguma maneira. No entanto, a força desses 21 tuítes não foi tão grande, diante da impossibilidade de observar um alinhamento das pautas tão coeso quanto o da narrativa do 7 de setembro como um evento gigante e de sucesso do bolsonarismo. Nesse sentido, a rede de oposição seria mais capilar e descentralizada, enquanto a rede bolsonarista gravita em torno de centros e temas mais comuns compartilhados entre si, aglomerados pelas *hashtags* e por figuras de grande influência na rede.

Buscamos visualizar estratégias de populismo digital junto à de coreografia de aglomeração. Nesse sentido, algumas hipóteses não se confirmaram, como a presença da #flopou, um tema que era esperado ter grande ocorrência, bem como o ataque à mídia, tendo, ambos os temas, apenas uma ocorrência cada. A oposição a Bolsonaro não soube ocupar as redes de forma organizada a fim de desbancar a narrativa de sucesso das manifestações, que mostrou-se forte apenas nas redes, ao contrário do que foi observado pelos números oficiais e os desdobramentos esperados. Não só não houve golpe institucional, como no dia seguinte Bolsonaro publicou uma carta, com o apoio do ex-presidente Michel Temer (MDB), recuando de seus ataques aos poderes promovidos em seus discursos no 7 de setembro, especialmente ao Judiciário.

Inferimos que na categoria 1, a que teve maior número de ocorrências (15), houve uma disputa, mesmo que desigual, de narrativas acerca das manifestações nas ruas. Identificamos que a maioria dos tuítes contribuíram para uma coreografia de aglomeração majoritariamente bolsonarista, compartilhando fotos e vídeos do povo nas ruas, fechando avenidas, pontes, com a intenção de veicular o “sucesso” das manifestações. Grande parte dessas publicações, portanto, focavam na ocupação do espaço físico, mas utilizando as redes como propagadoras do tamanho e do clima das manifestações nas ruas. Pensamos ser essas postagens exemplos de como se constroem narrativas populistas no ambiente digital, pautando o povo como essa massa unificada por pautas genéricas.

Houve, aqui, a construção da narrativa – mesmo que não refletindo a realidade – de que o movimento bolsonarista havia sido um grande sucesso, com o apoio massivo do povo nas ruas e nas redes, reforçando o significante vazio de “povo”, cujo número foi muito abaixo do esperado nas ruas. Canibalizou-se o *outro* povo que também saiu do sofá, a oposição, que foi silenciada nos *clusters* bolsonaristas e não obteve tanta força nos *clusters* de oposição ao presidente.

Por outro lado, houve, também, postagens de resistência ao esperado golpe institucional, todas com referência a Bolsonaro, com #ForaBolsonaro, por exemplo, representando apenas 3 dos 15 tuítes da categoria. Nesse sentido, criou-se, na rede em questão, uma narrativa hegemônica de sucesso das manifestações bolsonaristas, mesmo que não tenham ocorrido consequências práticas e imediatas no cenário político, como esperavam os mesmos apoiadores de Bolsonaro: o golpe institucional.

Na categoria 2, de oposição a Bolsonaro, a segunda maior, foram 11 ocorrências de postagens muito retuitadas, sendo que grande parte fazia referência a outros conteúdos e, analisadas isoladamente, não demonstraram uma contraposição efetiva ao presidente. Apenas duas dessas postagens possuíam uma crítica mais relevante de oposição a Bolsonaro, enquanto a maior parte se resumia a ofensas como “#foracorno”. Além desta *hashtag*, outras utilizadas junto à #7desetembro foram #elenão, #ForaBolsonaro e #BolsonaroNaCadeia, sendo que nenhum desses posts tiveram origem em contas grandes, de figuras políticas, jornalistas

ou outras personalidades de influência pública. De forma geral, apesar do alto número de ocorrências, os conteúdos veiculados não foram tão relevantes em termos de oposição real ao bolsonarismo, centralizando as críticas na figura do líder populista, e não em pautas políticas. Nota-se uma ausência de organização por parte da oposição nas redes, bem como de figuras centralizadoras capazes de elaborar críticas contundentes e que consigam alcance em termos de compartilhamento.

