

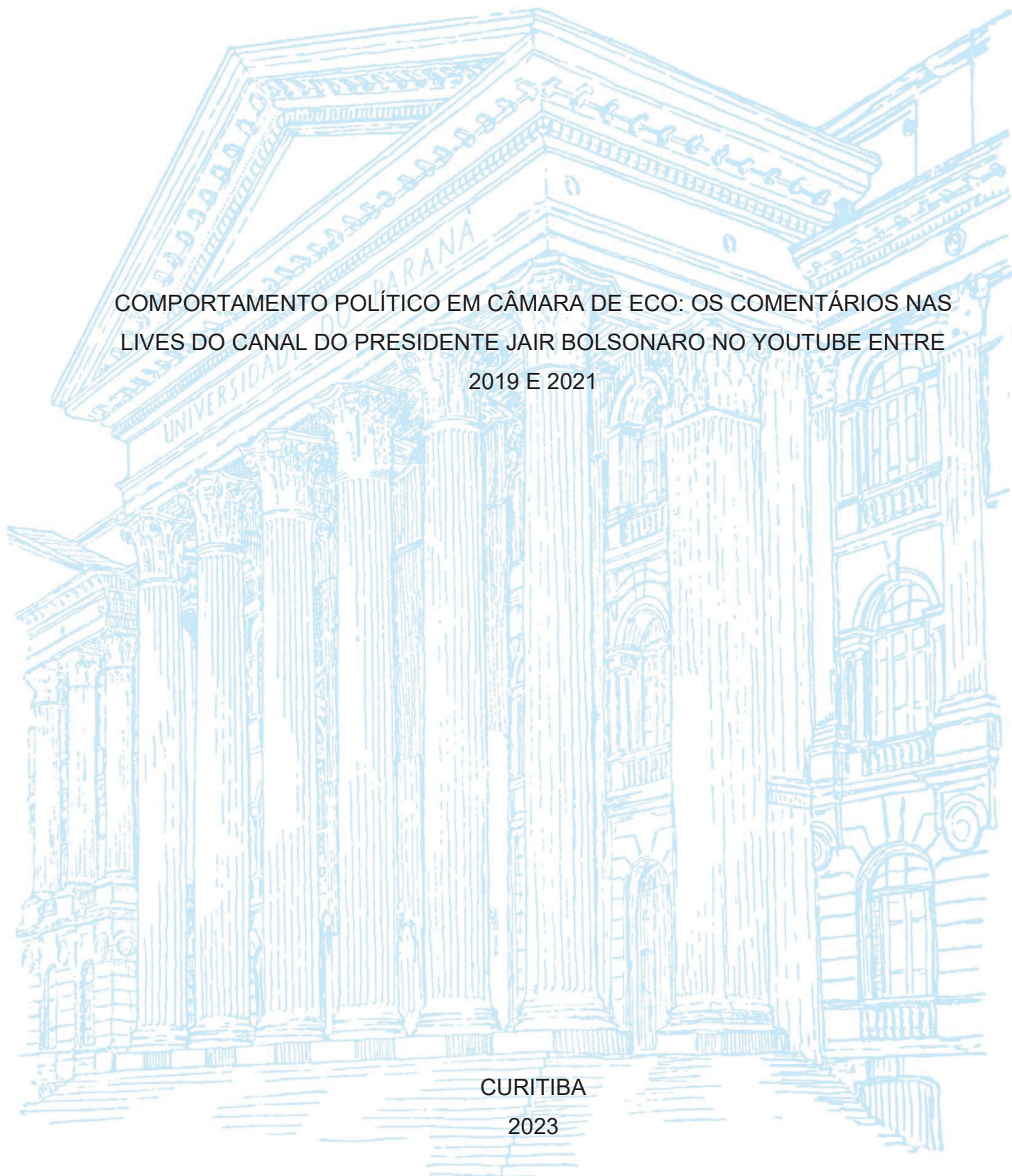
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

BRUNO WASHINGTON NICHOLS

COMPORTAMENTO POLÍTICO EM CÂMARA DE ECO: OS COMENTÁRIOS NAS
LIVES DO CANAL DO PRESIDENTE JAIR BOLSONARO NO YOUTUBE ENTRE
2019 E 2021

CURITIBA

2023



BRUNO WASHINGTON NICHOLS

COMPORTAMENTO POLÍTICO EM CÂMARA DE ECO: OS COMENTÁRIOS NAS
LIVES DO CANAL DO PRESIDENTE JAIR BOLSONARO NO YOUTUBE ENTRE
2019 E 2021

Tese apresentada ao curso de Pós-Graduação em
Ciência Política, Setor de Ciências Humanas, da
Universidade Federal do Paraná, como requisito
parcial à obtenção do título de Doutor em Ciência
Política, dentro da linha de pesquisa em
Comportamento, Representação e Comunicação
Política.

Orientador: Prof. Dr. Rafael Cardoso Sampaio.

CURITIBA

2023

DADOS INTERNACIONAIS DE CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO (CIP)
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SISTEMA DE BIBLIOTECAS – BIBLIOTECA DE CIÊNCIAS HUMANAS

Nichols, Bruno Washington

Comportamento político em câmara de eco : os comentários nas lives do canal do Presidente Jair Bolsonaro no youtube entre 2019 e 2021. / Bruno Washington Nichols. – Curitiba, 2023.

1 recurso on-line : PDF.

Doutorado (Tese) – Universidade Federal do Paraná, Setor de Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação em Ciência Política.
Orientador: Prof. Dr. Rafael Cardoso Sampaio.

1. Brasil. Presidente (2019 – 2022 : Bolsonaro). 2. Comunicação na política. 3. Comunicações digitais. 4. Youtube (Recurso eletrônico). I. Sampaio, Rafael Cardoso, 1981-. II. Universidade Federal do Paraná. Programa de Pós-Graduação em Ciência Política. III. Título.

Bibliotecária: Fernanda Emanoéla Nogueira Dias CRB-9/1607



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SETOR DE CIÊNCIAS HUMANAS
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO CIÊNCIA POLÍTICA -
40001016051P2

TERMO DE APROVAÇÃO

Os membros da Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação CIÊNCIA POLÍTICA da Universidade Federal do Paraná foram convocados para realizar a arguição da tese de Doutorado de BRUNO WASHINGTON NICHOLS intitulada: **COMPORTAMENTO POLÍTICO EM CÂMARA DE ECO: OS COMENTÁRIOS NAS LIVES DO CANAL DO PRESIDENTE JAIR BOLSONARO NO YOUTUBE ENTRE 2019 E 2021**, sob orientação do Prof. Dr. RAFAEL CARDOSO SAMPAIO, que após terem inquirido o aluno e realizada a avaliação do trabalho, são de parecer pela sua APROVAÇÃO no rito de defesa.

A outorga do título de doutor está sujeita à homologação pelo colegiado, ao atendimento de todas as indicações e correções solicitadas pela banca e ao pleno atendimento das demandas regimentais do Programa de Pós-Graduação.

CURITIBA, 29 de Março de 2023.

Assinatura Eletrônica

30/03/2023 11:05:14.0

RAFAEL CARDOSO SAMPAIO

Presidente da Banca Examinadora

Assinatura Eletrônica

30/03/2023 11:12:09.0

ESTHER SOLANO

Avaliador Externo (UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID, UCM,
ESPANHA)

Assinatura Eletrônica

30/03/2023 11:31:02.0

SERGIO SOARES BRAGA

Avaliador Interno (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ)

Assinatura Eletrônica

04/04/2023 15:30:05.0

CAMILO DE OLIVEIRA AGGIO

Avaliador Externo (UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA)

Assinatura Eletrônica

31/03/2023 10:01:00.0

NINA FERNANDES DOS SANTOS

Avaliador Externo (UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA)

AGRADECIMENTOS

Inicialmente quero agradecer a Deus por ter me concedido a oportunidade de estar aqui após três anos de pandemia da COVID-19. Meu profundo respeito aos leitores que perderam um ente querido para o coronavírus.

À minha mãe, Rauza, meu pai, Marlos, minha irmã, Barbara, minha companheira de vida e meu amor, Gislaine e ao amigo Vinicius pela compreensão, amor, carinho e incentivo ao longo de todos esses anos de pesquisa. Características que trago comigo como formadoras da minha conduta ética.

Ao professor, orientador e amigo Rafael que, como um 'pai acadêmico', contribuiu por meio de conversas e sugestões a fim de que a pesquisa tivesse o melhor desempenho dentro das suas possibilidades.

Aos colegas do grupo Comunicação Política e Democracia Digital que, por 4 anos, colaboraram para as diversas atualizações que dariam os contornos gerais para esta tese, em especial Nilton, Djiovanni e Gabriel.

Aos amigos e colegas de trabalho Maurício e Cristiana que, sob o comando do Instituto de Pesquisa Ideia, foram e são fundamentais no meu aprimoramento profissional. Também agradeço aos dois pela disponibilização da ferramenta V-Tracker para a execução desta tese, garantindo liberdade para que os dados fossem tratados da forma mais profissional possível. Agradeço também aos colegas que passaram pelo Instituto nos últimos anos.

À Ciência Brasileira, à Universidade Federal do Paraná e às políticas de fomento de pesquisa. Respeito, admiro e tenho orgulho por termos uma Universidade de ponta, pública e de qualidade internacionalmente reconhecida. Obrigado.

*Opinion has caused more trouble on
this little earth than plagues or earthquakes.*

(Voltaire, 1759)

RESUMO

Esta tese analisa o comportamento político digital no ambiente de comentários nas *lives* semanais de Jair Bolsonaro em seu canal oficial no YouTube. Para isso, foram analisadas as informações de 110 *lives* entre março de 2019 e dezembro de 2021. A escolha do recorte temporal buscou abranger os primeiros três anos de governo Bolsonaro e desconsiderar o ano eleitoral. Todos os comentários foram analisados e, a partir disso, foi traçado o comportamento dos comentadores. O problema de pesquisa é: quais são as principais características do comportamento político digital refletidos nos comentários nas *lives* do presidente Jair Bolsonaro em seu canal YouTube? Utilizou-se como metodologia a Análise de Conteúdo aplicada nos dados obtidos pela estratégia combinada dos *softwares* YouTube Data Tools e V-Tracker. O objetivo principal é detalhar o comportamento e características desses comentários, tais como: a valência sobre o presidente e/ou seu governo, os temas mais populares, os principais alvos de críticas, comparar a valência e reflexividade entre grupos anônimos e não anônimos, bem como *hashtags* e *links* mais citados, dentre outras informações que possam ser relevantes para esmiuçar o comportamento dos comentários durante os anos de governo do presidente Bolsonaro, excluindo o ano eleitoral. Os dados mostram que a valência a Bolsonaro é amplamente positiva (78%). Entretanto, o olhar aprofundado mostrou os momentos de ruídos e o constante descolamento a Bolsonaro por meio da linha de tendência negativa crescente e o comportamento de queda na linha de tendência positiva ao governo. Os dados também demonstraram que o espaço dos comentários foi utilizado mais para a produção de narrativas, ataques a “inimigos” – como urnas eletrônicas e o STF – e reforço de posição, do que por demandas de *accountability* ou debate de temas que assolaram o país durante o período, como por exemplo, a pandemia de COVID-19.

Palavras-chave: nova direita; comportamento político digital; bolsonarismo; Youtube e política; Internet & Política.

ABSTRACT

This thesis analyzes digital political behavior in the comments environment on Jair Bolsonaro's weekly lives on his official YouTube channel. To this end, the information from 110 lives between March 2019 and December 2021 was analyzed. This time frame was chosen to cover the first three years of Bolsonaro's government and disregard the election year. All comments were analyzed and the behavior of the commenters was traced. The research question is: what are the main characteristics of digital political behavior reflected in the comments on the lives of President Jair Bolsonaro on his YouTube channel? The methodology used is Content Analysis applied to the data obtained by the combined strategy of YouTube Data Tools and V-Tracker software. The main goal is to detail the behavior and characteristics of these comments, such as the valence about the president and/or his government, the most popular topics, the main targets of criticism, the comparison of valences and reflexivity between anonymous and non-anonymous groups, as well as hashtags and links most cited, among other information that may be relevant to scrutinize the behavior of comments during the years of Bolsonaro's government, excluding the election year. The data show that the valence to Bolsonaro is largely positive (78%). However, an in-depth look shows the moments of noise and the constant detachment from Bolsonaro through an increasing negative trend line and a falling behavior in the positive trend line to the government. The data also show that the comment's space was more used for the production of narratives, attacks on 'enemies' - such as electronic ballot boxes and the Brazilian Federal Supreme Court - and reinforcement of his positioning than for demands for accountability or debate of issues that affected the country during the period, such as the COVID-19 pandemic.

Keywords: new right; digital political behaviour; bolsonarism; Youtube & politics; Internet & Politics.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – Reclamações sobre a qualidade das primeiras <i>lives</i>	90
FIGURA 2 – Primeira <i>live</i> semanal de Bolsonaro (07/03/2019)	91
FIGURA 3 – Termos mais citados	119
FIGURA 4 – Termos positivos mais citados	120
FIGURA 5 – Termos negativos mais citados	121
FIGURA 6 – Interesse em buscas por lives do Bolsonaro no Google por estado ...	131

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 – Quantidade de <i>lives</i> semanais por ano de coleta.....	90
GRÁFICO 2 – Quantidade de <i>lives</i> semanais removidas por ano de coleta	92
GRÁFICO 3 – Quantidade de comentários por <i>live</i> semanal em anos	94
GRÁFICO 4 – Quantidade de visualizações por <i>live</i> semanal em anos.....	96
GRÁFICO 5 – Quantidade de visualizações por <i>live</i> semanal em anos – top 30 vídeos	100
GRÁFICO 6 – Comentários nas <i>lives</i> de Jair Bolsonaro por sexo	102
GRÁFICO 7 – Série histórica de comentários positivos e negativos a Bolsonaro por <i>lives</i>	104
GRÁFICO 8 – Série histórica de comentários positivos e negativos a Bolsonaro por ordem decrescente da valência positiva	106
GRÁFICO 9 – Interesse em buscas por <i>lives</i> do Bolsonaro no Google	129
GRÁFICO 10 – Distribuição da qualificação sobre Bolsonaro por grupos de perfis agrupados, anônimos e não anônimos	132
GRÁFICO 11 – Distribuição da reflexividade por grupos de perfis agrupados, anônimos e não anônimos	133

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – Top 15 temas/alvos mais populares	114
TABELA 2 – Valência por top 15 temas/alvos mais populares	117
TABELA 3 – Top-10 <i>hashtags</i> mais utilizadas	122
TABELA 4 – Top 10 links ativos mais citados nos comentários	125
TABELA 5 – Top 10 publicadores mais populares	128

LISTA DE SIGLAS

CPI	Comissão Parlamentar de Inquérito
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
INPE	Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais
MBL	Movimento Brasil Livre
MCC	Movimento Contra a Corrupção
MPL	Movimento Passe Livre
OCC	Organização de Combate à Corrupção
OMS	Organização Mundial da Saúde
PGR	Procuradoria Geral da República
PL	Partido Liberal
PSDB	Partido da Social Democracia Brasileira
PSL	Partido Social Liberal
PT	Partido dos Trabalhadores
SBI	Sociedade Brasileira de Infectologia
STF	Supremo Tribunal Federal
SUS	Sistema Único de Saúde
TSE	Tribunal Superior Eleitoral

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
2 COMPORTAMENTO POLÍTICO	27
3 YOUTUBE E POLÍTICA	41
4 NOVA DIREITA	60
4.1 <i>TIMELINE</i> DO GOVERNO JAIR BOLSONARO (2019-2021)	75
4.1.1 Primeira fase: pré-pandemia (2019-2020).....	76
4.1.2 Segunda fase: pandemia (2020-2021).....	79
4.1.3 Terceira fase: pré-eleitoral (2021-2021)	82
5 MATERIAL E MÉTODOS	84
6 RESULTADOS	89
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	135
REFERÊNCIAS	143
ANEXO 1 – LIVES SEMANAIS DE JAIR BOLSONARO NO YOUTUBE	163
ANEXO 2 – LIVES SEMANAIS QUE NÃO CONSTAM NO CANAL DE JAIR BOLSONARO	171
ANEXO 3 – LIVRO DE CÓDIGOS	173
ANEXO 4 – LISTA DE TAG’S	177
ANEXO 5 – IMAGENS COM EXEMPLOS DE COMENTÁRIOS	181

1 INTRODUÇÃO

O ano de 2018 pode ser considerado um marco na política brasileira pois, pela primeira vez desde a redemocratização, um partido que venceu quatro eleições seguidas (2002, 2006, 2010 e 2014) estava na iminência de ser derrotado não pelo seu tradicional oponente, o Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), mas sim, por um candidato que construiu ao longo de sua carreira política o perfil de *outsider* (MURTA *et al.*, 2017). O resultado confirmado em 28 de outubro daquele ano refletia a força do antipetismo e de um bolsonarismo que se espalhava em diversos segmentos da sociedade brasileira.

O desenvolvimento desta tese, entre os anos de 2019 e 2022, se deu no mesmo contexto temporal do fenômeno que a pesquisa trouxe para si como o seu objeto: a análise de um grupo político em uma situação específica de câmara de eco. Analisar os comentários nas transmissões semanais do presidente da República é tarefa desafiadora tanto pelo viés científico, através das centenas de milhares de comentários lidos, categorizados e processados estatisticamente, como também, pelo viés social: a eleição presidencial de 2018 mostrou tendências de confirmação de uma transformação do pensamento de parte importante do eleitorado brasileiro em movimento que ganhou tração a partir do ano de 2013 (SILVEIRA, 2015).

Eventos simbolizados pelos protestos contra o governo federal de junho daquele ano, seguido pelas manifestações que defendiam o *impeachment* da então presidenta Dilma Rousseff, em 2015 e 2016, a ascensão da Operação Lava Jato e de figuras do Judiciário em nome do combate à corrupção, a prisão de um ex-presidente e a eleição de um então polêmico deputado federal confirma essa rápida e brusca transformação do contexto político-eleitoral brasileiro (MORAIS, 2021).

Ao mesmo tempo da efervescência política brasileira, outro fenômeno ganhava cada vez mais corpo no país: a popularização do acesso às tecnologias de comunicação, seja pelos preços mais acessíveis aos dispositivos móveis, seja pela maior inserção de pessoas nas redes sociais digitais. A combinação entre os dois fatores – o social e o tecnológico –, fez com que cada vez mais a política passasse a ser tema de discussão e de interesse nos comentários travados nas plataformas digitais. Com os temas políticos ganhando popularidade nas redes, não demorou muito até que este fenômeno se tornasse objeto de crescente interesse para a comunidade científica brasileira.

Durante a década de 2010, boa parte da Ciência Política e da Comunicação Política no país estava concentrada em estudar e interpretar os fenômenos e o pensamento dos comentaristas a partir da análise das redes sociais digitais. Naquele contexto, algumas plataformas digitais se sobressaíam às outras como mais interessantes para, em resumo, tentar compreender o pensamento e fragmentos do comportamento político em nichos no país (CERVI; MOREIRA; CARLOMAGNO, 2015; MITOZO; MASSUCHIN; CARVALHO, 2017).

Uma das redes que mais se destacou naquele período foi o *Facebook*. O interesse da academia em analisar as discussões políticas nesta plataforma estava ancorada em dois pilares: em primeiro lugar, o *Facebook* foi e é uma plataforma muito popular e conta com, em 2022, 2.9 bilhões de usuários ativos no mundo (STATISTA, 2022). O segundo pilar é a abertura que a própria rede deixava para que pesquisadores de todo o mundo pudessem buscar e obter as informações necessárias que viabilizassem as suas pesquisas. Isto significa que, à época, o Facebook era um ambiente amigável para aqueles que pudessem desejar pesquisar e coletar comentários em massa. Como noticiado pela imprensa (BBC NEWS, 2018), o Facebook decidiu restringir as suas regras de privacidade, o que atingiu em cheio ferramentas dentro da própria plataforma que permitiam a coleta de comentários em larga escala.

Na segunda metade da década de 2010, ao menos outras duas plataformas ganharam tração: o WhatsApp e o YouTube, a última é objeto desta tese. Em um comparativo, as duas apresentam mais diferenças que semelhanças: enquanto uma é, em linhas gerais, um aplicativo de troca de mensagens, a outra é uma plataforma que integra elementos em texto e audiovisuais. Em termos de semelhança, talvez a maior proximidade entre elas é a popularidade: o WhatsApp é a segunda rede mais utilizada atualmente no mundo, enquanto o YouTube ocupa a segunda posição (STATISTA, 2022). Por serem diferentes, não são “rivais” no sentido de excludentes, mas sim, plataformas que se complementam no ecossistema digital; são também relevantes para montar o contemporâneo “quebra-cabeça” da comunicação política no Brasil.

Resumidamente, a ecologia ou ecossistema de redes é a otimização do uso das plataformas digitais para a amplificação de vozes, pautas e narrativas. Em estudo sobre o Twitter, Recuero (2012) identifica duas características fundamentais que tornam as redes digitais atrativas para a utilização com finalidades políticas: a

visibilidade e a popularidade. Juntas, essas duas características podem afetar positivamente na reputação do usuário ou do grupo de usuários. Nesta ecologia de redes, cada plataforma tem a sua importância e seu papel a depender do contexto político-social e do “custo de participação política-digital”. O tal “custo de participação” é determinado pela quantidade de tempo e esforço que uma pessoa tem de investir para gerar conteúdo naquela plataforma. Nesse aspecto, a criação de um vídeo para subir no YouTube leva mais tempo do que enviar uma mensagem de texto em algum grupo de WhatsApp ou, até mesmo, um *tweet*. Aliado ao contexto político-social, o custo de participação política-digital ajuda adequar a ecologia ou ecossistema das redes.

Estudos como o de Piaia e Alves (2019) mostram como o bolsonarismo soube se valer das potencialidades das redes para cristalizar o seu modo de ecossistema de redes e, também, como as transmissões semanais de Jair Bolsonaro são fundamentais para mobilizar esse ecossistema e mantê-lo engajado. Em estudo sobre o conteúdo das *lives* de Jair Bolsonaro durante a pandemia de COVID-19, Aggio, Vaz e Castro (2022) discutem sobre os impactos da ecologia bolsonarista para a democracia brasileira. Nas conclusões, referidos autores entendem que a criação dos ecossistemas digitais ocorre mediante os processos de descentralização da comunicação e que podem se mostrar perigosas à sociedade por conferir “fraturas epistêmicas sensíveis e problemáticas à vida da política democrática” (AGGIO; VAZ; CASTRO, 2022, p. 23).

As “fraturas” e distensões se mostraram como um bom combustível para manutenção do engajamento de usuários nas redes sociais. Os alvos em comum, sejam eles, temas ou pessoas, conferem um “sentido à luta” contra aquilo e aqueles que o bolsonarismo considera como errados ou ameaças, respectivamente. Nesse contexto, as *lives* foram divididas em categorias temáticas a depender das falas do seu protagonista principal: o presidente da República. O resultado que os autores chegaram é o de que as *lives* são espaços utilizados para disseminar a “agenda negativa” – críticas a adversários, desde desafetos políticos à imprensa e influenciadores – e para prestar esclarecimentos sobre agenda positiva, que engloba as conquistas do seu governo e, também, espaços voltados para a comunicação direta com os espectadores dessas transmissões ao vivo (AGGIO; VAZ; CASTRO, 2022).

Em outro estudo sobre as *lives* de Jair Bolsonaro, Moraes e Silva (2021) entendem que o ecossistema bolsonarista foi fomentado por Jair Bolsonaro muitos anos antes da eleição de 2018. Os autores entendem que Bolsonaro viu nas plataformas digitais uma forma de se comunicar diretamente com o público, escapando aos filtros intermediários, como os da imprensa. Referidos autores entendem o ecossistema digital bolsonarista como “circuitos de informação” que engloba várias redes. As *lives* são vistas, portanto, como uma vitrine na qual Jair Bolsonaro estabelece uma “conversa que supre a demanda de controle de informação nos termos que a presidência da República considera adequado, a despeito, inclusive, da própria veracidade do que está sendo dito” (MORAES; SILVA, 2021, p. 747).

As *lives* também são consideradas como uma forma de manutenção do apoio a Jair Bolsonaro. Segundo Moraes e Silva (2021), há ao menos dois principais motivações que justificam a realização dessas transmissões: a primeira delas se refere ao embate com a imprensa tradicional, enquanto a segunda, se refere a questões econômicas. Portanto, as *lives* são formas de comunicação a “real verdade dos fatos” ao seu público de apoiadores e, por outro lado, se torna um modelo comunicacional menos custoso e mais prático ao próprio presidente.

Se portando como um meio alternativo de comunicação, eficaz em termos de popularidade e viralização do conteúdo e, ao mesmo tempo, com benefícios em relação ao custo financeiro e a inexistência de intermediações da imprensa para com seu público-alvo, as *lives* de Bolsonaro são as principais “caras” deste governo. Entretanto, os estudos sobre o tema estão mais focados na emissão dos significados por parte do presidente (AGGIO; VAZ; CASTRO, 2022; FLORES, 2020) do que na recepção do seu público. Entender a recepção, via comentários, é identificar os momentos de descolamento e aproximações e, com isso, analisar o objeto a partir da ampliação do seu componente social e/ou de massa.

O viés social desta pesquisa, qual seja a verificação do comportamento político em um nicho digital importante para a política brasileira, logo remeteu à importância de contextualizar seu objeto. Imagina-se, então, a relação entre três elementos: i) o uso de uma plataforma popular que combina elementos de mídia tradicional, na forma de vídeos e de mídia alternativa, com a possibilidade de fazer comentários nos vídeos; ii) a mudança do contexto político brasileiro par-e-passo aos avanços tecnológicos; e iii) a importância da mídia alternativa, em específico o YouTube, para a comunicação de um presidente como o resultado do processo de

transformação do contexto político, observado na década de 2010 (MOURA; COBERLINI, 2019) e, ao mesmo tempo, esta mesma plataforma serve de espaço para a comunicação dos usuários com o presidente e entre eles. Em síntese, esta pesquisa almeja investigar as opiniões e os padrões de comportamento dos comentaristas das *lives* semanais de Bolsonaro, entre 2019 e 2021, visto que entender esse comportamento é entender mais sobre a base de sustentação dos fenômenos que alteraram a ordem política vigente no início da década passada.

A transformação desse contexto político foi e é tracionada e sustentada, ao menos em partes, pelo fenômeno mais conhecido como Nova Direita. Apesar do nome em singular, não é absurdo pensar em “Novas Direitas”. Para Rocha (2018a), os movimentos da “Nova Direita” podem ser divididos em grupos, alguns criados na internet, outros originados fora dela, como é o caso do Vem Pra Rua. A pluralidade é uma marca fundamental para as ramificações que compõem a “Nova Direita”, o que impede qualquer tentativa de considerar esse bloco como algo totalmente homogêneo. Portanto, a Nova Direita é integrada por pessoas com pautas variadas, desde o foco na corrupção ao foco na economia ou, até mesmo, grupos orientados pelo antipetismo (ROCHA, 2018a). Adicionalmente, há um importante grupo que forma a Nova Direita: os evangélicos, que tem a “defesa da família” como agenda “capaz de mobilizar sentimentos morais e formar alianças na esfera pública entre setores conservadores distintos” (ALENCAR, 2018, p. 116). A pluralidade da Nova Direita é característica que se mostra ser vital para entender os pontos de proximidade e rupturas com Jair Bolsonaro ao longo de seu governo, cujas narrativas estão “eternizadas” nos comentários nas *lives* do então presidente da República e que compõem o objeto central desta tese. Dada a importância dessa pluralidade, o tema será aprofundado na seção correspondente.

A relação entre Nova Direita e o presidente Jair Bolsonaro também encontra embasamento no estudo de Kleina e Sampaio (2020). De acordo com os autores, é possível encontrar aproximações entre o fenômeno da Nova Direita e algumas práticas e pensamentos defendidos pelo presidente da República: este tema será aprofundado ao longo das seções desta tese. Ainda, é interessante afirmar que “embora nem todos os adeptos desse espectro político necessariamente façam parte da base de apoiadores do governo, todos compartilham de uma origem em comum e trazem valores e pautas convergentes” (KLEINA; SAMPAIO, 2020, p. 33).

A afirmação do parágrafo anterior remete à ideia de que a Nova Direita não implica por si só a ideia de total alinhamento com os “mandamentos” bolsonaristas, vez que é razoável admitir a existência de uma série de conflitos entre a “Nova Direita” e os defensores mais ferrenhos do presidente e de seu governo. Entretanto, conforme o estudo de Kleina e Sampaio (2020), seria tarefa demasiadamente complexa – e com altas chances de fracasso – sustentar o argumento de que a Nova Direita não ajudou o bolsonarismo chegar ao poder nas últimas eleições presidenciais. Logo, há margem para afirmar que a relação entre a Nova Direita – considerando sua pluralidade enquanto fenômeno amplo – e o bolsonarismo é marcada por aproximações e afastamentos, processo este, ocasionado em relações inconstantes e heterogêneas.

As escolhas comunicacionais de Jair Bolsonaro para com os seus apoiadores, mais conhecidos por bolsonaristas, têm nas redes sociais digitais o seu alicerce mais forte. O YouTube desponta como rede diferencial em relação às outras por viabilizar a transmissão por vídeo e, diferentemente do Facebook, por permitir a coleta dos dados de modo mais prático e em respeito aos protocolos de segurança e privacidade estabelecidos pela própria plataforma. Portanto, o YouTube se mostra como rede mais eficaz para se entender, em profundidade, as posições e os comportamentos políticos ao longo de três anos de dados.

Pesa a favor do YouTube, também, a proximidade que o próprio presidente deu para a plataforma como meio de oposição a tradicionais veículos de imprensa: duas semanas após o segundo turno das eleições presidenciais de 2018; mais precisamente, no dia 12 de novembro daquele ano, o presidente recém-eleito Jair Bolsonaro foi às suas redes sociais para recomendar aos seus apoiadores uma lista de seis canais no YouTube que, segundo ele, seriam “opções de excelentes canais de informação” na plataforma.¹

As opções recomendadas por Bolsonaro dariam o tom da estratégia de comunicação do governo nos meses e anos que se seguiram, forte utilização das redes sociais mais populares (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube) pelo governo e, por outro lado, apoio e divulgação aos influenciadores digitais bolsonaristas nessas mesmas plataformas. A preferência comunicacional de Bolsonaro pelas redes sociais foi posta em prática logo no primeiro dia de governo. Influenciadores digitais, como os

¹ Link para o tweet: <https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1061809199196368896>.

YouTubers Nando Moura e Allan dos Santos foram convidados de honra do presidente², ao mesmo tempo em que jornalistas que cobriam a posse sofreram diversas restrições em uma recepção até certo ponto hostil, incluindo confinamento por sete horas e acesso limitado a água e banheiros (RIBEIRO, 2019).

A contraposição entre meios tradicionais de comunicação e as redes sociais digitais foi e é a tônica da retórica bolsonarista em relação à confiabilidade das informações sobre o governo de Jair Bolsonaro. Em estudo recente sobre a construção de objetos de discurso na narrativa bolsonaristas em plena pandemia de COVID-19, Marques (2021) decupa pronunciamentos do próprio presidente da República e conclui que o termo “grande mídia” é uma referência crítica à imprensa tradicional, e não raro, está associada à concepção de “contra tudo e contra todos”. Nesse contexto, a “grande mídia” surge na retórica bolsonarista como opositora do próprio governo.

A autora também conclui que a estratégia da utilização das *lives* de Bolsonaro é a defesa do próprio presidente de um modelo comunicacional independente dos conglomerados que supostamente seriam os seus opositores. Não menos importante, as declarações de Bolsonaro, por meio de suas *lives*, são consideradas a partir do seu “valor perlocucionário [...] por estes produzirem frequentemente certos efeitos sobre os pensamentos e ações da audiência” (MARQUES, 2021, p. 8). Ou seja, analisar os comentários das *lives* é importante para averiguar este valor perlocucionário identificado pela autora.

A importância declarada pelo presidente Jair Bolsonaro em relação ao YouTube considera as potencialidades desta rede em uma situação de desenvolvimento tecnológico que permite, cada vez mais, a reprodução de conteúdo mais pesado como os vídeos. Para além da discussão sobre o desenvolvimento tecnológico e a acessibilidade às redes digitais está o debate sobre a importância das *lives* semanais de Bolsonaro como um espaço caracterizado por “câmara de eco”. A partir da ideia de que as câmaras de eco funcionam como construções de redes de transmissão de informações e interpretações (JASNY; WAGGLE; FISCHER, 2015), as *lives* presidenciais se encaixam nesse contexto.

² Bastidores da Posse de Jair Bolsonaro (Reprodução – Nando Moura): <https://www.youtube.com/watch?v=hziieqyx5Q>.

Outro elemento importante para a defesa das *lives* no *YouTube* como câmaras de eco é o modo de comunicação possibilitado pela plataforma, ou seja, ao invés da tão conhecida lógica emissor-receptor, o espaço onde ocorrem as transmissões semanais são caracterizadas por serem multi-dirigidas. Nelas, Bolsonaro se comunica com os comentadores, lê os comentários e, não raro, se mostra pautado por eles. Em outro sentido, os comentadores repercutem o que é dito pelo presidente, trazem novos conteúdos que, por vezes, pouco ou nada tem a ver com os temas e assuntos aplicados nas transmissões.

Há também uma outra potencialidade das *lives* de Jair Bolsonaro: o populismo digital. Apesar de não ser o foco teórico desta tese, o populismo digital é um traço importante que contorna as potencialidades do *YouTube* voltadas à política não só em nível nacional, como também, a plano internacional (AZEVEDO, 2019). Em artigo sobre a comunicação digital de teor populista por parte de Jair Bolsonaro, o autor entende que o populismo pode ser entendido “como um estilo discursivo, caracterizado por determinados aspectos que dizem respeito à forma e ao conteúdo das mensagens, e que pode ser empregado por qualquer ator político, em maior ou menor grau” (AZEVEDO, 2019, p. 7). No caso, o autor faz o diagnóstico de algumas práticas discursivas de teor populista, dentre elas, estão as críticas a uma determinada elite e a aproximação de sua imagem ao “povo”.

Talvez o maior ponto de encontro entre a literatura sobre populismo digital e o objeto desta tese resida na ideia de que este é uma característica comunicacional que encontra, no *YouTube*, um espaço importante para que atores políticos consigam mobilizar o seu eleitorado em períodos variados (pré, durante e após as eleições). Se o recurso discursivo utilizado por Bolsonaro nas suas *lives* semanais não é o foco desta tese, a recepção do seu público via comentários certamente o é. Nessa discussão, é possível complementar a interpretação de populismo de Azevedo (2019) e de tecnopopulismo pós-ideológico de Da Empoli (2020): enquanto o primeiro abrange o conceito discursivo, por parte do ator, o segundo engloba a questão técnica, intrínseca às ferramentas. Trata-se de saber moldar o discurso para a mobilização de massas por um longo período de tempo, cuja importância dos algoritmos das redes é fundamental nesse cálculo da comunicação política digital.

Em estudo sobre o populismo nos Estados Unidos, na década de 2010, Inglehart e Norris (2016) se debruçam sobre as percepções a respeito do populismo e os seus impactos na vida política da sociedade norte americana. Além de apontarem

o teor polissêmico da palavra “populismo”, eles defendem que os ataques à adversários previamente definidos, como a imprensa e a constante polarização, são algumas de suas características principais. Na percepção de Azevedo (2019) e Inglehart e Norris (2016), o populismo está relacionado ao modo de saber trabalhar a comunicação no sentido de mobilizar as massas, ou maioria silenciosa, contra determinado alvo. Logo, a polarização acontece em relação aos papéis de “vítimas” e “vilões”, onde a massa silenciosa interpreta o papel dos primeiros, ao passo que as elites sociais, sejam elas do campo político, jornalístico, econômico, científico ou cultural, ocupam os papéis de vilões.

No contexto brasileiro, a imprensa também se configura como um ator central para o populismo. Considerada vilã pelo eixo populista (INGLEHART; NORRIS, 2016), a imprensa é alvo de críticas por Bolsonaro e seus apoiadores ao longo de todo o seu mandato (PEREIRA, 2021; FLORES, 2020). Em pesquisa voltada a entender o comportamento de Jair Bolsonaro em relação à imprensa no período da pandemia de COVID-19, Flores (2020) identifica que o presidente utilizou as suas *lives* semanais no YouTube como estratégia de comunicação direta com seu público, por meio da chamada “desintermediação”, ou seja, trata-se da dispensa da imprensa como intermediadora entre a população, os representantes políticos ou demais fontes.

Para Flores (2020), a intermediação da imprensa é o *mote* das críticas de apoiadores de Jair Bolsonaro onde a própria imprensa fabrica desinformação contra o presidente. Essa tensão já foi tópico pautado por Chadwick (2010) quando o autor analisou a transição para as formas híbridas de produção de notícias políticas, especialmente no que tange à possibilidade de veiculação de informações por atores que não fazem parte da imprensa tradicional. Referido autor também assinala que essa transição abre espaços para a geração de conflito entre os novos e tradicionais atores de produção de informação e, na possibilidade de certa “desimportância” da mediação via imprensa tradicional frente aos novos *players* dos meios digitais.

Flores (2020) também aponta que os atritos gerados por Bolsonaro contra a imprensa se acentuaram durante o período pandêmico, mais especificamente entre o final de março ao início de maio. Aspectos contextuais são lembrados pela autora para justificar essa escalada no tom de Bolsonaro contra a imprensa, como a saída do então ministro da Saúde, Luiz Henrique Mandetta, e do então ministro da Segurança Pública, Sergio Moro. Nas conclusões do estudo reside a afirmação de que Bolsonaro utilizou suas *lives* para reforçar a narrativa de não confiabilidade na imprensa,

espalhar desinformação sobre a pandemia e utilizar uma abordagem comunicacional mais amadora/informal de modo a tentar se aproximar de seu público. Ou seja, os achados de Flores (2020) corroboram, empiricamente, as afirmações de Inglehart e Norris (2016) sobre a prática do populismo enquanto estratégia comunicacional.

Retomando a definição sobre o populismo de Inglehart e Norris (2016), os autores afirmam que além da polarização há outras duas características que são os pilares das práticas populistas no contexto atual. A segunda característica principal é a de que os populistas podem apresentar tendências ao autoritarismo, “privilegiando o poder pessoal exercido por lideranças carismáticas que devem refletir a vontade do povo” (INGLEHART; NORRIS, 2016, p. 7), ao passo que o terceiro pilar é o comportamento cultural de teor nacionalista, avesso ao multiculturalismo, de caráter conservador/tradicionista em detrimento de valores sociais liberais. Para os autores, esses três eixos caracterizam o que é o populismo em seu caráter mais prático, ou seja, a polarização constante, a luta do “bem contra o mal”, a eleição de um representante maior para vocalizar suas narrativas e o seu caráter conservador com tendências autoritárias dão os contornos ao populismo que parece se aplicar não apenas ao caso norte-americano, como também ao caso brasileiro (INGLEHART; NORRIS, 2016).

Nesta conta pela mobilização política das massas (DIAS; FERNANDES, 2020), é razoável imaginar que nas *lives* há uma troca de significados entre Bolsonaro e seus comentadores, algo já identificado por Da Empoli (2020) no caso do Movimento 5 Estrelas, na Itália. Em resumo, é importante dizer que o teorizado por Inglehart e Norris (2016) quanto aos pilares do populismo é endossado pelos achados de Da Empoli (2020) sobre como as plataformas digitais amplificaram tais pilares, com o adicional de que, as redes viraram campo de estudo para o aprimoramento da comunicação populista.

Em um olhar especificamente direcionado ao funcionamento das redes sociais digitais, o conceito de câmara de eco se mostra como o mais adequado para explicar, ao menos em partes, o aspecto de bolha dessas plataformas. A câmara de eco ocorre quando usuários estão em ambientes digitais que reforçam suas posições e visões de mundo, locais em que há circulação de informações direcionadas que agradam esses usuários. Geralmente, há pouco espaço para a coexistência entre usuários que têm ideias polarizadas entre si. Trata-se, também, de um recorte da realidade, cujas informações são replicadas e originadas dentro desta câmara de eco. A formação das

câmaras de eco ocorre por um movimento duplo, orgânico e induzido. O movimento orgânico é formado pelas pessoas que entram nesses espaços para interagir com outras pessoas que compartilham visões em comum, já o movimento induzido se relaciona aos algoritmos das plataformas digitais, que trabalham para indicar conteúdos com base no comportamento de consumo digital por parte dos usuários (MORALES, 2019).

No caso do YouTube, a plataforma passa a recomendar vídeos para consumo de acordo com o cálculo algorítmico, levando em conta fatores, os vídeos que você já consumiu, o histórico de consumo desse perfil em relação aos canais existentes na plataforma e pesquisas feitas por esse usuário. Neste caso, deve-se considerar que o algoritmo do YouTube é constantemente atualizado/aprimorado (LOIOLA, 2018). O fenômeno de câmara de eco também contribui para a geração de efeitos colaterais pouco cívicos, por exemplo, a expansão do discurso de ódio fomentada pela segmentação crescente de conteúdo, o que amplifica a polarização. De acordo com Cinelli *et al.* (2021), em estudo sobre os impactos das câmaras de eco, a desinformação é vista como outro efeito colateral inerente à formação das bolhas digitais.

A discussão sobre as câmaras de eco é importante para esta pesquisa à medida em que o objeto central desta tese pode ser delimitado como uma bolha digital bolsonarista, fortemente polarizado contra opositores e um ambiente permeado por aglomerações de usuários com visões e opiniões político-ideológicas que tendem a homogeneidade. Esse processo de homogeneidade de opiniões é considerado como um dos fatores principais para a difusão de conteúdos, sejam eles, verdadeiros ou falsos (DEL VICARIO *et al.*, 2016).

Em simulações sobre o consumo de informações em grupos digitais, Del Vicario *et al.* (2016) descobriram que a construção de comunidades digitais traz efeitos como a “promoção do viés de confirmação, segregação e polarização [...], leva à proliferação de narrativas tendenciosas fomentada por rumores infundados, desconfiança e paranoia” (DEL VICARIO *et al.*, 2016, p. 558). Referidos autores se mostram pessimistas sobre encontrar uma solução para frear a disseminação de desinformação em bolhas digitais que considere os algoritmos como foco da solução. Trata-se, portanto, de olhar não só para as potencialidades da ferramenta, como também, para o comportamento político digital dessas comunidades.

Com base nas informações apresentadas, tanto nesta seção como nos tópicos posteriores, é possível afirmar que o YouTube se coloca como um importante objeto de análise multidisciplinar, sobretudo relacionado ao campo de Comunicação Política na subárea de Internet & Política, visto que se trata de uma plataforma de convergência entre a nova mídia – por meio das potencialidades digitais – e da velha mídia, por se tratar da plataforma focada em transmissões audiovisuais de maior popularidade no mercado.

Além disso, os conteúdos gerados no YouTube impactam em outras plataformas em períodos importantes da vida política brasileira, como bem apontado por Piaia e Alves (2020), em estudo sobre a disseminação das *lives* de Jair Bolsonaro como o principal conteúdo compartilhamento em grupos de WhatsApp bolsonaristas. Nesse aspecto, o YouTube pode ser considerado como uma plataforma de importante reforço da comunicação digital bolsonarista, tanto pelo viés de Jair Bolsonaro (por meio de suas *lives* e comentadores dessas *lives*), como também, por uma série de *youtubers* bolsonaristas e/ou antipetistas, a exemplo do protagonismo do YouTube como uma das plataformas mais importantes na formação da rede antipetista na eleição presidencial de 2014, evidenciada por Alves (2016).

Corroborado por estudos como Coruja (2017) e Sampaio *et al.* (2021), é possível afirmar que parece existir uma lacuna de pesquisas científicas relacionadas ao YouTube no campo de Internet e Política no Brasil. De acordo com esses estudos, o interesse científico sobre a plataforma em relação ao viés da Internet & Política ocorre em baixa escala. Além disso, o número de publicações sobre o tema é instável, o que dificulta um crescimento sólido no número de publicações científicas sobre a matéria. Ou seja, a presente pesquisa está situada no que parece ser uma verdadeira lacuna de estudos na seara que compreende a utilização do YouTube para identificar o comportamento político de um importante nicho político no país.

Além de ser um espaço que pode ser caracterizado como uma câmara de eco e um espaço propício para o exercício do populismo digital entendido como recurso discursivo (AZEVEDO, 2019; INGLEHART; NORRIS, 2016) e tecnopopulismo pós-ideológico por meio dos seus algoritmos (DA EMPOLI, 2020), a plataforma do YouTube não raramente é povoada por usuários anônimos, o que pode gerar a sensação, *a priori*, de que estes perfis possam ser caracterizados como “agentes do caos” no sentido definido por Da Empoli (2020). Investigar a participação desses perfis é também, comparar se há alterações do comportamento político digital entre perfis

comentadores anonimizados e não anonimizados. Esta é uma das etapas de investigação desta pesquisa.

De modo sintético, o comportamento político digital será analisado a partir das métricas de: i) reflexividade (JENSEN, 2003); ii) valência (DOXA, 1998) em relação a Jair Bolsonaro; iii) anonimato, a luz das informações trazidas por Stephens-Dawidovitz (2017); e, iv) temporalidade. Os temas e alvos também fazem parte do escopo. A discussão sobre essas variáveis é aprofundada na seção teórica desta tese. Entretanto, cabe introduzir que a combinação dessas variáveis é útil no sentido de verificar o “como” algo é dito nos comentários que citam Jair Bolsonaro nas suas *lives* semanais.

O anonimato foi e continua sendo alvo de estudos em âmbito interdisciplinar. Estudantes, pesquisadores, professores e profissionais do mercado entendem o anonimato como peça fundamental para analisar comportamentos no mundo digital. Sobre esse tema, um dos estudos recentes é a obra “*Everybody Lies: Big Data, New Data, and What the Internet Can Tell Us About Who We Really Are*”, de Seth Stephens-Davidowitz, ex-cientista de dados do Google. Publicada em 2017, a obra mostra como o anonimato é a principal ferramenta para “extrair a verdade” dos usuários de internet – que, por vezes, recai em recursos radicalizados. Esses recursos, quando surgirem, serão analisados a partir da variável reflexividade (JENSEN, 2003): esta variável separa o comportamento do comentário em três níveis: i) radicalização³; ii) progresso/debate não radicalizado e munido de informações; ou iii) persuasão (JENSEN, 2014).

Diante da contemporânea conjuntura política e comunicacional, a pergunta de pesquisa deste estudo é: Quais são as principais características dos comentários que nas *lives* semanais de Jair Bolsonaro em seu canal YouTube? Para responder essa pergunta, a divisão desta pesquisa se dá em duas grandes seções: a primeira teórica e, a segunda, empírica.

Com o objetivo de analisar o comportamento digital, via comentários, nas *lives* de Jair Bolsonaro, o problema da pesquisa foi pensado de modo a abarcar boa parte das especificidades apresentadas pelo YouTube no que diz respeito aos comentários,

³ O termo “radicalização” é usado nesta tese como categoria da variável reflexividade (JENSEN, 2003), e não tem o objetivo de denominar Jair Bolsonaro ou seus apoiadores como radicais: neste caso, sugere-se a acepção do conceito de extremismo adotada por Silva *et al.* (2014) para atitudes/falas mais incisivas do presidente e/ou de demais bolsonaristas.

como àquelas relacionadas ao potencial que o anonimato pode apresentar na alteração do comportamento de determinado usuário, em relação ao seu comentário. Logo, o exposto quer dizer que às especificidades dos comentários sobre Jair Bolsonaro também serão analisadas a partir da identificação, ou não, do perfil comentador.

Nesse sentido, o tema desta pesquisa diz respeito à comunicação política digital com enfoque em temas que possam envolver eventuais conflitos, como é o caso das redes sociais digitais, quais sejam, “arenas de brigas políticas” (SILVA, 2017a). Recapitulando os últimos parágrafos, observa-se até aqui o envolvimento de elementos pulsantes na sociedade: de um lado, tem-se a mudança do contexto político que levou à ascensão do conservadorismo ao maior cargo político do país; por outro, a utilização das redes como meio prioritário de comunicação do presidente da República, movimento que ocorre em meio aos conflitos entre o governo e a imprensa tradicional. O YouTube, por suas características intrínsecas – popular para o nicho analisado, audiovisual com possibilidade de comentários somada as não restrições para coleta de dados – é plataforma vital para se entender como se dá o comportamento político destes que apoiam o presidente, além de minuciosamente analisar a mudança (ou continuidade) do comportamento político ao longo dos anos.

A organização desta tese se divide em dois momentos. O primeiro deles é o teórico. O momento teórico está segmentado na discussão dos três pilares: i) comportamento político; ii) YouTube e Política; e, iii) Nova Direita. A criação destes eixos é justificada à medida que eles dão conta de abarcar o fenômeno analisado em suas diferentes frentes: em primeiro momento, a seção “comportamento político” abarca o ponto central da análise à medida que aponta as bases teóricas que sustentam e contextualizam parte do objeto estudado. O tópico “YouTube e Política” é o vital cruzamento entre teoria e prática: defende-se que aqui se dá o encontro mais tangível entre os efeitos que uma plataforma pode ocasionar no modo de se produzir política e, em paralelo, como a política se atualiza ao ponto de instrumentalizar essas ferramentas ao seu favor. Finalmente, a seção “Nova Direita” é importante para contextualizar o fenômeno político que conseguiu eleger um presidente de República e, ainda, o tornou o político brasileiro mais popular nas redes sociais digitais e, o terceiro chefe de governo mais popular do mundo nessas plataformas (PASSARELLI, 2020).

O segundo momento desta tese é o empírico, que congrega as seções de metodologia, resultados e discussões. A seção metodológica traz, com maior profundidade, os fundamentos que nortearam a coleta, a produção e a análise dos dados. Os comentários foram analisados via amostragem representativa, com 95% nível de confiança por meio do *software* de monitoramento digital e análise de dados chamado V-Tracker⁴; classificou-se de acordo com livro de códigos que considera as seguintes variáveis: “tema do comentário”, “alvo crítico” e “valência do comentário” (positiva/favorável, negativa/crítica ou neutra em relação a Jair Bolsonaro). Também gerou-se amostras para mensurar a “reflexividade do comentário” (JENSEN, 2003; JENSEN, 2014) e o comportamento de perfis anônimos. Delimitados os eixos estruturantes desta tese, a discussão nas próximas páginas recairá sobre a tríade: comportamento político, YouTube e Política e Nova Direita. Posteriormente, a seção empírica segue a ordenação em Metodologia, Resultados e Discussão.

⁴ Link de acesso para o software: <https://www.vtracker.com.br/>.

2 COMPORTAMENTO POLÍTICO

Os impactos das novas mídias nas práticas sociais, principalmente àquelas que tangem – direta ou indiretamente às práticas cívicas – não podem ser consideradas como uma novidade para o campo da Comunicação e Política. Para Gomes (2005), boa parte dos pesquisadores do campo de Internet & Política buscam há décadas (e ainda buscam) compreender “se” e “como” as ferramentas digitais de comunicação podem ajudar a resolver o problema do chamado “*déficit* democrático” nas sociedades contemporâneas.

O *déficit* democrático pode ser entendido, no contexto apresentado, como o distanciamento do envolvimento da população para com os assuntos que lhe são comuns. Para o autor, a relação entre participação *online* e política se dá no campo que envolve os elementos de “participação, engajamento cívico e tecnologia para comunicações digitais *on-line*” (GOMES, 2017, p. 17). O autor ainda defende que “manifestar-se num fórum eletrônico, ou numa consulta orçamentária digital e postar vídeos políticos são formas de participação na vida pública e/ou no jogo político” (GOMES, 2017, p. 35). Logo, a proposição deste projeto de tese se encaixa na conceituação elencada por Gomes (2017) no âmbito dos estudos do campo de Internet & Política, vez que a manifestação política em plataformas eletrônicas é considerada como uma forma de participação política.

Em levantamento realizado no âmbito da participação política, Nichols (2018) identificou as principais correntes teóricas a respeito da relação envolvendo internet e política desde os anos 1980. Referido estudo aponta para a existência de ao menos três grandes grupos teóricos: o primeiro, pode ser considerado como a corrente otimista sobre os efeitos da internet para a participação dos indivíduos sob a ótica do envolvimento nas práticas políticas. Para esta corrente, os custos para se participar da vida política se tornaram menores com a chegada da internet. Assim, a corrente otimista considera, de modo determinista, que o meio causaria impactos positivos na redução daquilo que Gomes (2005) entende por *déficit* democrático.

A segunda grande corrente de pensamento é temporalmente mais recente do que a primeira. Podendo ser denominada como “corrente pessimista sobre os efeitos da internet”, tal linha de pensamento envolveu pesquisadores que se colocam criticamente à ideia de que a internet seria a salvação dos problemas democráticos do mundo contemporâneo. Do mesmo modo que a primeira, também é possível

afirmar, segundo Nichols (2018), que esta corrente é também determinista, visto o fato de que suas principais afirmações dão conta que a internet seria maléfica para as práticas cívicas e, ainda, um potencial ameaçador da ordem democrática das sociedades contemporâneas.

Em contraponto ao pensamento determinista apresentado pelas duas correntes anteriores, a mais moderna e contemporânea linha de pensamento apresenta um entendimento mais holístico sobre a relação entre novos meios de comunicação e as práticas cívicas/democráticas dos indivíduos. Essa corrente teórica tira o peso determinista da ferramenta e passa a considerá-la até certo ponto “neutra” e dependente da intencionalidade de quem a está utilizando.

Dessa forma, a corrente atual dos estudos que envolvem internet e política deixa de considerar o meio bom ou ruim para a solução de problemas democráticos, ao passo que torna a considerar o meio bom ou ruim para a democracia a depender do indivíduo (GOMES, 2005). Logo, a potencialidade do objeto será determinada pelo comportamento do usuário, característica que torna o debate sobre comportamento político nas redes sociais digitais ainda mais necessária em tempos de comunicação política intermediada pelas plataformas *on-line*. A discussão não trata de “tirar o peso” ou a responsabilidade das ferramentas, nem tampouco diminuiu características atreladas à capacidade da rede em influenciar a experiência dos usuários – temas que são inerentes aos estudos sobre a relação entre algoritmos e política, que não é o foco desta tese. Ao fim e ao cabo, o debate contemporâneo no campo de Internet & Política parece ter alcançado à esfera do comportamento político digital, voltando seus esforços a compreender características do debate político digital ao longo do tempo (CERVI; MOREIRA; CARLOMAGNO, 2015; MITOZO; MASSUCHIN; CARVALHO, 2017; BUCKSTEGGE; GONÇALVES, 2015; SAMPAIO; BRAGATTO; NICOLÁS, 2016; SILVA; FRANCISCO; SAMPAIO, 2021).

Diversos são os exemplos sobre como a popularização das redes sociais digitais impactou no modo de fazer campanhas eleitorais (PETROLA, 2019; CERVI, 2016; FGV, 2018; MASSIMINO; FREITAS, 2018; SANTOS, OLIVEIRA, 2018). Se parágrafos acima o ponto central do debate estava nas possibilidades do meio comunicacional modificar a política, a reflexão de agora dedica-se a abordar casos mais evidentes, em nível mundial, onde a digitalização da política e o comportamento político digital foram instrumentalizados para causar alterações sensíveis na ordem política vigente.

Autores como Da Empoli (2020) se debruçaram para entender como o modo de se fazer política foi alterado pelas redes sociais digitais nos últimos anos. Em seu livro intitulado “Os Engenheiros do Caos”, Da Empoli enxerga a profissionalização do uso das plataformas digitais orientadas para a obtenção de benefícios políticos por determinadas vertentes/personalidades/legendas partidárias. O autor denomina “engenheiros do caos” como a profissão daqueles que conseguiram enxergar, em meio aos algoritmos, o modo de funcionamento das redes digitais a fim de dominar o debate político.

Da Empoli (2020) cita que, em casos específicos, partidos e políticos sem expressão conseguiram vencer eleições de destaque em vários países, como o caso da Itália e o Movimento 5 Estrelas. Para o autor, o caso italiano demonstra que “o poder foi conquistado por uma forma nova de tecnopopulismo pós-ideológico, fundado não em ideias, mas em algoritmos disponibilizados pelos engenheiros do caos” (DA EMPOLI, 2020, p. 40-41).

A afirmação de Da Empoli (2020) entende que o comportamento político nas redes digitais tem sido analisado pelos chamados “engenheiros do caos”. Esses engenheiros, interpretando as narrativas e canalizando-as em demandas, conseguem estipular candidaturas que deem conta, ao menos no imaginário popular, de suprir os anseios da população. Logo, as redes sociais digitais, mais do que simples meio de comunicação, são ambientes onde as informações estão armazenadas e, a partir da coleta e interpretação dos dados, tem-se a identificação do comportamento político dos eleitores de determinado país. Em resumo, estar sob a posse desses dados é, em última análise, deter o material que compõe os medos, as expectativas, as frustrações, os ataques e os apoios a determinados temas, pessoas, partidos, etc.

Para Da Empoli (2020), a extrema-direita soube, até aqui, interpretar melhor o funcionamento das redes e aplicá-los a seu favor. O autor descreve, além do caso italiano, os exemplos de Viktor Orban na Hungria, e Jair Bolsonaro no Brasil. Da Empoli credita o comportamento político associado aos algoritmos das plataformas como a combinação perfeita para a eclosão de uma série de narrativas orientadas para conteúdos mais extremos. O autor também traz a declaração do ex-funcionário do YouTube, Guillaume Chaslot, onde afirma que o algoritmo da plataforma responsável pela maioria dos vídeos assistidos na plataforma foi concebido “para impulsionar o público na direção dos conteúdos mais extremos, maximizando o nível de engajamento até seus limites” (DA EMPOLI, 2020, p. 81).

Talvez a maior contribuição de Da Empoli (2020) para a discussão dos impactos dos “engenheiros do caos” para a comunicação política reside na sua reflexão acerca do comportamento político digital em plataformas como o YouTube. Para ele, a chegada das redes sociais e a imbricação delas com a política – no caso do YouTube, através da publicação de vídeos e dos comentários em resposta ao próprio vídeo – permitem uma importante vantagem: a quantificação de comportamentos com base em um fluxo maciço de dados digitais. A partir da quantificação em larga escala, é possível mensurar os comportamentos políticos *on-line*, tornando o ofício do pesquisador de comunicação política análogo, em certos casos, ao do físico.

Na analogia acima, o autor defende que a “chegada do Big Data poderia ser comparada à invenção do microscópio” (DA EMPOLI, 2020, p. 152), visto que agora é possível o aprofundamento da investigação do comportamento político digital para setores mais específicos da sociedade. Este detalhamento da informação em larga escala é um avanço ao permitir a mensuração dos comportamentos a menor custo, com maior comodidade, segmentação e rapidez.

Stephens-Davidowitz (2018) também utiliza a noção de microscópio e telescópio para descrever acerca do comportamento digital. Segundo o autor, um dia do século XXI é o suficiente para a produção de 2,5 milhões de terabytes de dados – o que por si só já estabelece a força das redes sociais digitais como espaço onde o comportamento é aflorado. De acordo com o autor, o microscópio revolucionou ao mostrar em detalhes o que há em um pequeno fragmento, ao passo que o telescópio demonstra que a visão do ser humano não consegue dar conta da abrangência do espaço. Nesta lógica, “os novos dados digitais, agora, nos mostram que existe mais na sociedade humana do que pensamos ver. Eles podem ser o microscópio ou o telescópio de nossa era – possibilitando percepções importantes e até revolucionárias” (STEPHENS-DAVIDOWITZ, 2018, p. 28).

É a partir da obra de Stephens-Davidowitz, intitulada “Todo mundo mente: Big Data, novos dados e o que a internet nos diz sobre quem realmente somos”, que há um avanço em relação a discussão sobre o anonimato e o comportamento digital. Para o ex-Google, o anonimato é a chave da obtenção do que ele chama de “soro da verdade digital”. Isso ocorre porque, segundo ele, é sob a condição de anonimato que as pessoas perdem os seus filtros como o senso de julgamento social. Por estarem submersos na sensação de invisibilidade, estas mesmas pessoas tendem a expressar

os seus sentimentos mais sinceros – algo que, para Stephens-Davidowitz (2018), é mais difícil em outros métodos de avaliação de comportamento, como as pesquisas quanti e qualitativas tradicionais. Nesse caso, o anonimato tende a aflorar emoções negativas, como tristeza e ódio.

O autor traz um caso emblemático para sustentar o argumento acima: enquanto Obama vencia sua primeira eleição e realizava o seu discurso de posse, verificava que em alguns estados dos Estados Unidos “houve mais buscas (no Google) por *nigger president* [presidente crioulo] do que por “*first black president*” [primeiro presidente negro]” (STEPHENS-DAVIDOWITZ, 2018, p. 20).

Ao desenvolver um mapa do racismo com base nas buscas do Google, nos Estados Unidos, o autor também conseguiu comprovar a correlação entre estados com alto número de buscas racistas no Google e o baixo desempenho eleitoral de Obama naqueles estados: inclusive, este foi o único fator explicativo para o baixo desempenho eleitoral, vez que as variáveis sociodemográficas não foram capazes de explicar a péssima performance nos estados analisados. Aqui é mais um caso onde o anonimato se transforma em emoções negativas sob a pretensa sensação de invisibilidade e, conseqüentemente, impunidade.

Anos antes das obras de Stephens-Davidowitz (2018) e de Da Empoli (2020), Ribeiro, Borba e Hansen (2016) apontam que a utilização do meio virtual para a manifestação política representa um cenário no qual a “sociedade civil expressa suas demandas através de grupos de interesse [...] que têm como função levar essas demandas para o espaço público a fim de que cheguem ao Executivo e Legislativo com o objetivo de influenciar a agenda política” (RIBEIRO; BORBA; HANSEN, 2016, p. 506).

Em resumo, os pesquisadores identificam que o uso da internet para fins políticos demonstra o comportamento de um grupo de pessoas orientadas por uma causa em comum: tais demandas, quando captadas pelos partidos políticos, conseguem influenciar a política nos moldes do que foi observado e analisado por Giuliano Da Empoli. Novamente, a análise de um grande conjunto de dados digitais permite o diagnóstico de determinada fatia da sociedade civil: neste caso, os espectadores das *lives* de Jair Bolsonaro.

Outra contribuição relevante da obra de Ribeiro, Borba e Hansen (2016) para a discussão nesta tese de doutorado está na importância do comportamento dos usuários para a discussão e/ou obtenção de informações políticas no ambiente digital.

Em interpretação da obra de Pippa Norris (2001), a noção de “pregação para os convertidos” é reforçada ao passo que o comportamento político é tido como elemento fundamental para que um usuário tenha vontade de engajar das discussões. Nessa lógica, usuários desinteressados por assuntos políticos tendem a ficar à margem das discussões sobre o tema, ao passo que os fóruns – e, por que não, as *lives* presidenciais – tendem a estar repletos de usuários engajados na discussão política.

Engajamento, inclusive, é a palavra-chave quando se pensa as redes sociais digitais. Como comentado acima, Da Empoli (2020) traz a declaração de Guillaume Chaslot onde explica que o algoritmo da plataforma leva os usuários aos vídeos mais extremistas, sensacionalistas e, por muitas vezes, com conteúdo falso. Não raro, assuntos como terra plana, discussões antivacina e conteúdos contra instituições democráticas viralizam na rede – tanto em visualizações, como em comentários. Na lógica das redes, mais tempo de tela é tendência de maior engajamento – e é exatamente aqui que o YouTube se destaca.

Outro texto relevante para discutir sobre o comportamento político nas redes virtuais é o de Mejias e Couldry (2019) sobre “dataficação”. Segundo os autores, o conceito de dataficação é um “fenômeno contemporâneo que se refere à quantificação da vida humana através de informações digitais” (MEJIAS; COULDRY, 2019, p. 1). A dataficação, por si, remonta a ideia de que tudo o que se faz nas redes digitais pode ser quantificado de certa forma. Para aprofundar a discussão, os autores trazem o entendimento de Kitchin (2014) em que os dados digitais são formas de representação do mundo abstrato a partir de categorias, de modo a fornecer informações a vida humana no ambiente virtual. Conceito originado das reflexões teóricas acerca das potencialidades do Big Data, a dataficação ocorre a partir de dois processos segundo os autores:

A dataficação combina dois processos: a transformação da vida humana em dados por meio de processos de quantificação e geração de diferentes tipos de valor a partir dos dados. Apesar de ser desajeitado, o termo dataficação é necessário porque sinaliza um novo e histórico método de quantificar os elementos da vida que até agora não foram quantificados nesta extensão. (MEJIAS; COULDRY, 2019, p. 3, tradução nossa).

A definição de dataficação de Mejias e Couldry (2019) se aproxima das metáforas de telescópio e microscópio identificadas em Stephens-Dawidovitz (2018) e Da Empoli (2020). Nos três casos, a quantificação de dados digitais é uma forma de

mensurar, dentre outras possibilidades, o comportamento e as opiniões de uma ou mais pessoas. Os dois processos comentados por Mejias e Couldry (2019) inerentes à dataficação conferem à prática a possibilidade de que suas consequências sejam benéficas ou maléficas para um determinado indivíduo, empresa, sociedade ou governo.

O componente crítico da dataficação deriva da intencionalidade do(a) pesquisador(a) ou *data scientist* ao analisar os dados. Conforme observado acima, a quantificação dos dados e, principalmente, a valoração dos resultados, podem apresentar riscos caso a intencionalidade do(a) analista esteja calcada em princípios pouco cívicos. Não raro, as intencionalidades críticas, como apontadas pelos autores, são motivos de preocupação quando relacionadas à vontade de monetizar os dados coletados. Nesse cenário, a dataficação como ponto de partida para investigação do comportamento humano dá lugar a práticas, tais como, a venda de dados dos usuários de determinada rede digital para um grupo empresarial, por exemplo.

No sentido de debater sobre o processo de obtenção do comportamento através dos dados digitais, a discussão de Mejias e Couldry (2019) sobre os protocolos que orientam a dataficação são muito úteis para esta tese, vez que o protocolo metodológico está baseado na dataficação de um segmento específico – comentários nas *lives* semanais de Jair Bolsonaro entre 2019 e 2021.

A discussão sobre os protocolos da primeira etapa da dataficação envolvem, segundo os autores, mais do que apenas definir o *software* de coleta dos dados. Para os autores, a primeira etapa está relacionada também à infraestrutura da rede digital em que os dados serão obtidos. Nessa reflexão, as informações obtidas pela etapa da coleta estão limitadas às permissões da plataforma.

Em momento posterior à coleta, Mejias e Couldry (2019) destacam que o passo mais importante está na transformação do que é “social” para algo “contável”. Trata-se, em resumo, de categorizar as informações de modo que elas possam ser analisadas em larga escala. O processo de quantificação do “social”, para os autores, ocorre para poder representar, em categorias, o mundo abstrato. Esta etapa é vista como delicada pois demanda certo nível de conhecimento tanto sobre os protocolos técnicos como, também, do “social” que está sendo quantificado.

Até aqui, os processos da dataficação comentados por Mejias e Couldry (2019) foram utilizados por Stephens-Dawidovitz (2018) na sua quantificação do social a partir das buscas dos americanos no Google Trends e, em outra esfera, foi

comentada por Da Empoli (2020) ao explicar o fenômeno do Movimento 5 Estrelas na Itália e na ascensão de figuras da Nova Direita no Brasil, além do uso pouco cívico da grande quantidade de dados do Facebook pela empresa Cambridge Analytica, que marcou o contexto político-digital da vitória de Donald Trump na eleição presidencial americana de 2016.

As duas frentes discutidas por Mejias e Couldry (2019) – i) coleta, quantificação e análise; e ii) intencionalidade e uso por parte de quem está coletando, quantificando e analisando – dialogam com o desenho desta tese. A primeira frente mostra que o processo da dataficação é importante para validar a discussão teórica sobre a metodologia por detrás da análise sobre o comportamento político digital. Já a segunda frente aponta para a conjuntura tecno-política na qual esta tese se engloba, vez que os princípios metodológicos utilizados nesta pesquisa desencadeiam outras discussões, como a ética do processo e quais os limites da dataficação e como esta técnica pode ser utilizada para finalidades como espionagem ou para questões apontadas por Da Empoli (2020).

Retomando a discussão de Da Empoli (2020) sobre o uso das redes digitais e as sensações que provocam comportamentos, o engajamento é maior em temas extremistas pois eles trazem sensações fortes como: o medo, a revolta ou a sensação de perigo. Para o autor, Jair Bolsonaro pode ser considerado um dos grandes exemplos em que a instrumentalização das redes sociais digitais gerou grande alteração da vida política no país. A utilização das redes para identificar as demandas da sociedade e encampar a revolta contra o *status quo* da época são dois dos principais ativos do presidente Jair Bolsonaro nos últimos anos.

Entretanto, a mobilização digital não ocorreu por meio de apenas uma conta oficial. Como já comentado, diversos influenciadores bolsonaristas tomaram as redes sociais e viralizaram conteúdos não só pró-Bolsonaro, como também contra os seus adversários. Isto reforça a noção de engajamento e comportamento orientado por uma finalidade apontados por Ribeiro, Borba e Hansen (2016). Em linhas gerais, em um espaço até então pouco mobilizado politicamente como as redes virtuais, o bolsonarismo⁵ se arraigou e continua fortalecido – números atuais mostram que a

⁵ Bolsonarismo é aqui entendido como um movimento de “apoio à figura de Jair Bolsonaro baseado em um discurso antissistema de caráter populista” (ROCHA; SOLANO, 2020, p. 2).

popularidade digital do presidente é maior do que a soma dos seus concorrentes à disputa pela presidência da República em 2022 (VELEDA, 2021).

No contexto eleitoral de 2018, muito se comentou sobre a radicalização política e discurso de ódio (NASCIMENTO; SILVA, 2018; OLIVEIRA, 2018; VANZAN, 2021; ROMANINI; MIELLI, 2019; GONÇALVES; ATASSIO, 2021; CIOCCARI; PERSICHETTI, 2018; LUCENA, 2019). Conceito vital para esta tese, a concepção do termo “radicalização política *on-line*”, muito utilizada no campo de Internet & Política no Brasil (NICHOLS, 2018; BOZZA, 2018; NICHOLS; MENDONÇA, 2017; CARVALHO; MASSUCHIN; MITOZO, 2018; CHAIA; BRUGNAGO, 2014; CERVI; CARVALHO, 2018; FERREIRA, 2020) tem sua origem enraizada na discussão sobre o comportamento dos participantes de debates na esfera digital.

Muitos caminhos distintos foram traçados por teóricos do campo da I&P em todo o mundo acerca das possibilidades que o meio virtual oferece para diversas práticas relacionadas ao exercício da cidadania, incluindo a prática da participação política, seja ela, institucional ou informal – denotando aqui o desinteresse desta tese na discussão sobre a deliberação digital em sua acepção mais ortodoxa. Logo, não é objetivo refletir sobre suposta conversão da prática digital, bem como a sua possível efetividade, em votos para determinado(a) candidato(a), pois esta tarefa escapa dos objetivos propostos e, na esteira da desconexão com a tese, sua aspiração também é de difícil comprovação científica com a aplicação metodológica utilizada nesta pesquisa.

Em análise longitudinal sobre o conceito de radicalização política, Nichols (2018) aponta que a ideia de radicalização deriva da concepção de Gutman e Thompson (1996) sobre comportamento digital. Os autores estavam preocupados em mapear os elementos que orientariam o comportamento das pessoas nas discussões/conversações.

O contexto imaginado por Gutman e Thompson (1996) não é exatamente voltado às discussões/conversações nas plataformas *on-line*, prática que, à época, ainda estava dando os seus primeiros passos em termos de popularidade. Apesar do contexto da obra de Gutman e Thompson (1996), os autores forneceram as bases conceituais que seriam atualizadas para as plataformas *on-line*, anos mais tarde, por pesquisadores como Jensen (2003).

A partir do mapeamento sobre as formas de se comportar em um debate, Gutman e Thompson (1996) chegam ao chamado “senso de reciprocidade”. O senso

de reciprocidade está ligado a uma ideia otimista na qual os interlocutores estão orientados para o consenso, algo que seria conquistado por vias da cooperação cuja finalidade é chegar à uma conclusão que beneficie, dentro das possibilidades, o máximo de pessoas.

O senso de reciprocidade é apenas um dos princípios que, segundo os autores, orientariam o debate democrático (GUTMAN; THOMPSON, 1996). A reciprocidade dividiria espaço ainda com outras duas categorias: prudência e imparcialidade. Em resumo, estas três categorias são acompanhadas por quatro camadas: justificativa, motivo, processo e expectativa. Para otimizar a explicação de acordo com os objetivos desta pesquisa, é válida a opção pelo detalhamento dessas camadas especificamente voltadas ao senso de reciprocidade.

O senso de reciprocidade, conforme já exposto, é um dos princípios que podem nortear o debate entre dois ou mais interlocutores. Segundo Gutman e Thompson (1996), a reciprocidade seria justificada pela aceitação mútua desses interlocutores em participarem do mesmo debate. A disposição da conversa entre os debatedores já implicaria, em primeiro momento, a aceitação mútua entre as partes.

Uma vez que os interlocutores da discussão aceitam dela participar, a segunda camada pensada por Gutman e Thompson (1996) reside no “motivo”. A preocupação aqui é a seguinte: por que os interlocutores aceitaram conversar? A resposta, para os autores, está estritamente relacionada ao desejo de justificar seus posicionamentos e opiniões aos demais interlocutores. Logo, não há conversação caso não exista a necessidade da pessoa em justificar suas opiniões.

Agora que já se tem o nome do princípio (reciprocidade), sua justificativa (aceitação mútua) e o seu motivo (desejo de justificar opiniões), qual seria o processo que faria isso ocorrer? Para Gutman e Thompson (1996), o princípio da reciprocidade ocorre pela deliberação – aqui, entendida como a conversação orientada para uma decisão sobre o objetivo que levou à conversação.

Finalmente, ao estabelecer as primeiras três camadas do senso de reciprocidade, os autores concluem a última etapa: a expectativa. Até aqui, as camadas anteriores apontam que o senso de reciprocidade envolve aceitação, justificativa e conversa. Entretanto, os termos positivos e otimistas das camadas anteriores dão vez, na quarta camada (expectativa), o tom instável do processo de conversação ao trazer duas categorias: acordo e desacordo. Logo, Gutman e Thompson (1996) entendem que nem as aspirações mais belas que formam o senso

de reciprocidade, voltados ao ganho comum, podem gerar concordância ao final do processo de conversação.

Com o avanço tecnológico cada vez mais robusto e em cada vez menos tempo, poucos anos de intervalo foram necessários até que os primeiros teóricos começassem a atualizar a noção de senso de reciprocidade para os tempos da “comunicação mediada por computadores”. A despeito das discussões do campo de I&P da época voltadas à discussão sobre se a internet traria mais efeitos positivos ou críticos às democracias em todo o mundo, o pesquisador Jacob Jensen (2003), quando começou discutir a chegada do digital como uma reconsideração da esfera pública e, a partir disso, considerou os elementos comportamentais que poderiam se destacar nas discussões mediadas pelo digital.

Mais precisamente voltado à análise das discussões políticas nos sites dinamarqueses “*dk.politik*” e “*dk.politic*”, a grande inovação de Jacob Jensen (2003) foi atualizar o senso de reciprocidade para o conceito de reflexividade. Isto só foi possível porque o autor percebeu que, ao ver os comentários em ambos os portais, três formas principais de comportamento se destacavam, são elas: persuasão, progresso/continuidade da conversa e radicalização.

A interpretação da obra de Jensen (2003) permite a afirmação de que o conceito radicalização no debate digital acontece quando há um abandono do seguimento “tradicional” das regras do debate orientadas pelo respeito e é uma característica de comportamento que ocorre em comentários que demonstram reação negativa, com níveis de extremidade distintos, geralmente acompanhados por ofensas e/ou palavras de baixo calão.

Outra característica importante quando se está falando de radicalização *on-line* é de que ela ocorre não apenas quando há um debate entre duas pessoas, na forma de usuários, mas também quando ela é dirigida à publicação. Portanto, a atualização do conceito de senso de reciprocidade para reflexividade implica que, em ambientes como a sessão de comentários do YouTube, a “aceitação mútua” prevista por Gutman e Thompson (1996) agora ocorre entre usuários que não necessariamente se conhecem e, nem sabem se vão debater entre eles, porém, ainda é uma forma de aceitação mútua, pois esses mesmos usuários decidiram aceitar os termos de funcionamento e uso da ferramenta. Nesse sentido, ao comentar, estão seguindo, ao menos em linhas gerais, as quatro camadas previstas pelos autores na segunda metade da década de 1990.

Em sua revisão sobre o conceito de radicalização *on-line*, Meleagrou-Hitchens e Kaderbhai (2017) entendem que a radicalização é uma prática exercida por indivíduos orientados por política/ideologia extremada. A leitura dos autores sobre a interpretação de Della Porta e LaFree (2012) é útil para esta pesquisa à medida que os autores definem que a radicalização leva ao “maior preparo e comprometimento para com o conflito entre grupos” (DELLA PORTA; LAFREE, 2012, p. 10, tradução nossa).

Em resumo, a interpretação avança o entendimento do comportamento radicalizado *on-line* à medida que mostra a inspiração extremada não necessariamente originada a partir dos comentários políticos nas plataformas digitais. O “maior comprometimento” com o conflito é endossado pela sensação de pertencimento a um grupo, ao qual deve ser defendido contra os demais sob a lógica do “nós contra eles”.

Silva, Francisco e Sampaio (2021) avançam a teoria sobre discurso de ódio e radicalização ao definir, em seu estudo, que “o conceito de discurso de ódio [...] reside no intervalo complexo entre os limites da liberdade de expressão, dignidade da pessoa e tolerância” (SILVA; FRANCISCO; SAMPAIO, 2021, p. 2). Os autores se dedicaram a analisar o discurso e formas de intolerância no Facebook oficial de Jair Bolsonaro.

Tema próximo ao desta tese, os autores concluíram que o chamado *cyberhate*, ou seja, a forma do discurso de ódio em redes virtuais, é caracterizada pelo i) anonimato, ao passo que as pessoas se sentiriam mais blindadas a ponto de expressarem opiniões que não o fariam caso fosse em ambiente *off-line*; ii) alcance e permanência: devido a característica das redes em, muitos casos, viralizar os conteúdos nela publicados; iii) senso de invisibilidade: “por conta da distância física entre odiador e público, é provável que a pessoa que manifesta o discurso de ódio *online* subestime seu significado e o dano que possa provocar ao destinatário” (SILVA; FRANCISCO; SAMPAIO, 2021, p. 4); iv) comunidade: ou seja, a interpretação de que o ódio atraia usuários que gostem de manifestar ódio; e, iv) instantaneidade: derivada das características da internet e das redes digitais, a instantaneidade é uma característica do discurso do ódio pois facilita a reação por vezes impensada de usuários com raiva.

Para Chaia e Brugnago (2014), a radicalização em contexto das redes virtuais trouxe a sensação de liberdade necessária para que os usuários pudessem expressar seus comportamentos extremados, por meio dos comentários, sem temer possíveis

sanções. Segundo os autores, “a liberdade de expressão e a homofilia natural gerada pelo ambiente [...] desenvolveram grupos ideológicos com liberdade para se expressarem e se radicalizarem, conforme se sentiam seduzidos em seu poder de massa em redes” (CHAIA; BRUGNAGO, 2014, p. 102).

A afirmação de Chaia e Brugnago (2014) vai de encontro às afirmações de Stephens-Davidowitz (2018) em relação à liberdade de expressão e ao anonimato. Para o ex-funcionário do Google, o anonimato é o que garantiria realmente o “soro da verdade digital”, pois os usuários estariam realmente seguros de que suas opiniões não seriam atreladas a eles e, por isso, a análise do Google Trends seria importante para medir o comportamento das sociedades em grande escala, como estados e países.

Entretanto, a afirmação de Chaia e Brugnago (2014) faz sentido quando se está analisando o comportamento nas redes digitais, isto é, a sensação de que a sua opinião é, na verdade, a mesma opinião de uma massa que integra o grupo ao qual aquele usuário se vê pertencido. Dessa sensação de aceitação em grupos cria-se as possibilidades para que os usuários não sintam a necessidade de esconder as suas identidades para se comportar de modo radical nas redes, comportamento este que pode se evidenciar a partir de casos como a defesa de um golpe de Estado, dissolução de instituições do Poder Judiciário ou prisão de opositores políticos, dentre outros fatores, como o uso de palavras de baixo calão e demais ofensas dirigidas a determinados grupos sociais.

O debate sobre o comportamento extremista é importante ao contextualizar o momento político que o Brasil atravessa atualmente – contexto largamente descrito e analisado pelos teóricos citados ao longo desta seção. O componente “radicalização” parece ser o principal sabor da digitalização política, servindo como pano de fundo para demais comportamentos. Sobre o tema, a dissertação de Luiz Rogerio Lopes Silva (2018) desmembra a radicalização política ao analisar e separar os tipos de discurso de ódio nas páginas de Facebook de três parlamentares brasileiros: Jair Bolsonaro, Marco Feliciano e Rogério Peninha Mendonça. Entre seus achados, Silva (2018) detecta que o ódio político/partidário, ódio à deficientes físicos, sexismo, ódio religioso, LGBTfobia e xenofobia eram os principais arquétipos de construção odiosa por meio das mensagens analisadas. Dentre as três *fanpages*, a de Bolsonaro, foi quem acumulou a maior quantidade de mensagens com esse tipo de comportamento e direcionamento.

Líder em discurso de ódio no Facebook no estudo de Silva (2018), Jair Bolsonaro volta à tona nesta tese. Este tópico foi dedicado à análise do comportamento político digital e suas características, com peso maior dado ao comportamento político digital do tipo radicalizado, sob a justificativa do conturbado contexto eleitoral de 2018 (MELLO, 2020) e das características das plataformas digitais em que o debate é facilitado, o que as tornam em ambientes sugestivos a embates (SILVA, 2017b). Envoltas na tríade entre comportamento político, nova direita e o uso das tecnologias para a discussão política (no caso deste estudo, o YouTube), as discussões teóricas a serem realizadas, sob a finalidade de contemplar a riqueza do objeto, devem estar relacionadas aos pontos dessa tríade. Portanto, além desse primeiro tópico, os dois próximos momentos versam, respectivamente, sobre a relação entre YouTube e Política e, por fim, a seção teórica é encerrada com a discussão sobre o surgimento e fortalecimento da Nova Direita e como a digitalização da política – termo constantemente usado por Gomes e Dourado (2019) –, sobretudo, o YouTube ajudou a criar um canal alternativo de comunicação entre “grupos” orientados por visões políticas semelhantes ou próximas.

3 YOUTUBE E POLÍTICA

Em 23 de outubro de 2005, aproximadamente às 20h, um vídeo intitulado “*Me at the zoo*”⁶ foi a primeira publicação de uma plataforma até então pouco conhecida: o YouTube. Publicado por um de seus cofundadores, Jawed Karim, o vídeo, de apenas 18 segundos, retrata a destinação original da plataforma: um repositório de vídeos cujos temas estão relacionados a momentos especiais nas vidas das pessoas (passeios em família, viagens, festas de aniversário), sem se preocupar com a qualidade da imagem e do áudio da publicação. O tom informal era a tônica que ditava os primeiros passos da plataforma que viria a liderar, junto com o conglomerado Meta (Facebook), o mercado das redes sociais digitais nos Estados Unidos e em todo o mundo.

Um ano após o “*Me at the zoo*”, as potencialidades da plataforma chamaram a atenção do gigante da tecnologia Google, que veio a adquirir a rede em 2006 pelo valor de US\$ 1,65 bilhão (CARPANEZ, 2006). A compra do YouTube foi vital para a ampliação da participação do Google no mercado de vídeos global. À época, a companhia tinha a sua própria plataforma de exibição de conteúdos audiovisuais, o Google Vídeos, mas ela não acabou caindo “no gosto do público”.

No contexto digital, o YouTube se coloca como uma plataforma com foco na produção de vídeos, sejam eles gravados ou “ao vivo”, a esses últimos dá-se o nome de *live*. O componente audiovisual do YouTube é, talvez, o maior ponto de encontro entre as mídias tradicionais, como a televisão, e alternativas, como as plataformas digitais. Por ser uma rede social, a plataforma contém as características principais de plataformas *online* citadas por Boyd e Elisson (2007), como a permanência e buscabilidade. Tanto a permanência como a buscalidade fazem com que, diferentemente da televisão, os consumidores do YouTube possam escolher a hora e o local adequados para assistirem os conteúdos na plataforma, inclusive as transmissões ao vivo que já se encontram encerradas. Desse modo, não há mais a necessidade de ter “hora marcada” para consumir conteúdos tal como ocorre com programas transmitidos exclusivamente pela televisão.

⁶ Vídeo original disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=jNQXAC9IVRw>.

Além do componente de criação e consumo de conteúdo audiovisual, o YouTube também se destaca por permitir ambientes de comentários, o que reforça os contornos de sociabilidade na plataforma. Devido a essa característica, o YouTube não pode ser resumido a apenas uma “rede de vídeos/*streaming*”, mas definido como um espaço de interações diversas, que vão do textual ao audiovisual.

Os dados mais recentes do Relatório Digital We Are Social 2021 mostram que o YouTube é o quinto maior site em termos de acesso no país. Quando se olha apenas para as redes sociais, o YouTube passa para a segunda colocação. Especificamente em janeiro de 2021, o YouTube foi a rede mais utilizada pelos brasileiros entre 16 a 64 anos que possuem conexão à internet: 96%.⁷ Nas métricas de janeiro de 2022 da empresa Statista, especializada em consumo de mídia global, o YouTube é a segunda rede mais utilizada no mundo, com 2.5bi usuários ativos mensais. O número só é inferior ao conquistado pelo Facebook: 2.9bi.

No mesmo ano, a pesquisa TIC Domicílios 2021, realizada pelo CGI.BR, destacou que o consumo de vídeos na internet é hábito popular entre os usuários de internet no Brasil: mais precisamente, consumir vídeos *on-line* é atividade realizada por 61% dos entrevistados à época. Os dados da pesquisa do CGI.BR são importantes pois indicam que o consumo de vídeos, inclusive os do YouTube, ocorrem em outras plataformas como os mensageiros Telegram e, especialmente, WhatsApp.

Aqui reside a primeira grande relação entre YouTube e WhatsApp: o consumo dos vídeos é possível dentro do mensageiro e, em contrapartida, a crescente popularidade da circulação dos *links* no mensageiro tende a aumentar o número de acesso aos vídeos diretamente na plataforma. Logo, as duas redes se retroalimentam em um processo que uma alimenta a outra de conteúdo e, em troca, recebe mais visualizações – ou “engajamento” no sentido conceitual interpretado por Da Empoli (2020) sobre o que as visualizações e tempo de tela significam para as plataformas.

Em estudo sobre o comportamento bolsonarista no WhatsApp entre os dias 5 de setembro e 11 de novembro de 2018, Piaia e Alves (2020) mostram um ambiente de constante referência a outras plataformas digitais como modo de complementar informações e/ou sustentar argumentos dentro do WhatsApp. Uma das principais conclusões do texto é o de que o YouTube tem papel central enquanto fonte de

⁷ Digital 2021 – Brazil. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-brazil>.

informação a partir de links compartilhados. Não por acaso, os *links* mais compartilhados do YouTube são do canal do próprio presidente Jair Bolsonaro – canal em que o próprio realiza as suas *lives* semanais. O YouTube como local preferido do WhatsApp bolsonarista, segundo os autores, pode ser explicado em partes pelo apelo dos *youtubers*:

É muito interessante o papel do YouTube como o website mais recomendado pelas redes bolsonaristas, com 8.956 mensagens, contra 1.896 do Facebook. Isso sugere a forte adoção a uma gramática audiovisual, sobretudo, por meio da popularização de personalidades que ganham visibilidade e reconhecimento dos pares para falar de política na plataforma, os chamados *youtubers* (PIAIA; ALVES, 2020, p.145).

Os autores tocam, ainda que lateralmente, num dos pontos importantes do comportamento digital bolsonarista: o ecossistema virtual plural. Apesar da centralidade do WhatsApp, parece ser mais razoável imaginar que o aplicativo de mensagens não esgote, nem de longe, as demandas deste perfil eleitoral (PIAIA; ALVES, 2020; CESARINO, 2019; SANTOS *et al.*, 2019). O achado de Piaia e Alves (2020), relacionado com o arcabouço teórico utilizado nas seções desta tese, é fundamental para esta pesquisa à medida que prova que o YouTube é relevante não apenas como um simples repositório de vídeos, mas como um ambiente digital de comunicação, capaz de ser mensurável pelas ferramentas disponíveis atualmente, que pode gerar a quantificação de comportamentos. Ainda, o YouTube também pode ser considerado, segundo o caráter perlocucionário de Bolsonaro, como uma fonte “mais adequada de informação sobre o governo” – parafraseando a publicação do próprio presidente em 2018. Em resumo, mais do que um simples e mero repositório, a plataforma é o local onde narrativas pró e contra são mensuráveis e é tratada, por certa parte do eleitorado, como meio de obtenção de informação melhor do que a televisão.

Um ano antes, o Google encomendou a pesquisa Video Viewers para entender o consumo de conteúdo de modo geral, incluindo a ecologia entre dispositivos distintos, como a televisão. Um dos resultados que mais chamou a atenção foi o de que 80% dos respondentes consomem os vídeos na internet porque consideram que o conteúdo ofertado nas redes é mais alinhado às demandas dos usuários do que os conteúdos que a televisão oferta. Nessa mesma pesquisa, é possível encontrar os resultados sobre o ‘elixir’ das redes virtuais: o engajamento ou

tempo de tela. Nesta métrica, em 2019, o YouTube foi a principal rede virtual em termos de tempo de consumo (WE ARE SOCIAL; KEPIOS; HOOTSUITE, 2019).

Em análise sobre os resultados acerca do consumo do YouTube em 2018 e 2019, Sampaio *et al.* (2021, p. 5) entendem que o “YouTube tem sido palco para registrar não apenas o interesse dos brasileiros pelo consumo de vídeos *on-line*, como para a prática de atividades políticas (institucionais ou não)”. Em complementaridade ao artigo de Sampaio *et al.* (2021), o paper de Nichols *et al.* (2021) também discorre a respeito do uso do YouTube a partir da perspectiva política no Brasil. Em interpretação dos dados do relatório Digital 2021⁸, os autores interpretam que:

O YouTube é o quinto site mais utilizado pelos brasileiros. Em se tratando de redes sociais, ele fica atrás apenas do Facebook e, quando o assunto é assistir a vídeos, 98,8% o fazem pelo YouTube. Porém, o dado mais interessante deste relatório [...] está no fato de que, no início de 2021, ele foi a rede social digital mais utilizada pelos brasileiros de 16 a 64 anos conectados à internet: 96,4%, seguido por WhatsApp (91%) e Facebook (89%) (NICHOLS *et al.*, 2021, p. 6).

Em 2018, conclusão complementar foi ofertada por Burgess e Green (2018) no momento em que os autores enxergam o YouTube como um espaço de características mistas: é verticalizado – na relação amplamente debatida pela comunicação entre “emissor x receptor” – quando o que está em consideração é apenas a publicação dos vídeos, e é planificado quando se está olhando para a possibilidade dos comentários nestes vídeos, funcionalidade que também oferta a construção de diálogos entre os próprios comentadores.

É justamente a segunda funcionalidade o objeto de interesse desta tese. É razoável pensar que os textos dos comentários exprimem opiniões, posicionamentos e, em modo mais geral, o comportamento do usuário comentador naquele momento em específico. A coleta desses dados em larga escala nos oferece a visão do “telescópio” comentada por Stephens-Davidowitz (2019), ao passo que a análise desse mesmo conjunto em Big Data representa o “microscópio” tão bradado por Da Empoli (2020).

Ao pensar sobre o que é o YouTube, Kavoori (2015) debate a plataforma à luz da teoria sobre cultura digital e dos estudos de novas mídias. Segundo o autor, o

⁸ Relatório de consumo de mídia digital no Brasil em 2021. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-brazil>.

YouTube se destaca por seu dinamismo em duas frentes: a primeira delas está relacionada às regras da plataforma, que são variáveis e, nas palavras do próprio pesquisador, tornam a plataforma um tipo de mídia “com regras que surgem semanalmente” (KAVOORI, 2015, p. 1). Em outra esfera, a plataforma altera e amplia as possibilidades da relação entre criador de conteúdo e os receptores/espectadores dos vídeos.

A obra de Kavoori (2015) contribui ao analisar como o YouTube importa para a vida contemporânea – tanto para quem produz, quanto para quem consome e comenta nos vídeos. A primeira grande contribuição reside no argumento de que o YouTube, enquanto mídia, se sustenta devido a produção de narrativas ou, mais apropriadamente dos termos utilizados pelo autor: uma série de “contações de histórias”. Anexada à contação de histórias, outro considerável momento da obra está na ideia de que o YouTube é um lugar importante para pensarmos “a vida social”, pois atualmente é um local importante para a identificação de quais histórias estão sendo contadas na plataforma. A relevância da plataforma é tamanha para o autor que chega a sugerir que o “YouTube como muito mais do que um *site*, é um elemento-chave na forma como pensamos sobre a nossa experiência *online* e a nossa cultura digital compartilhada” (KAVOORI, 2015, p. 2, tradução nossa).

O entendimento do autor por cultura digital compartilhada é indissociável dos comentários na plataforma. Mais do que um simples repositório de vídeo, os comentários engrossam o rol de “histórias contadas” que, em tempos de dataficação, nos são muito úteis para analisarmos, dentre outros fatores, o comportamento em relação a determinadas pessoas e temas. A “contação de histórias” é um componente útil não apenas para os pesquisadores engajados na dataficação ou no estudo das novas mídias, como também alcança os usuários comuns da plataforma. Kavoori (2015) aponta que a diversidade de temas é tão explícita que mesmo os usuários comuns conseguem identificar, de antemão, sobre o que trata o tema de um determinado vídeo e a qual público ele possa estar direcionado. A pluralidade do YouTube enquanto local de “contação de histórias” (ou disputa de narrativas) é tema de discussão recorrente pelo próprio autor:

‘O que é uma história no YouTube?’ Isso vai depender de como você faz a pergunta, e o autor a faz de várias maneiras, tendo como respostas o foco no vídeo, nos comentários, na cultura participativa que cerca cada vídeo – em outras palavras, está relacionada a forma como toda a rede se comporta (KAVOORI, 2015, p. 2-3).

Ao discutir protocolos de análise do YouTube, Kavoori (2015) define três eixos interessantes: i) fundacionalidade; ii) referencialidade; iii) função participativa. O primeiro eixo é representado pelos vídeos “primários” publicados na plataforma. Esses vídeos são considerados importantes pois operam dentro dos limites de determinadas organizações semânticas. De acordo com o autor, os vídeos primários são aqueles que se caracterizam pela semântica, o que os tornam claros e objetivos para o consumidor. Nesta lógica se enquadram vídeos de consertos de equipamentos, por exemplo.

O eixo da referencialidade contempla outros vídeos cujas semânticas são próximas ou complementares. Tratados como vídeos secundários, a referencialidade contempla uma característica do YouTube em tentar “encadear” vídeos de acordo com a proximidade temático-textual. A exemplificação de Kavoori (2015) torna mais fácil o entendimento deste eixo: a referencialidade ocorre quando, a partir de um vídeo sobre cachorros, mais vídeos sobre cachorros são referenciados e recomendados ao usuário. Na lógica da referencialidade, espera-se que o usuário, ao ter consumido determinado vídeo, esteja inclinado a consumir mais vídeos cuja “contação de história/temática/semântica” seja próxima.