As categorias 3, 4 e 6, por sua vez, foram mais focadas na celebração da data em si e menos centradas na figura de Bolsonaro, apesar de haver elogios ao presidente. Houve uma alta frequência de enaltecimento e parabenizações ao país, entre elas, algumas advindas de instituições financeiras e internacionais, como embaixadas dos Estados Unidos e de Dubai. A maior parte dos tuítes desses grupos foi mais factual, uma vez que noticiava o andamento da cerimônia presidencial. Esse tipo de postagem, no entanto, foi relevante no sentido de promover a cerimônia e figuras próximas ao presidente. De forma indireta, acabaram tendo uma função de apoio à pauta defendida pelos bolsonaristas no #7desetembro, pelo discurso conservador veiculado junto ao relato sobre o dia, bem como as outras *hashtags* que foram utilizadas: #BolsonaroOrgulhodoBrasil, #Soberania, #Pátria, #7deSetembroVaiSerGrande, #Paulista.

Alguns apoiadores aproveitaram, ainda, para protestar por pautas conservadoras, como eleições mediante voto impresso e ataques à mídia por realizar uma cobertura que não coincide com o viés ideológico do apoiador bolsonarista. Outro destaque foi o caráter da rua em destaque: o discurso do presidente na Avenida Paulista, no centro de São Paulo (SP) causou grande impacto, com uma narrativa repleta de ataques ao STF e ao Superior Tribunal Eleitoral (TSE), centrado na figura do ministro Alexandre de Moraes.

Antagônicas às últimas mencionadas, as categorias 2, 5 e 7, por sua vez, criticam a data 7 de setembro e o próprio conceito de independência, bem como o governo de Bolsonaro e sua tentativa frustrada de “dar um golpe institucional”. Além disso, há duas postagens de grande relevância, sendo uma, também sobre o 7 de setembro, feita pelo ex-presidente Luís Inácio Lula da Silva, candidato que disputa as eleições presidenciais de 2022 e já se apresenta como um antagonista de Bolsonaro na disputa à reeleição. A lógica da polarização, um dos mecanismos do populismo, fica aqui evidente na ideia do amigo-inimigo. Em lados opostos estão Jair Bolsonaro e Luís Inácio Lula da Silva.

Compreendemos que as pautas de oposição foram realizadas de forma mais dispersa, sem grandes figuras centralizadoras a não ser por Lula, apesar da postagem do ex-presidente não citar diretamente elementos de oposição a Bolsonaro. Os tuítes bolsonaristas, por outro lado, foram marcados por um alto número de compartilhamentos que buscavam construir a narrativa de sucesso das manifestações. Deve-se destacar que a última categoria reflete as características do populismo digital, tal qual o discurso de união do povo em torno da nação, porém, com um significado vazio, a presença de uma falsa demanda popular e o domínio hegemônico discursivo que tentou-se construir com o sucesso das manifestações.

Nota-se, também, que os discursos bolsonaristas são fortemente pautados pela presença de um inimigo – a mídia, o judiciário, o voto e todos aqueles que “impedem” que Bolsonaro realize seu governo de forma autocrática. Os discursos da oposição, por sua vez, falham em se organizar e imputar narrativas relevantes. Para além da figura de Lula, não há outros usuários de grande presença nas redes, dificultando um debate e uma real disputa de narrativas.

Considerações finais

Buscamos identificar, no presente trabalho, em que medida o conteúdo que circulou durante a data de 7 de setembro de 2021 fortaleceu o caráter populista de Bolsonaro e do bolsonarismo nas redes sociais. Bolsonaro sempre utilizou as redes sociais como ferramentas de comunicação com seu grupo de apoiadores. Isso porque é nessas redes que é mantida a narrativa antissistema e a retórica populista do

seu governo, sobretudo ao atacar a instituições que não apoiam a sua conduta enquanto líder da nação. Dessa forma, como demonstra a pesquisa, as redes bolsonaristas não poderiam atuar de maneira diferente ao demonstrar apoio aos atos do presidente.