Por fim, o terceiro e último eixo é tratado como a “função participativa” do YouTube. A função participativa está relacionada aos comentários aos vídeos na plataforma. Inclusive, o termo “participativo” é utilizado para designar o uso do YouTube em suas múltiplas funções: desde o ato de produzir até o ato de comentar determinado vídeo. O autor faz a ressalva que a “participação” como denominação do terceiro eixo não exclui o engajamento nas demais possibilidades de uso da plataforma. Ainda segundo o autor, o YouTube se destaca da televisão à medida que:

Todos os vídeos do YouTube são textos ‘profundos’ em seus links e, teoricamente, é possível passar toda a vida clicando em todos os links que o YouTube permite, onde o usuário pode ‘brincar’ com o menu do lado direito, clicando em uma vastidão de vídeos [...]. O elemento-chave em todos esses atos é o próprio consumo, a assimilação de uma experiência mediada. O YouTube é usado de forma em que os vídeos são visualizados rapidamente e pausados no meio do caminho se mostrarem pouca promessa de narrativa; o que é interessante é marcado como favorito ou vinculado por meio de comunidades online e blogs. A ideia-chave, mais uma vez, é o consumo de outras histórias, lugares e experiências (KAVOORI, 2015, p. 5).

A utilização do YouTube como espaço de produção e consumo de narrativas é o que move a plataforma. A infraestrutura audiovisual contempla um formato

próximo ao da televisão, mas com os benefícios de tempo e espaço intrínsecos às redes virtuais. A ideia de “participativo” na discussão sobre o YouTube é importante pois essa rede remodela a configuração entre produtor e receptor, ou entre produtores e usuários, onde agora o usuário assiste os vídeos que quiser, quando quiser, e pode pausar quando desejar. Ainda, funcionalidades como “curtir”, “não curtir” e “comentar” robustecem o papel ativo dos usuários, com destaque para o último. Assim, a ação de comentar confere à plataforma um “espetáculo à parte”, no qual opiniões são manifestadas a partir de comportamentos variados. Nesta ecologia entre vídeos e comentários, mais “contações de histórias” – e, a depender do teor do vídeo, “disputas de narrativas” – são lançadas na plataforma, reforçando sua atratividade como objeto de estudo no âmbito da comunicação política.

A análise de conversações nas *lives* presidenciais se insere dentro do arcabouço teórico relacionável aos demais estudos do campo de Internet & Política (SAMPAIO; BRAGATTO; NICOLÁS, 2016). A inserção do *on-line* e a popularização das redes virtuais permitem ao cidadão a possibilidade de produzir conteúdo político, viabilizando a ampliação de seu alcance em comparação aos meios tradicionais – vez que se trata de uma comunicação “muitos-muitos”, reflexo de um modelo de comunicação que tende à horizontalidade analisada por Massuchin *et al.* (2016).

Aggio e Reis (2013) entendem que as estruturas dessas redes foram projetadas para oferecer mais liberdade para a publicação de conteúdos, sejam eles, áudio, vídeo, imagens ou apenas texto – como é o caso de comentários em canais de YouTube. Os autores também afirmam que diversos setores da sociedade estão inseridos nessas redes, incluindo os representados e os representantes políticos. Tendo em vista essa multiplicidade de atores abrangida pela rede, o estudo da teia comunicacional que se desenvolve nas plataformas digitais é, também, um esforço no sentido de compreender uma série de “fenômenos sociais e políticos contemporâneos” (AGGIO; REIS, 2013, p. 156).

O estudo da Nova Direita no YouTube brasileiro torna-se uma escolha interessante e justificável em determinadas escalas. A primeira delas é em relação à incipiência do tema no país. Coruja (2017), ao estudar a produção acadêmica em formato de dissertações e teses que instrumentalizaram o YouTube como objeto, descobriu que, entre 2010 e 2015, houve apenas 46 publicações. Nenhuma delas envolveu a análise da direita brasileira. Em termos de pioneirismo, esta tese se destaca por estudar um fenômeno pouco analisado pelo campo de Internet & Política

no Brasil: o comportamento político, via comentários, no YouTube. Sampaio *et al.* (2021) mostram, a partir da investigação da produção acadêmica brasileira sobre a plataforma a luz de discussões do campo de Internet & Política entre 2005 e 2019, que apenas 85 estudos se encaixam nesta seara: detalhadamente, 48 artigos e 37 *papers*.

Os dados de Sampaio *et al.* (2021) também indicam que a curva temporal dessas 85 produções, apesar de irregular, começa a crescer a partir de 2011, conquistando seu maior patamar entre 2018 e 2019, o que denota o avanço do interesse acadêmico brasileiro pela rede – uma hipótese para tal pode estar relacionada à importância dada pelo governo federal, mais especificamente, na figura do presidente da República, à plataforma.

A viabilidade metodológica oferecida pela plataforma pode ser considerada como outra característica que aponta a importância e a oportunidade científica para a análise do YouTube sob a luz do campo de Internet & Política. Como é amplamente veiculado na imprensa, outras redes sociais limitaram o acesso à API das suas plataformas. O Facebook, rede popular dentre os estudos científicos no Brasil, foi uma delas. Tal restrição se deve ao escândalo envolvendo o uso não consensual de informações de mais de 50 milhões de pessoas, por intermédio da empresa especializada em dados Cambridge Analytica, canalizado para as eleições presidenciais nos Estados Unidos em 2016 (FOLHA DE SÃO PAULO, 2018). Em resposta, no dia 05 de fevereiro de 2018, o Facebook removeu o acesso a API de uma gama de elementos nas páginas públicas desta rede como, por exemplo, todas as informações do usuário, inviabilizando a distinção de usuários nas planilhas dos comentários e, por consequência, tornando o Netvizz inadequado para este tipo de proposta.

Em contraponto, o YouTube não realizou alterações em sua API no sentido de restringir e proteger ainda mais os dados de seus usuários, sendo possível extrair informações interessantes para esta tese. Aqui é válido uma ressalva: o YouTube não permite mais a criação de perfis cuja identidade é forjada, entretanto, diversos usuários conseguem burlar as regras de cadastro da plataforma, mantendo seus perfis em condição de anonimato. Em assim sendo, espera-se a comparação, dentro das amostras geradas, do comportamento entre perfis, de acordo com sua identificação.

Como pontuado ao longo do texto, características como a incipiência do tema no Brasil, a popularidade da rede e a atualidade das discussões políticas em

ambientes digitais são algumas das características que tornam este objeto de estudo relevante para o campo de Internet & Política. Em resumo, a imbricação entre os meios virtuais e a digitalização da política, no sentido tomado por Gomes e Dourado (2019) é o pano de fundo desta pesquisa. Importante ressaltar que o tema tem sido alvo frequente de estudos nas últimas décadas sob perspectivas relacionadas à democracia. O campo de Internet & Política foi criado para dar conta de situar os estudos que relacionam estes dois importantes elementos. Este campo apresenta certa diversidade temática, contendo desde as análises sobre as diferenças entre as formas de comunicação com e sem a mediação da internet às pesquisas sobre as possíveis diferenças em intensidade de engajamento dos chamados “*heavy users* e *light users*” (GOMES, 2017, p. 19).

É necessário levar em consideração que no *on-line* existe a percepção de que a produção de conteúdo pode ser efetuada pelos próprios consumidores (MASSUCHIN *et al.*, 2016), característica que torna a internet mais horizontal do que outros meios, viabilizando a comunicação entre os usuários. Devido à horizontalidade e demais características intrínsecas ao meio, como a não censura prévia, espera-se que esse modelo comunicacional possa implicar em resultados democráticos ou antidemocráticos para determinada sociedade, além de permitir o estabelecimento de “plataformas de diálogo para que as pessoas interajam localmente ou transcendam as fronteiras do Estado-nação, numa rede anárquica de interações” (MAIA, 2007, p.48) de um vetor *on-line*, seja ele uma página no Facebook ou um canal no YouTube, por exemplo. Como apontado por Maia (2007), as trocas de informações via comentários podem ser entendidas sob a lógica das conversações em redes. Em última análise, a internet é cenário no qual ocorrem “práticas coletivas, onde a conversação é acessível a diferentes grupos, interconectados dentro de uma mesma rede, cuja infraestrutura está proporcionada pelos sites de rede social” (RECUERO, 2012, p. 2).

A literatura do campo de Internet & Política destaca os aspectos positivos e negativos da internet para a democracia. Fatores como a inexistência de limitações no espaço-tempo, a grande capacidade de armazenamento dos dados, o conforto, a praticidade, a não censura prévia, a interatividade e a possibilidade de todos poderem se expressar são considerados fatores positivos para o debate *on-line* sobre temas políticos (GOMES, 2005), contextualizando a internet como um meio que permite a

comunicação instantânea entre indivíduos que, nela, estabelecem suas conversações.

Entretanto, o *on-line* também apresenta características que podem ser consideradas como prejudiciais ao jogo democrático. Se por um lado há alta produção de informações políticas, por outro, deve-se considerar que a qualidade destas tende a ficar comprometida, dado que não há nenhuma espécie de revisão pré-publicação ou algum tipo de filtro jornalístico. Ainda, a não inclusão de toda a população nos ambientes digitais – conhecida como exclusão digital –, a cultura política e a liberdade de expressão de determinada localidade são fatores que podem minar a eficácia da internet para a participação em debates políticos em plataformas digitais (GOMES, 2005). O anonimato, previamente entendido como fator positivo ao debate à medida que protege a identidade de um comentarista face a perseguições políticas, pode ser visto como um incentivo às práticas antidemocráticas (GOMES, 2020).

Segundo Stephens-Davidowitz (2018), o anonimato é um estimulante à inexistência de filtros sociais, permitindo que os usuários possam se expressar sem nenhum temor de serem julgados e punidos pelo que falam sob essa condição.

O entendimento de Stephens-Davidowitz (2018) e Gomes (2020) acerca dos pontos benéficos e maléficos inerentes à discussão entre Internet & Política pode ser resumido na esteira da afirmação de Baber (2003) de que na internet, características autoritárias e democráticas, constituem-se em diferentes lados da mesma moeda.

A revisão teórica a respeito do campo de Internet & Política, Nova Direita, Comportamento Político e a importância do YouTube para a discussão política digital tem por objetivo sustentar a relevância e a atualidade do debate político realizado em uma plataforma que permite verificar não apenas o que e como algo está sendo comentado, mas também, identificar os atores envolvidos nessas conversações. Recentemente, o YouTube vem ganhando notoriedade e, com ela, muitos canais de organizações, empresas, partidos, movimentos sociais, autoridades públicas e coletivos sociais passaram a marcar presença nesta plataforma.

Os pesquisadores Oliveira, Sarmiento e Mendonça (2014) apontam aspectos conjunturais específicos, tais como, a eleição estadunidense de 2008, a criação do canal oficial do Vaticano, bem como a criação de canais ativistas no Irã denotaram que o YouTube também tem seu “potencial político” explorado (OLIVEIRA; SARMENTO; MENDONÇA, 2014). Os autores destacam para o uso político do

YouTube para além das campanhas eleitorais ao envolver “protestos e práticas de ativistas” (OLIVEIRA; SARMENTO; MENDONÇA, 2014, p. 55).

Em relação a utilização desta plataforma como objeto de estudo em pesquisas acadêmicas no Brasil, Coruja (2017) identifica a existência de um interesse crescente no YouTube como ponto de partida de pesquisa empírica, além de frisar a existência da concentração de trabalhos realizados nas regiões Sul e Sudeste. Mesmo assim, referida autora alerta para o fato de que, entre as pesquisas identificadas, nem todas discutiam a plataforma em si – em muitos casos, os estudos trouxeram a plataforma digital apenas como objeto secundário. Logo, os pesquisadores, paulatinamente, “passam a olhar não só para o conteúdo da plataforma, mas para os processos e mudanças culturais que proporcionou” (CORUJA, 2017, p. 84).

Nesse sentido, é possível relacionar o recente interesse acadêmico pela plataforma ao fato de que o YouTube se modificou consideravelmente ao longo dos últimos anos, permitindo não só os comentários, como também facilitou as trocas de mensagens entre os usuários, conferindo potencial de conversação política à plataforma. Portanto, é possível pensar que o YouTube no rol das redes “a princípio vistas como não políticas, geram discussão política, expondo os participantes a perspectivas diferentes e convidando-os a se posicionarem” (ALTHEMAN; MARTINO; MARQUES, 2013, p. 54).

Vencida a reflexão sobre a popularidade do YouTube, outro componente importante referente à plataforma é motivo de atenção para esta pesquisa: trata-se da imbricação entre o YouTube como promotor, direto e/ou indireto, de câmaras de eco e as conexões entre essa imbricação e o comportamento político digital que é alvo de investigação desta pesquisa.

O conceito de câmaras de eco versa, em linhas gerais, que a repetição de uma narrativa aumenta as chances dela se tornar aceita pela população. De modo geral, as câmaras de eco seriam “formações de rede social que transformam as maneiras pelas quais as informações são transmitidas e interpretadas pelos atores” (JASNY; WAGGLE; FISCHER, 2015, p. 1).

Segundo os autores, as câmaras de eco ocorrem por dois eixos: o primeiro é quando há uma repetição de informação, falsa ou não, em que já há crença existente por parte das pessoas que a compartilham – para os autores, esse fenômeno seria entendido como “viés de confirmação”, na literatura em psicologia. O segundo eixo é composto justamente pela formação das câmaras. Isto posto, esse eixo é fundamental

pois é ele que vai garantir o espaço em que essas informações vão circular e ganhar força (JASNY; WAGGLE; FISCHER, 2015).

Os autores afirmam que quando se pensa em câmaras de eco, está se reportando em caminhos “multi-dirigidos” de circulação da informação, abandonando a visão de emissor-receptor para a lógica falante-receptor-mediador. Em resumo, a lógica da câmara de eco é composta por uma “tríade transitiva onde cada ator detém a mesma posição” (JASNY; WAGGLE; FISCHER, 2015, p. 2). A partir da definição de *fake news* e câmaras de eco é possível na complementaridade entre ambos os conceitos.

Gomes e Dourado (2019) analisaram a instrumentalização de meios de comunicação para obtenção de finalidades de cunho político-eleitoral. Apesar dos autores estarem focados em *fake news*, o conceito de câmara de eco também pode ser aplicado, afinal, a construção de narrativas ocorre sobretudo em ambientes digitais nichados, onde a pluralidade de divergências não é a tônica: essas características estão disponíveis em espaços de discussão como as *lives* de Bolsonaro na plataforma, pois lá se encontra a concentração do núcleo duro do bolsonarismo ou, ao menos, os bolsonaristas mais engajados em consumir informação e se comunicar com o presidente e demais interlocutores digitais.

No caso brasileiro, Gomes e Dourado (2019) discorrem sobre como as redes sociais foram ganhando importância a partir da eleição presidencial de 2010 e, atualmente, a conexão entre comunicação e participação política digital está cada vez mais entrosada. A política, nesse sentido, passou a se digitalizar e a virar pauta de discussão nas redes e na *web* em geral, isto porque “a crescente digitalização da vida inclui intensa digitalização de tudo o que a vida comporta” (GOMES; DOURADO, 2019, p. 36).

Há paralelos entre a obra de Gomes e Dourado (2019) e a de Da Empoli (2020). Talvez o maior deles esteja na consideração de que o conservadorismo de direita soube identificar melhor as oportunidades das plataformas digitais para a veiculação dos seus conteúdos. Ao saber aproveitar melhor o que os algoritmos tinham e tem a oferecer, ambos os textos sugerem que o crescimento exponencial das *fake news* nas redes digitais pode ser associado ao crescimento do conservadorismo de direita em âmbito mundial. Não se trata dizer que determinadas características comportamentais incívicas são especificidade de somente uma

vertente política, mas de saber reconhecer que o crescimento de ambos não é apenas mera coincidência temporal.

No texto de Gomes e Dourado (2019), o conservadorismo de direita nas redes digitais, não só a nível nacional como também internacional, pode também ser reconhecido a partir de um conceito de ganhou força nos últimos anos na literatura em Ciência Política e Comunicação Política: a Nova Direita: tema cujo qual será melhor debatido ao longo das próximas seções. A Nova Direita está relacionada à desqualificação de “todas as instituições tradicionalmente dotadas de credibilidade para arbitrar sobre o conhecimento socialmente aceito sobre os fatos, a saber, a ciência, a universidade e o jornalismo” (GOMES; DOURADO, 2019, p. 37).

Outra característica importante levantada pelos autores que tange a esta tese é o conflito de mídias sustentada por partes da Nova Direita, algo que beneficia o YouTube, para este grupo, como meio de comunicação mais confiável do que os tradicionais, em especial à televisão e o jornal. Os autores lembram dos ataques de Bolsonaro e grandes figuras de governos contra opositores – não raro, a imprensa tradicional ou “grande imprensa”. Aqui há vinculação com a característica perlocucionária, nos termos entendidos por Marques (2021), das falas do presidente Jair Bolsonaro em seus discursos, incluindo as *lives* semanais. A fins de contextualização, é memorável que um dia após eleito, Bolsonaro declara que não considera a Folha de São Paulo como uma imprensa digna (FOLHA DE SÃO PAULO, 2018). Em janeiro do mesmo ano, o então presidencial questiona o caráter do jornal (GOMES, 2018). Esses são alguns dos exemplos que evidenciam a característica crítica à imprensa na postura de Bolsonaro, esmiuçada por Marques (2021), e a tentativa do presidente em forçar o YouTube como caminho alternativo de mídia.

Em livro que se dedica a explicar os motivos pelos quais Jair Bolsonaro venceu a eleição presidencial de 2018, Moura e Corbelini (2019) discorrem que a principal plataforma digital daquela eleição foi o WhatsApp. Como serão apresentadas nas seções subsequentes, a utilização do WhatsApp bolsonarista se nutre, centralmente, de *links* do YouTube (PIAIA; ALVES, 2019) compartilhados dentro da plataforma, via grupos de usuários igualmente bolsonaristas. Em termos gerais, Patrícia Campos Mello, no aclamado livro “A máquina do ódio”, ressalta que a estratégia da utilização das redes é pautada pela repetição de conteúdos – algo que vai ao encontro da prática digital examinada por Da Empoli (2020) em relação ao Movimento 5 Estrelas e o combate aos seus adversários políticos nas plataformas

virtuais. A característica de fabricação e repetição de conteúdo tange, também, à noção de câmara de eco – abordagem que aproxima a discussão do objeto desta tese. Para Mello (2020), o uso incívico das redes digitais está associado ao padrão de repetição. Segundo a autora:

Disseminação de uma informação, que pode ser mentirosa, em um fluxo constante, repetitivo, rápido e em larga escala. As pessoas são bombardeadas de todos os lados por uma notícia – sites de notícias, grupos de WhatsApp, Facebook, Instagram – e essa repetição lhes confere a sensação de familiaridade com determinada mensagem. A familiaridade, por sua vez, leva o sujeito a aceitar certos conteúdos como verdadeiros. Muitas vezes, esse será o primeiro contato que ele terá com determinada notícia – e essa primeira impressão é muito difícil de desfazer (MELLO, 2020, p. 24-25).

Em artigo sobre a circulação de desinformação sobre a COVID-19 no Twitter, os autores Recuero, Soares e Zago (2021) entendem que a câmara de eco pode apresentar, como efeito colateral, a criação de um verdadeiro ecossistema de informação que envolve uma série de atores – desde líderes a personagens comuns – reunido na tentativa de buscar “formas de reforçar uma narrativa específica, muitas vezes gerando maior radicalização dos usuários e aumentando a circulação de desinformação” (RECUERO; SOARES; ZAGO, 2021, p. 5). Logo, as câmaras de eco tendem a reduzir a pluralidade de pensamentos e, por consequência, tende à homogeneizar narrativas de acordo com as crenças de determinada comunidade (ou bolha) digital.

Em sentido próximo está a conclusão de Ferreira (2022) sobre os efeitos da câmara de eco. Em seu esforço de conceituar as câmaras de eco com base na literatura sobre o tema, o autor vê certa “ironia do destino” sobre as expectativas de pluralidade de opiniões a partir da popularização das redes sociais digitais e a realidade. O que está ocorrendo, de fato, é um movimento no qual as câmaras de eco “têm levado à polarização caricata e formação de homogeneização de posições em agrupamentos *online*” (FERREIRA, 2022, p. 5).

Outro achado importante de Ferreira refere-se as câmaras de eco que não se restringem apenas àqueles usuários engajados nas discussões em espaços digitais, como também, se expande para os perfis que apenas consomem aqueles conteúdos sem produzir algo novo. Esses usuários que apenas consomem, mas não produzem, tendem a ser a maioria dos participantes dessas câmaras de eco (FERREIRA, 2022; TERREN; BORGEM-BRAVO, 2021).

Especificamente voltado ao caso do YouTube, Terren e Borgen-Bravo (2021) afirmam que o sistema de recomendação do YouTube é um dos maiores motores para a criação das câmaras de eco na plataforma pois, ao clicar em um vídeo, o sistema de recomendação da plataforma passa a indicar vídeos de temas análogos ao vídeo consumido, enquanto em outras plataformas, como o Twitter, as câmaras de eco são incentivadas por meio dos *retweets*. Observa-se que em ambos os casos, os autores identificam um comportamento em comum: as câmaras de eco encontram terreno fértil em locais em que há reforço de posições em detrimento da pluralidade de opiniões (PARK *et al.*, 2016).

Para além da percepção de que há uma diferença entre usuários produtores e usuários meramente consumidores, ambos coexistindo nas câmaras de eco, Ferreira (2022) aponta outros pilares para compreendermos melhor este fenômeno, como: a percepção de que as câmaras de eco não se tratam apenas de acesso ao conteúdo, mas também, englobam a participação dos usuários na produção e manutenção desses espaços em atividade; a divisão entre o que é algoritmo e o que é humano, ou seja, separar o que são as possibilidades ofertadas pelo meio da vontade do usuário em produzir e/ou consumir os conteúdos nesses ambientes e, por fim, a conclusão de que as câmaras de eco têm padrões de comportamento em comum, e esses padrões derivam de grupos para grupos.

Como apontado acima, as câmaras de eco são espaços onde a homogeneização sufoca a divergência de pensamentos dentro de um espaço digital delimitado. As câmaras de eco são formadas por grupos de opiniões e comportamentos digitais alinhados e, como a literatura sobre o tema indica, são espaços em que há reforços de posição e, por isso, a circulação e a produção de informações leva em conta o viés político-ideológico daquela bolha ou comunidade de usuários. É esse viés que parece validar esse ciclo de informações. Devido a inexistência ou baixa presença de divergências, as câmaras de eco tendem a facilitar comportamentos extremados (CORREIA, 2019).

Moura e Corbelini (2019) apontam que o sucesso eleitoral de Bolsonaro se explica pela conjuntura favorável ao surgimento de um candidato “anti-sistema” – tema que será aprofundado ao longo da seção sobre Nova Direita e a sua composição –, somada à habilidade do uso das ferramentas digitais disponíveis para convencer o maior número de eleitores e, então, vencer aquele pleito. Mais uma vez, o uso das redes é dado como indispensável para a política. Entretanto, há um fator específico

na utilização dessas redes, e este fator beneficia plataformas como o YouTube: trata-se do engajamento.

O fator decisivo para a vitória de Bolsonaro em 2018, segundo Moura e Coberlini (2019), está atrelado a um conceito bastante explorado por Da Empoli (2020) e Stephens-Davidowitz (2018): o engajamento. Especificamente aprofundado e voltado à análise do caso brasileiro, Moura e Corbelini (2019) citam o engajamento voluntário dos eleitores de Bolsonaro. Segundo eles:

Houve um verdadeiro tsunami virtual provocado pelos apoiadores do candidato do PSL, que se infiltraram nas profundezas das redes virtuais e do WhatsApp, em grupos de família, de clube de futebol, de igreja, de ex-amigos de colégio; enfim, do que se possa imaginar. Parece-nos que esse foi o fator decisivo. A vitória de Bolsonaro foi fundamentalmente a consequência do ‘empoderamento’ de pessoas comuns que se engajaram usando as ferramentas disponíveis para expressar indignação e visões de mundo, e defender valores. As *fake news* são subprodutos desse ‘empoderamento’. A história certamente jogará luz sobre isso (MOURA; COBERLINI, 2019, p.133).

A reflexão de Moura e Coberlini (2019) de que a história jogará luz sobre o empoderamento digital pró-Bolsonaro vem na esteira de obras (DA EMPOLI, 2020; GOMES; DOURADO, 2019) que indicam para como o comportamento político digital de determinada fatia do eleitorado soube aproveitar das funcionalidades das redes sociais para catalisar um mar de narrativas que dominaram o debate político na esfera digital. O engajamento é visto de duas formas diferentes: a primeira está relacionada à plataforma e é direcionada ao “tempo de tela”. Nesta seara, quanto mais tempo uma rede consegue manter o usuário dentro dela, mais engajamento essa rede potencialmente produzirá. E, nesta métrica, o YouTube lidera (WE ARE SOCIAL; KEPIOS; HOOTSUITE, 2019). Assim sendo, o YouTube é a rede que gera maior engajamento sob a perspectiva técnica. A segunda métrica diz respeito ao caráter cultural do engajamento. Em linhas gerais, a segunda visão trata sobre quais grupos tem mais potencial de mobilização nas ferramentas *online* e *off-line* para canalizar suas opiniões. Na esteira das afirmações de Moura e Coberlini (2019), seria razoável afirmar que o bolsonarismo, no bojo da Nova Direita, é o movimento mais engajado digitalmente desde, pelo menos, 2018. Não à toa, segundo a agência Ativa Web, Bolsonaro tem cinco vezes mais seguidores que seu principal oponente no pleito de 2022, Lula (AMADO; LIMA, 2022).

Mais uma vez, o comportamento político determina seus subprodutos a partir da utilização das redes virtuais: dentre eles estão às câmaras de eco, modo de tratamento ao presidente (valência), radicalização (reflexividade), dentre outros subprodutos político-comportamentais. A análise dos comentários nas *lives* semanais de Bolsonaro permite desnudar a conexão entre essas formas de comportamento, o YouTube sob seu viés político e a Nova Direita no Brasil. Devido às justificativas científicas e sociais apresentadas ao longo desta tese, defende-se o YouTube como a melhor rede digital para se empreender um estudo dessa magnitude.

Além da análise do comportamento político, o estudo dos “alvos” e dos “temas” também se faz necessário para a complementação dessa pesquisa: se, no caso do primeiro, descobrir os principais alvos é também encontrar os principais mobilizadores do debate naquele nicho em específico, detectar os temas é de interesse justificável mediante à importância que cada assunto teve para os espectadores das *lives* ao longo de todos os meses entre 2019 e 2021. Ainda, descobrir os macro-temas permite a investigação aprofundada sobre como esses temas foram comentados e, especificamente, qual a proporção de potenciais *fake news* nos macro-temas identificados. Outras possibilidades se configuram como, por exemplo, o cruzamento entre “temas” e/ou “alvos” e “temporalidade”.

Até aqui, a análise sobre o YouTube e sua imbricação política permite os seguintes aprofundamentos: em primeiro lugar, a análise sobre a plataforma feita por Kavoori (2015) encontra amparo naquilo que Jasny, Waggle e Fisher (2015) definem como as condições ideais para a criação das câmaras de eco. Tem-se, nesse cruzamento, características como a tendência pelo consumo de informações (no caso do YouTube, vídeos) cujos assuntos apresentem semelhanças. Há, também, um encadeamento de vídeos organizados por lógicas algorítmicas intrínsecas à plataforma, o que também facilita a permanência em vídeos de temáticas aproximadas. No caso das *lives* presidenciais, há a relação entre o emissor (Jair Bolsonaro), os receptores e os mediadores (comentadores), numa relação comunicacional de caráter transitório – como aprofundado ao longo da seção metodológica, Bolsonaro se coloca também como “ouvinte dos comentários”, pautando-se por eles em muitos momentos das transmissões. Se em um primeiro momento o papel ativo do YouTube como digitalizador da política é tópico importante, a sua função enquanto plataforma passiva também o é.

Nesse sentido, a literatura confirma a importância das plataformas (PIAIA; ALVES, 2019; MOURA; COBERLINI, 2019; BENKLER; FARIS; ROBERTS, 2018; ALTHEMAN; MARTINO; MARQUES, 2013; MEJIAS; COULDRY, 2019) a partir do viés comportamental de grupos/nichos políticos orientados e organizados para defesa de uma série de pautas, além da utilização da plataforma como meio de obtenção de informação política desejada. Somadas, as características ativas (próprias) e passivas (externas, como o comportamento político) incrementam a popularidade da plataforma e, ao mesmo tempo, contribuem ainda mais para o movimento de digitalização da política. O debate sobre as características ativas e passivas parece estar relacionado às afirmações de Gomes (2005) sobre as potencialidades dos meios para a democracia.

As reflexões gerais, levantadas por Gomes (2005), sobre as democracias estarem em risco com a digitalização da política, também são pontos de discussão para Benkler, Faris e Roberts (2018). Os autores corroboram o entendimento de que os meios digitais são dúbios em relação aos benefícios e riscos à democracia, o que dá ainda mais força, no sentido de responsabilidade, para o comportamento de grupos orientados por finalidades políticas que usam essas plataformas. Isto posto, ao mesmo tempo que a internet e seus subprodutos (redes virtuais) democratizam a política ao dar a oportunidade para que mais pessoas possam se expressar sem censura prévia, inclusive com a possibilidade de criticar as instituições, o mesmo meio pode ser prejudicial à democracia à medida que pessoas insatisfeitas com o governo tenham a liberdade de atentar contra a ordem democrática vigente (BENKLER; FARIS; ROBERTS, 2018). Por fim, pode ser atribuído características não apenas de ameaças à ordem democrática vigente apenas sob a perspectiva institucional, como também, a partir do aspecto cultural. Atribuir inimigos/rivais fora da arena político-partidária, estendendo os ataques à veículos de imprensa, ministros de Justiça e influenciadores digitais, dentre outros, é um risco adicional que confere ao comportamento político ainda mais importância na tríade composta junto com “fenômeno político” e “redes sociais” – no caso desta pesquisa, Nova Direita e YouTube, respectivamente.

Portanto, cada componente desta tríade é importante para que se possa entender o fenômeno a partir de seus dois eixos: científico e social. Cada uma dessas três pontas apresenta lastro em ambos os pilares, e o entendimento quanto ao cruzamento entre os três pontos é, sobretudo, colocar a lupa da dataficação (MEJIAS;

COULDRY, 2019) sobre o *modus operandi* e os principais balizadores de um fenômeno político que, por meio da habilidade da instrumentalização das redes – algo que ocorre no bojo da digitalização da política – foi quem melhor soube aproveitar o contexto tecno-político-social e garantiu sucessivas vitórias, seja com a deposição da presidente Dilma Rousseff, em 2016, seja com a vitória eleitoral de Jair Bolsonaro, em 2018. Este fenômeno político é a Nova Direita.

O caso desta tese, mais especificamente no que tangem aos temas e principais alvos dos comentários da audiência das *lives* semanais, aproxima-se em muito ao contexto político-social pesquisado por Gomes e Dourado (2019). Na ocasião os autores analisaram as *fake news* – o que não é tema desta tese – na política eleitoral brasileira com enfoque na Nova Direita. Segundo os autores, o que se pode chamar de produção de *fake news* é, para adeptos da Nova Direita, a “criação de uma ecologia midiática alternativa, necessária em face do alegado cerco dos liberais e dos esquerdistas, para produzir informações, jornalísticas e científicas, para consumo próprio do público da direita” (GOMES; DOURADO, 2019, p. 37). Ao contrário dos autores, esta tese não objetiva se tornar uma pesquisa sobre *fake news*, mas sim, uma pesquisa sobre o comportamento político em um nicho digital específico e, ao mesmo tempo, popular. A afirmação de Gomes e Dourado (2019) mostra, ao menos em partes, a motivação por detrás da construção de um modelo comunicacional pautado no comportamento político, nos anseios e objetivos deste nicho político.

O YouTube, por meio de sua característica audiovisual, logo foi espaço predominado por influenciadores desta vertente política, algo que certamente contribuiu para a eleição de Bolsonaro: independente da discussão do grau ou da força dessa contribuição, fato é que o predomínio desta vertente nas redes (medida pela popularidade digital de Bolsonaro sobre seus oponentes aos pleitos de 2018 e 2022) é benéfica, em certo modo, ao presidente Jair Bolsonaro. Desse modo, tão necessário quanto discutir o comportamento político digital e a importância do YouTube como ferramenta para a produção de símbolos e entendimentos relacionados à vida política no país, é refletir acerca do que é a Nova Direita no Brasil e como ela impactou e continua impactando o debate público. Devido à importância deste debate, esse tema será debatido no próximo tópico.

4 NOVA DIREITA

Insatisfeitos com a classe política em nível federal e estadual, milhões de brasileiros foram às ruas protestar no episódio que ficou conhecido como “Jornadas de Junho de 2013”. Sob o mote inicial de “Não é só pelos 20 centavos”, os primeiros protestos foram encabeçados pelo Movimento Passe Livre (MPL). Segundo Vicente e Azevedo (2018), as manifestações em todo o Brasil tinham em si quatro características em comum: heterogeneidade dos manifestantes; diversidade político-ideológica e político-partidária; participação de grupos minoritários radicais, notadamente o *Black Bloc*; falta de liderança reconhecida pelos manifestantes – o que ocasionou desorganização e desrespeito aos acordos com as forças policiais.

Mais de cinco anos após as “Jornadas de Junho”, Vicente e Azevedo (2018) discutiram sobre as consequências daqueles protestos na vida política brasileira. Para eles, as consequências das Jornadas se estenderam em outros dois importantes episódios: o *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff e o crescimento de Jair Bolsonaro nas pesquisas de intenção de voto para 2018. Devido à época da publicação do escrito, o texto não contempla a conjuntura de eleição de Bolsonaro à presidência da República naquele mesmo ano.

Analisar a chamada “Nova Direita” é contextualizar as forças da sociedade que apoiaram a eleição de Jair Bolsonaro e que sustentam o seu governo. Ao propor a análise do comportamento político digital, em forma de opinião via comentários nas *lives* presidenciais de Bolsonaro, é necessário entender qual é o “rosto” dessa vertente política que ganhou notória relevância a partir da primeira metade da década de 2010.

Dois anos após as “Jornadas de Junho”, cresce a mobilização dessa força política contra o governo recém reeleito de Dilma Rousseff. Embebedos pelas acusações de fraude eleitoral nas urnas eletrônicas, descrença na veracidade do sistema brasileiro de votação, crescente antipetismo e descontentamento com políticas econômicas mais austeras, mais uma vez milhares de brasileiros foram às ruas vestidos de verde e amarelo para se opor ao governo federal.

O contexto dos protestos de 2015 foi marcado por forte “polarização política na sociedade brasileira entre a esquerda e a direita e esta polarização está presente nas ruas e nas redes sociais” (SILVA, 2015, p. 2). Segundo a autora, três organizações lideraram os movimentos de 2015: Movimento Brasil Livre (MBL), SOS Forças Armadas e Movimento Vem Pra Rua. Segundo Cei (2017, p. 211) “os grupos da

chamada Nova Direita são difusos e se atualizam com a mesma frequência de um aplicativo de telefone celular. Por conseguinte, eles não formam massas organizadas” e, desta característica fluída, para ele, surge a necessidade da mobilização digital como “modo de sobrevivência”.

A força digital desses e de outros movimentos que nasceram e/ou ganharam relevância a partir de 2013 são discutidos pelo professor e pesquisador Silveira (2014), em texto que discute o embate das redes sociais digitais na eleição presidencial brasileira de 2014. Olhando o contexto daquela eleição à luz dos acontecimentos políticos e sociais que pulsavam à época, Silveira (2014) descobre que o que muitos autores viriam a considerar como “Nova Direita” estava “vencendo” a disputa contra a esquerda na arena digital. Em seu texto, o autor revela que “das 50 maiores autoridades (perfis ou páginas com postagens muito replicadas) de junho de 2013, apenas dois não se alinharam contra a candidatura de Dilma Rousseff [em 2014]: Mídia Ninja e Passe Livre” (SILVEIRA, 2014, p. 32).

A obra de Silveira (2014) permite, na prática, corroborar o achado de outras pesquisas citadas nesta tese, como a de Da Empoli (2020): a saber, a de que a Nova Direita soube se antecipar e utilizar melhor as potencialidades que as redes sociais digitais têm a oferecer quando se trata de expansão do alcance de narrativas. Seja o Movimento 5 Estrelas, na Itália, a ascensão de Donald Trump, nos Estados Unidos, e a vitória do movimento “conservador nos costumes, liberal na economia” personificado em Jair Bolsonaro, no Brasil, fato é que essas vitórias não podem ser descoladas do sucesso digital que os seus apoiadores obtiveram em momento prévio às respectivas vitórias políticas na seara eleitoral.

Outro ponto na obra de Silveira (2014) é o diagnóstico detalhado do comportamento das páginas em redes sociais digitais que cresceram substancialmente a partir de 2013. O autor examina que parte delas, como a página Movimento Contra a Corrupção (MCC), possui caráter expressamente antipetista, ao passo que “a página do Organização de Combate à Corrupção (OCC) ataca exclusivamente as gestões de Lula e Dilma e possui várias postagens defendendo Jair Bolsonaro e a intervenção militar” (SILVEIRA, 2014, p. 32). Logo, o autor descobre, com anos de antecedência, que o movimento digital antipetista possuía, ao mesmo tempo, traços favoráveis ao então deputado federal Jair Messias Bolsonaro.

Em outra obra, Silveira (2015) discute como a estrutura das redes foi melhor instrumentalizada pela direita do que pela esquerda brasileira. Para o autor, as

plataformas *online* permitem a ocorrência do fenômeno de “redes de opinião”. Em resumo, trata-se de um conjunto de opiniões de um número determinado ou indeterminado de agentes, conflitantes ou não, que encontram nas redes digitais uma opção adicional para serem manifestadas. A leitura de Silveira (2015) entende que as plataformas digitais não incentivam a participação, tampouco os princípios de justiça, liberdade e igualdade. Ao contrário desses princípios, o autor sustenta que o senso comum é a principal característica encontrada nas opiniões emitidas nas redes, sejam elas emitidas por vídeos ou por comentários.

Uma das grandes contribuições dessa obra (SILVEIRA, 2015) está no fato de que o autor dá mais peso à capacidade de mobilização do que a estrutura das plataformas. No cenário pensado por Silveira (2015), ter um local para poder se expressar é importante, porém, mais importante que isso, é saber e conseguir mobilizar mais pessoas para fortalecer as suas pautas e narrativas:

Sem dúvida, as possibilidades de ação, articulação e emissão de opiniões com baixo custo para atingir milhares de pessoas têm possibilitado que causas com grande apelo fossem levadas às ruas a partir das redes. Mas o poder de organizar, agrupar e criar redes é um dos principais poderes da atualidade. Esse poder não está com as forças de esquerda, cujas redes ainda padecem da dificuldade de lidar com processos interativos e horizontalizados (SILVEIRA, 2015, p. 218).

O entendimento de que as plataformas são locais de criação, reverberação e potencialização de narrativas parece ter sido melhor compreendido pela direita do que pela esquerda, tanto em nível nacional (SILVEIRA, 2015) como internacional (DA EMPOLI, 2020). Essa melhor compreensão deu fôlego para a Nova Direita brasileira em sentido duplo: primeiramente, soube com mais eficiência utilizar as potencialidades das redes para mobilizar grande número de pessoas nos ambientes digitais e, com isso, conquistou mais força para expandir suas pautas para as ruas e ganhou maior capilaridade no campo político-institucional. Esse movimento duplo verifica-se também na observação de Silveira (2015) de que há, nas redes o surgimento de novos atores da nova direita (como as páginas oriundas dos protestos de 2013) e o fortalecimento de atores conhecidos anteriormente à popularização das redes (como políticos conservadores e pastores evangélicos). Trata-se do encontro, testemunhado por meio das redes, entre vertentes distintas que compõem a Nova Direita: liberais, conservadores, evangélicos, antipetistas, dentre outras.

Um importante ponto de diálogo entre esta tese e a obra de Silveira (2015), refere-se ao entendimento de que o que sustenta as redes sociais são as conversações. As conversações são materializadas por diversas formas, tais como, áudios, vídeos, imagens e textos. No último caso, tem-se os comentários. Toda essa sorte de modos de conversação está disponível à dataficação (MEJIAS; COULDRY, 2019) e, portanto, à análise. O argumento de que as vertentes de direita mundo afora souberam interpretar e instrumentalizar melhor essas plataformas significa, em última análise, que o volume de conteúdos produzidos à direita é maior do que a quantidade de conteúdos produzidos por vertentes de esquerda. A capacidade de mobilização da Nova Direita é um movimento duplo, externo e também intrínseco as redes. Este movimento é de trocas constantes de conversações entre as redes e as ruas. Para Silveira (2015), as redes favorecem a disseminação do senso comum – algo que, para o autor, também é central para a direita brasileira:

Uma pessoa que antes fazia seus comentários políticos eventualmente na mesa de bar agora tem sua opinião registrada em seu perfil no Facebook ou Twitter. Dependendo do que escreveu, a postagem pode ser compartilhada para milhares de pessoas ou ser vista por apenas uma dezena de amigos. Entretanto, as redes permitiram que uma direita mais conservadora, pouco expressiva no próprio parlamento e na mídia tradicional, mas com forte capacidade de mobilizar o senso comum e expressões de ódio e preconceito, reunisse pessoas dispersas e avançasse na articulação de adeptos. A atividade é a essência da mobilização em rede (SILVEIRA, 2015, p. 229).

No contexto atual, tanto no Brasil como em outros países, o embate de opiniões nas redes sociais digitais é característica fundamental para conquistar maior capilaridade, leia-se adeptos, ao seu movimento. As redes, então, se tornam mais um campo de disputa de poder com importante capacidade de influenciar tomadas de ações nas ruas. A consolidação da Nova Direita, seja brasileira ou não, se deu em muito graças à capacidade de mobilização das suas vertentes nas arenas digitais. Tanto aqui no Brasil como em outros casos já citados nesta tese, o *modus operandi* da Nova Direita tem nas redes sociais o seu pilar central, seja pela já discutida capacidade de conversação que as plataformas apresentam e/ou pelo estudo das redes por meio da lógica de dataficação (MEJIAS; COULDRY, 2019), o que ajuda na identificação de demandas de segmentos importantes e populares do eleitorado, a exemplo do que foi realizado pelo Movimento 5 Estrelas (DA EMPOLI, 2020).

No caso brasileiro, outro fator que contribui com a cristalização da Nova Direita está relacionada à ideia de “contra-públicos” abordada por Rocha (2018b). Para a

autora, o surgimento de grupos de nova-direita pode ter sido facilitado pela popularização da internet junto ao sentimento de crítica ao *establishment* encarnado, à época, em governos de esquerda. Logo, o antipetismo é um dos combustíveis para o *cultural backlash* ocasionado ao longo da década de 2010, nas redes e nas ruas, com enviesamento à direita.

Jornalistas, pesquisadores, acadêmicos e a população em geral passaram a voltar os seus olhares para este que é um dos fenômenos e conceitos atuais mais relevantes em relação à vida política brasileira. Em artigo que estuda os *vlogs* da Nova Direita no YouTube, Kleina e Sampaio (2020) entendem que há fortes relações entre este fenômeno e a chegada de Jair Bolsonaro à presidência da República em 2018.

Segundo os autores, a ascensão da Nova Direita é um fenômeno que pode ser temporalmente categorizado a partir da década de 2010. Há, para eles, a nítida relação entre os vlogueiros da Nova Direita e o bolsonarismo, visto que haveria o compartilhamento “de uma origem em comum e trazem valores e pautas convergentes” (KLEINA; SAMPAIO, 2020, p. 33). A mesma conclusão é obtida por Cei (2017), Silva (2015) e, Vicente e Azevedo (2018): os valores bolsonaristas e da Nova Direita se confundem, com mais notoriedade aqueles ligados ao patriotismo, à luta anticorrupção e, principalmente, ao antipetismo.

Em artigo publicado em 2016, Chaloub e Perlatto mapeiam 6 hipóteses para explicar o surgimento da Nova Direita no Brasil. Em primeiro lugar está a ideia de que a Nova Direita não é um fenômeno exclusivo do Brasil, pelo contrário, o que se observa no Brasil é apenas a reprodução de um fenômeno que ocorre em larga escala em todos os continentes. A Nova Direita, segundo os autores, se nutriu “da crise no campo político, do Estado de Bem-estar social e no plano teórico do marxismo, e que ganharam força ainda maior com a queda do Muro de Berlim” (CHALOUB; PERLATTO, 2016, p. 2). Nesta primeira hipótese, a Nova Direita bebe da crise do marxismo e da fonte das teorias conservadoras e reacionárias.

A segunda hipótese levantada pelos autores, se refere ao distanciamento temporal da ditadura militar brasileira. O argumento que sustenta esta hipótese é o de que, após 36 anos do final do regime militar, as pessoas com o discurso mais alinhado com aquele praticado durante o regime sentem maior liberdade para expressar as opiniões que, anos atrás, seriam condenáveis ou combatidas com maior vigor.

A terceira hipótese sugerida pelos autores está na mudança do perfil da indústria cultural no Brasil. Essa mudança é o reflexo de uma série de outras

transformações no perfil de agentes da imprensa, emergência dos intelectuais deste campo teórico e dos meios de comunicação de massa, de modo geral. Para os autores, a popularização da internet “permitiu a esses intelectuais adquirir uma capilaridade social não imaginada em outros tempos” (CHALOUB; PERLATTO, 2016, p. 4).

A quarta hipótese está intimamente relacionada com a terceira: trata-se da maior inserção dos teóricos ou entusiastas da Nova Direita em espaços especializados para a difusão dos pensamentos dessa corrente teórica. Logo, refere-se à criação de institutos, empresas e instituições, de modo geral, que abrigam e difundem a Nova Direita pelo Brasil e pelo mundo.

A penúltima hipótese está relacionada ao insucesso e à derrocada dos governos petistas/de esquerda no Brasil contemporâneo. Para os autores, as reformas produzidas pelos governos petistas, apesar de causarem resultados aparentemente pequenos no que tange à igualdade social, gerou grandes reações das elites políticas e sociais do país. Essas reações culminaram no fortalecimento das ideias da Nova Direita e lançaram as bases para a polarização política.

Por fim, a última hipótese levantada por Chaloub e Perlatto (2016) trata do enfraquecimento do sistema partidário que o Brasil atravessa desde o início da década passada. Sob o mote de “não me representa”, as manifestações de 2013 evidenciaram a crise política e o déficit democrático, escancarando o descompasso entre as elites políticas e os representados. No bojo do descontentamento expresso nas manifestações de rua que escancararam a crise de representação, o discurso de renovação política cresceu junto aos movimentos da Nova Direita.

Segundo as afirmações presentes em Kleina e Sampaio (2020) e Chaloub e Perlatto (2016), é possível identificar que a ascensão da Nova Direita ocorre em período histórico no qual há crise de representatividade política, acréscimo ao coro antipetista, contexto de crise político e econômica e popularização do discurso neoliberal. Trata-se, também, da consideração da conjugação entre elementos conservadores e neoliberais, formando uma relação entre elementos conservadores em relação às pautas morais e neoliberais em relação às agendas econômicas (KLEINA; SAMPAIO, 2020).

Em artigo intitulado “A Nova Direita brasileira: uma análise da dinâmica partidária e eleitoral do campo conservador”, Codato, Bolognesi e Roeder (2015, p.121) entendem que “a Nova Direita na América Latina é a uma postura política que

conserva elementos da velha direita: o capitalismo como modelo econômico e preceitos morais tradicionais”. Segundo os autores, os partidos da Nova Direita na América Latina possuem em comum as características de defesa do livre mercado e da igualdade de oportunidades. Somadas, essas características diferenciam, partidariamente, os partidos da Nova Direita para os partidos de esquerda e da direita tradicional.

Outra grande contribuição dos autores está na categorização dos partidos da Nova Direita. Através de critérios como a ideologia política de cada legenda, Codato, Bolognesi e Roeder (2015) realizaram uma série de testes estatísticos para chegar à seguinte conclusão: há uma divisão, em termos ideológicos, entre partidos da “velha direita” e partidos da “Nova Direita”: segundo a classificação realizada pelos autores, há 27 partidos de direita no Brasil. Destes, 17 pertencem à direita tradicional ou “velha direita”, ao passo que 10 legendas partidárias pertencem à chamada “Nova Direita”.

Os autores resumem as características principais dos partidos de velha direita e Nova Direita e apontam diferenças substanciais entre ambas. A primeira diferença é a relação com a ditadura militar: partidos da Nova Direita, além de não terem relações com a ditadura, também defendem, como bandeira, a democracia. A segunda diferença reside no campo econômico, em que a Nova Direita defende a “intervenção limitada do Estado na economia para garantir a igualdade de oportunidades” (CODATO; BOLOGNESI; ROEDER, 2015, p. 127). A terceira característica não se trata de uma diferença, mas sim, de uma semelhança entre a velha e a Nova Direita: a defesa dos valores da família tradicional.

Além dos estudos que focam no viés partidário da Nova Direita, há análises sobre a composição social deste movimento. Em artigo intitulado “Nosso Terreno: crise moral, política evangélica e a formação da ‘Nova Direita’ brasileira”, o historiador Benjamin Cowan disserta sobre a alta penetração do setor evangélico na composição da Nova Direita, fato que ajuda explicar o reflexo no âmbito conservador deste fenômeno no que diz respeito às pautas de cunho moral. Segundo o autor, há temporalmente um deslocamento dos setores evangélicos da posição de apolítico para o envolvimento direto nas questões político-institucionais (COWAN, 2014).

O estudo de Santos e Tanscheit (2019), intitulado “Quando velhos atores saem de cena: a ascensão da Nova Direita política no Brasil” traz novos parâmetros para a discussão quanto a Nova Direita, se conseguiu, ou não, obter sucesso na política brasileira. O estudo apresentado pelos autores corrobora as reflexões feitas

nesta seção sobre como a Nova Direita é formada e fortalecida a partir do *déficit* democrático refletido a partir da crise política, econômica e partidária. Some-se a essas crises, também, o declínio dos governos petistas e o enfraquecimento do discurso dos entusiastas da socialdemocracia.

De acordo com os autores, houve uma conjugação de fatores na conjuntura política brasileira, com a proeminência da Operação Lava Jato e do *impeachment* de Dilma Rousseff foram fatores cruciais não apenas para a derrota da esquerda, como também para a derrota do que eles entendem por direita tradicional ou direita moderada. Segundo eles, estes dois fatores somados à adesão ao governo Temer “são antecedentes cruciais para a explicação da derrota da ‘direita moderada’ e para a emergência da Nova Direita que já vinha se radicalizando de forma subterrânea no Brasil” (SANTOS; TANSCHKEIT, 2019, p. 174).

Segundo Moura e Corbellini (2019) houve uma metamorfose do eleitorado brasileiro que se tornou mais clara a partir de 2016. Para eles, os eixos de apoio eleitoral do Partido dos Trabalhadores estava se consolidando, desde 2002, nos grandes centros urbanos e no eleitorado de classe média. A citada metamorfose ocorre quando “em 2018, seriam os grandes centros urbanos e a classe média os maiores alvos do PT e, mais amplamente, do sistema partidário tradicional [...]. É muito importante considerar essa metamorfose no Brasil político” (MOURA; CORBELLINI, 2019, p. 39).

Os autores também citam as manifestações de rua contra o Partido Trabalhista (PT) e o crescente sentimento antipetista como um dos pilares que viria, anos mais tarde, sustentar Jair Bolsonaro enquanto presidenciável contra “o sistema”. O diferencial destes protestos reside no fato de que a onda de descontentamento utilizaria as plataformas digitais para ampliar a oposição ao governo. Sobre isso, os autores entendem que:

Essa onda transformaria definitivamente as redes sociais numa nova e poderosa plataforma de comunicação e de organização política. Um processo em nada comparável, sociologicamente, a grandes movimentos de rua como a campanha pelas ‘Diretas Já’ ou o ‘Fora Collor’. Estávamos diante da primeira grande manifestação de massas de caráter pós-moderno da história política brasileira. Esse tipo de movimento, que começara na Primavera Árabe, passara pelos indignados na Europa e ocupara Wall Street, havia chegado ao Brasil (MOURA; CORBELLINI, 2019, p. 43).

A importância da obra de Moura e Corbelini (2019) para esta tese reside no fato de que eles chegaram ao ponto em que Silveira (2015) toca lateralmente: o fato de que os protestos de 2013 significam um marco para o movimento de massas no Brasil, representada por um eixo ideológico que não costumava ir para as ruas. Se em 2013 o perfil político-ideológico dos manifestantes era mais abrangente, os anos que se passaram contribuíram para que os manifestantes antipetistas se reunissem no espectro da Nova Direita, apesar dela ser composta por vertentes que a partir de 2020 elevariam suas diferenças, mais notadamente em eixos como o lavajatismo, as vertentes religiosas e o bolsonarismo.

A descoberta das redes sociais digitais como amplificadoras de narrativas políticas é um dos grandes marcos dos protestos de 2013. O uso destas plataformas foi maximizado e aprimorado ao longo dos próximos anos. Cabe, ainda, ressaltar que os protestos de 2013 deixaram dois saldos para os anos seguintes que são importantes para se discutir o bolsonarismo nas plataformas digitais. Os autores apontam que:

[Os protestos de 2013] deixaram dois saldos residuais muito importantes: a retomada do hábito de ir às ruas e a descoberta das redes sociais, muito especialmente o WhatsApp (ainda iniciante no Brasil), como imensa plataforma de comunicação e teia de organização social rápida, eficiente, autônoma, e com alto grau de imunidade em relação aos veículos da política tradicional. Esse ambiente seria dominado por uma base social de classe média, nacionalista, de perfil político conservador, antipetista, e seria, alguns anos mais tarde, um polo de suporte ativo à campanha de Jair Bolsonaro (MOURA; CORBELINI, 2019, p. 44).

Após 2013, com a reeleição de Dilma Rousseff e o já comentado reinício dos movimentos de rua antipetistas, Moura e Corbelini (2019) apontam para uma diferença substancial entre aquele e este protesto: o perfil dos manifestantes. Se em 2013 os protestos tinham heterogeneidade em relação a ideologia e demandas políticas, os protestos de 2015 ocorreram com uma “composição mais nítida e homogênea, centrada mais claramente no campo antipetista, conservador e nacionalista. A tônica dessas manifestações foi de hostilidade ao PT e a Lula [...] e exaltação a Sergio Moro” (MOURA; COBERLINI, 2019, p. 44).

A literatura sobre Nova Direita refletida aqui traz, em resumo, os seguintes *highlights*: trata-se de um eixo ideológico atualizado em relação à direita tradicional, agora sem vinculações à ditadura e com percepções de intervenção limitada do Estado na economia. Nesta atualização, mantiveram-se as pautas conservadoras

relacionadas à família. Do ponto de vista histórico, a Nova Direita começa a ganhar força a partir de 2013, mas é a partir de 2015 que o movimento se torna mais coeso e homogêneo em relação ao perfilamento social dos seus integrantes.

Formado por diversas vertentes, dentre as principais são: o lavajatismo (enraizado nas pautas anticorrupção e no apoio à Operação Lava Jato e ao então juiz Sergio Moro) e o bolsonarismo (calcado nas pautas de valores cristãos e na defesa da família tradicional brasileira e, lateralmente, também baseada, ao menos em retórica, na pauta anticorrupção). Sobre as vertentes, a pauta que os uniria era a oposição ou o ódio direcionado ao Partido dos Trabalhadores, em geral, e a Lula e Dilma, em específico, fenômeno largamente debatido pela teoria em Ciência Política a luz do conceito denominado “antipetismo”. Sob o aspecto social, o coração da Nova Direita está na classe média.

Sob o manto do crescente antipetismo e na esteira do fortalecimento da Nova Direita, o Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB) perdeu o protagonismo eleitoral que havia conquistado e mantido nas eleições presidenciais desde 1994, com a eleição de Fernando Henrique Cardoso. É de conhecimento público que o PSDB e o PT polarizavam as eleições presidenciais desde 1994. Entretanto, esta tendência deixou de ocorrer pela primeira vez no pleito de 2018. E isso está relacionado com a citada metamorfose do eleitorado.

A partir do fortalecimento da Nova Direita e o aumento da sensação do antipetismo, as consecutivas derrotas do PSDB para o PT nas eleições de 2002, 2006, 2010 e 2014 criam no eleitorado a necessidade de buscar uma alternativa para derrotar o petismo. Como grande aliada, a Nova Direita bebeu dos prejuízos a imagem do Partido dos Trabalhadores causada pela Operação Lava Jato.

As diversas Operações realizadas contra petistas e ex-petistas, ou em desfavor a pessoas que tiveram alguma ligação com os governos petistas, ajudou a construir a narrativa de que derrotar o PT em 2018 era combater a corrupção. Neste sentido, o lavajatismo teve papel fundamental. Moura e Coberlini (2019) citam que o lavajatismo se tornou em “partido da Lava Jato” na campanha de 2018. Junto ao antipetismo, o “partido da Lava Jato” ajudaria a derrotar Fernando Haddad na eleição presidencial daquele ano. Segundo os autores:

O ‘partido da Lava Jato’ mostrou-se uma enorme onda social, que pressionava de fora para dentro o sistema político, representando uma população que se sentia desprotegida nas ruas, negligenciada pelos serviços

essenciais do Estado e bombardeada todos os dias por denúncias de corrupção contra políticos proeminentes de todos os naipes partidários. Esse 'partido' não só elegeu Bolsonaro, mas protagonizou uma onda de renovação sem precedentes no Congresso em nossa história recente, relegando à condição de partidos médios as grandes estruturas partidárias herdeiras da Nova República, como MDB, PSDB e DEM (MOURA; COBERLINI, 2019, p.56).

Em perspectiva histórica, estar-se-á falando aqui que uma união de vertentes que compuseram a vitoriosa Nova Direita em 2018 que, em última análise, obteve o êxito por demonstrar saber utilizar as plataformas tradicionais e, principalmente, digitais, para alimentar o antipetismo já defendido por um determinado perfil do eleitorado (classe média, nacionalista, conservadora) em contexto de crise econômica e política, na qual a classe política era confrontada diariamente com escândalos de corrupção evidenciados pela Operação Lava Jato, amplamente abordada pela imprensa.

A tese defendida por Moura e Corbelini (2019) argumenta que a espetacularização da Operação Lava Jato tornara o PT como a grande primeira vítima, mas não a única. Para os autores, o segundo grande vitimado, cuja atenção foi ofuscada pelo antipetismo, foi o sistema político como um todo. Para eles, as grandes legendas partidárias não conseguiriam reunir as condições necessárias para oferecer um candidato que suprisse as demandas do magoado eleitorado brasileiro de 2018 porque:

O candidato do 'partido da Lava Jato' muito dificilmente sairia de uma das siglas partidárias tradicionais de oposição ao PT. Jair Bolsonaro soube se posicionar para ser esse postulante. Apresentou-se como um inimigo visceral do PT e como um político 'diferente de tudo o que está aí', e sustentou um discurso politicamente incorreto e de enfrentamento contra a 'bandagem', além de uma defesa conservadora dos valores da família cristã. Em uma entrevista ao jornal *Folha de S. Paulo*, em março de 2018, Nizan Guanaes definiu Bolsonaro como 'o candidato Dorflex', a 'solução para a dor' do eleitor (MOURA; CORBELINI, 2019, p. 57).

A comparação dos achados de Moura e Corbelini (2019) com os demais integrantes da literatura sobre Nova Direita que integram esta tese permitem identificar que Jair Bolsonaro soube congrega as duas principais vertentes da Nova Direita, lavajatismo e bolsonarismo, bem como, os seus anseios e demandas – em movimento parecido com que Da Empoli (2020) descreve sobre a esperteza do Movimento 5 Estrelas, na Itália, em identificar, via Big Data, o as demandas e anseios do eleitorado italiano. Tanto lá, como aqui, o pano de fundo representa a capacidade das

campanhas em interpretar o comportamento político do eleitorado. E, como observado anteriormente, as redes sociais são o grande palco para essa interpretação, visto que é a partir dela em que podemos mensurar os mais diversos comportamentos em grande escalabilidade temporal e, também, em grande cobertura: assim, o mapeamento dos comportamentos é possível tanto mensalmente, quinzenalmente, semanalmente, diário, hora em hora e, até mesmo, minuto a minuto.

Portanto, a revisão acima permite o leitor compreender aspectos essenciais para a formação da Nova Direita, bem como, para entender as causas da sua prosperidade. A partir da discussão aqui estabelecida, é interessante notar o fato de que a íntima relação entra a Nova Direita e a internet, mais notadamente as redes sociais digitais. Apesar de ser difícil cravar o exato momento de sua gênese no mundo, pode-se compreender que as bases da Nova Direita surgem com a derrocada da narrativa socialista ao final da Guerra Fria somada à popularização do discurso neoliberal, em pautas econômicas, junto ao discurso reacionário.

No Brasil, o fenômeno ganha força a partir de 2013, mas, é em 2015 que a homogeneização do movimento (ao redor do antipetismo) ocorre e, às vésperas da eleição presidencial de 2018, as principais vertentes da Nova Direita se afloram e se mostram unidas por características em comum. A luta anticorrupção, o antipetismo, a defesa da família e a ideia bradada do “conservador nos costumes, liberal na economia” parecem ser alguns dos traços mais marcantes do DNA da Nova Direita no Brasil contemporâneo. O seu sucesso na internet pode encontrar amparo em teóricos que sustentam hipóteses sobre a transformação da indústria cultural, como Chaloub e Perlatto (2016), em Da Empoli (2020), Gomes e Dourado (2019), Moura e Corbelini (2019) e, em tantos outros teóricos citados nesta pesquisa.

O levantamento de pesquisas sobre a Nova Direita no Brasil permite a conclusão de que o termo, ao pé da letra, não dá conta da pluralidade de pensamentos distintos que compõem este fenômeno de massas. Tratado no singular, a expressão “Nova Direita” não parece abarcar movimentos importantes citados acima, como o lavajatismo, os evangélicos, os liberais, os conservadores e qualquer outra ramificação que se considere de direita, antipetista e que congregue valores mínimos em comum para ser considerada parte desse movimento.

Assim como os lavajatistas, o segmento evangélico teve parcela importante na composição da base de apoio de Jair Bolsonaro – tanto antes, durante e após a sua vitória eleitoral em outubro de 2018. A especificidade do público evangélico,

segundo Burity (2020), é que essa fatia do eleitorado sofreu “metamorfoses” durante as últimas três décadas. Para o autor, o pensamento evangélico, principalmente o neopentecostal, voltado à participação política no Brasil pode ser delimitado em 3 fases. A primeira dessas fases ocorreu por volta dos anos 1980, na qual essa fatia do eleitorado trabalhou para obter reconhecimento e representação (BURITY, 2020).

Já a segunda fase ocorreu por volta do início dos anos 2000 e durou até meados da primeira metade da década de 2010. Esta fase é demarcada pela visão plural dentro dos segmentos evangélicos, cuja orientação era movida principalmente por finalidades pragmáticas, como a conquista e manutenção dos espaços de poder político-institucional (BURITY, 2020).

Por fim, a terceira e mais recente fase ocorre desde o final da primeira metade e o início da segunda metade da década de 2010. Essa fase é um período de inflexão do posicionamento político, movido pela ala pentecostal, que

[...] foi abandonando a posição acomodada e pragmática de sua atuação nos dois períodos anteriores e assumiu, cada vez mais, um perfil de confrontação com a agenda de ampliação dos direitos das minorias e das políticas públicas demandadas por elas (BURITY, 2020, p. 5).

Esta terceira fase marca um eleitorado evangélico dotado de posições conservadoras em relação a pautas morais e, por outro lado, marca um posicionamento mais liberal em relação à economia.

Há de se considerar, também, a conquista de fiéis evangélicos por todo o país, cujo avanço foi registrado pelos censos do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE): entre 2000 e 2010, houve crescimento de 7 pontos percentuais na composição do eleitorado evangélico em relação ao total de brasileiros. Isto significa dizer que, em 2010, mais de 1/5 (22%) da população era evangélica. Em números absolutos, o total de evangélicos em 2010, segundo o Censo do IBGE, era superior a 42 milhões de brasileiros, dos quais 25 milhões eram declaradamente ligados à vertente neopentecostal (IBGE, 2010).

A pauta anticorrupção e antipetista também dá contornos à participação política evangélica, sobretudo a neopentecostal, nesta terceira fase. Como conclusão, entende-se que essa guinada à direita se deve a uma reação conservadora em resposta ao avanço de pautas progressistas no campo da moral e que, junto a outros atores políticos, dá contornos ao que se conhece por Nova Direita.

Como comentado em seções anteriores, a tríade entre comportamento político digital, a relação entre YouTube e Política e o debate político digitalizado a partir da Nova Direita é o caminho por onde esta tese percorre. Socialmente, a riqueza temporal desta obra também se verifica, visto a cobertura entre 2019 e final de 2021 denota uma série de rupturas nos pilares que apoiaram Bolsonaro e engajaram em sua defesa ao longo da eleição presidencial de 2018, dentre as quais se destaca o descolamento entre lavajatismo e bolsonarismo.

Ao longo desta primeira seção, acompanhou-se as especificidades sobre o YouTube voltada ao campo político. Também observou-se como o comportamento político digital é vertente teórica importante, em tempos de dataficação (MEJIAS; COULDRY, 2019), para analisar as características mais marcantes do fenômeno da Nova Direita, em relação a Bolsonaro em suas *lives*, ao longo dos três primeiros anos de mandato. Além da discussão sobre o YouTube como campo popular, cientificamente viável e como um facilitador da construção de câmaras de eco, foi também discutida a utilização do YouTube como um “caminho alternativo” de comunicação entre os apoiadores do presidente devido a suas características audiovisuais.

As características ativas e passivas relacionadas ao YouTube temperam a tão comentada tríade entre comportamento político, Nova Direita e YouTube. De um lado, a plataforma gera mais engajamento, entendido como tempo de tela, o que aumenta o tempo de trocas de conteúdo e absorção da informação, bem como, facilitando o compartilhamento e construção de novas narrativas de acordo com as diretrizes que orientam este nicho político. Por outro lado, este próprio nicho político vai ao YouTube para a produção de conteúdos, assim como entra na plataforma para se informar politicamente – tanto de forma ativa, indo ao *site* por vontade própria, quanto por forma passiva, nos termos apontados por Piaia e Alves (2019).

Analisando o fortalecimento da Nova Direita a partir da década de 2010, Silveira (2015) argumenta que esse fenômeno político soube, primeiro, como as potencialidades das redes virtuais poderiam maximizar as chances de sucesso eleitoral – conclusão análoga às de Da Empoli (2020). Kleina e Sampaio (2021) relembram que a força de conexão entre Nova Direita no YouTube e a associação ao presidente é tamanha que Bolsonaro chegou a declarar canais de YouTubers como canais de informação, algo que reforça a característica da Nova Direita, no geral, e do

presidente, em específico, em praticamente forçar o YouTube como caminho alternativo de mídia/informação.

Segundo Kerche (2019), a cristalização da força de mobilização da Nova Direita brasileira ao redor do YouTube é tamanha que deve ser considerada como uma cosmologia que mistura temas políticos com opiniões pessoais por parte dos YouTubers (KERCHE, 2019; MESSENERG, 2017). Voltando à discussão sobre características ativas da plataforma, Kerche (2019) ressalta a força algorítmica do YouTube, o que impacta centralmente na recomendação de conteúdos. Por outro lado, Kerche (2019) também ressalta o componente comportamental, ou seja, a parte em que o YouTube é a esfera passiva. Neste momento, Kerche (2019) cita que a utilização do YouTube para finalidades políticas pela Nova Direita brasileira não se difere, ao menos nas narrativas gerais, daquelas praticadas em outros países, com destaque especial ao “discurso nacionalista, mas aberto ao capital estrangeiro” (KERCHE, 2019, p. 2).

Como acompanhado neste tópico, o YouTube é uma plataforma importante para a mobilização da Nova Direita por meio da difusão de ideias próprias a esse fenômeno político heterogêneo em suas bases, mas que se une ao redor de pilares em comuns. Seja pelas características do meio – como a recomendação de conteúdos com base em cálculos do algoritmo da plataforma, que tende a fazer com que as pessoas conheçam e tenham mais tempo de consumo de conteúdos de canais da Nova Direita –, seja pelas características próprias aos usuários – como os conteúdos por eles produzidos em vídeo e/ou em comentários –, fato é que o YouTube se tornou uma plataforma vital para a comunicação de Jair Bolsonaro com seu eleitorado e fora utilizada de modo constante ao longo de sua gestão.

Concomitante à discussão sobre o YouTube e a Nova Direita, é necessária a contextualização sobre o que foi o governo Bolsonaro ao longo dos seus três primeiros anos de governo, visto que o seu governo dificilmente pode ser dissociado do comportamento digital bolsonarista nas *lives* do presidente no YouTube. É possível pensar que os comentários refletem opiniões sobre a conjuntura política do Brasil no determinado momento em que foi publicado e, portanto, a contextualização sobre o que foi o governo Bolsonaro certamente contribui para aprofundar o entendimento sobre os dados obtidos nesta tese.

Com a finalidade de facilitar o entendimento dos fatos principais que marcaram os três primeiros anos de gestão Bolsonaro, foi proposta a divisão em três

grandes eixos: 1) fase pré-pandemia (2019-2020); 2) fase da pandemia de COVID-19 (2020-2021); e 3) fase pré-eleição presidencial de 2022 (2021-2021). O estabelecimento dessas fases não significa que o contexto da fase anterior se encerrou completamente, logo, a passagem da fase 2 para a fase 3 não implica no “fim da pandemia”, mas sim, em uma coexistência de temas relevantes ao governo. No caso da passagem da fase 2 para a fase 3, como será explicado no tópico seguinte, há uma preocupação de Jair Bolsonaro em fazer acenos e ações já tendo em vista o pleito de 2022.

Essas fases também não podem ser consideradas como singulares e reducionistas em relação ao tema, mas sim como espécies de categorias abrangentes ou sob a consideração weberiana de “tipos ideais” (WEBER, 1922). Em resumo, a nomenclatura dessas fases não possui a pretensão de esgotar a farta quantidade de acontecimentos nos 3 primeiros anos do governo Bolsonaro e sim apresentar grandes eixos sob os quais ocorreram uma pluralidade de acontecimentos.

4.1 *TIMELINE* DO GOVERNO JAIR BOLSONARO (2019-2021)

A eleição de Jair Bolsonaro pode ser considerada como um marco da política brasileira recente e se tornou um evento estudado por pesquisadores de diversas áreas do conhecimento, dentre elas a Comunicação e a Ciência Política. A eleição de Jair Bolsonaro marca, pela primeira vez desde 2002, a derrota do PT em uma eleição presidencial. Outro fato que chama a atenção é o de que, pela primeira vez desde a eleição de 1994, perdeu parte expressiva de seu protagonismo eleitoral e deixou de figurar entre as primeiras posições na corrida eleitoral.

Prontamente, pesquisadores começaram a relacionar a vitória eleitoral de Jair Bolsonaro a uma mudança no pensamento do eleitorado brasileiro, visto que sua eleição representa a vitória de um parlamentar de trajetória pouco brilhante, sem acesso aos recursos do fundo eleitoral, com poucos partidos em sua base de apoio desde o primeiro turno, cuja candidatura se colocava como um azarão na disputa presidencial daquele ano (NICOLAU, 2019).

Com mais de 55% dos votos válidos no segundo turno, a vitória de Jair Bolsonaro se deve a uma série de fatores, dentre eles, o antipetismo e substituição da polarização entre PT e PSDB por uma polarização que envolvem forças de esquerda, sobretudo, o lulismo, *versus* forças de direita, caracterizadas pelas “novas

direitas” compostas pelo lavajatismo, evangélicos, conservadores, neoliberais, armamentistas, dentre outros segmentos. Vencedor do pleito, Jair Bolsonaro homenageava essas forças já em seu discurso de vitória, cujo qual o presidente eleito prometeu defender os valores da família, as crianças e que o seu discurso se tratava de um juramento a Deus (G1, 2018).

O governo de Jair Bolsonaro pode ser dividido em 3 grandes eixos: o primeiro consiste no pré-pandemia, momento no qual Bolsonaro vivia uma breve lua-de-mel própria aos governantes recém eleitos. Esta fase foi caracterizada por viagens e acenos para a sua base eleitoral, mas também apresentou indícios de conflitos internos que, naquele momento, dariam sinais sobre as crises internas que a gestão Bolsonaro teria de lidar nos próximos anos.

Logo no primeiro mês de governo, o presidente eleito atuou, por meio de decretos para flexibilizar a posse de armas (POMPEU, 2019a). Já em fevereiro de 2019, Bolsonaro acirrou os ânimos com a Venezuela e o regime de Nicolás Maduro. Sob o discurso de luta contra o comunismo, o presidente passou a tratar Juan Guaidó como o presidente eleito daquele país (COLETTA; URIBE; FERNANDES, 2019). O segundo mês de governo também ficou marcado pela entrega da proposta da Reforma da Previdência para apreciação do Congresso Nacional (MAZIEIRO, 2019). O aceno ao eleitorado conservador veio também nos primeiros meses de governo, cujo episódio principal da época diz respeito a um e-mail enviado pelo MEC às escolas para orientar diretores a filmarem alunos cantando o hino nacional e, também, para lerem uma carta que continha o *slogan* de Jair Bolsonaro: “Brasil acima de tudo, Deus acima de todos” (VENAGLIA, 2019).

4.1.1 Primeira fase: pré-pandemia (2019-2020)

De fato, a primeira fase do governo Bolsonaro, a pré-pandemia, foi o momento no qual o presidente utilizou os recursos disponíveis para mostrar que aquele seria um governo de viés conservador nos costumes, liberal na economia, com tendência fortemente contrária ao que o presidente denominava de comunismo. Neste primeiro ano o presidente se encontrava com apoiadores do alto escalão, como Olavo de Carvalho, e o estrategista de extrema-direita, Steve Bannon (AMARAL, 2019); continuava dando sinais para o seu eleitorado, como elogios ao golpe de 1964 (DW,

2019a) e a intenção de transferir a embaixada do Brasil para Jerusalém (VALENTE, 2019).

Enquanto Bolsonaro dava sinais ao seu eleitorado, em Brasília começavam a estourar os primeiros conflitos entre o presidente e líderes do Congresso Nacional e do Judiciário. Ao final de março a imprensa já especulava sobre o impacto dos atritos entre o presidente da República e o presidente da Câmara dos Deputados, Rodrigo Maia (SHALDERS; MAGENTA, 2019).

A lua-de-mel dessa primeira fase acabou com menos de quatro meses de governo, com as brigas internas e externas se intensificando a partir de abril de 2019. A mais inusitada delas, à época, foi o atrito entre o presidente e seu filho Carlos Bolsonaro, que removeu o acesso do pai ao seu próprio perfil do Twitter, impossibilitando a comunicação do presidente nesta plataforma por mais de três dias (AMADO, 2019). Outra situação de desgaste foi a demissão de Vélez Rodriguez do Ministério da Educação e a indicação de Abraham Weintraub para o comando da pasta: chama atenção que esta troca foi comunicada pelo Twitter do presidente da República. A troca no Ministério foi uma guinada mais forte à direita, vez que Weintraub defendia o combate ao "marxismo cultural" nas universidades e cujo perfil ideológico foi considerado como a principal característica para que Bolsonaro o indicasse ao cargo (SOARES; DOCA, 2019).

Os meses de abril de maio de 2019 foram marcados pela interferência de Jair Bolsonaro nos preços praticados pela Petrobras (DW, 2019b) e, principalmente, por investigações policiais que poderiam incriminar Jair Bolsonaro e/ou seus familiares e assessores. À época, duas dessas investigações se tornaram mais conhecidas: o caso Marielle Franco e a suspeita de "rachadinha" (peculato) envolvendo seu filho Flávio Bolsonaro e o assessor Fabrício Queiroz, além de outros ex-assessores de Jair Bolsonaro (MELLO; DANTAS; DANTAS, 2019).

Os meses de junho, julho e agosto seguiram as tendências dos meses anteriores: acenos ao seu eleitorado, declarações polêmicas e geração de conflitos externos e internos ao governo federal. Em junho, as notícias principais diziam respeito aos 39kg de cocaína em avião oficial que estava em operação de apoio à viagem de Bolsonaro ao Japão para a reunião do G-20 (ROSSI, 2019), incentivo à utilização de armas de fogo para a promoção da autodefesa e em apoio ao seu decreto de armas (BRÍGIDO, 2019), críticas à decisão do Supremo Tribunal Federal (STF) por criminalizar a homofobia e transfobia (MAZUI; CASTILHOS; ORTIZ, 2019).

Já o mês de julho é caracterizado pela tentativa de nomeação do seu filho, Eduardo Bolsonaro, para ser embaixador do Brasil nos Estados Unidos da América (VILELA, 2019) e as declarações ofensivas contra governadores do nordeste, chamando-os de “governadores de paraíba” e citando o governador Flávio Dino, do Maranhão, como “o pior de todos” (ARAGAKI, 2019).

Por sua vez, o mês de agosto pode ser entendido como aquele em que a pauta ambiental se torna o tema mais comum nas notícias sobre Jair Bolsonaro. O presidente, à época, estava sendo acusado de facilitar o desmatamento da Amazônia, e isso inclusive gerou incidentes diplomáticos com o presidente da França, Emmanuel Macron (FOLHA DE SÃO PAULO, 2019). As questões ambientais se sobressaíram também sobre a gestão de Ricardo Salles como ministro do Meio Ambiente (POMPEU, 2019b), a demissão do então diretor do Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (INPE) (GÓES, 2019) e as declarações de Bolsonaro sobre ele se considerar o “capitão motosserra” (BARBOSA, 2019) e acusar as ONGs pelo desmatamento da Amazônia (GULLINO; PRAZERES, 2019).

Enquanto o mês de setembro ficou marcado pela instalação da Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) das *Fake News* (OHANA, 2019) e nomeação de Augusto Aras para a Procuradoria Geral da República (PGR), o mês de outubro é caracterizado pelo atrito de Jair Bolsonaro com o seu partido da época, o PSL, devido a discordâncias sobre as verbas dos fundos partidário e eleitoral, bem como disputas pelo controle da legenda (G1, 2019). O imbróglio entre Bolsonaro e Partido Social Liberal (PSL) tem seu desfecho apenas um mês depois: em novembro, Jair Bolsonaro sai do partido e anuncia criação de um novo partido, o Aliança Pelo Brasil (MAZUI; RODRIGUES, 2019). O mês de dezembro de 2019 foi menos agitado que os demais meses daquele ano, mas ainda com denúncias que recaíam sobre seu filho Flávio e a ex-esposa de Bolsonaro sobre chefiarem uma quadrilha que desviaram recursos públicos da Assembleia Legislativa do Rio de Janeiro entre os anos de 2003 e 2004 (PIVA, 2019). O final daquele ano também trouxe mais protagonismo ao então ministro Sergio Moro, por meio da aprovação do seu pacote anticrime (FOLHA DE SÃO PAULO, 2019).

O ano de 2020 marca o final da primeira fase do governo Bolsonaro. Passado o primeiro ano de governo, o segundo ano de seu mandato daria início à fase da pandemia de COVID-19. Com um janeiro mais parado, o mês de fevereiro começa com decreto de estado de emergência em todo o país para conter o coronavírus

(FOLHA DE SÃO PAULO, 2020) e, com o vazamento de mensagens no WhatsApp nas quais Bolsonaro teria endossado atos contra o Congresso e o STF (VEJA, 2020).

4.1.2 Segunda fase: pandemia (2020-2021)

O início da segunda fase do governo Bolsonaro se dá em fevereiro, mas é a partir de março de 2020 que há uma série de tensões provocadas por declarações do presidente em relação ao coronavírus e à pandemia que começaram a dar os traços do que seria a gestão federal da COVID-19 no Brasil. Uma das mais famosas tensões foi causada quando Bolsonaro resolve chamar o coronavírus de “gripezinha” e acusar a imprensa brasileira de espalhar o pânico na sociedade, além de criticar os pedidos para que as pessoas ficassem em casa para evitar a disseminação do vírus (G1, 2020).

Em pronunciamento no dia 24 daquele mês, o presidente começa a falar sobre a importância de salvar os empregos e que a vida precisava voltar à normalidade, além de citar o seu “histórico de atleta” e a descoberta de que haveria um remédio para o combate à malária que poderia ser utilizado no tratamento dos portadores de coronavírus (UOL, 2020). As publicações do presidente sobre a pandemia no Twitter, em março, foram apagadas pela plataforma sob a justificativa de Bolsonaro “expandiu regras para abranger conteúdos que forem eventualmente contra informações de saúde pública orientadas por fontes oficiais e possam colocar as pessoas em maior risco de transmitir COVID-19” (G1-GLOBO, 2020a).

Um fato importante desta segunda fase do governo Bolsonaro é que, apesar de ser caracterizada pelo período pandêmico, o presidente continuou gerando atritos com uma série de outros temas, como o processo eleitoral. Concomitante às críticas sobre o confinamento, Bolsonaro também direcionava suas críticas para as urnas eletrônicas ao afirmar que teria vencido a eleição de 2018 já em primeiro turno (BULLA, 2020), o que também marca a onda de atritos com o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) nesta segunda fase.

Nas inúmeras crises situadas no Palácio da Alvorada, uma delas teve grande potencial para separar vertentes que sustentaram a vitória eleitoral de Bolsonaro dois anos antes: a saída do então ministro Sergio Moro (SANTOS, 2020). Os atritos entre Moro e Bolsonaro se deviam ao fato de que a Polícia Federal estava investigando familiares do presidente, mais notadamente o seu filho Flávio Bolsonaro.

Sob alegação de que Bolsonaro estaria intervindo na Polícia Federal para proteger sua família de investigações, Sergio Moro anuncia seu pedido de demissão ao final de abril de 2020. O conflito entre ambos causou uma espécie de movimentação de lavajatistas contra Jair Bolsonaro, cuja narrativa principal era a de que o presidente não estava atuando para combater a corrupção. Já bolsonaristas passaram a criticar Moro com base na acusação feita por Bolsonaro de que o ministro teria o único e exclusivo objetivo de se tornar ministro do STF (MAZUI; GARCIA; LIS, 2020).

Outro pilar importante de críticas a Jair Bolsonaro, especialmente no tocante à condução da pandemia, está relacionada à demissão do então ministro da Saúde, Luiz Henrique Mandetta, também em abril de 2020. A alegação da demissão se deve, segundo Bolsonaro, a divergências no pensamento sobre como combater a COVID-19. Naquele período, Bolsonaro perdia base de apoio importante, como parte expressiva dos lavajatistas e eleitores contrários ao modo pelo qual o governo federal geria a crise sanitária.

Diante da perda de apoio popular, o presidente tinha de procurar apoio no Congresso Nacional para sobreviver politicamente. A solução encontrada foi a aproximação ao chamado “centrão” (G1-GLOBO, 2020b), fato que possivelmente representa um dos maiores momentos dessa segunda fase do governo Bolsonaro e que certamente o ajudou a lidar politicamente com as pressões que viriam nos meses subsequentes, como a demissão do ministro da saúde Nelson Teich devido à pressão para o uso de cloroquina como tratamento à COVID-19 (JUCÁ, 2020), vazamento de vídeo de reunião ministerial na qual o presidente admite interferir na Polícia Federal para proteger aliados (TALENTO; MEGALE, 2020), prisão de Fabrício Queiroz (CONGRESSO EM FOCO, 2020) e a prisão de vice-líder do governo flagrado com dinheiro na cueca pela Polícia Federal (CRUZ, 2020). O final de 2020 é marcado pelo tardio reconhecimento da vitória de Biden na eleição presidencial norte-americana (BORGES, 2020) e pelas constantes críticas à vacina contra a COVID-19 (FERNANDES, 2020).

O terceiro e penúltimo ano do governo Bolsonaro começou como terminou 2020: turbulências sobre a pandemia do coronavírus, sobretudo pela desistência da compra de seringas para as vacinas (GULLINO, 2021) e reforço de laços políticos com o centrão por meio do seu apoio à eleição de Arthur Lira para a presidência da Câmara dos Deputados (G1, 2021). Entre os meses de fevereiro e março, a pandemia continua

fator importante, com a demissão do ministro Pazuello e nomeação de Marcelo Queiroga para a Saúde (PODER360, 2021a) e interferências de Bolsonaro nas Forças Armadas (PARAGUASSU, 2021).

Outro grande marco dessa segunda fase é o início da Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) da COVID-19, cujo objetivo era investigar ações e omissões do governo federal no combate à pandemia no país (ROTHENBURG; SOUZA, 2021). Os trabalhos da CPI foram desde o dia 27 de abril até 26 de outubro de 2021 e geraram desgaste para a imagem de Jair Bolsonaro ao longo de todos esses meses: dados do instituto Ideia em parceria com a revista Exame mostram que a avaliação negativa (ruim + péssimo) do governo Bolsonaro era de 34% em janeiro, mas fechou em 51% no mês de dezembro de 2021, o que representa um crescimento de 17 pontos percentuais (GARRETT JR, 2021). É importante destacar que, desde o início da série histórica medida pelo Ideia, em janeiro de 2019, os picos de avaliação negativa de Bolsonaro ocorreram em 2021, sobretudo nos meses de julho (57%), junho (54%) e novembro (53%).

Enquanto nos meses de abril, maio e junho a CPI da Pandemia era assunto quase que imperativo nas notícias sobre Jair Bolsonaro, o mês de julho reforça novamente os elos do presidente com o centrão, sobretudo com a nomeação de Ciro Nogueira para chefiar a Casa Civil (G1, 2021) e a nomeação de Augusto Aras para sua recondução ao cargo de Procurador Geral da República (G1, 2021). A exemplo do que os dados desta tese apontam, a aproximação de Bolsonaro ao centrão é configurado como um dos grandes momentos de descolamento de parte do seu eleitorado de 2018 que tinha como bandeira a luta anticorrupção e o fortalecimento dos trabalhos da Operação Lava-Jato.

Apesar da pandemia ter continuado a pleno vapor – empilhando centenas de milhares de mortos diante de uma vacinação aquém do esperado para os padrões brasileiros, fruto em grande parte das ações em desfavor da vacina e das boas práticas de gestão sanitária e também das omissões do governo federal em tópicos importantes, como a compra de insumos para garantir condições básicas de tratamento, como a disponibilização de oxigênio (MANDETTA, 2020) –, é possível considerar que o mês de julho de 2021 representou o enfraquecimento da “Fase COVID-19” e o início da “Fase Pré-Eleições 2022” do governo Bolsonaro.

4.1.3 Terceira fase: pré-eleitoral (2021-2021)

Com vistas à eleição presidencial que ocorreria em outubro do ano seguinte, o mês de agosto de 2021 é o período em que Bolsonaro intensifica seus ataques ao sistema de votação via urnas eletrônicas e começa a considerar o TSE e alguns de seus ministros como “agressores” do país (ESTADO DE MINAS, 2021a). No mesmo mês, Bolsonaro já havia tensionado contra ministros do TSE e do STF: primeiramente, o presidente havia acusado o ministro Luís Roberto Barroso de favorecer o Partido dos Trabalhadores por se posicionar contra o projeto de voto impresso e, na ocasião, afirmou que o ministro deveria ser candidato a vice na chapa de Lula nas próximas eleições (SOARES, 2021a). Os atritos com o TSE já tinham ocorrido no mês anterior quando, ao final de julho, Bolsonaro realiza uma *live* para comprovar como as urnas eletrônicas foram fraudadas na última eleição presidencial (SOARES, 2021b).

Outro acontecimento que corrobora o início dessa terceira fase, a pré-eleitoral, está nas tensões que Bolsonaro passara a provocar contra o ministro do STF Alexandre de Moraes. Pouco a pouco, Moraes entrou no radar de Bolsonaro como um dos seus principais alvos de críticas até que, em 20 de agosto, Bolsonaro pede ao Senado o *impeachment* de Moraes sob a alegação de que o ministro do STF estaria perseguindo o seu governo (GOES, 2021).

As tensões com Moraes dariam a tônica do que seria a relação entre Bolsonaro e o Judiciário até o final de seu mandato e a sua derrota eleitoral para Lula no ano seguinte. Em escalada dos atritos, Bolsonaro xinga Moraes de canalha e afirmou que não vai mais respeitar as decisões do ministro do STF (FERRAZ, 2021). Em discurso na data comemorativa de 7 de setembro, que marca o Dia da Independência, o presidente também aproveitou para solicitar que Moraes “peça o boné” e “peça para sair” do Supremo Tribunal Federal (FERRAZ, 2021).

Os últimos meses de 2021 marcam os esforços de Bolsonaro tendo em vista à corrida eleitoral do ano seguinte, como a sua filiação ao Partido Liberal (PL) para a disputa do pleito (FERRARI; SERRANO; ALVES, 2021) e falas sobre o desejo de nomear mais ministros para o STF para fazer com que a Corte tenha um viés favorável ao seu governo (RIBEIRO, 2021). Ao mês de dezembro, Bolsonaro indica André Mendonça ao STF em mais um de seus acenos ao seu eleitorado evangélico e anuncia que “quem for eleito em 2022 indica mais dois” (MEDEIROS, 2021), frase que

denota como os atritos com o Supremo Tribunal Federal se tornaram o eixo principal de Jair Bolsonaro nessa terceira fase de seu governo: a pré-eleitoral.

Como os dados desta tese se referem aos três primeiros anos de governo Bolsonaro (2019 a 2021), a linha do tempo sobre o que foi o seu governo também corresponde a esse período. Portanto, como não é o objetivo desta tese analisar o comportamento digital do eleitorado bolsonarista em período eleitoral, discorrer sobre os acontecimentos do governo Bolsonaro no ano de 2022 não agregará ao escopo temporal proposto nesta pesquisa, o que inviabilizaria a utilidade da linha do tempo sobre o seu último ano de governo em relação ao propósito desta tese.

Dada a relevância teórica para o campo de Internet & Política dos pontos comentados nos tópicos da seção teórica desta tese, a próxima seção contém as informações relacionadas à parte empírica da pesquisa. Inicialmente, a segunda e última seção é iniciada com a discussão metodológica, período no qual são apresentadas as etapas de coleta e análise de dados, bem como a discussão sobre variáveis. Posteriormente, são apresentados resultados preliminares em relação às transmissões semanais de Bolsonaro.

5 MATERIAL E MÉTODOS

A metodologia desta tese divide-se em dois momentos. O primeiro corresponde à etapa de coleta dos comentários. Nesta etapa foi utilizada a ferramenta de extração *on-line* chamada “YouTube Data Tools”⁹ e o *software* de monitoramento digital chamado V-Tracker. A conclusão dos testes de raspagem realizados é de que o Data Tools é, para esta pesquisa, mais adequado que o Netlytic¹⁰ devido sua maior estabilidade e a inexistência de limitações em relação a quantidade de raspagens.

A raspagem dos vídeos do canal oficial de Bolsonaro¹¹ foi concluída e identificou 3.171 publicações, entre as datas de 11 de novembro de 2010 a 30 de dezembro de 2021. De modo geral, as principais informações obtidas dos vídeos via Data Tools são: ID do canal, ID do vídeo, data e hora de publicação, título, descrição, *tags*, categoria, tempo de duração, dimensão do vídeo (2D ou 3D), qualidade de definição (SD ou HD), contagem de visualizações, contagem de curtidas, contagem de “*dislikes*” ou ‘não gostei’¹² e contagem de comentários.

Entre 07 de março de 2019 e 30 de dezembro de 2021, foram identificadas 110 *lives* semanais, totalizando 281.946 comentários. Ainda, as *lives* somam 20.321.884 visualizações e 3.590.716 curtidas. As listas completas das *lives* “válidas”, bem como das *lives* censuradas ou removidas, estão disponíveis na seção ANEXOS, ao final deste estudo.

A escolha pelo YouTube foi justificada nas seções anteriores. Entretanto, cabe ressaltar o fato de que esta rede social digital não implementou rígidas restrições quanto ao acesso aos dados disponíveis na plataforma, diferentemente de outras redes, mais notadamente, o Facebook. Portanto, a escolha pelo YouTube e pela raspagem dos dados mediante a ferramenta YouTube Data Tools se mostra acertada à medida que respeita a ética acadêmica e as regras da plataforma.

Devido ao Data Tools, a raspagem é automatizada e dispensa a necessidade da criação de um código de raspagem por parte do pesquisador. A ferramenta disponibiliza o armazenamento dos dados em arquivos de formato .csv. Após a coleta

⁹ Disponível em: <https://tools.digitalmethods.net/netvizz/youtube/>

¹⁰ Disponível em: <https://netlytic.org/index.php>

¹¹ Disponível em: <https://www.youtube.com/@jbolsonaro>

¹² O “não gostei” é uma funcionalidade alterada pelo YouTube em novembro de 2021 em tentativa de combater o bullying. A partir desta data, o número de “*dislikes*” se tornou privado, apesar do botão continuar ativo para o público em geral (YOUTUBE, 2021).

do *corpus*, os links dos vídeos ativos foram inseridos na plataforma de análise de dados chamada V-Tracker.

O V-Tracker é uma plataforma especializada em *Social Listening* – prática comum no mercado que envolve o monitoramento de dados de redes sociais digitais. Ao colocar o *link* na plataforma, ela retorna todos os comentários realizados, além de ofertar uma série de categorizações de ocorrências em massa – o que otimiza o processo de codificação dos dados sem perder a qualidade científica.

Ainda, o *software* permite a realização de amostras significativas para a mensuração da valência, temas, alvos e a reflexividade dos comentários: logo, a utilização do *software* responde todas as demandas da pesquisa, e ainda, mantém a qualidade estatística dos dados e das amostras geradas. Todas as amostras realizadas têm a seguinte configuração: 95% de nível de confiança e 5% de margem de erro. Em resumo, foi criada uma amostra para cada *live* a partir das configurações já citadas.

A utilização do V-Tracker é vital em duas frentes: i) otimização de tempo; e ii) otimização da análise. Construído para processar e analisar grande quantidade de dados, o V-Tracker permite a agregação e desagregação de todos os comentários dentro de uma mesma interface de forma simples e prática, além de oferecer dezenas de opções programáveis que são úteis para esta análise, tais como, a categorização de ocorrências em massa. Ou seja, ao invés de cadastrar os temas de forma absolutamente manual, o V-Tracker permite, por uma série de linhas de termos (mais detalhes na seção de anexos), o cadastramento de milhares ou milhões de ocorrências de uma só vez.

Assim como para as ocorrências, as categorizações dos comentários também são possíveis através de uma série de nomenclaturas que possam associá-las a temas ou alvos (“TAG’s”, são linhas de códigos utilizadas para determinar temas e alvos também está presente na seção ANEXOS). As amostragens, conforme já exposto, são também feitas de forma simples e pouco custosa em termos de tempo.

As amostras são criadas de modo a respeitar os parâmetros de nível de confiança e margem de erro escolhidos. Graças à facilidade entre agregação e desagregação dos dados, as amostras podem ser feitas para cada vídeo ou para uma série de intervalos pretendidos pelo(a) pesquisador(a). Deste modo, é possível realizar 110 amostras (uma para cada *live*) e também amostras temporais, como por exemplo, uma para cada ano de coleta. Assim, a utilização do V-Tracker está alinhada

com os parâmetros indicados pela literatura de ponta em coleta e análise de Big Data, por exemplo, a otimização do trabalho (SILVA, 2017b).

Ainda sobre o V-Tracker, Alves (2016) entende que a ferramenta funciona como “opção ideal para projetos com orçamento dedicado, grande volume de dados e entregas de relatórios em curto espaço de tempo” (ALVES, 2016, p. 71). A utilização do V-Tracker pode ser pensada no bojo daquilo que Mejias e Couldry (2019) entendem por dataficação – conceito abordado previamente – à medida que raspa e sistematiza o chamado “big data” e, ao mesmo tempo, envolve ativa participação do(a) pesquisador(a) no processo de raspagem, sistematização, codificação e decodificação dos dados.

O tema central que conecta às plataformas, o V-Tracker em específico e a escolha metodológica, no geral, é o fator da buscabilidade pensada por Boyd e Ellison (2007). É necessário reconhecer que a evolução das técnicas de raspagem e armazenamento de dados, bem como as ferramentas de análise de redes sociais, atendem pelo nome de monitoramento de redes ou de *social listening*. Tal fato só pôde ocorrer graças à característica intrínseca do YouTube e das demais plataformas sociais relacionadas à permanência e buscabilidade.