Mapeando as estratégias da rede Twitter, observamos e analisamos conversações ligadas à prática do populismo digital, junto à de coreografia de aglomeração. De fato, a maior parte dos tuítes se revelou de apoio à manifestação clamada por Bolsonaro, embora não tenham sido tão coesos entre si. Compreendemos que a maior parte da rede colaborou com a construção de uma narrativa de sucesso do evento em torno da data, mas a realidade não se refletiu nas manifestações de rua ou nas consequências posteriores e fora da tela. Prova disso é que não só não houve um golpe institucional, como Jair Bolsonaro, em uma carta apoiada pelo ex-presidente Michel Temer, recuou dos ataques contra a instituições democráticas. A baixa adesão à participação nas ruas *versus* a participação nas redes reforça como o movimento bolsonarista se insere no universo do populismo digital e orbita em torno de um significativo vazio de povo, uma vez que a falsa demanda popular não se materializou nas ruas. A celebração da data e de símbolos nacionalistas foi um grande foco dos apoiadores do movimento, em detrimento dos elogios centrados na figura de Bolsonaro. Nota-se, também, que os discursos bolsonaristas são fortemente pautados pela presença de um inimigo – a mídia, o judiciário, o voto e todos aqueles que “impedem” que Bolsonaro realize seu governo de forma autocrática. A partir dessas questões, podemos concluir, também, que o uso de *hashtags* em relação aos sentidos dos tuítes em seu contexto original podem gerar uma falsa sensação de fortalecimento do bolsonarismo, já que nem sempre as *hashtags* discursam ou enaltecem, efetivamente, a imagem do presidente em si.

Concluimos, portanto, que a busca pela hegemonia discursiva de Jair Bolsonaro e de seus aliados se manifesta de forma clara nos significados vazios e em sua retórica. Como evidenciamos, a retórica ideológica, em busca de uma nação homogênea se faz presente nos tuítes mais replicados nos *clusters* bolsonaristas, de maneira a criar uma *coreografia de ajuntamento* que visa amplificar os discursos das ruas para as redes digitais, ainda que a assiduidade nos protestos não tenha sido tão grande como o esperado. Desta forma, ocorre ausência de debate nos meios virtuais, com *clusters* exprimindo discursos idênticos, assim como ocorre nas manifestações e aparições físicas de Bolsonaro e seus aliados, uma vez que os adversários políticos e veículos jornalísticos são exortados e atacados, e os questionamentos ou discordâncias são silenciados.

O comportamento hegemônico de Bolsonaro, que busca silenciar veículos midiáticos desde que estes não sejam abertamente alinhados a ele, com insultos, corte de verbas, *fake news* e recusas a entrevistas, se vê refletido no comportamento de seus seguidores. O tuíte em que se diz que “o jornalismo profissional morreu” e aquele em que se veicula um vídeo de uma manifestação bem-sucedida e anterior ao 7 de setembro como se fossem da presente data são exemplos desta postura, de forma que a narrativa de um ato maior que o divulgado pelos jornais, tendenciosos e antibolsonaristas, se torna consenso entre os apoiadores.

A presença atuante da oposição, em especial do ex-presidente Lula, demonstra uma batalha que escapa do âmbito físico e encontra no digital mais uma forma de disputa de visões e narrativas. O fato de o tuíte de Lula ter sido o mais divulgado na arena de oposição a Bolsonaro demonstra a relevância do dia 7 de setembro para a construção de bases políticas, narrativas e a escolha do presidente desta data para as manifestações, atrelando o sucesso da independência e os símbolos nacionais como próprios de seu governo.

Por fim, um último fenômeno percebido é a escolha de divulgar a homenagem ao Brasil especificamente por parte dos Estados Unidos, por parte não somente dos aliados e seguidores, como do próprio governo federal. Faz parte de um alinhamento da política econômica ultraliberal do ministro da Economia Paulo Guedes atrelado à subserviência de Bolsonaro ao ex-presidente Donald Trump, que se elegeu com as mesmas pautas conservadoras, de modo que uma chancela daquela nação seria um privilégio, uma honra para o atual governo.