De modo geral, os conteúdos gerados nas redes virtuais tendem a apresentar uma permanência maior. Nesse sentido, a permanência das informações publicadas nas redes sociais digitais garante, de certo modo, que as informações publicadas não serão excluídas deliberadamente pelos criadores e donos dessas plataformas. Outra característica das redes digitais levantada pelas autoras é a de replicabilidade (BOYD; ELLISON, 2007). Se um comentário é “permanente” e “buscável”, ele pode ser “replicável” por outra pessoa. Nesta tríade entre replicabilidade, buscabilidade e permanência, tem-se o cenário perfeito para a análise em larga escala de dados textuais – codificáveis e decodificáveis, segundo os parâmetros da Análise de Conteúdo (BAUER; GASKELL, 2003; ALONSO; VOLKENS; GÓMEZ, 2012).

A etapa de codificação realizada no *corpus* será manual, apesar de massificada em determinados casos, e também acompanhada de verificação manual. Esta etapa é balizada pela Análise de Conteúdo (BAUER; GASKELL, 2003), sendo a quantificação oriunda da codificação de um conjunto de elementos textuais (ALONSO; VOLKENS; GÓMEZ, 2012). Aqui cabe um reforço: os comentários a serem analisados neste estudo são aqueles que mencionam, direta ou indiretamente, o nome de Jair Messias Bolsonaro. Entende-se por citação direta todo aquele comentário que

contenha o nome “Bolsonaro”, “Jair Bolsonaro” e afins. Por sua vez, menções indiretas são todas aquelas em que o presidente é citado indiretamente, seja através de apelidos como “Bozonaro” e “Bolsomito”, ou ainda, por meio de nomenclaturas diferenciadas, como “b0ls0n4r0”. Maior detalhamento é encontrado na seção ANEXOS.

Dado os protocolos metodológicos, criou-se uma amostra para cada *live* do presidente. Cada amostra foi codificada a partir das seguintes variáveis: i) identificação/anonimização do perfil comentador; ii) tema do comentário; iii) valência (DOXA, 1998) em relação a Bolsonaro; iv) alvos principais; e v) reflexividade (JENSEN, 2003; JENSEN, 2014) do comentário. Visando facilitar a compreensão do leitor, o próximo parágrafo trará a explicação sobre as variáveis “valência” e “reflexividade”.

A variável reflexividade foi criada por Jensen, em 2003, como uma adaptação da variável “reciprocidade” – esta criada por teóricos comportamentais do início da década de 1990. Em linhas gerais, a variável indica o modo pelo qual o perfil comentador se comporta diante dos seus interlocutores em uma conversação em ambiente digital. Esse comportamento pode variar entre 4 níveis: progresso, persuasão, radicalização e “outro/indefinido”.

O progresso é quando há debate sadio composto por envio de *links* externos para complementar/aprofundar/prolongar o debate. Por sua vez, a persuasão é quando o perfil comentador ou seu interlocutor se mostra(m) persuadido(s) ou tenta(m) persuadir. A radicalização implica no atrito entre dois ou mais interlocutores, escapando à arena do debate saudável e caminhando rumo à radicalização e ao discurso de ódio – comentários radicalizados têm por característica a depreciação e o ataque ao interlocutor ou a outro alvo. Finalmente, a categoria “outros/indefinido”, como o próprio nome diz, é direcionada para os casos que não estão contemplados pelas três categorias anteriores.

Por sua vez, a variável “valência”, neste estudo, é entendida pelo modo como o(a) comentador(a) se porta em relação a Jair Bolsonaro: ela pode variar entre positiva, negativa e neutra. Comentários elogiosos e/ou não críticos ao presidente entram na categoria “positiva”, do mesmo modo que as críticas a Bolsonaro são cadastradas como “negativa” (DOXA, 1998). No caso desta pesquisa, tanto a valência como a reflexividade foram analisadas manualmente.

Deste modo, enquanto a “valência” é como está se falando sobre Jair Bolsonaro (se bem ou mal), a reflexividade é o modo comportamental dos perfis comentadores, variando entre a cordialidade e a agressividade. Apesar de parecidas, ambas variáveis possuem objetivos distintos: enquanto a valência está diretamente associada a Bolsonaro, a reflexividade não possui direcionamento específico e/ou único.

Em relação às variáveis, tem-se o seguinte cenário: a variável dependente, isto é, aquilo que se quer explicar, é o comportamento digital via comentários nas *lives* semanais de Bolsonaro em seu canal oficial no YouTube. Por sua vez, são três as variáveis independentes, ou seja, fatores que podem explicar a variável dependente: i) identificação do perfil comentador; ii) tema do comentário; e iii) temporalidade.

Senão, veja-se: em relação a identificação do comentador, espera-se a inexistência de diferenças relevantes entre o comportamento de usuários anônimos e usuários identificáveis, contrariando a tendência de que o anonimato confere as condições básicas para as práticas antidemocráticas (GOMES, 2005; DOURADO, 2020). O segundo padrão esperado é o de que Bolsonaro, devido sua postura pré e pós eleição, seja proporcionalmente mais apoiado por perfis masculinos do que femininos (BORGES, 2019). Em relação ao tema do comentário, espera-se crescimento da curva de radicalização quando o objeto do comentário esteja relacionado com temas no âmbito da crise do coronavírus e as alianças políticas do governo no Congresso Nacional.

Por fim, a terceira e última variável independente está ligada à temporalidade: devido ao desgaste do presidente e o crescimento da avaliação negativa entre 2019 e 2021, espera-se que a curva de valência crítica/negativa também cresça ao longo do tempo, haja visto o surgimento de temas desgastantes para governos em todo o mundo, como crises econômicas e, principalmente, a crise sanitária causada pela COVID-19. Com a finalidade de tornar mais transparente os protocolos metodológicos de análise, está disponibilizado, nos anexos, o livro de códigos construído para a análise dos comentários.

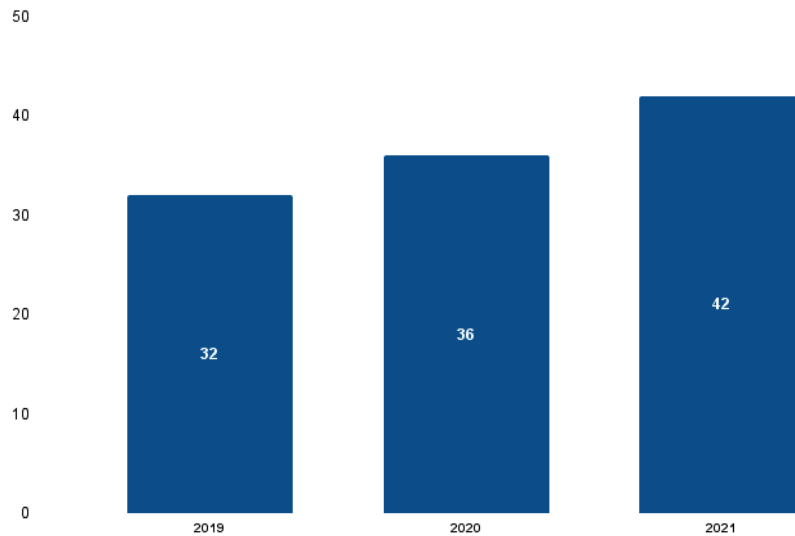
6 RESULTADOS

A raspagem dos dados ocorreu em agosto de 2022. A escolha pela data da raspagem oferece alguns benefícios, mas também trouxe limitações para a pesquisa. Da perspectiva positiva, o principal argumento em fazer a coleta “póstuma” toda de uma vez reside no fato de que houve mais tempo para obter mais comentários nas *lives* presidenciais, visto que as transmissões de Bolsonaro tiveram meses de espaço para receber novos comentários. Devido a esta escolha, foi possível verificar a frequente presença de comentários “atrasados” nas *lives*, cuja posteridade ultrapassa até mesmo a casa dos 12 meses de atraso.

Por outro lado, do ponto de vista da limitação dos resultados, a escolha por coletar as *lives* de uma só vez impossibilitou a raspagem dos dados das *lives* semanais que foram removidas do canal de Jair Bolsonaro no YouTube, seja a remoção motivada por auto iniciativa dos administradores do perfil, seja, mais notadamente, por decisão da própria plataforma em retirar vídeos cujos temas são polêmicos, como por exemplo, a posição do presidente da República sobre a vacinação contra a COVID-19 e a defesa de medicamentos ineficazes contra a doença, tal qual o “kit do tratamento precoce”.

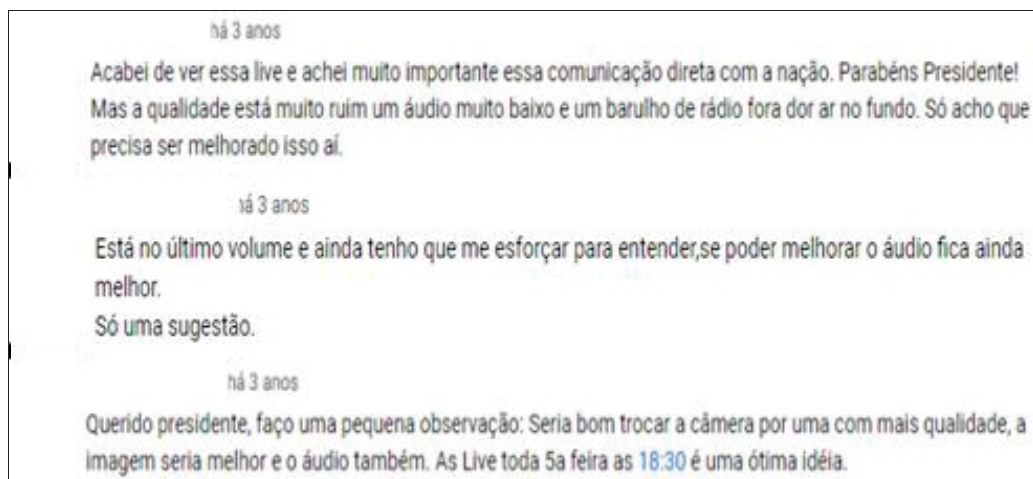
Expostos os pontos positivos e críticos que afetaram os dados desta tese, o *corpus* da pesquisa é composto por 110 *lives* semanais. A primeira *live* foi publicada no dia 07 de março de 2019, ao passo que a última transmissão semanal ao vivo do presidente da República ocorreu em 31 de dezembro de 2021. A respeito do *corpus*, cabe também destacar o crescimento contínuo do uso do YouTube para a comunicação do então presidente com seu público. O gráfico a seguir permite, com mais clareza, notar a disposição da quantidade de *lives*¹³ por ano.

¹³ O gráfico 1 se refere às *lives* ativas no momento de raspagem de dados. Por ativa, entende-se as transmissões que não foram ocultadas ou excluídas do canal de Jair Bolsonaro.

GRÁFICO 1 – Quantidade de *lives* semanais por ano de coleta

FONTE: O autor (2022).

A fins de contextualização, não foi apenas a quantidade de transmissões que cresceu ano a ano, como também houve uma notável melhora na qualidade de produção dessas transmissões. Em 2019 não era raro notar que o ambiente de fundo das transmissões era monocromático, com cenário e aparelhagem improvisados. O amadurecimento da qualidade das transmissões também se verifica em relação ao áudio das *lives*: nos ambientes citados, muitas vezes era comum escutar eco ou outras interferências sonoras durante a fala do presidente da República. Tanto as questões visuais como as questões sonoras foram alvos de sucessivas reclamações por parte de bolsonaristas no canal.

FIGURA 1 – Reclamações sobre a qualidade das primeiras *lives*

FONTE: O autor (2023).

O caráter incipiente das *lives* no ano de 2019 é reforçada pelo próprio Jair Bolsonaro nos títulos dos vídeos: O primeiro vídeo do *corpus*, datado em março daquele ano, tem o título “Presidente Bolsonaro volta a fazer *lives* e promete tentar fazer uma por semana”¹⁴. Ao lado do General Augusto Heleno, chefe do Gabinete de Segurança Institucional da Presidência da República e do porta-voz Otávio Rêgo Barros, Jair Bolsonaro afirma que pretende, todas as quintas-feiras, às 18h30, fazer uma *live* com os assuntos mais importantes da semana. Esta primeira transmissão é marcada pelas características audiovisuais citadas acima: cenário improvisado em fundo branco, uma mesa, e uma captação de áudio ruim, com interferências constantes e chiados que atrapalhavam a experiência dos perfis que assistiram à transmissão.

FIGURA 2 – Primeira *live* semanal de Bolsonaro (07/03/2019)



FONTE: O autor (2023).

Na fala de seu primeiro vídeo, o presidente da República afirma que as transmissões semanais também serão pautadas pelos comentários nos vídeos da *live* da semana anterior. Para justificar sua fala, Bolsonaro argumenta que os comentários são as “demandas da população” que ele, por meio das transmissões, promete tentar atender e “buscar soluções”. Ainda, o presidente pede que os comentaristas ajudem ele e ao governo com ideias, propostas, sugestões e manifestações para que os “problemas da população” sejam enfim solucionados.

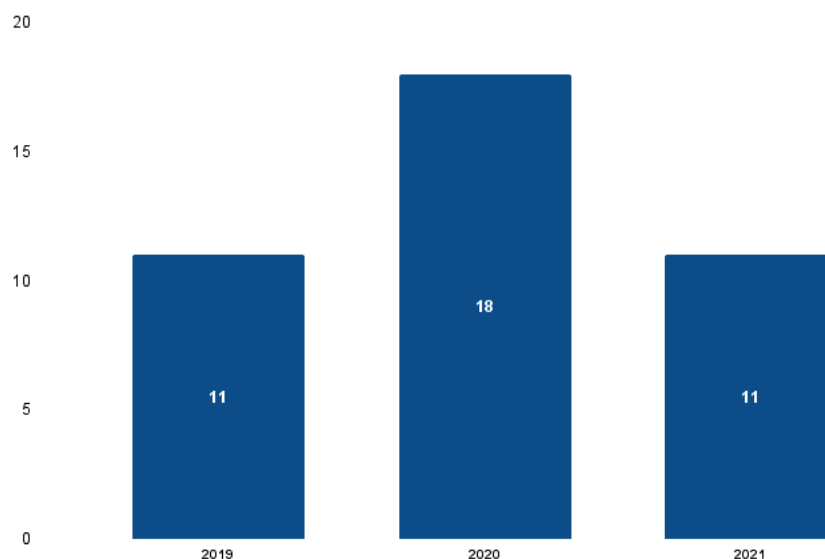
¹⁴ Disponível em: https://www.YouTube.com/watch?v=cOWIW_3zcw4.

Ao longo dos três anos de análise, Jair Bolsonaro deixou claro que as *lives* seriam um meio de comunicação mais próximo com o seu eleitorado, no qual ele pode falar a verdade sobre as ações de seu governo e, em troca, receber as demandas da população/eleitores por meio dos comentários. Trata-se da primeira vez em que o maior cargo político do país se utiliza do YouTube e das *lives* como, ao menos em tese, um exercício de *accountability*.

Analisando em perspectiva temporal passada, a primeira *live* é especial, pois, denota a tônica do uso dessa ferramenta até o final de 2021: criação de tensões com opositores e instituições. Logo na primeira transmissão, Bolsonaro se direciona aos espectadores para se defender de acusações de que ele seria pouco democrático ou apoiador de um novo golpe militar no Brasil. O então presidente aproveita para elogiar as Forças Armadas e afirmar que são elas quem garantem a democracia no país.

A breve e não recorrente análise dos temas dessa primeira transmissão semanal é importante para que se possa compreender um pouco mais sobre o próximo gráfico, que trata sobre os vídeos removidos, seja por escolha própria, seja por moderação do próprio YouTube. Ao todo, foram 40 semanas sem registros das transmissões no canal de Jair Bolsonaro na plataforma. Dessas, uma semana corresponde ao período de internamento do presidente, em 15 de julho de 2021, e outra, corresponde à data de 30 de dezembro de 2021.

GRÁFICO 2 – Quantidade de *lives* semanais removidas por ano de coleta



FONTE: O autor (2023).

Dos registros restantes, 9 vídeos estão disponíveis em outros canais da plataforma, como por exemplo, os casos das transmissões exclusivas ao canal Pingo Nos l's, da Jovem Pan, ou o canal do seu filho Carlos Bolsonaro. Outras 9 transmissões não constam como censuradas pelo YouTube, mas não estão disponíveis em qualquer canal da plataforma. Uma hipótese para este caso é a da remoção ou ocultação promovida pela própria equipe de comunicação do canal oficial do presidente da República.

Por sua vez, as demais 20 semanas de transmissão correspondem àquelas removidas pelo YouTube por infringir as regras de uso da plataforma. Apesar da recorrência de punições, como a censura dos vídeos e a suspensão do canal no dia 25 de outubro de 2021 por recorrência em infrações, o perfil de Bolsonaro jamais foi retirado do ar. É interessante notar que todas as *lives* explicitamente censuradas pelo YouTube são aquelas cujos temas principais estão relacionados à pandemia da COVID-19 no mundo e, especialmente, no Brasil.

Outro ponto importante é o fato de que 2020 é o ano líder em remoção das transmissões. Isto se deve, em grande parte, às falas do então presidente que desinformaram sobre a pandemia de COVID-19 no país. Só em 2020, dos vídeos indisponíveis, 12 vídeos foram derrubados pela plataforma. Em 2021 foram censuradas 9 *lives* desinformativas sobre a COVID-19, sendo a mais recente delas datada em 28 de outubro daquele ano. Ao todo, são 18 *lives* indisponíveis no ano de 2020, o que representa 45% do total de transmissões inacessíveis por algum motivo.

Ao olhar a disposição dos comentários no *corpus*, nota-se que a participação dos usuários foi crescendo ao longo do tempo, com devidos picos altos e baixos nos três anos. O maior nível de comentários foi alcançado no vídeo publicado em 9 de setembro de 2021, data em que Bolsonaro lançou a *live* denominada: “Live / PR Jair Bolsonaro - 09/09/2021”¹⁵. O vídeo obteve 10.334 comentários.

O grande apelo do vídeo, e dos comentários, estava na repercussão das manifestações bolsonaristas contra o Supremo Tribunal Federal, realizada em todo o país, no dia 07 do mesmo mês. Com destaque para Brasília, Rio de Janeiro e São Paulo, os manifestantes protestavam contra um *establishment* político e jurídico que supostamente impediam ou dificultavam a governabilidade de Jair Bolsonaro. Os

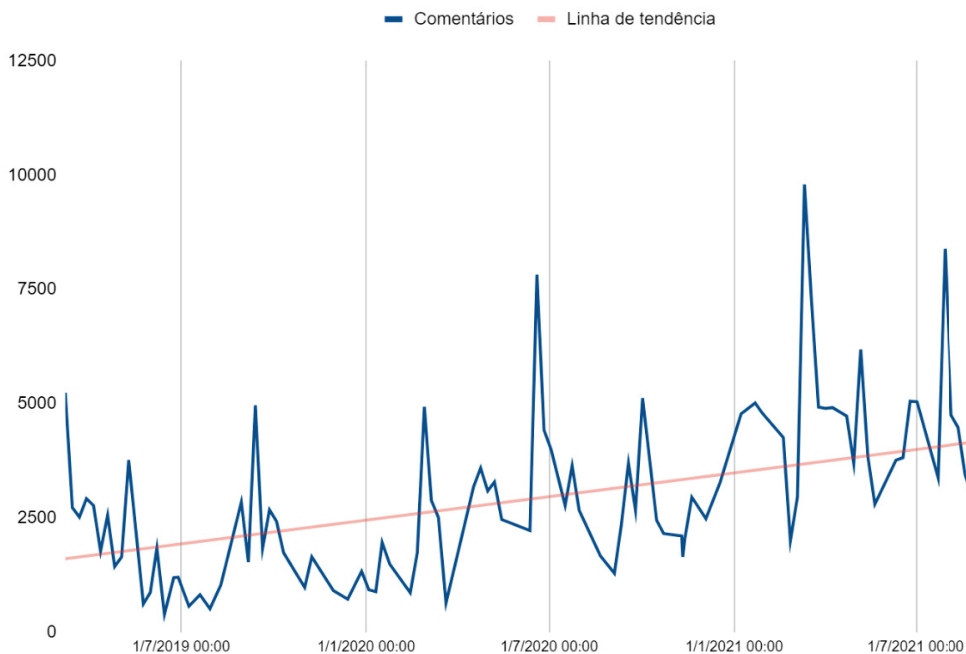
¹⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Xw0OTDrA1il>.

focos principais dos protestos foram os ministros do STF, com destaque para Alexandre de Moraes. No campo político, figuras como Rodrigo Pacheco (presidente do Senado Federal), e João Doria (governador do estado de São Paulo), foram os principais alvos.

Ao longo das *lives* é possível perceber o alinhamento dos comentadores com Bolsonaro em relação aos “inimigos” do governo: STF, Pacheco, Doria, Lula, Renan Calheiros, Omar Aziz e tantos outros personagens, foram alvos de críticas dos espectadores das transmissões. Sob outra perspectiva, também foi possível notar o alinhamento dos comentadores sobre determinados temas, como pautas morais, corrupção, lisura das eleições, pandemia, dentre outros.

Já o segundo maior vídeo¹⁶, em termos de comentários, foi publicado também em 2021, mais precisamente, em 11 de março, e obteve, à época, 9.795 comentários. A data é precedida pela soltura de seu principal adversário político na eleição de 2022, ocorrida em 8 de março de 2021, por decisão do ministro do STF Edson Fachin¹⁷.

GRÁFICO 3 – Quantidade de comentários por *live* semanal em anos



FONTE: O autor (2023).

¹⁶ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=CcFfO5rM_EI.

¹⁷ Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2021-03-08/fachin-anula-condenacoes-de-lula-na-13-yara-federal-de-curitiba-e-ex-presidente-recupera-direitos-politicos.html>.

No dia 10, um dia antes da *live*, Lula faz seu primeiro discurso após a prisão recheado de críticas ao presidente Jair Bolsonaro, inclusive afirmando que Bolsonaro é um *terraplanista*¹⁸. Em resposta a essa acusação, Bolsonaro surge na transmissão do dia 11 de março junto a um globo terrestre¹⁹. Entretanto, apesar da resposta sutil, o tema principal da transmissão – e dos comentários – são as críticas aos governadores sobre o modo de enfrentamento da pandemia. Os comentários em larga escala endossam o presidente nas críticas aos governadores e na defesa do tratamento precoce.

O “top 3”, vídeos com mais comentários, acontece também no ano de 2021, agora na data de 30 de julho²⁰. Nessa transmissão Bolsonaro prometia mostrar provas de que as urnas eleitorais são facilmente fraudáveis. Com cerca de 2 horas e 49 minutos de duração, o vídeo gerou 8.387 comentários à época. Não é raro encontrar, neste vídeo, comentários que defendam o voto impresso ou que peçam a intervenção militar para coibir abusos do judiciário – notadamente relacionados com a soltura de Lula.

Finalmente, o quarto e último grande pico de comentários ocorreu na transmissão do dia 18 de junho de 2020, em transmissão intitulada “Live da Semana com Presidente Jair Bolsonaro - 18/06/2020”²¹ e teve 7.824 comentários. O contexto que marca o vídeo é a prisão do amigo de Bolsonaro, Fabrício Queiroz, realizada no começo da manhã do dia da *live*²². Visivelmente abatido, a narrativa principal colocada nos comentários apoiava o presidente e considerava a prisão de Queiroz como uma tentativa de desestabilizar o psicológico de Jair Bolsonaro.

O que os quatro vídeos líderes em comentários têm em comum? Primeiramente, é notório que todas essas transmissões estão envolvidas por conjunturas de crises e conflitos com as instituições. O primeiro vídeo simboliza a crise entre o governo federal e o Poder Judiciário. A segunda transmissão mostra a revolta dos bolsonaristas contra a soltura de Lula, o que reforça a crise dos bolsonaristas contra o Supremo Tribunal Federal. A terceira *live* evidencia a crise entre Bolsonaro e

¹⁸ Disponível em: <https://exame.com/brasil/olho-em-2022-os-6-recados-que-lula-mandou-em-seu-discurso/>

¹⁹ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=CcFfO5rM_EI

²⁰ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=C4sE3OAVpHY>

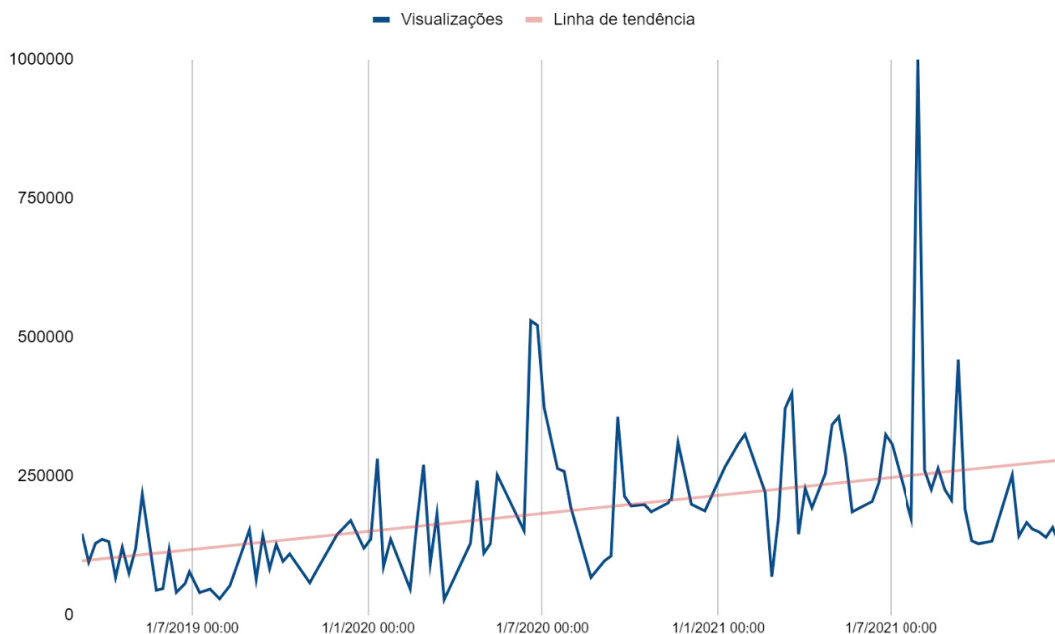
²¹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=EBDKIJu7Z9E>

²² Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2020/06/18/fabricio-de-queiroz-e-presos.html>

o Tribunal Superior Eleitoral a partir das acusações de supostas fragilidades do sistema eleitoral brasileiro por meio das urnas eletrônicas. Por fim, o quarto vídeo que obteve mais de 7.500 comentários está relacionado à crise entre Jair Bolsonaro e a Polícia Federal, especificamente no que tange ao seu amigo Fabrício Queiroz. A prisão de Queiroz é considerada, nos comentários da transmissão, como um complô do “sistema” para prejudicar o presidente.

Com a finalidade de averiguar se os vídeos que mais engajaram, em termos de comentários, são também os vídeos mais assistidos, o gráfico a seguir foi elaborado para mostrar a disposição de visualizações por *live* semanal presente neste *corpus*. Inicialmente, é de se imaginar que os quatro vídeos com mais comentários alçaram essa posição de destaque, pois, seriam também mais assistidos do que os demais.

GRÁFICO 4 – Quantidade de visualizações por *live* semanal em anos



FONTE: O autor (2023).

De acordo com os dados do gráfico acima, o pensamento inicial de que os vídeos mais comentados são os mesmos vídeos mais assistidos, não se verifica totalmente. Em primeiro lugar, a não verificação completa se justifica no fato de que os vídeos mais comentados não seguem a mesma ordem respectiva em termos de visualizações. Por outro ponto de vista, do “top 4” vídeos mais comentados, três deles

estão no rol de vídeos mais assistidos, dentre eles: 30 de julho de 2021, 18 de junho de 2020 e 9 de setembro de 2021.

A novidade neste gráfico é o surgimento do vídeo publicado no dia 25 de junho de 2020, intitulado “Live da Semana com Presidente Jair Bolsonaro - 25/06/2020”²³. O vídeo teve mais de meio milhão de visualizações (521.397) e contou com a presença de Paulo Guedes, ministro da economia. A transmissão, de 56 minutos, teve como temas principais, a discussão das ações do governo frente à pandemia, a extensão do Auxílio Emergencial, discussão sobre o FGTS e prestação de contas sobre as ações mais recentes do Ministério da Economia. Nos comentários, não é raro as críticas a adversários de Bolsonaro, tais como, o PT e os governadores no âmbito das ações na pandemia. No comparativo do “top 4”, este vídeo ocupa a terceira colocação em termos de audiência.

A transmissão campeã em visualizações é a do dia 30 de julho de 2021²⁴. Como comentado acima, esta *live* é marcada pelo dia em que Bolsonaro prometia mostrar as provas que justificavam suas críticas sobre o modelo de votação no Brasil por meio das urnas eletrônicas e, também, a sua defesa pelo formato de votação impressa no país. Chamado de “voto auditável” ou, até mesmo, “voto materializado”, os argumentos de Bolsonaro na *live* eram frontalmente críticos ao Tribunal Superior Eleitoral e, especialmente, direcionados ao ministro e presidente do TSE, Luís Roberto Barroso.

Como visto na reflexão acerca do gráfico dos comentários, era comum o endosso do tema e dos argumentos do presidente e, assim, Barroso seria o grande alvo “pessoa física” daquela noite. Com a finalidade de mostrar a dimensão de grandeza entre os “top 4” vídeos mais vistos, a transmissão do dia 30 de julho de 2021 foi assistida por mais de um milhão de pessoas (1.002.591). Isto corresponde a praticamente o dobro de visualizações da segunda *live* semanal mais assistida no canal oficial de Jair Bolsonaro.

O vice-campeão em termos de espectadores é o vídeo do dia 18 de junho de 2020²⁵, data da prisão de Fabrício Queiroz. O tema perdurou nas sessões mais populares do noticiário nacional ao longo de todo aquele dia. A postura abatida de

²³ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=CpzZIV_wEgo.

²⁴ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=C4sE3OAVpHY>.

²⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=EBDKIJu7Z9E>.

Bolsonaro naquela transmissão foi percebida pelos comentadores, o que gerou apoio nas “contações de história” no sentido do termo encontrado em Kavoori (2015). Em termos de popularidade, esta transmissão semanal foi acompanhada por 529.646 vezes, o que mostra distância de popularidade em relação ao líder de audiência e, também, proximidade com o terceiro vídeo mais assistido.

Inserida no contexto de crise, a transmissão do dia 09 de setembro de 2021²⁶, à primeira vista, tinha vários dos elementos levantados pela literatura em Internet & Política para se tornar a campeã também em visualizações. Dentre eles, destaca-se aqueles apontados por Stephens-Dawidovitz (2018) e Da Empoli (2020) que geram sensações como revolta, indignação, medo, apreensão, sensação de injustiça e, também, fragmentos ideológicos que movem grandes grupos, tais como, o patriotismo. Situada nas revoltas do dia 07 de setembro contra “tudo o que está aí”, principalmente contra o Judiciário na figura dos ministros do Supremo Tribunal Federal, a transmissão da *live* semanal do dia 09 frustrou às expectativas daqueles que acharam que ela seria campeã disparada também de visualizações.

Em termos de métricas, a transmissão contou com menos de meio milhão de visualizações (459.625), o que não deixa de ser um número portentoso, mas está longe do potencial de alcance que a conjuntura permitia. Parte da explicação para isso pode estar relacionada à carta redigida por Michel Temer e divulgada por Jair Bolsonaro em que o presidente se justifica e argumenta que não teve “nenhuma intenção de agredir quaisquer dos Poderes”²⁷.

Por não ser a mais vista, mas ser a mais comentada, pode-se imaginar que trata-se de uma transmissão que mobilizou fortemente a sua militância, mas que pouco alcançou outros nichos de usuários na plataforma. À primeira vista, essa impressão parece ser confirmada pelos comentários – muitos deles críticos à mudança de postura de Jair Bolsonaro. A guerra de narrativas era dividida entre aqueles usuários que cobravam respeito às decisões do presidente, pois, o consideravam sábio e, na outra ponta, usuários irritados com a carta e pedindo a volta de uma postura mais combativa.

²⁶ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Xw0OTDrA1il>.

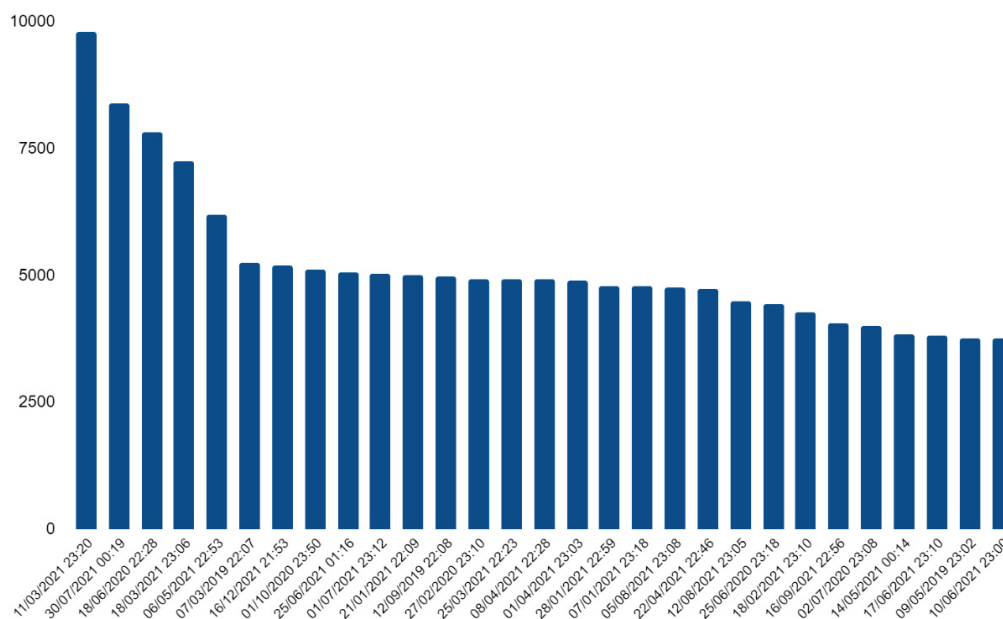
²⁷ Carta Oficial. Disponível em: <https://www.gov.br/planalto/pt-br/acompanhe-o-planalto/notas-oficiais/2021/nota-oficial-presidente-jair-bolsonaro-09-09-2021>.

O temor sobre o que aconteceria com aqueles que foram às ruas manifestar e se tornaram mais populares nos gritos contra o STF também não era raro. A mudança de postura de Bolsonaro em relação ao Supremo Tribunal Federal gerou dúvidas de que esses manifestantes mais vorazes seriam abandonados pelo presidente. O Supremo, na figura principal de Alexandre de Moraes, tende a ser o principal alvo “pessoa física” dos comentadores daquela transmissão. Os dados detalhados sobre o comportamento dos usuários, incluindo as métricas exatas de temas, alvos, serão processo após a etapa de qualificação.

Se pensar na comparação entre comentários e visualizações, o único vídeo que liderou em comentários, mas está fora do *ranking* dos vídeos mais assistidos, é o do dia 11 de março de 2021²⁸, *live* marcada pelo contexto de soltura e pela repercussão do primeiro discurso do ex-presidente Lula pós-prisão. Comparado aos demais vídeos do *corpus*, a transmissão do dia 11 de março ocupa apenas a sétima colocação em termos de *views*, com 371.967 reproduções. Este vídeo não é o mais assistido, nem mesmo no próprio mês, perdendo para a *live* do dia 18, com 399.068 visualizações.

Conforme exposto aqui, é possível afirmar que os vídeos líderes em visualizações tendem a ser os mais comentados, mesmo que a lógica não se aplique a um dos quatro vídeos com mais comentários. Embora não se aplique totalmente, as experiências dos outros três casos permitem pensar, nestes casos em específicos, na existência dessa relação de tendência entre “mais visualizações podem levar a mais comentários”. Pensando em compreender melhor o *corpus* desta pesquisa, passar-se-á a discutir a força dos top 30 vídeos em termos de comentários.

²⁸ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=CcFfO5rM_EI.

GRÁFICO 5 – Quantidade de visualizações por *live* semanal em anos – top 30 vídeos

FONTE: O autor (2023).

Juntos, os 30 vídeos correspondem a 28% do total de transmissões semanais realizadas pelo presidente da República. Entretanto, o top 30 corresponde a 49% dos comentários de todo o *corpus*. Em resumo, isto significa pensar em uma concentração da metade dos comentários em 28% do *corpus*, ao passo que a outra metade de citações está pulverizada nos outros 72% das *lives*. Dos top 30 vídeos, 3 foram publicados em 2019, 5 foram postados no ano de 2020 e 22 transmissões datam do ano de 2021. Isso permite pensar que a ideia das *lives* presidenciais foi ganhando apoio em relação ao tempo – argumento já confirmado pela linha de tendência positiva do Gráfico 3.

Os dados do Gráfico 4 permitem olhar para os comentários de uma forma mais específica, tal qual a metáfora do “telescópio e microscópio”, abordada em seções anteriores. Um exemplo disso está na relevância que as transmissões foram conquistando ao longo do tempo. Das transmissões com qualidade questionável de áudio e em cenários pouco elaborados ou improvisados de 2019 para as *lives* com cenário presidencial e boa captação sonora, os vídeos semanais foram conquistando o apelo do público em termos de visualizações e comentários – confirmadas também pelas linhas de tendência dos Gráficos 3 e 4. Assim, não é exagero pensar que a profissionalização do formato possa ter contribuído, em partes, com a popularização das *lives* de Bolsonaro.

Pensar que 28% do *corpus* responde a metade (49%) dos comentários, remete a seguinte questão: a mobilização dos espectadores, em comentários, dialoga com a temática dos vídeos? A princípio, pode-se imaginar que o grosso dos comentários sejam em resposta ao tema comentado por Bolsonaro, e que o tema seria o “grande candidato” à vaga da responsabilidade pelo alto número de comentários.

Entretanto, outro fator hipotético que pode ajudar a explicar o interesse dos comentadores é a conjuntura político-social por detrás dos vídeos. Como observado anteriormente, boa parte dos vídeos estão situados em contextos de crise do presidente e/ou do governo federal com outras instituições. A comparação entre vídeos mais vistos e vídeos mais comentados mostram a predominância do contexto da crise, como nos casos da prisão de Fabrício Queiroz, críticas às urnas eletrônicas ou a repercussão dos protestos contra o *establishment* político-jurídico do dia 07 de setembro de 2021.

A soltura do Lula é o contexto de um vídeo que destoa dos demais líderes em comentários pois, em primeira análise, mobiliza mais a militância a partir dos comentários; porém, não é o suficiente para alcançar os nichos digitais tocados por outros vídeos, como exemplo, do dia 30 de julho de 2021 (líder em audiência). Além disso, como o interesse central desta tese são os comentários, a análise dos temas e dos contextos sócio-políticos dos vídeos se coloca em posição secundária, sendo utilizada somente se necessário para explicar ou contextualizar as narrativas e os comportamentos dos usuários nas discussões na caixa de comentários.

As questões indicadas nos parágrafos anteriores, apesar de extremamente relevantes, não são o objeto desta tese. Retomando as reflexões das seções anteriores, o objetivo desta tese é o detalhamento do comportamento dos comentadores, via comentários, nas citações a Jair Bolsonaro em suas transmissões semanais. O diálogo com o tema do vídeo perde espaço para a análise dos comentários em si, independentemente do teor tratado pelo presidente em suas *lives*. Isto não significa que “vídeo” e “comentários do vídeo” estão sendo considerados como totalmente descolados uns dos outros, mas sim, que os comentários ganham papel de destaque no rol analítico desta pesquisa.

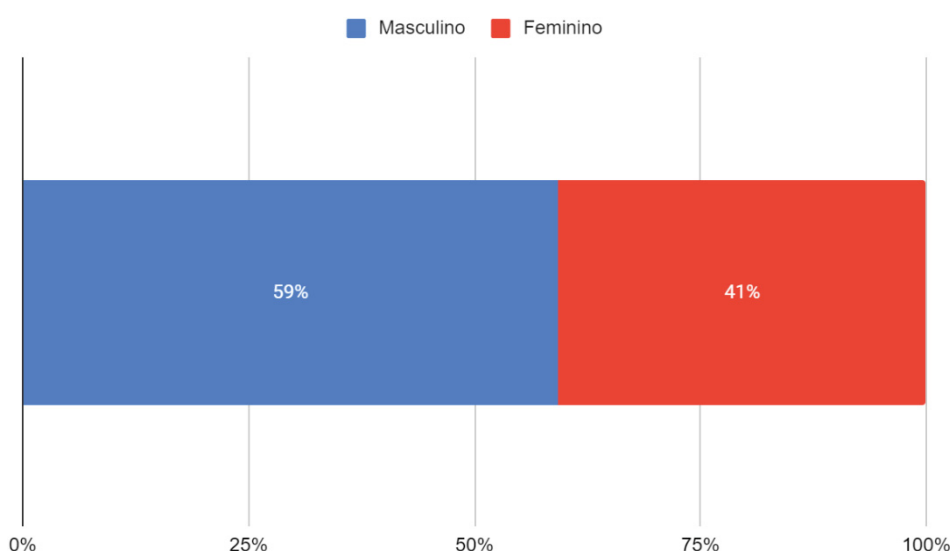
Pode-se pensar que o eixo “temático” dos comentários, algo que será analisado no *corpus*, pode ser cruzado com o eixo temático das *lives*. Esta é uma possibilidade que pode enriquecer a análise, mesmo não sendo esta a finalidade principal deste eixo. Analisar os temas dos comentários é importante para traçar

comparações como, por exemplo, entre os anos, além de verificar eventuais temáticas que perduraram desde 2019 e aquelas que caíram em desuso. Mais do que isso, é identificar quais os principais pontos de interesse nas inúmeras “contações de história” produzidas no YouTube, um tipo de mídia sustentada pela constante produção de narrativas (KAVOORI, 2015), seja pelos criadores de conteúdo audiovisual ou comentadores – estes, os criadores de conteúdo textual.

De igual modo que o tema, a contextualização se faz importante não para um possível cruzamento entre comentários e vídeos, mas seu uso se torna relevante para compreender o porquê, o como e quais são os principais alvos dos espectadores das *lives* semanais. Em um cenário digital fluído, como o político, em uma plataforma dinâmica que produz nichos/bolhas de interesses temáticos, como o YouTube, analisar os principais alvos dentro do contexto temporal dos vídeos é entender, com maior riqueza de detalhes, o que dominou os olhares dos espectadores, bolsonaristas ou não. Mais do que ajudar na explicação dos principais alvos, a contextualização é importante para mapear os “termômetros de narrativas” sobre Jair Bolsonaro.

Olhar com mais profundidade para os comentários das *lives* remete a entender não só os temas, alvos ou propriedades intrínsecas aos comentários em si, mas também, envolve entender certas nuances por detrás dos comentários que possam enriquecer, de algum modo, a análise. Pensando nesse exercício, o Gráfico 6 mostra a composição dos comentadores das *lives* de Jair Bolsonaro por sexo.

GRÁFICO 6 – Comentários nas *lives* de Jair Bolsonaro por sexo

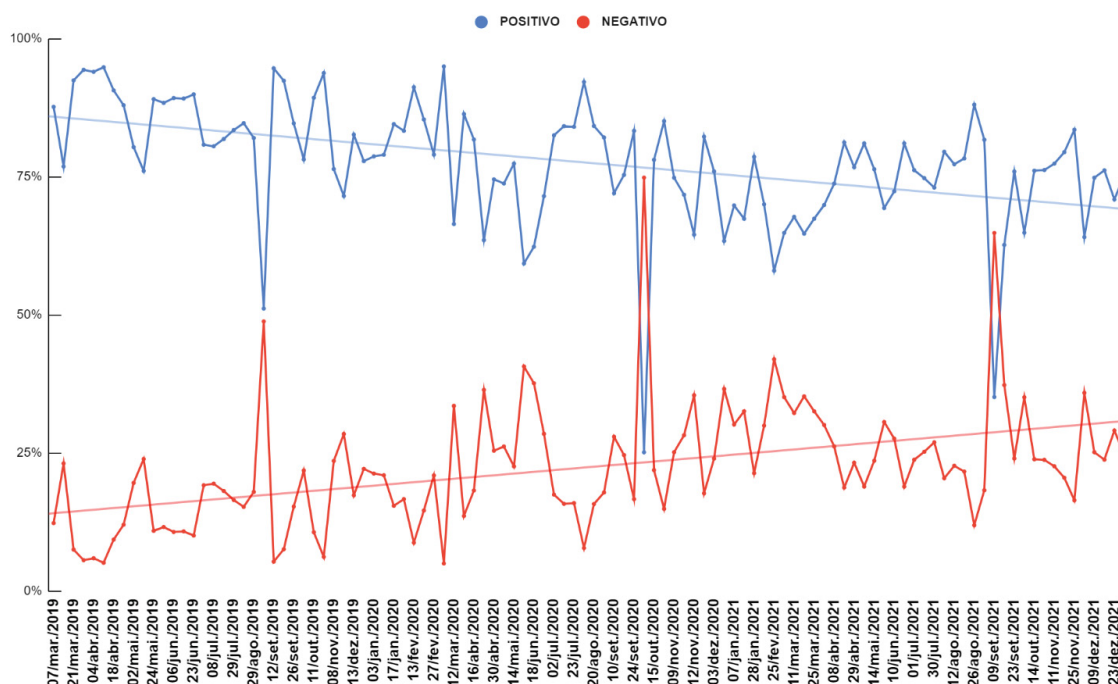


FONTE: O autor (2023).

O resultado deste gráfico justifica a sua criação. Considerado machista diversas vezes em declarações ao longo de seu governo (CRAVO, 2022) e, enfrentando dificuldades com o eleitorado feminino não bolsonarista na campanha de 2022 (IORY, 2022), saber o perfil dos comentadores de Bolsonaro é importante para refutar afirmações generalistas de que o então presidente geraria baixo interesse e/ou teria baixo apoio no público feminino.

Os dados mostram que, em que pese o predomínio de homens, na casa de praticamente 6 em cada 10 comentários, a participação de perfis femininos é relevante e corresponde a mais de 40% dos comentários nas transmissões de Jair Bolsonaro. A interpretação dos dados remete a pensar, em primeiro lugar, que os comentadores podem se portar tanto positiva, como de modo crítico ao presidente, ou seja, não se trata apenas de apoiadores. Feita essa consideração, outro aspecto relevante desse dado é que a forte presença feminina nas transmissões acaba por derrubar o mito de que o bolsonarismo seria um fenômeno quase que totalmente masculino. Embora os dados sobre os comentadores mais populares apresentem apenas 1 perfil de sexo feminino, dentre os 10 que compõem o *ranking*, grosso modo a participação feminina se dá, no objeto analisado, por meio de comentários que geram pouco engajamento.

O gráfico abaixo indica, transmissão por transmissão, a disposição percentual de comentários positivos e negativos a Bolsonaro e seu governo. Se for considerar todo o período, a distribuição final é de 78% dos comentários positivos a Jair Bolsonaro, frente a 22% de comentários críticos a ele e/ou a sua gestão. Porém, o objetivo do Gráfico 7 é mostrar o percentual a cada transmissão. Os dados apresentados permitem identificar os principais picos positivos e os principais pontos de rupturas ou descolamento. Para conferir relevância aos dados, é necessário que sua análise seja realizada a luz do contexto político-social condizente ao período de publicação dessas transmissões: este será o exercício feito nos próximos parágrafos.

GRÁFICO 7 – Série histórica de comentários positivos e negativos a Bolsonaro por *lives*

FONTE: O autor (2023).

O patamar positivo mais alto que Bolsonaro conseguiu alcançar foi o de 95% comentários positivos *versus* 5% de comentários negativos. Isto ocorreu em apenas 3 ocasiões (1,6% do total do *corpus*). O excepcional resultado foi obtido nas transmissões de 11 de abril de 2019, 12 de setembro de 2019 e 05 de março de 2020. Contextualmente, a transmissão do dia 11 marca os primeiros 100 dias do seu governo, período no qual ainda havia a chamada fase da “lua de mel” do governo recém-eleito (PASSARINHO, 2019).

Já o dia 12 de setembro de 2019 é lembrado por uma cirurgia para a retirada de uma hérnia feita 4 dias antes. No dia 12, Bolsonaro fez a transmissão em um hospital e utilizava trajes destinados a pacientes que se recuperam de operações. Além disso, havia um boné verde e amarelo com os escritos “*Make Brazil Great Again*”, em alusão ao famoso slogan de Donald Trump “*Make America Great Again*”, e uma máquina hospitalar com tubos ligados ao nariz e braço de Bolsonaro (G1, 2019).

Por fim, a última das transmissões com melhor resultado a Bolsonaro está situada em um contexto de reuniões de Bolsonaro com 40 grandes grupos empresariais. O encontro, promovido por Paulo Skaf, presidente da FIESP, gerou

elogios de empresários ao presidente (BARAN, 2020). O contexto da *live* também se notabiliza pela concentração bolsonarista para os protestos que ocorreriam em 15 de março, cujo principal alvo de críticas seria, segundo os manifestantes, o poder excessivo do Congresso Nacional (SOARES, 2020).

Essas três *lives* são emblemáticas pois, grosso modo, mostram como a alta taxa de valência positiva se manteve, mas os temas relacionados a essa valência são completamente diferentes. Veja-se: ao início de governo, o contexto era de lua-de-mel; meses adiante, a motivação se deve ao estado de saúde de Bolsonaro. Por fim, um misto de pauta econômica e o belicismo bolsonarista são os motores para o resultado positivo ao presidente naquela que seria a última ocasião tão positiva.

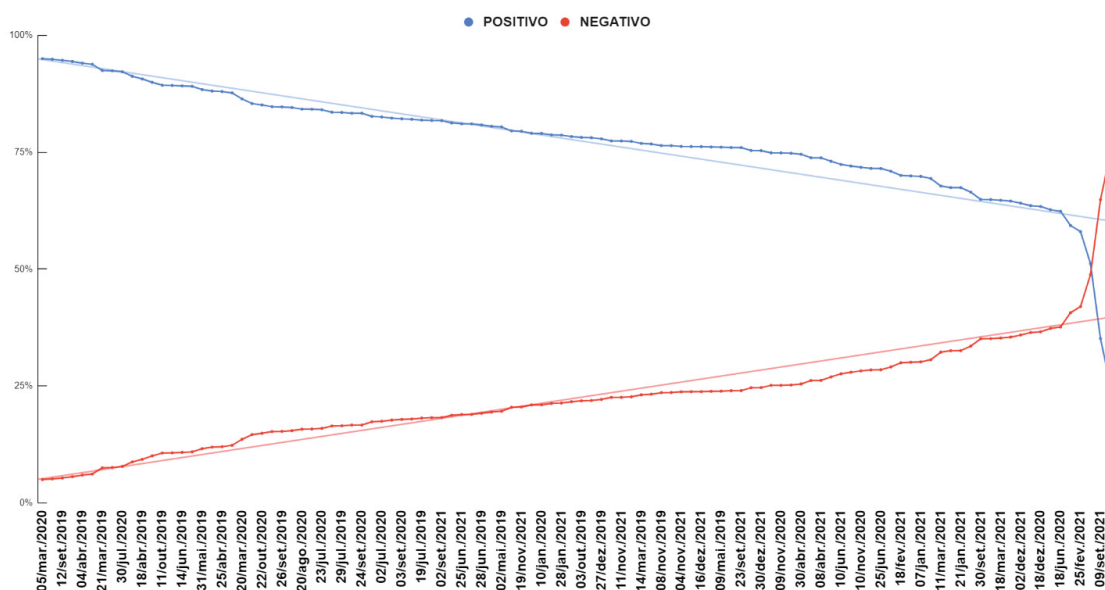
Se optar por ampliar o leque e considerar os resultados cuja valência “muito positiva” ao presidente ocorre a partir de 80%, o resultado é de que isso ocorreu em 48 *lives*. Isto significa dizer que em 44% das transmissões Bolsonaro teve ampla e favorável vantagem frente aos críticos. Sobre esta informação, há uma ponderação importante: por se tratar de um ambiente de nicho/bolha digital, as *lives* do presidente tendem a ser acompanhadas mais por apoiadores e simpatizantes do que por detratores, logo é esperado que haja menor nível de críticas.

A interpretação oposta também é válida: se as *lives* são acompanhadas mais por apoiadores do que por críticos, o fato da linha de tendência negativa aumentar e a linha de tendência positiva cair é um importante indicativo de que o apoio ao governo diminuiu ao longo do tempo. O governo Bolsonaro foi notabilizado pelos inúmeros atritos gerados contra diversas personalidades e instituições. Esses atritos também envolveram ex-apoiadores do presidente eleito em 2018 e atingiram aliados importantes, como por exemplo, o ex-juiz e ex-ministro Sergio Moro. Como, de fato, são muitos os casos de turbulência envolvendo Bolsonaro e/ou seu governo, optou-se por, nos próximos parágrafos, contextualizar *lives* cujo resultado e/ou conjuntura temporal são de vital importância para ajudar a compreender melhor o objeto.

Para facilitar a compreensão, as *lives* que serão explicadas a seguir foram organizadas em ordem decrescente em relação ao total do percentual positivo ao governo Bolsonaro. Logo, ao final da explicação estará a transmissão que registrou a maior taxa de comentários negativos ao então presidente. De modo a contribuir ao entendimento do leitor, o gráfico abaixo dispõe dos mesmos dados do Gráfico 7, exceto uma única diferença: a ordem pela qual as informações estão organizadas. Se, no Gráfico 7, as transmissões foram organizadas por data de publicação na

plataforma, as entradas do Gráfico 8 foram hierarquizadas de acordo com a valência positiva decrescente e, conseqüentemente, a valência negativa crescente, dos comentários nas *lives* semanais. Com isso, espera-se melhor ilustrar as datas e os diferentes meandros que contribuíram para os descolamentos dos comentaristas nessas transmissões.

GRÁFICO 8 – Série histórica de comentários positivos e negativos a Bolsonaro por ordem decrescente da valência positiva



FONTE: O autor (2023).

O mês de março de 2020 ficou conhecido pelo triste registro da primeira de centenas de milhares de brasileiros vitimados pela COVID-19 no Brasil. A transmissão realizada no dia 20 de março de 2020 sucedeu em apenas 9 dias ao anúncio de *Tedros Adhanom Ghebreyesus*, diretor-geral da Organização Mundial da Saúde (OMS), assumindo que a COVID-19 tem o *status* de pandemia. Nesta transmissão, Bolsonaro teve 86% de comentários positivos e 14% negativos. Como não poderia ser diferente, o tema principal desta *live* foi a pandemia de COVID-19.

Momentos antes, o então presidente havia dado uma declaração polêmica sobre o coronavírus, na qual o chamou de “gripezinha” e acusou a imprensa de tentar criar um clima de histeria e extremismo (VEJA, 2020). Além disso, o presidente afirmou que muito do que era noticiado sobre o coronavírus era, na verdade, uma “fantasia” (FERRO, 2020). Esta *live* é importante por marca o que seria o início de

uma série de transmissões nas quais a pandemia seria um tema relevante e espinhoso para o governo federal.

Observa-se que a pandemia não foi a primeira, muito menos a única causa de desgaste da figura do então presidente. Meses antes, em *live* realizada em 26 de setembro de 2019, o presidente foi criticado em 15% frente a 85% de comentários positivos. Os temas abordados nesta transmissão estão conectados à pauta anticorrupção: i) atuação indevida de Jair Bolsonaro em instituições específicas para blindar o seu filho mais velho, senador Flávio Bolsonaro, a escapar de mais investigações e de uma eventual prisão; ii) reações à posse de Augusto Aras como Procurador Geral da República, cuja nomeação se deu semanas antes, em 5 de maio de 2019; e iii) ideia de que, com a posse de Aras e com as sucessivas interferências em instituições que combatem à corrupção, a Operação Lava Jato se encontraria em sérios riscos de extinção. Parte importante das críticas a Bolsonaro nesta *live* são de perfis pró Lava Jato que se mostraram furiosos e arrependidos de terem votado em Bolsonaro na eleição presidencial de 2018.

O percentual de 85% positivo e 15% negativo volta a se repetir na transmissão do dia 17 de janeiro de 2020, ainda em momento pré-pandemia, no qual o tema principal estava relacionado à exoneração do então secretário da Cultura, Roberto Alvim. Tal exoneração se deu com base em um vídeo repugnante no qual Alvim grava uma declaração pública com referências nazistas. Entretanto, o foco da *live* era falar sobre a sanção sem vetos ao Orçamento de 2020, vez que Bolsonaro estava sendo criticado por ter sancionado o chamado “fundão eleitoral” no valor de R\$ 2 bilhões para as eleições municipais daquele ano (ESTADO DE MINAS, 2020).

A pandemia volta a recrudescer nas *lives* dos dias 16 e 23 de julho de 2020, período em que ambas atingiram o mesmo patamar: 84% positivo e 16% negativo. O dia 16 de julho é permeado pela triste marca de 70 mil óbitos pela pandemia no Brasil, ao passo que o dia 23 já se tinha conhecimento de, ao menos, 90 mil mortes. Ao menos outras duas *lives* registraram patamar parecido, cujos temas também estavam relacionados ao vírus da COVID-19: 16 de abril de 2020 e 19 de novembro de 2020. A primeira data é marcada pela demissão do então Ministro da Saúde, Luiz Henrique Mandetta e nomeação de Nelson Teich para o cargo, ao passo que a segunda data está relacionada ao número de 168 mil perdas ao vírus.

A partir de agora, as próximas transmissões registram taxa menos positiva a Bolsonaro do que as comentadas acima. Trata-se de casos em que o patamar

benéfico ao então presidente está abaixo de 80%. Um dos casos mais emblemáticos nessa faixa percentual é a *live* do dia 03 de outubro de 2019, que ficou marcada pelo rompimento “oficial” do *youtuber* e influenciador Nando Moura com Jair Bolsonaro.

A relação do *youtuber* com o presidente era anterior ao governo Bolsonaro e amistosa. Crítico inveterado dos governos petistas, Moura recebeu o então deputado Jair Bolsonaro em sua casa para uma entrevista descontraída no dia 15 de fevereiro de 2018²⁹. Nesta entrevista, Bolsonaro se portava como pré-candidato, respondia perguntas sobre modos de governar o país, caso eleito e, constantemente, apelava para temas ideológicos, como o combate ao comunismo. Nove meses após a entrevista, como presidente já eleito, Bolsonaro recomenda o canal de Nando Moura como uma excelente opção de canal de informação no YouTube³⁰.

O atrito entre os dois começara logo no primeiro ano de mandato de Jair Bolsonaro. Em setembro de 2019, Nando Moura criticou duramente o senador Flávio Bolsonaro por ter recusado a assinar um documento que pedia a instalação da chamada Comissão Parlamentar de Inquérito da Lava Toga. O objetivo da CPI incluía a investigação de atos do Supremo Tribunal Federal e de seus ministros. Moura havia criticado Flávio por uma entrevista cedida a outro YouTuber bolsonarista, Allan dos Santos. Estava dada, então, uma ruptura entre duas alas: a ala dos que queriam um governo federal mais enérgico contra supostos desmandos do Poder Judiciário e, do outro lado, a ala dos bolsonaristas fiéis ao presidente independentemente de qualquer questão. À época, parte da imprensa entendia que, caso Nando Moura abandonasse o navio bolsonarista, isto poderia abrir uma grande ala de oposição ao governo pela via da direita (ZANINI, 2019).

Especificamente na *live* de 3 de setembro de 2019, o tema principal nos comentários era justamente a briga entre Nando Moura e Jair Bolsonaro. No espaço dos comentários havia uma gama de versões e opiniões sobre o conflito e englobavam desde críticas de uma espécie de infidelidade ideológica por parte do *youtuber* a críticas ao presidente Bolsonaro no sentido de que ele precisava trabalhar para conciliar o campo da direita e dos conservadores ao invés de criar brigas que poderiam soar como “tiros nos pés”. Fato é que esta é mais uma transmissão em que há queda na taxa de comentários positivos ao presidente: 78% frente a mais de 1/5 de

²⁹ Entrevista disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=epR3ZdHv3H4>.

³⁰ Publicação disponível em: <https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1061809199196368896>.

comentários negativos. Um ponto importante sobre o atrito é este: a briga entre Nando Moura e Bolsonaro marca um dos principais momentos de cisão entre setores que estavam unidos na eleição presidencial de 2018: o lavajatismo e a ala dos conservadores, cujo pano de fundo era a divisão de opiniões a respeito da CPI da Lava Toga (BENITES, 2019).

Outro tema que dividiu lavajatistas e escudeiros fiéis a Bolsonaro é a pauta da prisão em segunda instância. Considerada vital por lavajatistas, a prisão em segunda instância era conclamada como a responsável por punir políticos considerados criminosos pela justiça. Politicamente, a prisão em segunda instância era considerada como um instrumento valioso por grupos antipetistas para que o então ex-presidente Lula, que viria a ser eleito no pleito de 2022, continuasse preso na Superintendência da Polícia Federal em Curitiba. A pauta, inclusive, era uma das bandeiras da campanha de Jair Bolsonaro na corrida eleitoral de 2018, que prometeu não se engajar para reverter uma possível derrota da pauta no STF (ANGELO, 2019). Devido à inação do governo após a derrubada da prisão em segunda instância, a *live* de 08 de novembro de 2019, cujo tema principal dos comentários estava relacionado a esse assunto, registrou 76% de comentários positivos e, praticamente, ¼ de comentários negativos.

Ainda na casa dos 70% de comentários positivos estão outras 3 *lives* de contexto relevante para esta análise: 09/11/2020, eleição de Joe Biden à presidência dos Estados Unidos da América, com 75% de positivo; 30/04/2020, *live* marcada por críticas pela gestão da pandemia e por críticas à nomeação de Alexandre Ramagem como diretor-geral da Polícia Federal, também com 75% de positivo. Por fim, 07/05/2020, data em que houve pressão para a divulgação do exame de COVID-19 de Jair Bolsonaro, com 74% de positivo. Tematicamente, o contexto dessas *lives* se dá por política internacional, críticas a supostas interferências de Bolsonaro na Polícia Federal por meio de nomeações e a pandemia.

A partir deste momento serão citadas as transmissões nas quais o patamar de comentários positivos está na casa dos 60%. Com 66% está a transmissão realizada em 12 de março de 2020, um dia após a decretação de *status* da pandemia de coronavírus pela OMS. Há também o tema das manifestações bolsonaristas de 15/03, de teor golpista, que pediam a saída de Rodrigo Maia da presidência da Câmara dos Deputados, criticavam duramente o Congresso e o STF e pediam ajuda das Forças Armadas para “arrumar” o Brasil (G1-GLOBO, 2020c). Os comentários

críticos alertavam que o Governo Federal estava demorando para determinar ações efetivas no controle e combate da pandemia que se espalhava sob o país.

O tema da pandemia como viés crítico volta a aparecer na transmissão de 12 de novembro de 2020. Os críticos questionavam as ações do governo no combate à pandemia frente ao início da terceira onda de casos de COVID-19 nos Estados Unidos da América. Há um outro nicho temático interessante que é a repercussão da vitória de Joe Biden para a presidência dos EUA, na qual parte dos críticos afirmava que a derrota de Donald Trump seria o prenúncio do que estaria para ocorrer no Brasil em 2022.

Já a transmissão de 23 de abril de 2020, também com 64% de positivo, é marcada pela demissão do então ministro Sergio Moro. O fato foi uma das primeiras e grandes crises entre alas que ajudaram Bolsonaro a vencer a eleição de 2018. De um lado, o lavajatismo representado em uma de suas maiores figuras, do outro, os escudeiros fiéis de Jair Bolsonaro, representados por conservadores. O pano de fundo da demissão é a acusação, por parte de Moro, de que Bolsonaro estava intervindo na Polícia Federal (CNN BRASIL, 2020).

Os atritos de Bolsonaro com a Justiça fizeram com que a *live* de 18 de dezembro de 2020 fosse uma das que apresentaram menor taxa percentual de comentários positivos. Na ocasião, os comentaristas criticaram o presidente por certa inércia diante da prisão preventiva do blogueiro bolsonarista Oswaldo Eustáquio, em decisão do ministro Alexandre de Moraes. Há também comentários que criticam Bolsonaro por sua reação diante da decisão do STF que autorizou os governos estaduais e municipais a imporem restrições às pessoas que se recusarem a se vacinar contra a COVID-19 (INFOMONEY, 2020).

A pandemia da COVID-19 continuou registrando picos negativos para Bolsonaro em suas *lives*, como é o caso das transmissões em 18 de junho de 2020 e 11 de junho de 2020, que registraram 62% e 59% de comentários positivos, respectivamente. O primeiro é caracterizado pela marca de quase 50 mil mortos no Brasil pela pandemia, ao passo que o segundo é marcado pelo temor da segunda onda da pandemia e pelas críticas de que Bolsonaro estaria incentivando seus apoiadores a invadirem hospitais para gravarem o interior dessas instalações em uma tentativa de desmontar a “farsa” da COVID-19 no Brasil. Nesses vídeos também há repercussão negativa a Bolsonaro relacionada à proximidade entre seu governo e o chamado “centrão”. Sobre este tema, críticos acusaram o presidente de trair sua

promessa de campanha de evitar o “toma lá, dá cá” e manter o centrão longe de seu governo.

A última transmissão com registro superior de comentários positivos em relação aos comentários negativos ocorreu em 05 de setembro de 2019. Na ocasião, o tema principal era a escolha de Bolsonaro por nomear Augusto Aras como Procurador Geral da República. Como comentado anteriormente, este tema foi sensível ao governo Bolsonaro e gerou o descolamento de boa parte dos seus eleitores de 2018, incluindo influenciadores e *youtubers*, como Nando Moura. Os comentários afirmavam que a escolha de Aras é um indicativo de que o governo Bolsonaro teria abandonado a pauta de combate à corrupção, tema prometido em campanha, para atuar no sentido de blindar o governo de investigações, como em casos de suspeitas de corrupção. No caso, esta *live* apresenta praticamente um empate: 51% dos comentários são positivos ao governo e/ou Bolsonaro, ao passo que 49% são de comentadores críticos.

Ao todo, são apenas duas *lives* em que Bolsonaro é mais criticado do que elogiado em seu próprio espaço digital. Até aqui, observou-se que temas como a pandemia, temas relacionados à Justiça e manifestações de teor golpista correspondem aos fatos que causaram uma baixa na taxa de comentários positivos ao governo. Agora, ver-se-á que as duas *lives* envolvem dois desses temas: teor golpista e temas relacionados à Justiça.

Em meio aos ataques bolsonaristas ao Poder Judiciário, sobretudo ao STF e seus ministros, como Alexandre de Moraes, a data comemorativa de 07 de setembro de 2021 foi marcada por uma série de protestos de teor golpista em todo o país, inclusive por declarações golpistas por parte do próprio presidente da República. Em declaração, Bolsonaro fazia ameaças a Alexandre de Moraes e criticava duramente o sistema eleitoral de votação, em especial as urnas eletrônicas. O presidente chegou a sugerir que, se o STF não fosse enquadrado por seu presidente à época, Luiz Fux, o próprio Supremo sofreria consequências indesejáveis (STRUCK, 2021). As declarações do presidente incentivaram que um grupo de apoiadores, chamado de Ordem dos Advogados Conservadores do Brasil e pela Marcha da Família, protocolasse um pedido de prisão contra o ministro Alexandre de Moraes (PATRIOLINO, 2021).

Diante da repercussão extremamente negativa na imprensa (MAGALHÃES, 2021) e em setores importantes da sociedade, que chegou a envolver a reprovação

de grupos de empresários sobre a fala do presidente (CRUZ, 2021), Jair Bolsonaro recuou e, dois dias após as falas golpistas, publicou uma carta chamada “Declaração à Nação”, cujo teor manifestava respeito aos Três Poderes, a Alexandre de Moraes, às instituições da República e à democracia. Na carta também é declarado que Bolsonaro não teve a intenção de agredir quaisquer dos Poderes e que suas palavras decorreram do “calor do momento” (G1-GLOBO, 2021).

Na *live* realizada em 09/07/2021, Bolsonaro foi extremamente criticado por apoiadores que criticavam suposta “moleza” do presidente em relação ao ministro Alexandre de Moraes e ao Supremo Tribunal Federal. Outro ponto colocado foi de que o presidente enganou seus eleitores que foram às ruas protestar contra o STF, e que ao voltar atrás, o presidente acabara por deixar os manifestantes largados à própria sorte contra possíveis investidas jurídicas. Frequentemente termos depreciativos foram utilizados para chamar Bolsonaro de covarde. Outra narrativa é de que Bolsonaro havia se “entregado” ao STF e que a luta contra supostos abusos do Supremo e demais pautas caras ao bolsonarismo, como o voto impresso, a partir daquele momento estariam escanteadas.

Trata-se de um momento de descolamento de parte do eleitorado de Bolsonaro que havia permanecido após inúmeros episódios de desgaste ao governo, como a gestão da pandemia, interferência na Polícia Federal, demissão de Sergio Moro, indicação de Augusto Aras para a Procuradoria Geral da República, dentre outros casos citados acima. O resultado é que, na referida transmissão, o percentual de comentários positivos é de apenas 35%. Em resumo, é o mesmo que dizer que quase 65 a cada 100 comentários foram negativos ao presidente. Este foi um momento em que houve a união de críticos habituais, como petistas, demais usuários de esquerda, lavajatistas e ex-apoiadores arrependidos, com os apoiadores da ala fiel ao governo durante todos os anos de mandato. Entretanto, é necessário pontuar que a motivação das críticas tem raízes diametralmente opostas: enquanto o grupo formado por críticos habituais repreendia o comportamento golpista de Bolsonaro, o grupo de críticos bolsonaristas reprovava o presidente por não ter insistido no tom utilizado por ele no dia 07 de setembro, ou seja, parte do seu eleitorado o criticou pois queria ver um Bolsonaro ainda mais áspero em relação ao Supremo Tribunal Federal e cada vez menos conciliador.

Por fim, chega-se a transmissão que teve o patamar positivo mais baixo e, por consequência, a taxa mais alta de comentários negativos endereçados a Jair

Bolsonaro e/ou seu governo. Trata-se da *live* realizada no dia 01 de outubro de 2020. O contexto dos comentários estava centrado na escolha do presidente pelo nome de Kassio Nunes Marques para assumir a vaga de ministro do Supremo Tribunal Federal. A escolha do presidente decepcionou eleitores que, assumidamente, afirmaram que a partir daquele momento não apoiariam mais o seu governo. Ex-apoiadores pediam o *impeachment* de Jair Bolsonaro pela escolha de Kassio Nunes Marques. Há também a narrativa que colocava Bolsonaro como traidor e como um “cavalo de Tróia” brasileiro.

Em geral, tanto a escolha de Augusto Aras para a PGR como a indicação de Kassio Nunes ao STF foram vistas como nomeações feitas para blindar Flávio Bolsonaro de uma eventual prisão. Há também quem comentou que a escolha de Kassio Nunes foi posta à força pelo Centrão. Ainda sob o campo de vista de comentadores bolsonaristas, outra narrativa se destacou. Trata-se dos pedidos para que Bolsonaro reconsiderasse a sua escolha e que, caso a mantivesse, teria de estar ciente de que isso lhe causaria prejuízos no que tange à perda do eleitorado. Esta transmissão gerou 25% de comentários positivos frente a 75% de comentários negativos, sendo, portanto, a *live* de maior repercussão negativa ao governo Bolsonaro durante seus 3 primeiros anos de governo.

A tabela abaixo apresenta as TAG's mais utilizadas nos comentários nas *lives* de Jair Bolsonaro entre 2019 e 2021. O nome “TAG's” é o termo técnico utilizado na plataforma V-Tracker e permite catalogar uma variedade de assuntos por meio de termos de busca.

TABELA 1 – Top 15 temas/alvos mais populares

TAG's	TEMA/ALVO	%
Jair Bolsonaro	Alvo	29,1%
Pautas religiosas e ou Morais	Tema	16,3%
Genérico e ou outros	Tema	9,2%
Justiça	Tema	5,4%
Eleição	Tema	4,5%
STF	Alvo	4,0%
Economia	Tema	3,9%
Pandemia	Tema	3,8%
Imprensa	Alvo	3,7%
Forças Armadas	Alvo	2,6%
Saúde	Tema	2,4%
Lula	Alvo	1,6%
PT	Alvo	1,2%
Educação	Tema	1,1%
Golpe/Democracia	Tema	0,8%

FONTE: O autor (2023).

Os termos de busca utilizados para a criação de cada tag está na seção de ANEXOS desta tese. É importante ressaltar que as TAG's são acumulativas. Portanto, um mesmo comentário pode conter mais de uma tag. Outro aspecto técnico relevante é o de que a tabela acima não esgota todas as TAG's utilizadas, no entanto, mostra as que foram utilizadas mais de 1% das vezes. A lista completa de TAG's está disponível na seção de ANEXOS desta tese. Também é importante destacar que as TAG's desta tese foram capazes de dar conta de 95% do total de comentários. Portanto, as tabelas sobre o percentual de TAG's dizem respeito a esse percentual (95%) e não à totalidade dos comentários.

É importante ressaltar a diferença entre temas e alvos: enquanto o primeiro diz respeito a situações e assuntos mais gerais, tais como, educação, democracia e saúde. O segundo trata especificamente de pessoas e instituições. Essa diferença é importante para avaliar se os comentários estiveram mais focados em falar sobre temas ou, se ao contrário, centraram suas atenções em personagens/instituições.

A primeira informação relevante que é possível extrair desta tabela é o fato de que 9 temas e 6 alvos dominaram 90% do que foi comentado nas *lives* analisadas nesta tese. Isto é o mesmo que afirmar que esses determinados temas e alvos guiaram os interesses do público comentador dessas transmissões que, em essência, são maciçamente apoiadores de Bolsonaro. Conforme o esperado, boa parte dos

comentários fazem menção ao presidente Jair Bolsonaro: quase 30%, o que prova que o presidente foi o ator/alvo que mais mobilizou as atenções dos comentadores de suas *lives*.

O ponto interessante é o de que as pautas religiosas e/ou morais são temas mais comentados pelo público, consumindo as transmissões de Bolsonaro ao longo dos três anos de análise. Neste tópico estão concentrados assuntos como aborto, comunismo, feminismo, “esquerdismo”, dentre uma extensa gama de tópicos. Chama a atenção que, ainda no campo dos temas religiosos e/ou morais, havia uma certa energia de perfis bolsonaristas em tentar igualar o nazismo ao comunismo como dois regimes igualmente totalitários. A reverberação deste assunto foi tamanha ao nível de os três *links* mais compartilhados nos comentários dizerem respeito ao tema nazismo/comunismo. Os *links* mais compartilhados serão analisados nas próximas páginas.

O terceiro tópico mais comentado diz respeito a colocações genéricas. Aqui estão incluídas desde as mensagens simples que desejavam uma “boa noite” ou um “bom dia” a até mensagens que parabenizavam ou ofendiam o presidente. Este tipo de mensagem pode ser considerado como esvaziada em seu sentido temático, vez que são curtas o suficiente ao ponto de inviabilizar a construção de um argumento. Entretanto, por não representarem críticas ou teor negativo a Bolsonaro, estas mensagens foram consideradas como positivas.

O tópico “Justiça” aparece logo a seguir, com 5% do total de comentários. O tema é muito utilizado para tratar de assuntos como a prisão em segunda instância, projeto da “CPI da Lava Toga”, Operação Lava Jato, além de casos de corrupção como o mensalão e o petrolão.

Na sequência está o tema das eleições. Este tema, como se sabe, foi caro ao bolsonarismo desde os seus primeiros dias de governo, e envolvem pautas como o voto impresso, questionamentos sobre a urna eletrônica, além dos tópicos de fundo eleitoral e fundo partidário. Na prática, trata-se da mobilização, via comentários, sobre uma das principais pautas de Bolsonaro e seus apoiadores.

O Supremo Tribunal Federal foi o segundo “alvo” que mais mobilizou as atenções dos comentadores, estando atrás apenas de Jair Bolsonaro. Como se verá na próxima tabela, a taxa de comentários positivos ao presidente e/ou ao seu governo quando o STF era mencionado indica a animosidade dos comentadores para com a Suprema Corte. Em seguida, na casa dos 3%, estão os temas Economia, Pandemia

e Imprensa, temas estes que, por muitas vezes, estiveram umbilicalmente relacionados ao longo do governo de Jair Bolsonaro, sobretudo pela dicotomia entre “economia ou saúde” incentivada por Bolsonaro, cujo discurso usava a saúde e a economia como ferramentas no atrito político com os governadores durante a pandemia (REYES JUNIOR *et al.*, 2021).

O aspecto da economia é interessante pois mobilizou parte de usuários declaradamente neoliberais, ou seja, diz respeito a um nicho político que foi importante para a vitória e sustentação do apoio popular a Jair Bolsonaro nos seus primeiros passos enquanto presidente da República. Neste tema estão concentrados tópicos caros ao público neoliberal, como a privatização. Há, também, assuntos de interesse mais abrangentes, como o desemprego, a inflação, o preço dos combustíveis e reformas econômicas.

No patamar de 2% estão as Forças Armadas, saúde e corrupção, respectivamente. As citações às Forças Armadas geralmente estiveram relacionadas a um pedido de golpe de estado camuflado no argumento de que elas precisam garantir a ordem democrática no país. Sob o pano de fundo do golpismo, perfis citavam as Forças Armadas como a instituição máxima da República que tem o poder de garantir a liberdade do “povo” brasileiro.

Já a saúde é tema desvinculado da pandemia, inclusive trata-se de um tema que foi menos comentado que as questões relacionadas a COVID-19. Aqui estão concentrados assuntos como queixas de infraestrutura hospitalar, demora em atendimentos e demais citações a profissionais da saúde, como médicos e enfermeiros. Também há menções ao Sistema Único de Saúde (SUS), como no contexto do ápice da pandemia, em que perfis reconheciam a importância do SUS para evitar um desastre sanitário ainda maior no país.

Na casa de 1% estão os alvos Lula e Partido dos Trabalhadores (PT), além do tema Educação. Isto significa dizer que o principal oponente de Bolsonaro na eleição de 2022 foi, de certo modo, colocado em segundo plano nos interesses dos comentadores das transmissões. O percentual de Lula e do PT chamam a atenção e mostram que, de fato, geraram pouca atratividade. Do mesmo modo, o tema Educação foi pouco visado, apesar de contemplar assuntos como o FUNDEB e citações ao ministro Milton Ribeiro, que foi alvo de investigações e exonerado por suspeitas de corrupção (MATOS, 2022).

Finalmente, o último colocado neste *ranking* foi o tema “Golpe/Democracia”. Como expresso no próprio nome, este tema agrega tópicos relacionados ao futuro da democracia no país. Neste tema também estão os pedidos de intervenção militar e fechamento do STF e chamamentos e repercussões sobre as manifestações bolsonaristas nos feriados de 07 de setembro, mais notadamente o de 2021.

Se a Tabela 1 trouxe as informações sobre quais os temas e alvos que mais despertaram a atenção dos comentadores das transmissões de Bolsonaro, a Tabela 2 traz o “como” essas informações foram tratadas por esses comentadores, especialmente no que diz respeito ao presidente e/ou governo federal. Em resumo, esta tabela mostra como esses temas foram tratados a partir da valência.

TABELA 2 – Valência por top 15 temas/alvos mais populares

TAG	TEMA/ALVO	% Positivas	% Negativas
Jair Bolsonaro	Alvo	82,5%	17,5%
Pautas religiosas e ou Morais	Tema	90,1%	9,9%
Genérico e ou outros	Tema	89,0%	11,0%
Justiça	Tema	66,1%	33,9%
Eleição	Tema	71,9%	28,1%
STF	Alvo	69,6%	30,4%
Economia	Tema	57,2%	42,8%
Pandemia	Tema	59,8%	40,2%
Imprensa	Alvo	86,1%	13,9%
Forças Armadas	Alvo	74,8%	25,2%
Saúde	Tema	79,3%	20,7%
Lula	Alvo	52,4%	47,6%
PT	Alvo	70,3%	29,7%
Educação	Tema	72,1%	27,9%
Golpe/Democracia	Tema	86,9%	13,1%

FONTE: O autor (2023).

Se optar por organizar os temas em ordem decrescente em relação à valência positiva a Bolsonaro e/ou seu governo, tem-se a seguinte disposição: 1) Pautas religiosas e/ou morais; 2) Genérico e Outros; 3) Golpe/Democracia; 4) Imprensa; 5) Jair Bolsonaro; 6) Saúde; 7) Forças Armadas; 8) Educação; 9) Eleição; 10) PT; 11) STF; 12) Justiça; 13) Pandemia; 14) Economia; e, 15) Lula. Esta ordem reforça a

ideia de que “pautas religiosas e/ou morais” são temas quase que exclusivamente positivo a Bolsonaro. Logo, é razoável pensar que se trata de tema “abraçado” fortemente por seus apoiadores.

Assim como o tema acima, outras temáticas foram abraçadas pelo bolsonarismo via comentários nas transmissões, com destaque para “Golpe/Democracia”, “Imprensa” e “Jair Bolsonaro”; todos com patamar positivo superior a 80%. Citações a assuntos relacionados à saúde (desconsiderando a pandemia), Forças Armadas, Educação, Eleição e PT, também podem ser considerados como folgadoamente positivos a Bolsonaro, dado que o percentual positivo está acima de 70%.

Tópicos relacionados ao STF e Justiça, incluindo assuntos anticorrupção, estão na faixa de 60%. Apesar de majoritariamente positivo, pode-se pensar que, dado o contexto de nicho digital bolsonarista, tanto STF como Justiça representam certa fissura na hegemonia positiva a Jair Bolsonaro. Logo, são temas que abriram espaço para a divergência dentro desse nicho e, em maior ou menor grau, serviram para arranhar a imagem do presidente e/ou seu governo. A economia foi tópico sensível para Bolsonaro, vez que apenas 57% dos comentários neste tema foram positivos. Este contribui para reforçar a evidência de que até os “economicamente liberais” criticaram o governo neste quesito. Também evidencia os efeitos colaterais da pandemia, visto que a dicotomia estabelecida entre economia e saúde foi motivo de críticas ao presidente nos dados analisados. Finalmente, chega-se ao tópico deste *ranking* que foi mais prejudicial a Bolsonaro nos comentários às transmissões semanais: o presidente Lula. Em números arredondados, tem-se o percentual de 52% positivo *versus* 48% negativo ao presidente Bolsonaro. Lula, como alvo, gerou críticas a Bolsonaro tanto por parte da esquerda – que afirmava que Bolsonaro seria derrotado por Lula nas eleições de 2022 –, até críticas vindas da direita e, sobretudo, àquelas vindas do público lavajatista que, dentre outros argumentos, acusava Jair Bolsonaro de destruir a Lava Jato e se omitir na luta pela prisão em segunda instância. A soltura de Lula, em 8 de novembro de 2019, reforçou ambas as narrativas abordadas acima.

A figura abaixo diz respeito aos termos mais citados nos comentários que compõem o *corpus* desta tese. Esta figura agrega tanto comentários positivos como comentários negativos ao governo. As figuras de termos mais comentados dividida por tipo de valência, positiva e negativa, serão apresentadas abaixo. Nas três nuvens foram excluídos os termos “presidente” e “Bolsonaro”, visto que se tratam de temas

FIGURA 4 – Termos positivos mais citados



FONTE: O autor (2023).

Já a figura acima mostra os termos mais citados nos comentários positivos a Bolsonaro e/ou seu governo. De antemão é possível perceber que a palavra “Deus”, na nuvem geral – aquela que condensa os termos de comentários de valência positiva e negativa – é impulsionada em grande maioria pelo grupo de apoiadores do presidente. Chama a atenção alguns termos específicos, como “2022” – sinal claro à preferência de voto em Bolsonaro nas eleições que aconteceriam em outubro do ano citado. Outro termo chave para compreender o comportamento bolsonarista é o “142”, que faz alusão ao artigo da Constituição Federal que, segundo interpretação bolsonarista, permite a intervenção das Forças Armadas sob outros Poderes da República. As questões morais também aparecem com força nesta nuvem de palavras, sobretudo em termos como “Jesus” e “família”. Tidos como adversários, os

Bolsonaro no pleito de 2022. Temas relacionados à pandemia, como “vida”, “vacina” e “genocida” também foram frequentes.

A tabela abaixo traz as *hashtags* mais populares dentre os comentadores das *lives* semanais de Jair Bolsonaro. Como apontado por Hemphill, Culotta e Heston (2013), as *hashtags* são opções interessantes para dar enquadramentos às mais variadas temáticas, sendo utilizadas também, por atores políticos com poder representativo. Já Buarki e Alkhateeb (2018) apontam para o potencial positivo que o recurso de *hashtag* apresenta para a disseminação do conteúdo publicado, vez que é gerado um *hiperlink* que dá acesso às publicações naquela rede que também utilizaram a mesma *hashtag*. Apesar de ser um recurso mais famoso em outras redes, como o Twitter e o Instagram, o uso de *hashtags* no YouTube é utilizado também pelos produtores de conteúdo, que não raro, usam o recurso para delimitar as temáticas que são abordadas pelo seu vídeo e/ou canal.

TABELA 3 – Top-10 *hashtags* mais utilizadas

<i>Hashtag</i>	Valência em relação a Bolsonaro	Total	%
#fechadocombolsonaro	Positiva	2.947	31,88%
#bolsonaro2022	Positiva	1.918	20,75%
#forabolsonaro	Negativa	1.302	14,09%
#euautorizopresidente	Positiva	749	8,10%
#fechadoscombolsonaro	Positiva	473	5,12%
#bolsonaro	Positiva	448	4,85%
#globalixo	Positiva	422	4,57%
#bolsonarotemraza	Positiva	359	3,88%
#impeachmentdebolsonaro	Negativa	316	3,42%
#bolsonaromandrião	Negativa	309	3,34%

FONTE: O autor (2023).

Apesar de ser um recurso interessante, nota-se que as 10 primeiras posições do *corpus* somam apenas 9.243 casos. Em um simples exercício, se tomar por definição que cada uma dessas *hashtags* foi utilizada em 1 comentário por vez, o resultado final é o de que seu uso registraria a tímida marca de 3,28% do total de comentários. Eis mais uma informação a respeito do comportamento desses comentadores: a baixa disposição para a utilização de *hashtags*.

Dado o contexto de enquadramento, mobilização e disseminação de conteúdo que o recurso apresenta, a tabela acima demonstra que 7 das 10 *hashtags* mais populares são de teor positivo a Bolsonaro e/ou seu governo. Proporcionalmente, essas *hashtags* correspondem a 79% do total observado neste *ranking*, o que reforça a ideia de que essas transmissões foram acompanhadas sensivelmente mais por apoiadores do que por críticos do presidente.

Qualitativamente é possível perceber que as 3 primeiras *hashtags* são expressões genéricas de apoio ou oposição ao presidente, e não dizem respeito a algum outro tema do que o desejo de permanência ou saída de Bolsonaro da cadeira de presidente da República. A quarta *hashtag* (*#euautorizopresidente*), ao contrário das que a antecederam, chama a atenção pelo fato de expressar o desejo de que Jair Bolsonaro cometesse um golpe de Estado.

O grito “Eu autorizo” foi analisado pelos pesquisadores Simões e Silva (2022), cuja análise reforça que o grito representa um apoio para que o presidente atuasse junto às Forças Armadas para a subjugação dos Poderes da República. Some-se a demonstração de uma linguagem autoritária com as potencialidades do recurso de *hashtags* e o contexto do objeto – espaço de câmara de eco amplamente homogeneizada – e, tem-se como resultado, a utilização do espaço de comentários como mais um dos ambientes digitais para o exercício de pressão à prática de atos autoritários, cuja circulação não encontrou grandes barreiras ao longo dos três anos de análise.

As *hashtags* das posições 5 e 6 também não demonstram grandes novidades em relação ao seu conteúdo pois, ao exemplo das 3 primeiras, são demasiadamente genéricas a ponto de ser difícil relacioná-las a um tipo temático específico. Já a sétima *hashtag* (*#globolixo*) mostra a relevância da mobilização bolsonarista contra um outro alvo: a imprensa, sobretudo no caso da Rede Globo. O histórico de declarações ofensivas de Bolsonaro à emissora carioca não é algo novo.

Para se ter um paralelo com os anos analisados nesta pesquisa (2019 a 2021), Bolsonaro ofendeu a Globo ao menos uma vez por ano: em *live* realizada em março de 2019, chamou a Globo de “canalha” após matéria da emissora que poderia ligá-lo ao caso Marielle Franco, e prometeu que isso seria tema a ser avaliado no processo de renovação de concessão à emissora (G1, 2019b).

Em 2020, em entrevista realizada no “cercadinho” do Palácio do Alvorada, Bolsonaro chamou a Globo de “lixo” e, mais uma vez, ameaçou não renovar sua

concessão em 2022 (PODER360, 2020): o motivo da revolta da vez era sobre o enquadramento feito pela emissora a respeito da gestão da pandemia conduzida pelo Governo Federal. Em 2021, indignado com a cobertura da imprensa brasileira sobre o comportamento de Bolsonaro na pandemia, inclusive sobre sua relutância ao uso de máscaras, Bolsonaro definiu a Globo como “uma merda de imprensa” ao mandar uma jornalista da emissora “calar a boca”, além de afirmar que a Globo tentava destruir a “família brasileira”, a “religião brasileira” e fazer um “jornalismo canalha” (PODER360, 2021b).

A oitava *hashtag* (*#bolsonarotemraza*) também é esvaziada de um sentido temático único e foi utilizada em vários assuntos para demonstrar um ponto em comum: o de que Bolsonaro estava certo e os demais estavam errados. Já a penúltima *hashtag* do *ranking* (*#impeachmentdebolsonaro*) foi utilizada tanto por críticos à direita como por opositores de esquerda e, sobretudo, nos assuntos relacionados à pandemia de COVID-19 no Brasil e o comportamento de Bolsonaro e/ou seu governo perante ela.

A última *hashtag* do *ranking* (*#bolsonaromandrião*) também foi utilizada por críticos ao presidente independente do viés ideológico desses críticos. O termo “Bolsonaro mandrião” foi difundido pelo professor Marco Antonio Villa. Villa, também crítico do PT e Lula, utilizou seus perfis nas redes sociais, inclusive o seu canal no YouTube, para afirmar que Bolsonaro não gostava de trabalhar e, por isso, seria um mandrião. A fins exemplificativos, Villa utilizou a expressão em um vídeo publicado no YouTube, cujo título é: *Live: Bolsonaro, um mandrião na Presidência 09/06/20*³¹.

³¹ Vídeo disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=7tz23ealies>

TABELA 4 – Top 10 links ativos mais citados nos comentários³²

Link	Valência	Tema	Total
http://www.camara.leg.br/propostas-legislativas/2261904	Positiva	Comunismo e Nazismo	26
https://www.youtube.com/watch?v=hEZYwQBEHOM	Positiva	Nazismo	24
http://www.youtube.com/watch?v=UCcY1N3pXH4	Positiva	Nazismo	24
http://youtu.be/DYb-wfOz_Wc	Negativa	COVID-19	22
http://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2020/05/15/mulher-de-bolsonarista-morto-por-covid-no-inicio-ele-achava-um-exagero.htm	Negativa	COVID-19	22
http://www.youtube.com/watch?v=ajfFuyhCb3Q	Positiva	Caso Celso Daniel	18
https://www.youtube.com/watch?v=2F5yeG3Bb10	Positiva	Caso Marielle Franco	18
http://www.youtube.com/watch?v=-qvp-sjlHdc	Positiva	Caso Marielle Franco	18
http://www.bbc.com/portuguese/brasil-52009036	Negativa	COVID-19	17
http://youtu.be/IDh_Rzhl-wA	Positiva	Gabriel Monteiro	16

FONTE: O autor (2023).

A tabela acima apresenta os *links* mais citados nos comentários realizados nas transmissões. O recurso dos *links* é importante pois seu uso geralmente funciona para embasar determinado argumento ou narrativa, como se o *link* postado contivesse informações importantes o suficiente para sustentar ou complementar um ponto de vista. Nos comentários analisados, assim como na tabela anterior, verifica-se o percentual de 70% positivo e 30% negativo. Antes da análise sobre os temas desses *links*, há de se fazer uma ressalva: os dados da tabela acima dizem respeito a vídeos ativos na plataforma e, portanto, desconsidera os vídeos derrubados pela plataforma ao longo do processo de análise. Esta ressalva é relevante pois existiram 3 *links* mais compartilhados do que o primeiro colocado no *ranking* atual. Por meio de métodos de recuperação do conteúdo desses vídeos excluídos ou tornados privados, via WayBack Machine, foi possível recuperar dados de apenas 1 desses vídeos, cujo título é: “MOSTRE ESTE VÍDEO PRA UM PETISTA E FAÇA ELE CHORAR | Felipe Lintz”, do

³² Os 4 links mais compartilhados se tratam de vídeos do YouTube que, no entanto, foram excluídos pela plataforma.

Canal “O Jacaré de Tanga”³³. O vídeo foi citado em 26 oportunidades e o tema era sobre a suposta corrupção nos governos petistas que levou Lula e Cabral à prisão.

Ressalvas feitas, é possível notar o equilíbrio temático dos *links* mais compartilhados. Três *links* falam sobre nazismo e/ou comunismo, três versam sobre a pandemia, dois sobre o assassinato da vereadora carioca Marielle Franco e, um *link* cada foi dedicado a falar sobre os casos do policial militar carioca que foi preso, Gabriel Monteiro, e sobre possível envolvimento de Lula na morte de Celso Daniel.

Se levar em conta que o total de vezes que todos esses *links* foram compartilhados resulta em 223 oportunidades, tem-se o dado de que 33% dos compartilhamentos foram sobre o tema nazismo e/ou comunismo. Essa sanha ideológica por parte de apoiadores de Jair Bolsonaro demonstra a vontade desse nicho em criminalizar o comunismo enquanto prática política ao compará-lo ao regime ditatorial de Adolf Hitler. O *link* mais citado, inclusive, é sobre o Projeto de Lei nº 4425/2020 que, em seu texto, afirma alterar lei de 1996 e criminalizar a apologia ao nazismo e comunismo, e dá outras providências.

A autoria do Projeto de Lei é do deputado federal e filho de Jair Bolsonaro, Eduardo Bolsonaro. Nos comentários, percebe-se que essa pauta pode ser considerada como um fetiche dos perfis apoiadores de Bolsonaro, vez que o tema não se tornou alvo de disputa e/ou discussão com comentaristas críticos ao presidente, em especial àqueles identificados com a esquerda. Os *links* nas posições 2 e 3 dos mais compartilhados tratam sobre se o Nazismo pode ser considerado de esquerda: trata-se de outra temática que movimentou o nicho bolsonarista, sendo ambos os vídeos do canal Senso Incomum.

Os próximos *links* mais compartilhados são críticos a Bolsonaro e/ou seu governo. Em comum, os dois tratam sobre a pandemia. Um deles é um vídeo no YouTube de um canal de esquerda chamado “Plantão Brasil”, ao passo que outro é uma coluna progressista do veículo UOL. Outro ponto em comum é de que os dois meios de informação não alinhados ao bolsonarismo. Enquanto o vídeo do Plantão Brasil trazia trechos de vídeos de sessão da Comissão Parlamentar de Inquérito que apurou a gestão da pandemia pelo Governo Federal, a matéria da Universa traz um

³³ Link de acesso: https://web.archive.org/web/20190721213819/https://www.youtube.com/watch?v=S9bOk-6e_AE&gl=US&hl=en.

relato pessoal sobre como um vitimado pelo coronavírus menosprezou o seu potencial letal.

Os próximos dois temas versam sobre os casos Celso Daniel e Marielle Franco. Nos comentários foi frequente a troca de acusações sobre os envolvidos na morte dos dois políticos. Perfis de esquerda citam a possibilidade de Bolsonaro e/ou sua família estar envolvida na morte de Marielle Franco, ao passo que bolsonaristas rebatem ao afirmar que Lula está envolvido na morte de Celso Daniel. Isso ajuda, em partes, a compreender melhor a coincidência no número de vezes que cada um dos *links* sobre esses temas foi compartilhado: 18 vezes cada.