Referências

AMADO, Guilherme. Bolsonaro tem cinco vezes mais seguidores que Lula nas redes sociais. **Metrópoles**, 31 jan. 2022. Disponível em: <<https://www.metropoles.com/colunas/guilherme-amado/bolsonaro-tem-cinco-vezes-mais-seguidores-que-lula-nas-redes-sociais>>. Acesso em: 10 jul. 2022.

AVRITZER, L. **Impasses da democracia no Brasil**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2016.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2011.

BIROLI, F.; MANTOVANI, D. A parte que me cabe nesse julgamento: a Folha de S.Paulo na cobertura ao processo do “mensalão”. **Opinião Pública**, v. 20, p. 204-218, 2014.

CALDEIRA NETO, O. Neofascismo, “Nova República” e a ascensão das direitas no Brasil.

Conhecer: Debate entre o Público e o Privado, v. 10, n. 24, p. 120-140, 2020.

CASTELLS, M. **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet**. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CESARINO, L. Como vencer uma eleição sem sair de casa: a ascensão do populismo digital no Brasil.

Internet & Sociedade, v. 1, p. 92-120, 2020.

DA EMPOLI, G. da. **Os engenheiros do caos**. São Paulo: Vestígio, 2020.

DAL LAGO, A. **Populismo digitale: la crise, la rete e la nuova destra**. Milano: Raffaello Cortina Editore, 2017.

FERNANDES, C. M. et al. Press X Gouvernement: the Populist Rhetoric of the COVID-19 Pandemic on the Social Network Twitter. **Brazilian Journalism Research**, v. 17, n. 3, p. 562-595, 2021.

FILGUEIRAS, L.; DUCK, G. O neoliberalismo neofascista do governo Bolsonaro e os desafios para a esquerda.

Marxismo21.org, 2019. Disponível: <<https://marxismo21.org/wpcontent/uploads/2019/12/Luiz-Filgueiras-e-Gra%C3%A7a-Druck.pdf>>. Acesso em: 10 jul. 2022.

GERBAUDO, P. **Tweets and the Streets: Social Media and Contemporary Activism**. London: Pluto Press, 2012.

_____. Social Media and Populism: an Elective Affinity?. **Media, Culture & Society**, v. 40, n. 5, p. 1-9, 2018.

_____. **The Great Recoil: Politics After Populism and Pandemic**. Rio de Janeiro: Verso, 2021.

HAWKINS, K. **Venezuela’s Chavismo and Populism in Comparative Perspective**. Cambridge: Cambridge University Press, 2010.

JAGERS, J.; WALGRAVE, S. Populism as Political Communication Style: an Empirical Study of Political Parties’ Discourse in Belgium. **European Journal of Political Research**, v. 46, p. 319-345, 2007.

KALIL, I. O. (Coord.). Quem são e no que acreditam os eleitores de Jair Bolsonaro. Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo. out. 2018. Disponível em: <<https://www.fespsp.org.br/upload/usersfiles/2018/Relat%C3%B3rio%20para%20Site%20FESPSP.pdf>>. Acesso em: 1 out. 2022.

LACLAU, E. **Razão Populista**. Rio de Janeiro: Editora UERJ, 2013.

LÖWY, M. **Conservadorismo e extrema direita na Europa e no Brasil**. Serv. Soc. Soc., São Paulo, n. 124, p. 652-664, out.-dez. 2015.

_____. **Neofascismo**: um fenômeno planetário – o caso Bolsonaro. A terra é redonda, 24 out. 2019. Disponível em: <<https://aterraeredonda.com.br/neofascismo-um-fenomeno-planetario-o-caso-bolsonaro/>>. Acesso em: 24 ago. 2022.

MARTINS, T. F. **Campanha permanente, visibilidade midiática e propaganda política**: um estudo das estratégias comunicacionais dos candidatos Lula/Haddad (PT) e Bolsonaro (PP, PSC, PEN e PSL) de 2015 a 2018. 312 f. 2020. Tese (Doutorado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Paulista, São Paulo, 2020.