Por fim, o penúltimo *link* é de uma matéria da BBC sobre o recuo de Bolsonaro ao revogar autorização para a suspensão de salários por 4 meses devido à pandemia, medida que desagradou empresários, mas, em contrapartida, foi um aceno que trouxe alívio para trabalhadores. Essa medida foi publicada em março de 2020, ou seja, nos primeiros dias da pandemia em solo nacional e, portanto, anterior a medidas como o Auxílio Emergencial. Já o último *link* é de apoiadores do então vereador e policial militar do Rio de Janeiro, Gabriel Monteiro. Envolvido à época em uma série de polêmicas e acusações que levariam a sua prisão em 2022 (PUENTE; RODRIGUES, 2022), bolsonaristas compartilhavam o *link* de um vídeo de Monteiro com o título: “POSSO MORRER! EXPULSO DA PM!”³⁴.

De caráter apelativo, o vídeo mostra a narrativa de Monteiro de que estaria sendo perseguido por sua atuação ilibada e corajosa diante de um *establishment* altamente corrupto e poderoso o suficiente para colocar qualquer cidadão “de bem” atrás das grades. O compartilhamento desse vídeo, nos comentários às transmissões de Bolsonaro, frequentemente era acompanhado de pedidos para que o presidente da República não abandonasse um aliado político e midiático, vez que ele representava parte do eleitorado que também é afeito às ideias do bolsonarismo.

A tabela abaixo mostra os canais mais influentes que comentaram, ao menos uma vez, nas transmissões de Jair Bolsonaro. O canal mais influente é o do crítico Nando Moura. Como visto anteriormente, Moura e Bolsonaro tiveram relação de apoio mútuo, inclusive em período pré governo Bolsonaro. Entretanto, desalinhamentos

³⁴ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=IDh_Rzhl-wA.

políticos transformaram a relação amistosa em relação de oposição e trocas de farpas entre ambos.

TABELA 5 – Top 10 publicadores mais populares

Nome do perfil/canal	Posição sobre Bolsonaro	Inscritos à época ³⁵	Inscritos em 2023
Nando Moura	Crítico	3.160.000	3.280.000
Te atualizei	Apoiadora	1.250.000	Canal bloqueado pela Justiça
Dr. Sandro Gonçalves	Apoiador	753.000	1.160.000
Leo Uchiha	Apoiador	739.000	749.000
Portal do José	Crítico	538.000	725.000
Notícias News N.N	Apoiador	367.000	444.000
Canal Paródia Gospel	Apoiador	325.000	343.000
Tiago SampaioAD	Apoiador	307.000	507.000
Ed Raposo	Apoiador	255.000	Canal bloqueado pela Justiça
Antonio Lopes da Silva	Apoiador	249.000	258.000

FONTE: O autor (2023).

Em vídeo publicado no dia 12 de janeiro 2023, Moura acusa Bolsonaro de ter “surfado” em sua popularidade em entrevista que o então candidato concedeu ao seu canal, em 2018: “Quando Bolsonaro veio aqui no canal, eu já tinha mais de um milhão de inscritos, e ele tinha 15 mil seguidores no Facebook. Foi este m* que surfou na onda da Lava Jato”³⁶.

Ao todo, o percentual do *ranking* é: 80% apoiadores e 20% críticos, algo próximo aos dados vistos tanto nas tabelas como na média da valência geral dos comentários. Outro dado relevante é que 20% dos canais deste *ranking* foram derrubados por decisões judiciais proferidas pelo ministro do Supremo Tribunal Federal, Alexandre de Moraes, são eles os canais: Te Atualizei e Ed Raposo, ambos bolsonaristas. O argumento de Moraes é que esses canais incentivaram a subversão da ordem, bem como a quebra da normalidade institucional e democrática (ESTADÃO, 2023). A derrubada desses canais se dá em meio à intentona golpista por parte de bolsonaristas que, em 8 de janeiro de 2023, provocou invasões às sedes dos Três Poderes e gerou atos de violência e depredação do patrimônio público, além do confronto com forças de segurança.

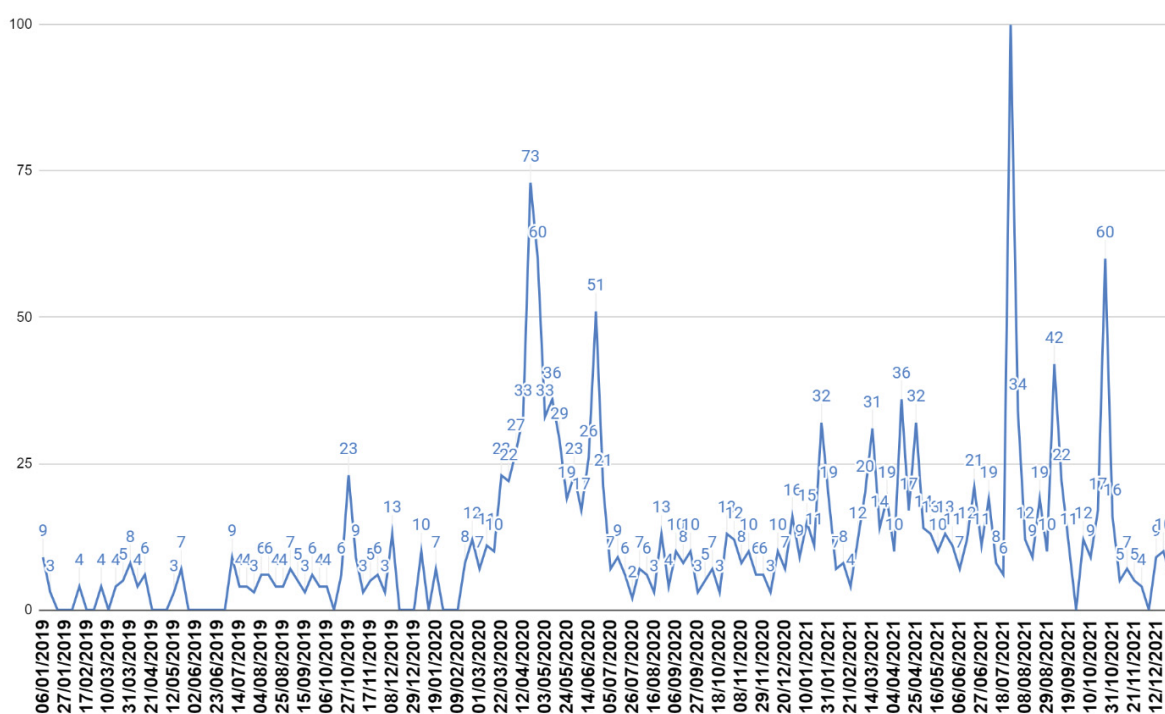
³⁵ Os números foram coletados via YouTube Data Tools em agosto de 2022.

³⁶ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=GwR09qMSfyg>

Da data da coleta até janeiro de 2023, o canal que mais cresceu foi do bolsonarista Dr. Sandro Gonçalves, cujo crescimento está no patamar de 407 mil inscritos. A lista segue com Thiago Sampaio (+200 mil), Portal do José (+187 mil) e Nando Moura (+120.000). A fins de comparação de popularidade, o portal bolsonarista que mais cresceu tem, em 2023, menos inscritos do que o canal Te Atualizei, que foi derrubado por associação ao golpismo, tinha em agosto de 2022.

Para ampliar o entendimento a respeito do objeto desta tese, foram utilizados dados complementares externos aos comentários nas transmissões semanais de Bolsonaro em seu canal no YouTube. O objetivo é entender, com base nas informações obtidas via Google Trends, quais foram as transmissões do presidente que mais despertaram o interesse nas buscas no Google. Para isso, o termo utilizado para a pesquisa foi “live do Bolsonaro”, e o período de pesquisa das informações corresponde ao mesmo utilizado nesta pesquisa: 2019 a 2021.

GRÁFICO 9 – Interesse em buscas por lives do Bolsonaro no Google



FONTE: O autor (2023), com base em dados do Google Trends.

De modo a facilitar a compreensão, os dados do Google Trends acima são disponibilizados da seguinte forma: segundo o próprio Google, os valores são

calculados em uma escala de 0 a 100; os números são dispostos em relação ao pico (100). Em resumo, entende-se que todas as informações têm como base o padrão máximo (100). Assim, um valor de 50 significa, segundo o Google, que o termo teve metade da popularidade em comparação ao pico. Já uma pontuação 0 significa que não há dados suficientes para estabelecer uma métrica em relação ao termo pesquisado.

O pico de buscas ocorreu em 25 de julho de 2021, um domingo. A repercussão era sobre a transmissão de 22 de julho de 2022, em que Bolsonaro defendeu o voto impresso e afirmou que na sua próxima *live* ele iria dedicar toda a transmissão para “comprovar” as fraudes nas urnas eletrônicas nas eleições de 2014 e 2018 (ESTADO DE MINAS, 2021b). Logo, o tema das eleições mais uma vez compõe o rol de interesses sobre as *lives* de Bolsonaro, tanto da perspectiva dos comentários, como também, da perspectiva dos interesses em pesquisas sobre essas transmissões na internet.

O segundo maior pico não diz respeito a uma *live* de Bolsonaro em que ele assiste a outra transmissão, trata-se portanto, de uma entrevista de Roberto Jefferson ao blogueiro bolsonarista Oswaldo Eustáquio em que Jefferson acusou Rodrigo Maia e David Alcolumbre de articularem um golpe contra Bolsonaro em conluio com o STF, a Rede Globo e os governadores João Doria e Wilson Witzel.

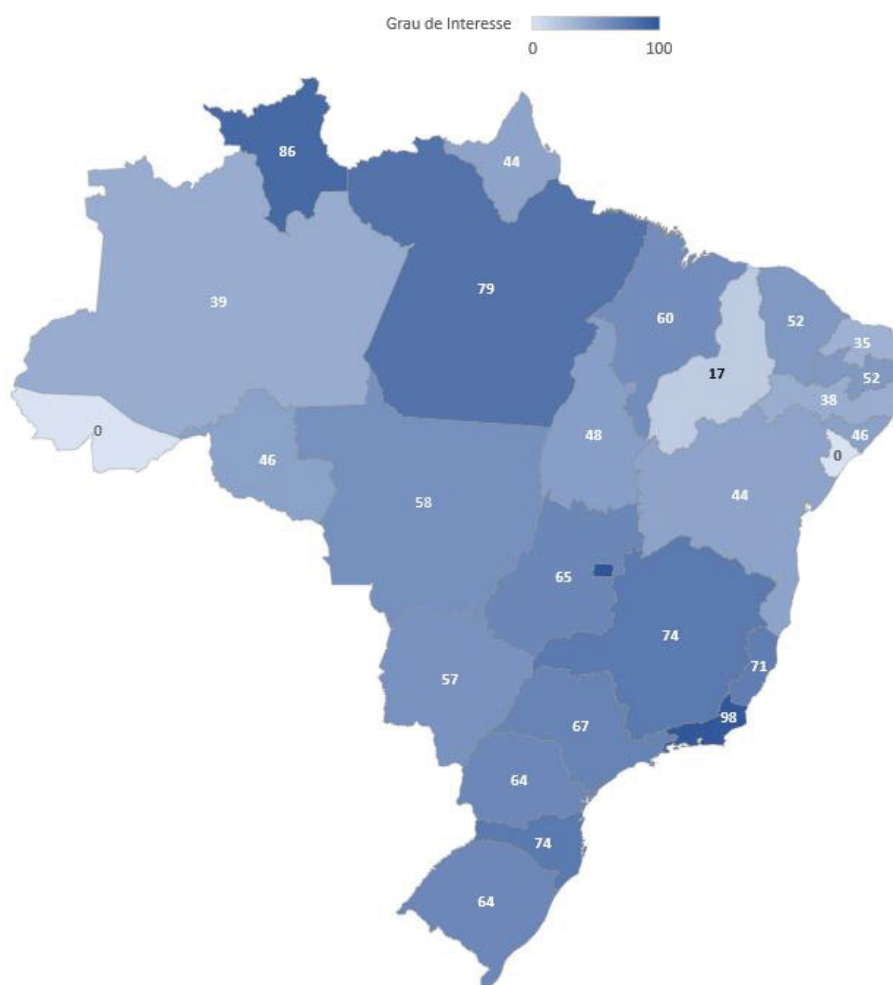
O terceiro maior ponto ocorreu em duas ocasiões: a primeira delas no dia 26 de abril de 2020 se deu em reação à *live* do dia 23 do mesmo mês, no qual o tema principal era o Auxílio Emergencial. Entretanto, o contexto principal da época dizia respeito aos atritos entre Bolsonaro e Sergio Moro, sobretudo pelas acusações de que o presidente estaria interferindo na Polícia Federal. A segunda data, em 24 de outubro de 2021, diz respeito à forte repercussão negativa sobre a declaração de Bolsonaro, em *live* realizada três dias antes (21), de que a vacina da COVID-19 poderia levar ao vacinado a desenvolver HIV. A repercussão negativa foi tamanha ao ponto da Sociedade Brasileira de Infectologia (SBI) divulgar uma nota desmentindo as afirmações do presidente (QUEIROZ, 2021).

Os três picos indicam que os temas que mais causaram interesse em pesquisar sobre as transmissões de Bolsonaro no Google são, respectivamente: 1) atritos com o sistema de votação atual; 2) atritos com autoridades políticas e do campo jurídico, tanto em nível federal quanto estadual; 3) atritos internos em relação ao seu corpo de ministros; e, 4) atritos relacionados vacina, sobretudo com o uso de

desinformação. Em resumo, os dados acima mostram que há ao menos uma relação na qual tópicos polêmicos e conflituosos geraram maior interesse em saber o conteúdo das transmissões da semana. Os picos não necessariamente ocorreram no dia da *live*, mas sim, dias após, o que mostra que a repercussão da imprensa foi fundamental para difundir o conteúdo dessas transmissões para “fora da bolha” dos consumidores assíduos desse tipo de conteúdo.

Ainda sobre os dados do Google Trends, a imagem abaixo traz informação sobre quais os estados campeões, proporcionalmente, nas pesquisas sobre as *lives* de Jair Bolsonaro. O funcionamento desses dados é simples: os dados são calculados em relação ao pico máximo (100), em uma escala de 0 a 100. A partir do pico máximo são calculados os outros dados. Outro ponto importante, segundo o Google, é que um valor maior significa uma proporção maior de consultas, não uma contagem absoluta maior.

FIGURA 6 – Interesse em buscas por lives do Bolsonaro no Google por estado

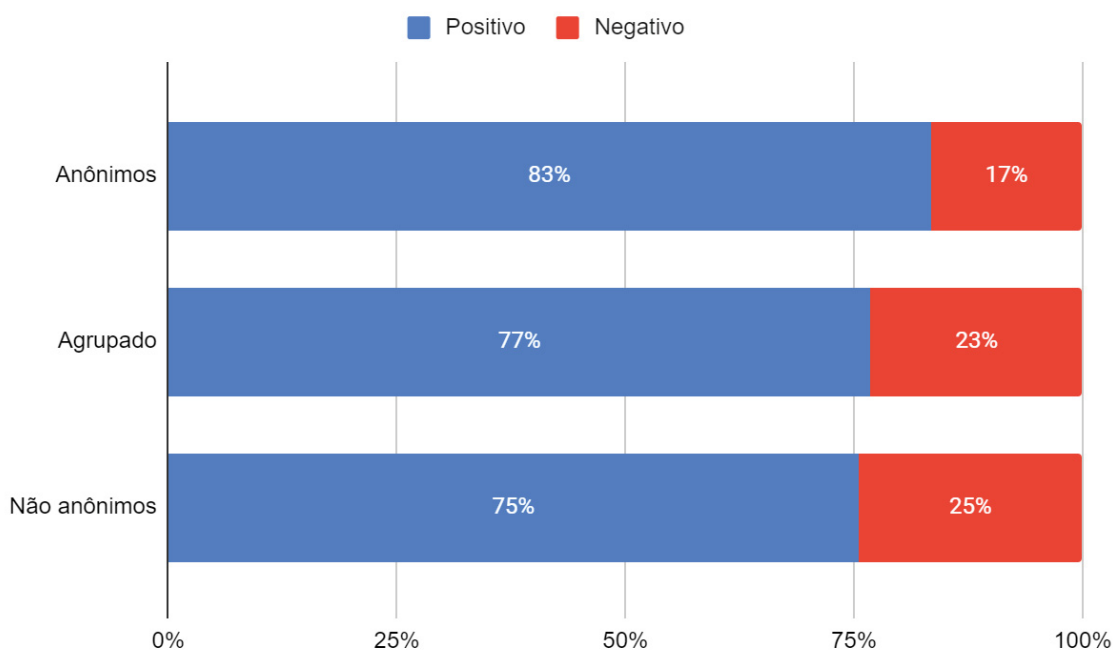


FONTE: O autor (2023), com base em dados do Google Trends.

No exemplo acima, observa-se os seguintes dados: O Distrito Federal foi a Unidade Federativa líder em pesquisas, atingiu a pontuação 100. Já o estado do Amazonas, com pontuação 39, significa que, proporcionalmente, teve menos da metade do interesse aferido no DF em pesquisas sobre as transmissões de Jair Bolsonaro. Realizados os apontamentos sobre a interpretação dos dados, as cinco unidades federativas com maior interesse proporcional em buscas pelas *lives* de Jair Bolsonaro no Google são: Distrito Federal (100), Rio de Janeiro (98), Roraima (86), Pará (79) e Santa Catarina (74).

Os últimos dois gráficos desta pesquisa dizem respeito a uma questão pontuada ao longo da tese: possíveis diferenças entre perfis anônimos e não anônimos. A discussão sobre anonimato abordada nas páginas indica que, protegidos pelo anonimato, os perfis tendem a manifestar suas reais opiniões, o que pode abrir margem para tendência de crescimento de comportamentos mais negativos sobre determinado tema ou alvo.

GRÁFICO 10 – Distribuição da qualificação sobre Bolsonaro por grupos de perfis agrupados, anônimos e não anônimos



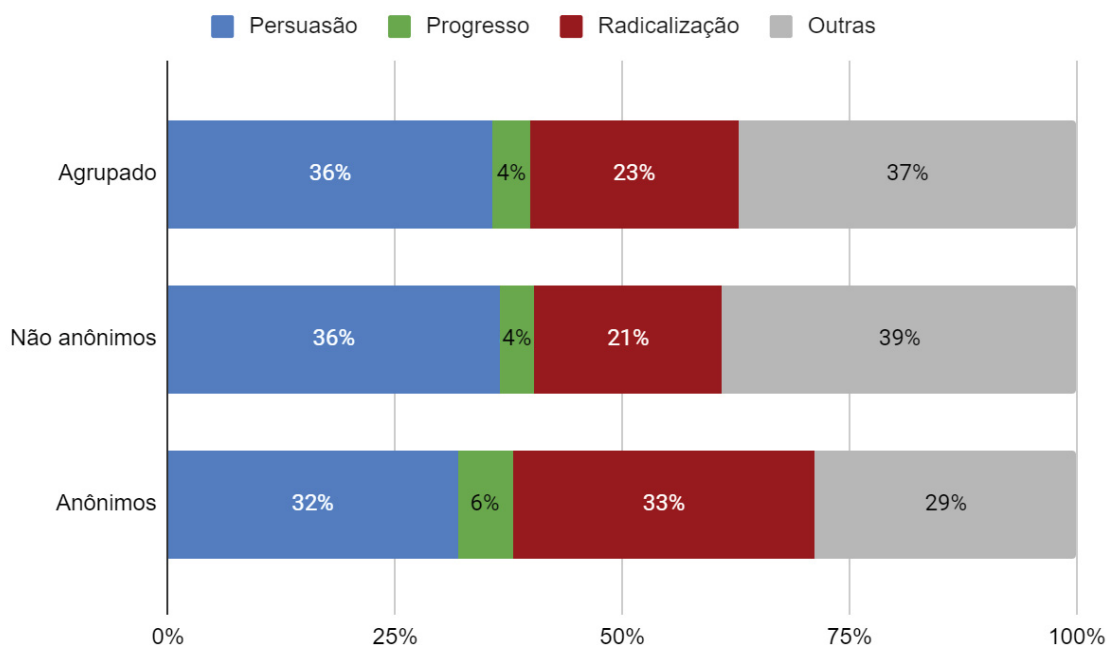
FONTE: O autor (2023).

Para confecção dos dois gráficos (Gráficos 10 e 11), foi realizada uma amostra representativa nos mesmos moldes das amostras individuais, por *live*, cujos

parâmetros estão detalhados no tópico “Metodologia”. Foram considerados anônimos os perfis cujo nome e foto de perfil não possibilitam a sua identificação. Deste modo, para ser considerado anônimo, o perfil precisou, obrigatoriamente, cumprir ambos os requisitos listados acima.

Para viabilizar melhor noção comparativa, os mesmos dados foram analisados a partir de 3 grupos diferentes: 1) anônimos; 2) não anônimos; e 3) agrupado (junção de anônimos e não anônimos). Chegou-se ao resultado de que a taxa de comentários positivos a Bolsonaro e/ou seu governo aumentou em 8 pontos percentuais na comparação entre o grupo de perfis anônimos em relação ao grupo de perfis não anônimos. Isso permite dizer que os perfis anônimos, neste caso, apresentaram tendência pró-bolsonarismo. As informações também permitem afirmar que a taxa de comentários negativos a Bolsonaro e/ou seu governo aumenta quando os perfis anônimos são desconsiderados da contabilização. Entretanto, o fato do comentário ser positivo ou negativo a Bolsonaro, não traz informações quanto ao modo do comportamento desses comentadores por meio de seus comentários.

GRÁFICO 11 – Distribuição da reflexividade por grupos de perfis agrupados, anônimos e não anônimos



FONTE: O autor (2023), com base nas variáveis de Jensen (2003; 2014).

Pensando em analisar mais profundamente as possíveis diferenças entre perfis anônimos e não anônimos, o gráfico acima objetivou averiguar se a radicalização, conforme pensada por Jensen (2003, 2014) aumenta ou diminui com a entrada de perfis anônimos em discussões em plataformas digitais. Tendo a discussão sobre a participação de perfis anônimos realizada nesta tese, utilizando como base os dados do gráfico acima, pode-se concluir, no caso analisado, que os perfis anônimos levam para um aumento considerável da radicalização, mais especificamente, no patamar de +12 pontos percentuais em relação ao grupo de perfis não anônimos.

Quando comparado ao grupo de perfis não anônimos, o grupo de anônimos registrou queda de 4 pontos percentuais nas tentativas ou demonstrações de persuasão, a um leve aumento de 2 pontos percentuais na taxa de progresso e um expressivo crescimento de 10 pontos percentuais no que tange ao comportamento radicalizado. Houve também queda sensível de 10 pontos percentuais na categoria “outros”, quando o comentário não se encaixa em nenhuma das categorias previamente estabelecidas por Jensen (2003, 2014). Tais dados obtidos corroboram com a pesquisa de Dourado (2020), no sentido de que perfis anônimos foram importantes na disseminação de discursos hostis, bem como, valida a informação de que o anonimato pode levar a práticas com tendências antidemocráticas (GOMES, 2005); servem ainda, como um dos pilares para a prática do caos (DA EMPOLI, 2020) e, confundida com a sensação de impunidade, servem para a prática de opiniões que podem ser ofensivas, tal qual evidenciadas por Stephens-Davidowitz (2018).

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A construção desta pesquisa teve como norte, a identificação dos traços comportamentais de parte do eleitorado brasileiro que se consolidou ao longo da última década: a Nova Direita. Para se chegar a esse objetivo, analisou-se centenas de milhares de comentários nas transmissões semanais no canal oficial de Jair Bolsonaro através do YouTube ao longo de três anos: 2019 a 2021. O pano de fundo desta pesquisa é o de que é possível identificar traços de comportamento ao longo do tempo a partir das expressões dos usuários na área de comentários dessa plataforma digital.

Quanto às limitações, talvez a principal delas esteja ligada o escopo temporal. A escolha por desconsiderar o ano de 2022 tira da amostra um componente importante: os comentários realizados em pleno ano eleitoral. Entretanto, optar por incluir 2022 na amostra poderia mais atrapalhar do que ajudar na tarefa de entender como foram os comentários ao longo do governo Bolsonaro, isso porque em época eleitoral há a tendência dos temas políticos ganharem destaque e, estando em evidência, as transmissões do YouTube de Bolsonaro podem apresentar anormalidades, como por exemplo, um excesso de comentários negativos, radicalização exacerbada, aumento no número de perfis anônimos, etc. Ainda que a escolha fosse por incluir 2022 no escopo da tese, outras duas limitações impediriam a sua execução: o primeiro, de ordem temporal, está relacionado a data de conclusão desta pesquisa; e, o segundo, de ordem financeira, inviabilizaria sua realização no *software* utilizado. De ordem teórico-metodológica, a discussão sobre robôs e propaganda computacional escapam ao objeto desta tese à medida que os parâmetros metodológicos e inspirações teóricas utilizados não abarcam a possibilidade de mensuração empírica, assim como escapa às aspirações desta pesquisa desde os seus primeiros esboços, embora ambos se coloquem como tópicos de interesse para pesquisas futuras.

Uma das primeiras descobertas empíricas, respaldadas pela teoria (ROCHA, 2018b), é a de que, na verdade, não se trata de “Nova Direita”, mas sim de “Novas Direitas”. Essa fatia do eleitorado brasileiro é formada por evangélicos, liberais, conservadores e toda uma sorte de fileiras políticas e econômicas que encontraram em Jair Bolsonaro a oportunidade mais fértil para derrotar o seu principal inimigo: o Partido dos Trabalhadores. A partir da análise dos dados é possível afirmar que uma

das principais conclusões desta pesquisa é o deslocamento da Nova Direita, ou Novas Direitas, em relação ao seu líder máximo, Jair Bolsonaro. Ao longo dos anos, as linhas de tendência das valências positiva e negativa mostra o desgaste de Bolsonaro justamente com os seus eleitores. Temas como Justiça e STF contribuíram para essa perda de popularidade, sobretudo com parte do eleitorado lavajatista que o apoiara até o momento das indicações de Augusto Aras à Procuradoria Geral da República e de Kassio Nunes Marques ao Supremo Tribunal Federal, sem prejuízo de outros eventos neste e em outros temas.

Concomitantemente ao fenômeno social, o objeto analisado evidencia a modernização também nos hábitos relacionados à cultura digital, com novos *players* na disputa por *likes*, *shares*, comentários, reações e toda gama de interações possibilitadas pelas plataformas de convívio social *online*. Fato é que o YouTube colocou de vez os dois pés no rol dos *sites* essenciais no âmbito de consumo dos usuários brasileiros, chegando à primeira posição em termos de acesso ao longo de 2022 no país, segundo informações da consultoria Semrush, em 2022³⁷. Para além dos dados quantitativos, pesquisas como a de Nina Santos (2021) mostram a relevância do YouTube como rede de referência para outras plataformas de comunicação bolsonarista. Em resumo, o YouTube é a principal rede referencial cujos *links* são compartilhados em outras ferramentas de comunicação digital. Tal constatação traz luz à importância do YouTube para o combate às práticas incívicas *online*, como a luta contra a desinformação, principalmente no tocante à exclusão de canais ou a desmonetização de vídeos (Santos, Chagas e Marinho, 2022).

De um lado, um fenômeno social em franca ascensão de popularidade durante a década passada, o que lhe conferiu a conquista de uma eleição presidencial em 2018. Do outro, um contexto tecno-social em que brasileiros têm cada vez mais condições de acessar e consumir conteúdos produzidos em plataformas digitais, bem como as possíveis consequências benéficas e maléficas que isso pode apresentar à democracia. É do cruzamento destes dois contextos que esta pesquisa se vê inserida.

Como a literatura utilizada ao longo desta tese demonstra, as plataformas digitais são peças centrais para a manutenção, podendo nesse contexto, considerar para o surgimento de novos grupos e narrativas cuja finalidade é a conquista de

³⁷ Disponível em: <https://pt.semrush.com/blog/top-100-sites-mais-visitados/>

espaços institucionais de poder. Entretanto, o uso das redes sociais já se mostrou eficaz em outros casos práticos, conforme evidenciado por Da Empoli (2020), onde relata quanto ao uso das redes como campo de obtenção de informação sobre o comportamento de eleitores sobre uma série de temáticas, visando com isso, moldar candidatos para obter maiores chances de êxito em uma disputa eleitoral. Logo, os pilares da formação da dataficação (MAIA, 2019) encontram disponibilidade das informações nas plataformas digitais a sua “matéria prima”, cujo resultado do trabalho desses dados pode consistir na geração de novas narrativas, novos temas e novos alvos a serem reverberados em discussões nos ambientes digitais.

Outra característica tratada como importante ao longo desta tese reside nas câmaras de eco, que parecem ser a consequência do modo pelo qual se dá o funcionamento da lógica da própria internet, cuja tendência é a de que determinado usuário irá consumir mais conteúdos que lhe agradam e menos conteúdos que não são do seu interesse, o que denota os componentes tecnológicos e sociais que integram as noções sobre as câmaras de eco em seu teor conceitual. Como resultado, verificou-se a possibilidade de formação de grandes bolhas que integram usuários com interesses aproximados em uma gama de assuntos.

Imbuído na conjuntura que permeou esta tese durante todos os anos de sua produção está o tripé: ferramenta, nicho político e comentários. Os eixos deste tripé estão embricados entre si e são fundamentais para esta pesquisa e, portanto, não podem ser desconsiderados quanto à relevância teórica e empírica do estudo que aqui se deu. A começar pela ferramenta, que é fundamental devido a fatores como: i) popularidade; ii) facilidade de acesso e obtenção de dados; e, mais importante; iii) ser a ferramenta da comunicação oficial do então presidente Jair Bolsonaro com os seus apoiadores, sem intermédio da imprensa. O segundo tripé está relacionado ao primeiro (ferramenta), pois os dados mostram que o “grosso” da massa de seguidores do canal de Jair Bolsonaro é formado por apoiadores ou meros simpatizantes, apesar de plenamente viável a coexistência destes com uma minoria de perfis opositores. Os dados também comprovam as nuances intrínsecas ao bolsonarismo que são oriundas da sua formação, algo também debatido ao longo do texto. Por fim, o eixo comportamental, é relevante pois faz a “amarração” dos demais pilares da pesquisa: vez que estão colocados a ferramenta e o grupo, o comportamento funciona como a chave analítica da pesquisa.

Na questão comportamental, variáveis como o tempo e o anonimato foram testadas. Ambas são fundamentais, cada qual ao seu modo. Especificamente, a relevância da variável “tempo” está em mostrar que, apesar da valência “total” ser amplamente positiva a Jair Bolsonaro (78%), o cenário real é de constante crescimento da valência negativa e, conseqüentemente, a queda da valência positiva. Os dados mostraram não apenas um crescimento da oposição a Bolsonaro – que poderia ser explicada por um maior número de usuários opositores comentando frente a uma mesma massa, quantitativamente inalterada, de apoiadores –, como também, a perda constante de apoiadores e eleitores ao longo do tempo, algo que geralmente ocorria através de comentários que expunham suas decepções com o presidente por atos ao decorrer de seu governo e que, agora, anunciavam a debandada do apoio outrora conferido.

De modo quase protocolar, criou-se amostras, que posteriormente foram comparadas em relação ao viés comportamental no que diz respeito à reflexividade e conceito seguido à luz de Jensen (2003 e 2014). A reflexividade é importante pois oferece a possibilidade não só de aferir a existência ou não de radicalização, mas sim, de poder medir o seu grau em comparação as demais formas de comportamento *online*. O resultado obtido corrobora com as interpretações da literatura em Comunicação Política a respeito do impacto do anonimato no aumento de falas radicalizadas em ambientes digitais (BARBER, 1988; GOMES, 2005; CHAIA; BRUGNAGO, 2014; STEPHENS-DAWIDOVITZ, 2018; SILVA, 2017a; BROWN, 2017; DOURADO, 2020; ȘTEFĂNIȚĂ; BUF, 2021). Na comparação entre as amostras, verificou-se o aumento de 12 pontos percentuais na categoria “radicalização” no grupo de perfis anônimos, em comparação com o grupo de perfis não anônimos.

Curiosamente, o teste de anonimato feito com relação à valência ao governo federal e/ou Jair Bolsonaro mostrou o efeito inverso: o grupo de perfis anônimos foi menos crítico ao presidente do que o grupo de perfis não anônimos. Especificamente, a diferença entre ambos os grupos é de que, no caso dos perfis anônimos houve queda de 8 pontos percentuais na valência negativa em relação ao grupo de não anônimos. O cruzamento entre os dois dados, valência e reflexividade, permite extrair a informação de que há mais perfis anônimos alinhados ao bolsonarismo do que críticos ao então presidente e, ainda, que esses perfis tendem a se comportar de modo mais radicalizado do que os perfis não anônimos. Em sentido lógico, espera-se que

menos perfis anônimos tendem a gerar menos valência positiva a Bolsonaro e menos postura radicalizada.

Como apontado por Dourado (2020), quando o assunto é circulação e produção de informações, o componente conversacional tem se tornado cada vez mais protagonista em vista à potencialidade algorítmica que as plataformas possuem para recomendar conteúdos imbuídos de certas visões de mundo. O que se defende aqui é o argumento de que as transmissões de Jair Bolsonaro serviram para cristalizar um novo formato de comunicação do presidente com o seu público, cujo objetivo foi servir como uma espécie de “voz do Brasil” bolsonarista.

Defende-se também que o espaço de comentários dessas transmissões foi usado majoritariamente para o reforço de posição de apoio a Jair Bolsonaro. Outra característica que reforça o caráter menos informativo e mais adorativo e/ou personalista dessas transmissões é a lista dos temas e alvos que dominaram as atenções dos comentadores. Em primeiro lugar tem-se Jair Bolsonaro, alvo e, em segundo lugar, Pautas religiosa e/ou morais. Aliado às *hashtags* e *links* mais compartilhados, obteve-se a informação que as *lives* foram um espaço de produção de narrativas, muitas vezes, com conteúdos falaciosos. Os temas que realmente assolavam o país foram tratados de maneira secundária; sua importância foi considerada menor do que temas como “nazismo é de esquerda” ou “luta contra o comunismo”, dentre outras narrativas bolsonaristas; enquanto temas mais relevantes, como por exemplo, a pandemia, dominaram menos de 5% dos comentários analisados. Vale reforçar que, do período analisado, apenas o ano de 2019 não foi atingido pela pandemia de COVID-19.

Essas transmissões podem ser consideradas como o espaço embrionário oficial para a produção e reprodução de narrativas, cujos conteúdos frequentemente eram imbuídos de desinformação e características incívicas, tais como, a defesa de golpe de Estado ou a defesa da invalidação do método eletrônico de votação aplicado nas eleições brasileiras desde 1996, como também, a defesa pela destituição de ministros do Supremo Tribunal Federal, quando não, de toda a Suprema Corte.

A análise dos dados permitiu apontar para uma tentativa, consciente ou não, proposital ou não, de sufocar narrativas de temas prejudiciais ao governo, como a pandemia, e, em seu lugar, povoar a discussão com temas que, muitas vezes, escapam ao cotidiano, como por exemplo, a já comentada tentativa bolsonarista de equiparar o nazismo ao comunismo como ambos sendo criações da esquerda. Fato é

que, anos após esses comentários, o que se vê no debate político a nível nacional em 2023 são invasões às sedes dos Três Poderes (COIMBRA, 2023), frutos de narrativas que consideram as eleições presidenciais de 2022 inválidas por conta da alegada falta de transparência das urnas eletrônicas e o conluio das instituições, sobretudo o STF e TSE, unidos à imprensa para prejudicar Jair Bolsonaro e favorecer o oponente Lula da Silva, presidente eleito em outubro do mesmo ano.

Em resumo, muitas das narrativas que balizam e embasam a invasão dos Três Poderes, em 08 de janeiro de 2023, foram gestadas e popularizadas no tradicional espaço de comentários nas transmissões semanais de Bolsonaro, sobretudo, no YouTube. Inclusive, muitas dessas narrativas tiveram em Bolsonaro o seu alicerce principal, algo evidenciado pelos gráficos de interesses em buscas no Google sobre as *lives* e os dados de popularidade das *lives* por anos que, em comum, apontam que temas polêmicos, com destaque àqueles que provocam crises institucionais, lideram os picos de atratividade dessas transmissões, como é o caso da transmissão em que Bolsonaro prometeu provar a “farsa” das urnas eletrônicas. Isto significa dizer que, no *corpus* analisado, a polêmica é o ingrediente chave para que essas transmissões e narrativas galguem espaço na opinião pública, mesmo assumindo que essas polêmicas tenham alto potencial de criar tensões institucionais e cisões entre parcelas da população. O potencial dessas transmissões em gerar polêmicas são reforçados por Nubila *et. al* (2023) quando, em suas conclusões, os autores afirmam que as *lives* foram utilizadas pelo então presidente como uma forma de propaganda política, aos moldes do tecnopopulismo, com o intuito de manipular a opinião pública. Os autores também ressaltam a utilização da plataforma como um espaço para a amplificação de ataques contra instituições e adversários políticos.

Debater e investigar de que maneira a produção de conteúdo nas câmaras de eco gera impactos na sociedade, em um contexto de ecossistema de redes digitais, se coloca cada vez mais como um importante tópico de investigação aos pesquisadores, não só da área de Internet & Política, como também, daqueles ligados ao Direito, Sociologia, Antropologia e demais campos do conhecimento, cujo objetivo, por meio do mapeamento das informações coletadas, está na verificação dos riscos de narrativas incívicas à democracia.

Na seara técnico-analítica, defende-se que o monitoramento das redes sociais digitais se coloca, de forma cada vez mais sólida e estabelecida, como mais uma importante forma de obtenção e mapeamento de traços do comportamento humano,

tal qual previa Mejias e Couldry (2019) quando da definição sobre significado da técnica de dataficação. Assim como, as pesquisas quantitativas e qualitativas, a pesquisa via monitoramento de redes, cujo centro técnico é a dataficação, consegue combinar fatores qualitativos e quantitativos com o intuito de proporcionar informações e elementos palpáveis que possibilitam o entendimento de determinada conjuntura com maior riqueza de detalhes.

Como método de pesquisa, o monitoramento de redes apresentou benefícios, mas também limitações. Dentre as limitações mais candentes está a inviabilidade de segmentações representativas de acordo com macro e microrregiões, por exemplo: por meio de uma pesquisa quantitativa, é possível delimitar os padrões representativos de uma amostra para que ela represente a população dos dados, dentro dos limites estabelecidos. De uma forma mais prática, a pesquisa quantitativa permite que, com uma amostra bem delimitada, seja possível analisar o resultado de uma eleição que acontecerá em determinado período futuro, isto porque a amostra representativa almeja espelhar opiniões de um público amplamente superior a ela.

Da abordagem quantitativa destaca-se a geração de amostras representativas para casos pontuais, como é o caso desta tese: amostras representativas do comportamento via comentários nas transmissões semanais de Jair Bolsonaro, no YouTube, o que é diferente da criação de amostras populacionais representativas para aplicações de questionários estruturados – esta característica é intrínseca à abordagem de pesquisa quantitativa. Uma vantagem em relação à abordagem quantitativa reside no fato de que o monitoramento de redes permite coletar tanto “o quê” e o “como” algo foi dito, o que viabiliza destrinchar em mais searas o objeto analisado. No caso desta pesquisa, o monitoramento das redes permitiu mapear o quanto (*big numbers*, temas, alvos, *links*, *hashtags*) e o como (valência, reflexividade, anonimato, não anonimato).

Admite-se a limitação da falta de controle sobre a definição dos respondentes da amostra, algo comumente realizado em etapa prévia à realização de um grupo focal, no qual a amostragem dos respondentes é estabelecida de acordo com uma série de normas e, assim, nenhum respondente foge aos padrões delimitados na etapa de criação da amostra. Em troca, essa falta de controle é o efeito-colateral do benefício de poder analisar o máximo de dados desejados pelos pesquisadores, o que ajuda na compreensão das informações coletadas.

O grande gargalo ainda parece estar na ordem financeira desse tipo de abordagem, vez que a obtenção e a análise dos dados de forma facilitada ocorrem mediante *softwares* proprietários. Isto não significa afirmar que é inviável a realização da pesquisa por meio de *softwares* gratuitos com base em linguagens de programação, como *R* ou *Python*, mas sim, em dizer que além do uso desses programas demandar um conhecimento prévio, o processo de codificação das informações é mais dinâmico e se dá em interfaces mais amigáveis nos *softwares* proprietários, sendo a sua utilização comum em agências de publicidade ou em campanhas políticas.

A despeito das qualidades e limitações do método utilizado, fato é que essa pesquisa objetivou colocar não um encerramento da discussão, mas sim, servir como contribuição às pesquisas futuras que pretendam aprofundar a temática da análise do comportamento via comentários em redes sociais, sobretudo àquelas que tem como propósito analisar ambientes de câmaras de eco intrínsecos à Nova Direita, ou “Novas Direitas”, como é o caso aqui analisado.

REFERÊNCIAS

- AGGIO, C.; REIS, L. Campanha eleitoral no *Facebook*: usos, configurações e o papel atribuído a esse site por três candidatos eleitos nas eleições municipais de 2012. **Revista Compolitica**, v. 2, n. 3, 2013.
- AGGIO, C.; VAZ, G.; CASTRO, T. As lives no pico: a pandemia nas transmissões de Jair Bolsonaro. **Compolitica**, v. 12, n. 1, 2022.
- ALENCAR, G. Evangélicos e a Nova Direita no Brasil: os discursos conservadores do “neocalvinismo” e as interlocuções com a política. **Teoria e Cultura**, v. 13, n. 2, 2018.
- ALONSO, S.; VOLKENS, A.; GÓMEZ, B. Análisis de contenido de textos políticos: Un enfoque cuantitativo. **Colección Cuadernos Metodológicos**, Madrid, 2012.
- ALTHEMAN, F.; MARTINO, L.; MARQUES. O potencial deliberativo de conversações políticas sobre o Projeto de Lei do Ato Médico no *YouTube*. **Revista Compolitica**, v. 1, n. 3, p.46-69, 2013.
- ALVES, M. Abordagens da coleta de dados nas mídias sociais. In: SILVA, Tarcízio; STABILE, Max (Orgs.). **Monitoramento e pesquisa em mídias sociais: metodologias, aplicações e inovações**. São Paulo: Uva Limão, 2016. p. 68-83.
- AMADO, G. Carlos veta acesso de Jair Bolsonaro ao Twitter. **O Globo**, 24 abr. de 2019. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/epoca/quilherme-amado/carlos-veta-acesso-de-jair-bolsonaro-ao-twitter-23619613>. Acesso em: 14 abr. 2022.
- AMADO, G.; LIMA, B. Bolsonaro tem cinco vezes mais seguidores que Lula nas redes sociais. 2022. **Metropoles**, 31 jan. 2022. Disponível em: <https://www.metropoles.com/colunas/quilherme-amado/bolsonaro-tem-cinco-vezes-mais-seguidores-que-lula-nas-redes-sociais>. Acesso em: 14 abr. 2022.
- AMARAL, L. De um lado, Bannon; do outro, Olavo: como foi o jantar de Bolsonaro nos EUA. **UOL**, Washington, 17 mar. de 2019. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/internacional/ultimas-noticias/2019/03/17/de-um-lado-bannon-do-outro-olavo-como-foi-o-jantar-de-bolsonaro-nos-eua.htm>. Acesso em: 15 mai. 2022.
- ANGELO, T. Em novembro, Supremo derrubou execução antecipada da pena e Lula foi solto. **Conjur**, 31 dez. de 2019. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2019-dez-31/novembro-prisao-instancia-derrubada-lula-solto>. Acesso em: 14 nov. 2022.
- ARAGAKI, B. Dentre os governadores de 'paraíba', o pior é o do Maranhão, diz Bolsonaro. **UOL**, São Paulo, 19 jul. de 2019. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2019/07/19/dentre-os-governadores-de-paraiba-o-pior-e-o-do-maranhao-diz-bolsonaro.htm>. Acesso em: 4 mai. 2022.

AZEVEDO, D. A comunicação populista online: análise das estratégias de comunicação política dos principais candidatos à presidência do Brasil no Facebook durante as eleições de 2018. In: VIII ENCONTRO DA COMPOLÍTICA, UnB, Brasília, 2019.

BABER, Z. New media, new politics? The Internet and the prospects for digital democracy. **Bulletin of Science, Technology & Society**, v. 23, n.2, p.125-128, 2003.

BARAN, K. Sócio de Huck e apoiador de Bolsonaro, dono do Madero adere a atos anti-Congresso. **Folha de São Paulo**, Curitiba, 5 mar. 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/03/socio-de-huck-e-apoiador-de-bolsonaro-dono-do-madero-adere-a-atos-anti-congresso.shtml>. Acesso em: 25 jul. de 2022.

BARBER, B. **A place for us: how to make society civil and democracy strong**. New York: Hill & Wang, 1998.

BARBOSA, B. Bolsonaro ironiza críticas sobre desmatamento: 'Sou o capitão motosserra'. **UOL**, São Paulo, 6 ago. 2019. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/meio-ambiente/ultimas-noticias/redacao/2019/08/06/bolsonaro-ironiza-criticas-sobre-desmatamento-sou-o-capitao-motosserra.htm>. Acesso em: 8 mai. 2022.

BAUER, M.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2003.

BBC NEWS. Facebook privacy settings revamped after scandal. **BBC News**, 28 mar. 2018. Disponível em: <https://www.bbc.com/news/technology-43557803>. Acesso em: 15 jun. 2022.

BENITES, A. Acusado de ser “traidor da Lava Jato”, Flávio irrita até bolsonaristas fiéis. **El País**, Brasília, 11 set. 2019. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2019/09/11/politica/1568158371_184921.html. Acesso em: 14 nov. 2022.

BENKLER, Y.; FARIS, R.; ROBERTS, H. Network propaganda: manipulation, disinformation, and radicalization in American politics. **Oxford University Press**, 2018.

BORGES, B. “É impossível separar bolsonarismo do antifeminismo”, diz antropóloga. **UOL**, São Paulo, 1 mar. 2019. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2019/03/01/e-impossivel-separar-bolsonarismo-do-antifeminismo-diz-antropologa.htm>. Acesso em: 13 fev. 2023.

BORGES, R. Bolsonaro é o último presidente do G20 a parabenizar Biden: “Pronto a trabalhar com o novo governo”. **El País**, São Paulo, 15 dez. 2020. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/internacional/2020-12-15/bolsonaro-e-o-ultimo-presidente-do-g20-a-parabenizar-biden-estarei-pronto-a-trabalhar-com-o-novo-governo.html>. Acesso em: 15 jul. 2022.

BOYD, D.; ELLISON, N. Social network sites: definition, history, and scholarship. **Journal of Computer-Mediated Communication**, v. 13, n. 1, 2007.

BOZZA, G. Discussão política no *Facebook*: análise dos comentários no post do MBL sobre fiscalização de Crivella das HQS na Bienal do Livro. **Cadernos da Escola de Comunicação**, v. 16, n. 1, 2018.

BRÍGIDO, C. 'O direito à legítima defesa não pode continuar sendo violado', diz Bolsonaro sobre decreto de armas. **O Globo**, Brasília, 18 jun. 2019. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/politica/o-direito-legitima-defesa-nao-pode-continuar-sendo-violado-diz-bolsonaro-sobre-decreto-de-armas-23749671>. Acesso em: 28 abr. 2022.

BROWN, A. What is so special about online (as compared to offline) hate speech? **SAGE**, v. 18, n. 3, 2017.

BUARKI, H.; ALKHATEEB, B. Use of hashtags to retrieve information on the web. **The Electronic Library**, v. 36, n. 2, 2018.

BUCKSTEGGE, J.; GONÇALVES, R. O debate das pesquisas eleitorais de 2014 através do *Facebook* de mídias alternativas. **VI Compolítica**, Rio de Janeiro, 2015.

BULLA, B. Bolsonaro diz que provará que venceu eleição de 2018 no primeiro turno. **Estadão**, São Paulo, 10 mar. 2020. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/politica/eleicoes/bolsonaro-diz-que-provara-que-venceu-eleicao-de-2018-no-primeiro-turno/>. Acesso em: 5 jun. 2022.

BURGESS, J.; GREEN, J. **YouTube**: on-line video and participatory culture. 2. ed. Cambridge: Polity Press, 2018.

BURITY, J. Ola conservadora y surgimiento de la nueva derecha cristiana brasileña? La coyuntura postimpeachment em Brazil. **Ciencias Sociales y Religión/Ciências Sociais e Religião**, Campinas, v. 22, e020015, 2020. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/csr/article/view/8670122/29319>. Acesso em: 30 jan. 2023.