MUDDE, C. The Populist Zeitgeist. **Government and Opposition**, v. 39, n. 4, p. 541-563, 2004.

_____; ROVIRA KALTWASSER, C. **Populism**: a Very Short Introduction. Oxford (UK): Oxford University Press, 2017.

O CÓDIGO DO RUSSO. Locução de Letícia Dáquer e Alcysio Canette. **Atabaque Produções**, 2021, podcast. Disponível em <<https://open.spotify.com/show/5x40dBm4zRiKhOkkg8HUQ2>>. Acesso em: 2 dez. 2021.

OLIVEIRA, D. C. Análise de conteúdo temático-categorial: uma proposta de sistematização. **Revista Regional da BVS**, v. 16, n. 4, p. 569-576, 2008.

PAIN, P.; CHEN, G. M. The President is In: Public Opinion and the Presidential Use of Twitter. **Social Media + Society**, p. 1-12, 2019.

PIOVEZANI, C. **Verbo, corpo e voz**: dispositivos de fala pública e produção da verdade no discurso político. São Paulo: Editora UNESP, 2009.

QUINTELA, D. F. A direita bolsonarista. Neoliberalismo, neoconservadorismo e a instrumentalização política da família. In: ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS, 44, 2020, on-line. **Anais...** [S.l.]: ANPOCS, 2020.

RECUERO, R. Webrings: as redes de sociabilidade e os weblogs. **Revista Famecos**, v. 9, n. 11, p. 19-27, 2004.

_____; ZAGO, G. RT, por favor: considerações sobre a difusão de informações no Twitter. **Revista Fronteiras**, v. 12, n. 2, p. 69-81, maio-ago. 2010.

ROGERS, R. The Transformation of an Object of Study. In: WELLER, K. *et al.* (Eds.). **Twitter and Society**. New York: Peter Lang Publishing, 2014. p. 55-67.

ROODUIJN, M.; LANGE, S. L.; BRUG, W. V. D. A Populist Zeitgeist? Programmatic Contagion by Populist Parties in Western Europe. **Party Politics**, v. 20, n. 4, p. 563-575, 2014.

SANTAELLA, L. **A pós-verdade é verdadeira ou falsa?**. Barueri: Estação das Letras e Cores, 2018.

SARGENTINI, V. M. Mutações do discurso político: segmentação, docilização e estetização. In: SARGENTINI, V. M. (Org.). **O discurso político sob a ordem discursiva das redes sociais**. Campinas: Mercado de Letras, 2017. p. 159-174.

STABILE, M.; BÜLOW, M. v. O velho não morreu, o novo já está aqui: informação e participação digital na era do bolsonarismo. In: KERCHE, F.; AVRITZER, L.; MARONA, M. C. (Orgs.) **Governo Bolsonaro: retrocesso democrático e degradação política**. Belo Horizonte: Autêntica, 2021. p. 481-494.

SOLANO, E. **O ódio como política: a reinvenção das direitas no Brasil**. São Paulo. Boitempo, 2018.

Informações para textos em coautoria

Concepção e desenho do estudo

Carla Montuori Fernandes, Marina Botelho e José Eduardo Vieira

Aquisição, análise ou interpretação dos dados

Carla Montuori Fernandes, Marina Botelho e Luiz Ademir de Oliveira

Redação do manuscrito

Carla Montuori Fernandes, Marina Botelho e José Eduardo Vieira

Revisão crítica do conteúdo intelectual

Carla Montuori Fernandes, Marina Botelho e Luiz Ademir de Oliveira

Informações sobre o artigo

Resultado de projeto de pesquisa, de dissertação, tese

O artigo é um desdobramento dos estudos realizados pelo projeto de pesquisa “Meios e Mídias no contexto da Pós-verdade”, financiado pela Universidade Paulista (UNIP).

Fontes de financiamento

Não se aplica.

Considerações éticas

Não se aplica.

Declaração de conflito de interesses

Não se aplica.

Apresentação anterior

Não se aplica.