CARPANEZ, J. Google compra site *YouTube* por US\$ 1,65 bilhão. **G1**, Globo, 9 out. 2006. Disponível em: <https://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,AA1304481-6174-42,00.html>. Acesso em: 30 dez. 2021.

CARVALHO, F.; MASSUCHIN, M.; MITOZO, I. Radicalização nsa redes sociais. **Análise Social**, v. 53, n. 229, 2018.

CEI, V. Cultura e política, 2013-2016: Os incitadores da turba. In: CEI, V.; DANNER, L.F.; OLIVEIRA, M.V.X.; BORGES, D.G. (Orgs.). **O que resta das jornadas de junho**. Porto Alegre, RS: Fi, 2017.

CERVI, E.U. Campanhas eleitorais em redes sociais: transparência ou pornografia? Os 15 primeiros anos de Análises de Conteúdos de campanhas eleitorais produzidas pelo CPOP. In: CERVI, E.U.; MASSUCHIN, M.G.; CARVALHO, F.C. (Org.) **Internet e Eleições no Brasil**. Curitiba: CPOP (grupo de pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública), 2016. p. 17-35. Disponível em: https://cpop.ufpr.br/wp-content/uploads/2016_ebook_cpop_internet_e_eleicoes_no_brasil_cervi.pdf. Acesso em: 30 jan. 2023.

CERVI, E.U.; CARVALHO, F. Radicalización y alejamiento entre representantes y representados en las redes sociales digitales: un estudio sobre el caso de la muerte de Fidel Castro. **Razon y Palabra**, v. 22, n. 103, 2018.

CERVI, E.U.; MOREIRA, A.; CARLOMAGNO, M. Existe polarização nas postagens de Facebook de periódicos brasileiros durante as eleições? **Revista Observatório**, v. 1, n.3, 2015.

CESARINO, L. Identidade e representação no bolsonarismo. **Revista de Antropologia**, v. 62, n. 3, p. 530-557, set./dez. 2019. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/26875513>. Acesso em: 20 jan. 2023.

CHADWICK, A. O ciclo da informação política em um sistema de notícias híbrido: o primeiro-ministro britânico e o caso “Bullyinggate”. **Jornal Internacional de Imprensa – SAGE Journals**, v. 16, edição 1, nov. 2010. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1940161210384730>. Acesso em: 10 jan. 2023.

CHAIA, V.; BRUGNAGO, F. A nova polarização política nas eleições de 2014: Radicalização ideológica da direita no mundo contemporâneo do *Facebook*. **Aurora**, v.7, n. 21, 2014.

CHALOUB, J.; PERLATTO, F. A Nova Direita brasileira: ideias, retórica e prática política. **Insight Inteligência**, n. 72, p. 24-41, 2016.

CINELLI, M. *et al.* The echo chamber effect on social media. **PNAS**, v. 118, n. 9, 2021.

CIOCCARI, D.; PERSICHETTI, S. Armas, ódio, medo e espetáculo em Jair Bolsonaro. **Revista Alterjor**, v. 18, n. 2, 2018.

CNN BRASIL. Sergio Moro pede demissão e acusa Bolsonaro de interferência na PF. **CNN**, São Paulo, 24 abr. 2020. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/sergio-moro-pede-demissao-do-governo-bolsonaro/>. Acesso em: 14 nov. 2022.

CODATO, A.; BOLOGNESI, B.; ROEDER, K. A Nova Direita brasileira: uma análise da dinâmica partidária e eleitoral do campo conservador. In: VELASCO, S.; KAYSEL, A.; CODAS, G. (Orgs.). **Direita, volver: o retorno da direita e o ciclo político brasileiro**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2015.

COIMBRA, V. Como foi o domingo de invasão de bolsonaristas radicais aos prédios dos Três Poderes em Brasília. **UOL**, 8 jan. 2023. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/politica/noticia/2023/01/como-foi-o-domingo-de-invasao-de-bolsonaristas-radicaais-aos-predios-dos-tres-poderes-em-brasilia-clco1xrky003t01821c3ascic.html>. Acesso em: 18 fev. 2023.

COLETTA, R.; URIBE, G.; FERNANDES, T. Bolsonaro desagrada militares ao dar recepção típica de chefe de Estado a Guaidó. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 28 fev. 2019. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2019/02/bolsonaro-desagrada-militares-ao-dar-recepcao-tipica-de-chefe-de-estado-a-guaido.shtml>. Acesso em: 24 jun. 2022.

CONGRESSO EM FOCO. Queiroz foi preso na casa do advogado de Jair e Flávio Bolsonaro. **Congresso em Foco**, 18 jun. 2020. Disponível em: <https://congressoemfoco.uol.com.br/temas/corrupcao/queiroz-foi-presno-na-casa-do-advogado-de-jair-e-flavio-bolsonaro/>. Acesso em: 23 jul. 2022.

CORREIA, J. Populismos: a 'clownização' da política. In: CORREIA, J.; GRADIM, A.; MORAIS, R. (Org.). **Imaginários distópicos**: metáforas e ficções. Covilhã: LabCom Books, 2019.

CORUJA, P. *YouTube* em pauta: uma análise das teses e dissertações em Comunicação de 2010 a 2015. **Revista Comunicare**, v. 17, n. 2, p. 82-99, 2017.

COWAN, B. 'Nosso Terreno': crise moral, política evangélica e a formação da 'Nova Direita' brasileira. **Varia História**, n. 30, n. 52, p. 101-125, 2014.

CRAVO, A. Bolsonaro faz piadas de cunho machista e diz que racismo 'não existe da forma como falam' no Brasil. **O Globo**, Brasília, 13 set. 2022. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/politica/noticia/2022/09/bolsonaro-faz-piadas-de-cunho-machista-e-diz-que-racismo-nao-existe-da-forma-como-falam-no-brasil.ghtml>. Acesso em: 18 fev. 2023.

CRUZ, V. Bolsonaro manda afastar vice-líder do governo flagrado com dinheiro na cueca pela PF. **G1**, 15 out. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/blog/valdo-cruz/post/2020/10/15/bolsonaro-manda-afastar-vice-lider-do-governo-flagrado-com-dinheiro-na-cueca-pela-pf.ghtml>. Acesso em: 5 jul. 2022.

CRUZ, V. Empresários defendem reação firme do Congresso e do Judiciário a falas golpistas de Bolsonaro. **G1**, 8 set. 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/blog/valdo-cruz/post/2021/09/08/empresarios-defendem-reacao-firme-do-congresso-e-do-judiciario-a-falas-golpistas-de-bolsonaro.ghtml>. Acesso em: 14 nov. 2022.

DA EMPOLI, G. **Os engenheiros do caos**. Belo Horizonte: Vestígio, 2020.

DEL VICARIO, M.; BESSI, A.; ZOLLO, F.; QUATTROCIOCCHI, W. The spreading of misinformation online. **PNAS**, v. 113, n. 3, p. 554-559, jan. 2016. Disponível em: <https://www.pnas.org/doi/10.1073/pnas.1517441113>. Acesso em: 14 nov. 2022.

DELLA PORTA, D.; LAFREE, G., 'Processes of Radicalisation and De-Radicalisation'. **International Journal of Conflict and Violence**, v. 6, n. 1, 2012.

DIAS, L.; FERNANDES, C. Campanha de Jair Bolsonaro para presidência em 2018. A construção do Mito Político. **eCom**, v. 11, n. 2, 2020.

DOURADO, T. **Fake news na eleição presidencial de 2018 no Brasil**. 323 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2020. Disponível em: https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/31967/1/Tese_Tatiana%20Dourado.pdf. Acesso em: 4 set. 2020.

DOXA. **Laboratório de pesquisa em comunicação política e opinião pública**. 1998. Disponível em: <http://doxa.iesp.uerj.br>. Acesso em: 29 out. 2022.

DW. Bolsonaro determina comemoração do golpe de 1964. **DW**, 26 mar. 2019. Disponível em: <https://www.dw.com/pt-br/bolsonaro-determina-comemora%C3%A7%C3%A3o-do-golpe-de-1964/a-48062127>. Acesso em: 30 mar. 2022.

DW. Bolsonaro admite intervenção nos preços da Petrobras. **DW**, 12 abr. de 2019b. Disponível em: <https://www.dw.com/pt-br/bolsonaro-admite-interven%C3%A7%C3%A3o-nos-pre%C3%A7os-da-petrobras/a-48311068>. Acesso em: 17 abr. 2022.

ESTADÃO. Alexandre de Moraes bloqueia redes de deputados, coleta DNA e confisca passaporte. **Estadão Conteúdo**, 16 jan. 2023. Disponível em: <https://exame.com/brasil/alexandre-de-moraes-bloqueia-redes-de-deputados-coleta-dna-e-confisca-passaporte/>. Acesso em: 25 jan. 2023.

ESTADO DE MINAS. Bolsonaro sanciona fundo eleitoral de R\$ 2 bi para eleições deste ano. **Estado de Minas**, 18 jan. 2020. Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2020/01/18/interna_politica,1115229/bolsonaro-sanciona-fundo-eleitoral-de-r-2-bi-para-eleicoes-deste-ano.shtml. Acesso em: 3 nov. 2022.

ESTADO DE MINAS. Bolsonaro ataca urnas e ameaça promover ato para dar 'último recado' a Barroso. **Estado de Minas**, 3 ago. 2021a. Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2021/08/03/interna_politica,1292317/bolsonaro-ataca-urnas-e-ameaca-promover-ato-para-dar-ultimo-recado-a-barr.shtml. Acesso em: 28 abr. 2022.

ESTADO DE MINAS. Bolsonaro: 'Se as urnas são confiáveis, dá um tapa na minha cara'. **Estado de Minas**, 22 jul. 2021b. Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2021/07/22/interna_politica,1289207/bolsonaro-se-as-urnas-sao-confiaveis-da-um-tapa-na-minha-cara.shtml. Acesso em: 21 nov. 2022.

FERNANDES, A. Bolsonaro: 'Ô imbecil, eu já tive o vírus, para que tomar vacina?'. **Correio Braziliense**, 17 dez. 2020. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/politica/2020/12/4895582-bolsonaro-o-imbecil-eu-ja-tive-o-virus-para-que-tomar-vacina.html>. Acesso em: 13 jul. 2022.

FERRARI, M.; SERRANO, L.; ALVES, J. 'É profundo constrangimento dividir PL com Bolsonaro', diz Marcelo Ramos à CNN. **CNN**, São Paulo, 9 nov. 2021. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/e-profundo-constrangimento-dividir-pl-com-bolsonaro-diz-marcelo-ramos-a-cnn/>. Acesso em: 29 abr. 2022.

FERRAZ, A. 'Ou ele (Moraes) se enquadra ou pede para sair', ameaça Bolsonaro em discurso golpista. **Estadão**, 8 set. 2021. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/politica/quero-dizer-aos-canalhas-que-eu-nunca-serei-presos-diz-bolsonaro-em-novo-discurso-golpista/>. Acesso em: 29 abr. 2022.

FERREIRA, C. **Discursos de ódio nas redes sociais: da desumanização à radicalização**. 50 f. Dissertação (Mestrado em Psicologia) – Universidade Católica Portuguesa (UCP), Lisboa, 2020.

FERREIRA, S. Repensar a esfera pública política a partir das Câmaras de Eco: conceitos e questões metodológicas. **Liinc**, v. 18, n. 2, 2022.

FERRO, M. 'Não posso sair gritando que vai morrer todo mundo', diz Bolsonaro. **Poder360**, 20 mar. 2020. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/governo/nao-posso-sair-gritando-que-vai-morrer-todo-mundo-diz-bolsonaro/>. Acesso em: 3 nov. 2022.

FGV. **Robôs, redes sociais e política no Brasil: interferências de perfis automatizados e atores políticos no debate eleitoral brasileiro**. Rio de Janeiro: FGV-DAPP, 2018.

FLORES, A. **Ataques à imprensa no canal de Jair Bolsonaro no YouTube: um estudo no contexto da pandemia de COVID-19**. 18º SBPJor, 2020.

FOLHA DE SÃO PAULO. Esse jornal se acabou, diz Bolsonaro ao Jornal Nacional sobre a Folha. **Folha de São Paulo**, 2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/esse-jornal-se-acabou-diz-bolsonaro-ao-jornal-nacional-sobre-a-folha.shtml>. Acesso em: 28 dez. 2021.

FOLHA DE SÃO PAULO. Entenda o que muda com a aprovação do pacote anticrime por Bolsonaro. **Folha de São Paulo**, Brasília, 25 dez. 2019. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2019/12/entenda-o-que-muda-com-a-aprovacao-do-pacote-anticrime-por-bolsonaro.shtml>. Acesso em: 25 jun. 2022.

FOLHA DE SÃO PAULO. Governo federal decreta estado de emergência para conter coronavírus no Brasil. **Folha de São Paulo**, Brasília e São Paulo, 4 fev. 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2020/02/governo-decreta-estado-de-emergencia-por-cao-de-surto-do-coronavirus.shtml>. Acesso em: 1 jun. 2022.

GARRETT JR, G. Desaprovação de Bolsonaro foi de 34% a 51% em um ano, mostra EXAME/IDEIA. **Revista Exame**, 23 dez. 2021. Disponível em: <https://exame.com/brasil/desaprovacao-de-bolsonaro-foi-de-34-a-51-em-um-ano-mostra-exame-ideia/>. Acesso em: 25 abr. 2022.

GÓES, B. 'Não tinha mais clima', diz Bolsonaro sobre demissão de diretor do Inpe. **O Globo**, Brasília, 4 ago. 2019. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/nao-tinha-mais-clima-diz-bolsonaro-sobre-demissao-de-diretor-do-inpe-23853981>. Acesso em: 11 jun. 2022.

GOES, S. Bolsonaro pede ao Senado o impeachment do ministro Alexandre de Moraes, do STF. **Conjur**, 20 ago. 2021. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2021-ago-20/bolsonaro-senado-impeachment-alexandre-moraes>. Acesso em: 29 abr. 2022.

GOMES, R. Bolsonaro publica vídeo em resposta à reportagem da Folha de S. Paulo. **Poder360**, 11 ago. 2018. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/congresso/bolsonaro-publica-video-em-resposta-a-reportagem-da-folha-de-s-paulo/>. Acesso em: 28 dez. 2021.

GOMES, W. Internet e participação política em sociedades democráticas. In: V ENLEPICC, Salvador, 2005.

GOMES, W. Participação política on-line: questões e hipóteses de trabalho. In: MAIA, R.; GOMES, W.; MARQUES, F. (org.). **Internet e participação política no Brasil**. Porto Alegre: Sulina, 2017.

GOMES, W. Prefácio. In: FERREIRA *et al.* (org.). **Redes, sociedade e pólis: recortes epistemológicos na midiatização**. Santa Maria: FAPERGS, 2020.

GOMES, W; DOURADO, Tatiana. Fake news, um fenômeno de comunicação política entre jornalismo, política e democracia. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 16, n. 2, 2019.

GONÇALVES, I.; ATASSIO, A. Eleições no Brasil em 2018: discursos e práticas da violência. **Linguagens**, v. 15, n. 3, 2021.

GULLINO, D. Bolsonaro diz que governo suspendeu compra de seringas até que preços 'voltem à normalidade'. **O Globo**, Brasília, 6 jan. 2021. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/saude/vacina/bolsonaro-diz-que-governo-suspendeu-compra-de-seringas-ate-que-precos-voltem-normalidade-1-24825646>. Acesso em: 22 jul. 2022.

GULLINO, D.; PRAZERES, L. Bolsonaro diz que ONGs podem ser responsáveis por queimadas na Amazônia. **UOL**, Brasília, 21 ago. 2019. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/bolsonaro-diz-que-ongs-podem-ser-responsaveis-por-queimadas-na-amazonia-23891984>. Acesso em: 11 jun. 2022.

GUTMAN, A.; THOMPSON, D. **Democracy and disagreement**. Cambridge, 1996.

G1. Íntegra: discurso de Jair Bolsonaro após vitória eleitoral. **G1**, São Paulo, 28 out. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/noticia/2018/10/28/integra-discurso-de-jair-bolsonaro-apos-vitoria-eleitoral.ghtml>. Acesso em: 10 jun. 2022.

G1. Bolsonaro ficará afastado da Presidência por mais quatro dias, diz porta-voz. **G1**, São Paulo, 12 set. 2019a. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2019/09/12/bolsonaro-ficara-afastado-da-presidencia-ate-terca-feira-diz-porta-voz.ghtml>. Acesso em: 25 jul. 2022.

G1. Bolsonaro ofende a TV Globo em transmissão nas redes sociais. **G1**, 30 out. 2019b. Disponível em: <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2019/10/30/bolsonaro-ofende-a-tv-globo-em-transmissao-nas-redes-sociais.ghtml>. Acesso em: 18 nov. 2022.

G1. Bolsonaro pede na TV 'volta à normalidade' e fim do 'confinamento em massa' e diz que meios de comunicação espalharam 'pavor'. **G1**, São Paulo, 24 mar. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/03/24/bolsonaro-pede-na-tv-volta-a-normalidade-e-fim-do-confinamento-em-massa.ghtml>. Acesso em: 2 jun. 2022.

G1. Bolsonaro diz que 'se Deus quiser' Arthur Lira será 'segundo homem na linha hierárquica no Brasil'. **G1**, Sergipe, 28 jan. 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/se/sergipe/noticia/2021/01/28/bolsonaro-desembarca-em-sergipe-para-inaugurar-ponte-na-cidade-de-propria.ghtml>. Acesso em: 15 abr. 2022.

G1-GLOBO. Twitter apaga publicações de Jair Bolsonaro por violarem regras da rede. **G1**, Globo, São Paulo, 29 mar. 2020a. Disponível: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/03/29/twitter-apaga-publicacoes-de-jair-bolsonaro-por-violarem-regras-da-rede.ghtml>. Acesso em: 5 jun. 2022.

G1-GLOBO. Bolsonaro se aproxima do 'centrão' para tentar formar base de apoio no Congresso. **G1**, Globo, São Paulo, 29 abr. 2020b. Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2020/04/29/bolsonaro-se-aproxima-do-centrao-para-tentar-formar-base-de-apoio-no-congresso.ghtml>. Acesso em: 4 jul. 2022.

G1-GLOBO. Cidades brasileiras têm atos pró-governo. **G1**, Globo, 15 mar. 2020c. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/03/15/cidades-brasileiras-tem-atos-pro-governo.ghtml>. Acesso em: 14 nov. 2022.

G1-GLOBO. Leia a íntegra da 'Declaração à Nação' de Bolsonaro. **G1**, Globo, 9 set. 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2021/09/09/leia-a-integrada-declaracao-a-nacao-de-bolsonaro.ghtml>. Acesso em: 10 nov. 2022.

HEMPHILL, L.; CULOTTA, A.; HESTON, M. **Framing in social media**: how the US Congress uses Twitter hashtags to frame political issues. SSRN, 2013.

IBGE. Censo demográfico. **Principais resultados**: características gerais da população, religião e pessoas com deficiência. IBGE, 2010. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao/9662-censo-demografico-2010.html?edicao=9749&t=destaques>. Acesso em: 20 dez. 2022.

INFOMONEY. Bolsonaro critica decisão do STF e diz que Brasil pode não ter vacina contra Covid-19 para todos. **Infomoney**, Brasília, 18 dez. 2020. Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/economia/bolsonaro-critica-decisao-do-stf-e-diz-que-brasil-pode-nao-ter-vacina-contracovid-19-para-todos/>. Acesso em: 16 nov. 2022.

INGLEHART, R.; NORRIS, P. **Trump, brexit, and the rise of populism: economic have-nots and cultural backlash**. HKS, 2016.

IORY, N. Em todos os estados, mulheres reprovam governo Bolsonaro mais do que homens. Veja números da pesquisa Ipec. **O Globo**, São Paulo, 6 set. 2022. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/blogs/pulso/post/2022/09/em-todos-os-estados-mulheres-reprovam-governo-bolsonaro-mais-do-que-homens-veja-numeros-da-pesquisa-ipec.ghtml>. Acesso em: 3 dez. 2022.

JASNY, L.; WAGGLE, J.; FISHER, D. An empirical examination of echo chambers in US climate policy networks. **Nature**, v. 5, 2015.

JENSEN, J. Public Spheres on the internet: anarchic or Government-sponsored – a comparison. **Scandinavian Political Studies**, v. 26, n. 4, p. 349-374, 2003.

JENSEN, J.L. Online deliberation and beyond? A time-based and comparative study of Danish political debates online. **MedieKultur**, v. 56, p. 23-43, 2014. Disponível em: <https://tidsskrift.dk/mediekultur/article/download/16327/15173/39769>. Acesso em: 15 dez. 2022.

JUCÁ, B. Brasil perde segundo ministro da Saúde sob pressão de Bolsonaro para abrir economia e por uso da cloroquina. **El País**, São Paulo, 15 mai. 2020. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2020-05-15/brasil-perde-segundo-ministro-da-saude-sob-pressao-de-bolsonaro-para-abrir-economia-e-por-uso-da-cloroquina.html>. Acesso em: 5 jul. 2022..

KAVOORI, A. Making sense of YouTube. **Global Media Journal**, v. 13, n. 24, 2015.

KERCHE, F. As redes do conservadorismo brasileiro: mapeando a Nova Direita no YouTube. In: VI SIMPÓSIO INTERNACIONAL LAVITS, Salvador, 2019.

KITCHIN, R. **The data revolution: big data, open data, data infrastructures & their consequences**. Los Angeles: Sage, 2014. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=GfOICwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=kitchin&ots=pexiUV0f-X&sig=2saYPwYDcpA9cu8KglzQ71NZetg#v=onepage&q=kitchin&f=false>. Acesso em: 15 jan. 2023.

KLEINA, N.; SAMPAIO, R. De quem é a culpa? Argumentos e estratégias retóricas iniciais de Youtubers bolsonaristas sobre o coronavírus. **Revista Dispositiva**, v. 9, n. 16, 2020.

KLEINA, N.; SAMPAIO, R. Não sou eu quem está falando: a retórica de autoridade em vlogs da Direita brasileira no YouTube sobre a vacina contra a COVID-19. **Revista Eco-Pós**, v. 24, n. 2, 2021.

LOIOLA, D. Recomendado **Para você**: o impacto do algoritmo do YouTube na formação de bolhas. 166 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Programa de Pós-Graduação, Universidade Federal de Minas Gerais, Minas Gerais, 2018.

LUCENA, V.L.C. **Discurso de ódio e incivildade no digital**: uma cartografia dos comentários de notícias em um Brasil polarizado. 125 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Universidade do Minho, Instituto de Ciências Sociais, Braga, 2019. Disponível em: <https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/64569>. Acesso em: 14 nov. 2022.

MAGALHÃES, V. Bolsonaro conclama o golpe sem meias palavras; ficará sem resposta? **O Globo**, 7 set. 2021. Disponível em: <https://blogs.oglobo.globo.com/vera-magalhaes/post/bolsonaro-conclama-o-golpe-sem-meias-palavras-ficara-sem-resposta.html>. Acesso em: 14 nov. 2022.

MAIA, L. A política dos eleitores no Facebook dos candidatos: processos interacionais nas eleições presidenciais de 2014. **Revista Compolítica**, v. 9, n. 1, 2019.

MAIA, R. Redes cívicas e internet: efeitos democráticos do associativismo. **Logos**, v. 14, n. 127, p. 43-60, 2007.

MANDETTA, L. **Um paciente chamado Brasil**: os bastidores da luta contra o coronavírus. Rio de Janeiro: Objetiva, 2020.

MARQUES, D. Contextos discursivos e pandemia: a construção de objetivos de discurso na narrativa bolsonaristas. **Diálogo das Letras**, v. 10, p. e02114, set. 2021.

MASSIMINO, D.; FREITAS, C. O papel e as limitações das redes sociais para o acesso e informação nas campanhas eleitorais. **Revista Direito & Paz**, v. 2, n. 39, 2018.

MASSUCHIN *et al.* Debate on-line em período eleitoral: Diferenças e similaridades no comportamento dos comentadores. In: CERVI, E.U. *et al.* (org.). **Internet e eleições no Brasil**. Curitiba: Cwbc.com, 2016.

MATOS, C. Entenda o esquema de corrupção no MEC envolvendo Milton Ribeiro. **Congresso em Foco**, 26 jun. 2022. Disponível em: <https://congressoemfoco.uol.com.br/area/governo/entenda-o-esquema-de-corrupcao-no-mec-envolvendo-milton-ribeiro/>. Acesso em: 17 nov. 2022.

MAZIEIRO, G. Bolsonaro entrega proposta de reforma da Previdência ao Congresso. **UOL**, Brasília, 20 fev. 2019. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2019/02/20/reforma-da-previdencia-apresentacao-proposta.htm>. Acesso em: 5 jul. 2022.

MAZUI, G.; CASTILHOS, R.; ORTIZ, D. Bolsonaro diz que decisão do STF sobre homofobia foi 'completamente equivocada'. **G1**, Brasília, 16 jun. 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2019/06/14/bolsonaro-disse-que-decisao-do-stf-sobre-homofobia-foi-completamente-equivocada.ghtml>. Acesso em: 3 jun. 2022.

MAZUI, G.; GARCIA, G.; LIS, L. Bolsonaro diz que Moro propôs aceitar demissão de diretor da PF se fosse indicado ministro do STF. **G1**, Brasília, 24 abr. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/04/24/bolsonaro-diz-que-moro-aceitaria-demissao-de-valeixo-depois-de-ser-indicado-para-o-stf.ghtml>. Acesso em: 15 jun. 2022.

MAZUI, G.; RODRIGUES, P. Bolsonaro anuncia saída do PSL e criação de novo partido. **G1**, Brasília, 12 nov. 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2019/11/12/deputados-do-psl-dizem-que-bolsonaro-decidiu-deixar-partido-e-criar-nova-legenda.ghtml>. Acesso em: 21 mai. 2022.

MEDEIROS, I. Com Mendonça no STF, Bolsonaro avisa: "Quem for eleito em 2022 indica mais dois". **Correio Braziliense**, 9 dez. 2021. Disponível em: <https://www.correio braziliense.com.br/politica/2021/12/4969624-bolsonaro-quem-for-eleito-em-2022-indica-mais-dois-para-o-stf.html>. Acesso em: 2 jun. 2022.

MEJIAS, U.; COULDRY, N. Datafication. **Internet Policy Review**, v. 8, n. 4, 2019.

MELEAGROU-HITCHENS, A.; KADERBHAI, N. **Research perspectives on on-line radicalisation**: a literatura review, 2006-2016. VoxPol, 2017.

MELLO, P. **A máquina do ódio**: notas de uma repórter sobre fake news e violência digital. São Paulo: Companhia das Letras, 2020.

MELLO, B.; DANTAS, D.; DANTAS, T. Quebra de sigilo de Flávio envolve 9 ex-assessores de Jair Bolsonaro. **O Globo**, Rio de Janeiro e São Paulo, 16 jun. 2019. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/politica/quebra-de-sigilo-de-flavio-envolve-9-ex-assessores-de-jair-bolsonaro-23670468>. Acesso em: 18 abr. 2022.

MESSEMBERG, D. A direita que saiu do armário: a cosmovisão dos formadores de opinião dos manifestantes de direita brasileiros. **Revista Sociedade e Estado**, v. 32, n. 3, p. 621-647, set./dez. 2017. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/se/a/KP5Fw74VrvfByjxRpHfKbRS/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 18 abr. 2022.

MITOZO, I.; MASSUCHIN, M.; CARVALHO, F. Debate político-eleitoral no Facebook: os comentários do público em *posts* jornalísticos na eleição presidencial de 2014. **Revista Opinião Pública**, v. 23, n. 2, 2017.

MORAIS, F. **Lula, volume 1**: biografia. São Paulo: Companhia das Letras, 2021.

MORAES, A.; SILVA, D. A pandemia nas *lives* semanais: o uso de atenuadores na retórica anticrise de Jair Bolsonaro. **Topoi**, v. 22, n. 48, 2021.

MORALES, J. Fisuras en la cámara de eco en tres procesos electorales. **Comunicación y Sociedad**, v. 16, 2019.

MOURA, M.; CORBELINI, J. **A eleição disruptiva**: por que Bolsonaro venceu. Rio de Janeiro: Record, 2019.

MURTA, F.; ITUASSU, A.; CAPONE, L.; LEO, L.; LA ROVERE, R. Eleições e mídias sociais: Interação e participação no Facebook durante a campanha para a Câmara dos Deputados em 2014. **Compolítica**, v. 7, n. 1, p. 47-72, 2017. Disponível em: <http://compolitica.org/revista/index.php/revista/article/view/111>

NASCIMENTO, J.; SILVA, E. **O ódio no Brasil e na corrida eleitoral de 2018: algumas observações sobre o fenômeno**. CEPEIN, 2018.

NICHOLS, B. **A participação radicalizada relacionada a Aécio Neves e Dilma Rousseff nas fanpages de quality papers brasileiros em 2014**. 128 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2018.

NICHOLS, B.; MENDONÇA, E. Ditadura Militar e radicalização: uma análise dos comentários na fanpage de Jair Bolsonaro. In: XVIII INTERCOM, 2017.

NICHOLS, B. *et. al.* A guerra de narrativas sobre a CPI da COVID-19 no YouTube. In: 45º ANPOCS, Minas Gerais, 2021.

NICOLAU, J. Prefácio. In: MOURA, M.; CORBELLINI, J. **A eleição disruptiva: por que Bolsonaro venceu**. Rio de Janeiro: Record, 2019.

NORRIS, P. Preaching to the converted? Pluralism, Participation, and Party Websites. **Acoustics, Speech, and Signal Processing Newsletter**, 2001.

NUBILA, K., *et. al.* Technopopulism and Politainment in Brazil: Bolsonaro Government's weekly YouTube Broadcasts. **Media and Communication**, v. 11, n. 2, 2023.

OLIVEIRA, M.; SARMENTO, R.; MENDONÇA, R. Deliberação no YouTube? Debates em torno da questão LGBT. **Revista Compolítica**, v. 1, n. 4, 2014.

OLIVEIRA, R.R. Mídias sociais digitais: implicações sobre o processo democrático. **Revista Cadernos de Campo**, Araraquara, n. 25, p. 229-244, jul./dez. 2018. E-ISSN 2359-2419. Disponível em: https://bibliotecadigital.tse.jus.br/xmlui/bitstream/handle/bdtse/5682/2018_oliveira_midias_sociais_digitais.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 12 jun. 2022.

OHANA, V. Congresso Nacional instala CPI das Fake News com relatora da oposição. **Carta Capital**, 4 set. 2019. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/politica/congresso-nacional-instala-cpi-das-fake-news-com-relatora-da-oposicao/>. Acesso em: 25 jun. 2022.

PARAGUASSU, L. Comandantes do Exército, Marinha e Aeronáutica são exonerados por Bolsonaro. **UOL**, Brasília, 30 mar. 2021. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/reuters/2021/03/30/comandantes-do-exercito-marinha-e-aeronautica-sao-exonerados-por-bolsonaro.htm>. Acesso em: 17 abr. 2022.

PARK, S. *et al.* Expanding the presidential debate by tweeting. **Telematics and Informatics**, v. 33, n. 2, 2016.

PASSARELLI, V. Bolsonaro é o terceiro chefe de governo mais popular do mundo nas redes sociais. **Estadão**, 10 fev. 2020. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/politica/bolsonaro-e-o-terceiro-chefe-de-governo-mais-popular-do-mundo-nas-redes-sociais/>. Acesso em: 15 fev. 2023.

PASSARINHO, N. Governo Bolsonaro: em 4 temas importantes, as profundas diferenças no pensamento de olavistas e militares. **BBC News Brasil**, Londres, 22 abr. 2019. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-47965684>. Acesso em: 15 fev. 2023.

PATRIOLINO, L. Grupo pró-governo afirma que protocolou pedido de prisão contra Moraes. **Correio Braziliense**, 8 set. 2021. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/politica/2021/09/4948398-grupo-pro-governo-afirma-que-protocolou-pedido-de-prisao-contramoraes.html>. Acesso em: 16 nov. 2022.

PEREIRA, M. A desinformação como estratégia política: uma análise dos tweets de ataque à imprensa. **Uva Águila**, v.1, n. 24, 2021.

PETROLA, J. Fake News e a disputa entre grande imprensa e redes sociais na campanha eleitoral de 2018 no Brasil. In: COSTA, C.; BLANCO, P. (orgs.). **Liberdade de expressão e campanhas eleitorais – Brasil 2018**. São Paulo: ABCOM-USP, 2019.

PIAIA, V.; ALVES, M. Abrindo a caixa preta: análise exploratória da rede bolsonarista no WhatsApp. In: 8º COMPOLÍTICA, Brasília, 2019.

PIAIA, V.; ALVES, M. Abrindo a caixa preta: análise exploratória da rede bolsonarista no WhatsApp. **Revista brasileira Ciênc. Comun.**, v. 43, n. 3, 2020.

PIVA, J. MP diz que parentes de ex-mulher de Bolsonaro sacaram R\$ 4 milhões para 'repassar' a outros integrantes do esquema. **O Globo**, Rio de Janeiro, 18 dez. 2019. Disponível: <https://oglobo.globo.com/politica/mp-diz-que-parentes-de-ex-mulher-de-bolsonaro-sacaram-4-milhoes-para-repassar-outros-integrantes-do-esquema-1-24147013>. Acesso em: 23 jun. 2022.

PODER360. Bolsonaro chama Globo de 'lixo' e ameaça não renovar concessão em 2022. **PODER360**, 30 abr. 2020. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/governo/bolsonaro-chama-globo-de-lixo-e-ameaca-nao-renovar-concessao-em-2022/>. Acesso em: 18 nov. 2022.

PODER360. Queiroga será o 4º ministro da Saúde de Bolsonaro; relembre os nomes. **PODER360**, 15 mar. 2021a. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/governo/queiroga-sera-o-4o-ministro-da-saude-de-bolsonaro-relembre-os-nomes/>. Acesso em: 23 abr. 2022.

PODER360. Irritado, Bolsonaro ofende repórter da Globo e fala de mídia "canalha". **PODER360**, 21 jun. 2021b. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/governo/irritado-bolsonaro-ofende-reporter-globo-e-cnn-e-fala-de-midia-canalha/>. Acesso em: 22 nov. 2022.

POMPEU, A. Jair Bolsonaro assina decreto que flexibiliza a posse de armas de fogo por civis. **Revista Consultor Jurídico - Conjur**, 15 jan. 2019a. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2019-jan-15/jair-bolsonaro-assina-decreto-flexibiliza-posse-armas>. Acesso em: 21 jun. 2022.

POMPEU, L. Bolsonaro quer mudar medição do desmatamento e ambientalistas criticam. **Congresso em Foco**, 1 ago. 2019b. Disponível em: <https://congressoemfoco.uol.com.br/temas/meio-ambiente/bolsonaro-quer-mudar-medicao-do-desmatamento-e-ambientalistas-criticam/>. Acesso em: 8 mai. 2022.

PUENTE, B.; RODRIGUES, C. Ex-vereador Gabriel Monteiro é preso no Rio de Janeiro. **CNN**, Rio de Janeiro, 7 nov. 2022. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/ex-vereador-do-rio-gabriel-monteiro-tem-prisao-preventiva-decretada/>. Acesso em: 18 nov. 2022.

QUEIROZ, B. Entidade médica desmente Bolsonaro sobre relação entre vacina e HIV. **Metropoles**, 24 out. 2021. Disponível em: <https://www.metropoles.com/saude/entidade-medica-desmente-bolsonaro-sobre-relacao-entre-vacina-e-hiv>. Acesso em: 23 nov. 2022.

RECUERO, R. **A conversação em rede**. Porto Alegre: Sulina, 2012.

RECUERO, R.; SOARES, F.; ZAGO, G. Polarização, hiperpartidarismo e câmaras de eco: como circula a desinformação sobre Covid-19 no Twitter. **Contracampo**, v. 40, n. 1, 2021.

REYES JUNIOR, E. *et al.* Conflito entre economia e saúde? O caso da COVID-19 no Brasil. **RGO - Revista Gestão Organizacional**, Chapecó, v. 14, n. 1, p. 378-389, jan./abr. 2021.

RIBEIRO, E.; BORBA, J.; HANSEN, J.. Participação on-nline e off-line no Brasil: relações e condicionantes. **Revista Serviço Público**, Brasília, n. 67, v. 4, 2016.

RIBEIRO, I. Bolsonaro diz que tem 20% no STF com as indicações de Mendonça e Nunes Marques. **O Globo**, Brasília, 2 dez. 2021. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/politica/bolsonaro-diz-que-tem-20-no-stf-com-as-indicacoes-de-mendonca-nunes-marques-1-25303801>. Acesso em: 30 abr. 2022.

RIBEIRO, J. Sem banheiro ou água, jornalistas relatam restrições em posse de Bolsonaro. **Exame**, 1 jan. 2019. Disponível em: <https://exame.com/brasil/jornalistas-relatam-serie-de-restricoes-em-posse-de-bolsonaro/>. Acesso em: 28 dez. 2021.

ROCHA, C. O boom das novas direitas brasileiras: financiamento ou militância? In: SOLANO, Esther (org.). **O ódio como política: a reinvenção das direitas no Brasil**. São Paulo: Boitempo, 2018a.

ROCHA, C. “Menos Marx, mais Mises”: uma gênese da nova direita brasileira. 233 f. Tese (Doutorado em Ciência Política) – Programa de Pós-Graduação, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018b.

ROCHA, C.; SOLANO, E. **Bolsonarismo em crise?** São Paulo: Friedrich Ebert Stiftung, 2020.

ROMANINI, V.; MIELLI, R.V. **Mentiras, discurso de ódio e desinformação violaram a liberdade de expressão nas eleições de 2018.** Liberdade de expressão: questões da atualidade. (Tradução). São Paulo: ECA/USP, 2019.. Disponível em: <https://repositorio.usp.br/item/002975607>. Acesso em: 3 mar. 2022.

ROSSI, M. 39 quilos de cocaína constroem o Governo Bolsonaro. **El País**, São Paulo, 26 jun. 2019. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2019/06/26/politica/1561577623_739675.html. Acesso em: 21 abr. 2022.

ROTHENBURG, D.; SOUZA, R. CPI da COVID: Bolsonaro passa o fim de semana em silêncio e contrariado. **Estado de Minas**, 12 abr. 2021. Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2021/04/12/interna_politica,1255990/cpi-da-covid-bolsonaro-passa-o-fim-de-semana-em-silencio-e-contrariado.shtml. Acesso em: 19 abr. 2022.

SAMPAIO, R.; BRAGATTO, R.; NICOLÁS, M. A construção do campo de Internet & Política: análise dos artigos brasileiros apresentados entre 2000 e 2014. In: SILVA, S.; BRAGATTO, R.; SAMPAIO, R. (orgs). **Democracia digital, comunicação política e redes: teoria e prática.** Rio de Janeiro: Folio Digital: Letra e Imagem, 2016. p. 77- 110.

SAMPAIO, R.C.; NICHOLS, B.W.; KLEINA, N.C.M.; MARIOTO, D.J.F. A produção de artigos e papers apresentados em eventos acadêmicos brasileiros sobre o YouTube na área de Internet & Política entre 2005 e 2019. **E-Compós**, v. 24, 2021. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/2256>. Acesso em: 20 abr. 2022.

SANTOS, D.; OLIVEIRA, L. Campanhas eleitorais nas redes sociais: um estudo de caso das campanhas dos principais candidatos ao governo de minas em 2018. In: XI ABCIBER, 2018.

SANTOS, F.; TANSCHKEIT, T. Quando velhos atores saem de cena: a ascensão da Nova Direita política no Brasil. **Colombia Internacional**, v. 99, p. 151-186, 2019.

SANTOS, J.G.B.; FREITAS, M.; ALDÉ, A.; SANTOS, K.; CUNHA, V.C.C. WhatsApp, política mobile e desinformação: a hidra nas eleições presidenciais de 2018. **C&S – São Bernardo do Campo**, v. 41, n. 2, p. 307-334, maio./ago. 2019. Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-metodista/index.php/CSO/article/view/9410>. Acesso em: 22 fev. 2023.

SANTOS, N. Fontes de informação nas redes pró e contra o discurso de Bolsonaro sobre o Coronavírus. **E-Compós**, Brasília, v. 24, p. 1-19, jan./dez. 2021.

SANTOS, N.; CHAGAS, V.; MARINHO, J. De onde vem a informação que circula em grupos bolsonaristas no WhatsApp. **Intexto**, n. 53, p. 1-23, 2022.

SANTOS, R.S. P. Sergio Moro anuncia pedido de demissão do governo de Jair Bolsonaro. **Correio Braziliense**, 24 abr. 2020. Disponível em: https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/politica/2020/04/24/interna_politica,

[847820/sergio-moro-anuncia-pedido-de-demissao-do-governo-de-jair-bolsonaro.shtml](https://www.bolsonaro.com.br/847820/sergio-moro-anuncia-pedido-de-demissao-do-governo-de-jair-bolsonaro.shtml). Acesso em: 22 fev. 2023.

SHALDERS, A.; MAGENTA, M. Governo Bolsonaro: por que a queda de braço com o presidente da Câmara assusta os mercados. **BBC**, São Paulo, 28 mar. 2019. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-47728938>. Acesso em: 15 nov. 2022.

SILVA, A.B.; BRITES, C.M.; OLIVEIRA, E.C.R.; BORRI, G.T. A extrema-direita na atualidade. **Serv. Soc. Soc.**, São Paulo, n. 119, p. 407-445, jul./set. 2014. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ssoc/a/nTk6JtjrXGqcpGVcr8Rj4Wx/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 15 nov. 2022.

SILVA, I. Autoritarismos e conservadorismo na democracia brasileira: a direita brasileira mostra a sua cara nas ruas. In: VII JORNADA INTERNACIONAL POLÍTICAS PÚBLICAS, 2015.

SILVA, L.; FRANCISCO, R.; SAMPAIO, R. Discurso de ódio nas redes sociais digitais: tipos e formas de intolerância na página oficial de Jair Bolsonaro no *Facebook*. **Galáxia**, n. 46, 2021.

SILVA, L.R.L. **Discurso de ódio no Facebook**: a construção da incivildade e do desrespeito nas fanpages dos deputados Jair Bolsonaro, Marco Feliciano e Rogério Peninha Mendonça. 180 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Setor de Artes, Comunicação e Design, Universidade Federal do Paraná, 2018. Disponível em: <https://acervodigital.ufpr.br/handle/1884/54944>. Acesso em: 15 jan. 2023.

SILVA, R.C. **A discussão política em rede**: um estudo sobre a divergência política no Facebook. 246 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporânea) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2017a.

SILVA, T. Inovação em software as a service: funcionalidades em ferramentas de monitoramento de mídias sociais. **Animus**, v. 16, n. 31, 2017.

SILVEIRA, S. O embate das redes. **Em Debate**, Belo Horizonte, v. 6, n. 7, p. 28-34, nov. 2014. Disponível em: https://bibliotecadigital.tse.jus.br/xmlui/bitstream/handle/bdtse/6177/2014_silveira_embate_redes.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 15 jan. 2023.

SILVEIRA, S. Direita nas redes sociais online. In: CRUZ, V.; KAYSEL, A.; CODAS, G. (Org.). **Direita, volver!** O retorno da direita e o ciclo político brasileiro. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2015. p. 213-230.

SIMÕES, P.; SILVA, T. A linguagem fascista e a constituição da imagem pública: uma análise sobre Jair Bolsonaro. **Rumores**, v. 16, n. 31, 2022.

SOARES, I. Bolsonaro diz que Barroso deve "alguma coisa" ao PT: "Podia ser vice do Lula". **Correio Braziliense**, 5 ago. 2021a. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/politica/2021/08/4941948-bolsonaro-diz-que->

[barroso-deve-alguma-coisa-ao-pt-podia-ser-vice-do-lula.html](#). Acesso em: 28 abr. 2022.

SOARES, I. Bolsonaro a Barroso sobre fraude nas eleições: "Quanto mais indícios, mais robusta é a prova". **Correio Braziliense**, 1 ago. 2021b. Disponível em: <https://www.correio braziliense.com.br/politica/2021/08/4941096-bolsonaro-a-barroso-sobre-fraude-nas-eleicoes-quanto-mais-indicios-mais-robusta-e-a-prova.html>. Acesso em: 28 abr. 2022.

SOARES, J.; DOCA, G. Bolsonaro demite Vêlez do Ministério da Educação e indica Abraham Weintraub. **O Globo**, Brasília, 8 abr. 2019. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/bolsonaro-demite-velez-do-ministerio-da-educacao-indica-abraham-weintraub-23582182>. Acesso em: 17 abr. 2022.

SOARES, O. Como ficam as manifestações do dia 15 após a aprovação do veto de Bolsonaro. **Gazeta do Povo**, Brasília, 5 mar. 2020. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/republica/protestos-dia-15-manutencao-veto-bolsonaro/>. Acesso em: 10 out. 2022.

STATISTA. **Most popular social networks worldwide as of January 2022, ranked by number of monthly active users**. 2022. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>. Acesso em: 25 fev. 2022.

ȘTEFĂNIȚĂ, O.; BUF, D. Hate Speech in Social Media and Its Effects on the LGBT Community: A Review of the Current Research. **Romanian Journal of Communication and Public Relations**, v. 23, n. 1, 2021.

STEPHENS-DAVIDOWITZ, S. **Everybody lies**: big data, new data, and what the internet can tell us about who we really are. London: Bloomsbury, 2017.

STEPHENS-DAVIDOWITZ, S. **Todo mundo mente**: o que a internet e os dados dizem sobre quem realmente. Rio de Janeiro: Alta Books, 2018.

STRUCK, J. Em protestos, Bolsonaro faz ameaça golpista ao STF. **DW**, 7 set. 2021. Disponível em: <https://www.dw.com/pt-br/em-protestos-bolsonaro-faz-amea%C3%A7a-golpista-ao-stf/a-59114324>. Acesso em: 15 nov. 2022.

TALENTO, A.; MEGALE, B. Bolsonaro defendeu em reunião troca na PF para evitar que familiares e aliados fossem prejudicados. **O Globo**, Brasília, 12 mai. 2020. Disponível: <https://oglobo.globo.com/politica/bolsonaro-defendeu-em-reuniao-troca-na-pf-para-evitar-que-familiares-aliados-fossem-prejudicados-1-24422977>. Acesso em: 25 jul. 2022.

TERREN, L.; BORGE-BRAVO, R. Echo chambers on social media: a systematic review of the literature. **Review of Communication Research**, v. 9, p. 99-118, 2021. Disponível em: <https://rcommunicationr.org/index.php/rcr/article/view/94>. Acesso em: 25 jul. 2022.

UOL. Gripezinha: leia a íntegra do pronunciamento de Bolsonaro sobre covid-19. **UOL**, São Paulo, 24 mar. 2020. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2020/03/24/leia-o-pronunciamento-do-presidente-jair-bolsonaro-na-integra.htm>. Acesso em: 3 jun. 2022.

VALENTE, J. Bolsonaro anuncia abertura de escritório de negócios em Jerusalém. **Agência Brasil**, Brasília, 31 mar. 2019. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/internacional/noticia/2019-03/bolsonaro-anuncia-abertura-de-escritorio-de-negocios-em-jerusalem>. Acesso em: 15 abr. 2022.

VANZAN, B.B. **Reflexões sobre os discursos de ódio e a violência do estado durante as eleições de 2018**. 48 f. Monografia (Graduação em Ciências Sociais) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2021. Disponível em: <https://app.uff.br/riuff/handle/1/24200>. Acesso em: 25 jul. 2022.

VEJA. Bolsonaro fala em “histeria”, repreende governadores e critica imprensa. **VEJA**, Redação, 24 mar. 2020. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/politica/bolsonaro-critica-imprensa-fala-em-histeria-e-repreende-governadores/>. Acesso em: 15 fev. 2023.

VELEDA, R. Bolsonaro tem mais seguidores nas redes que principais rivais juntos. **Metropoles**, 3 nov. 2021. Disponível em: <https://www.metropoles.com/brasil/bolsonaro-tem-mais-seguidores-nas-redes-que-principais-rivais-juntos>. Acesso em: 28 dez. 2021.

VENAGLIA, G. Oposição pede condenação de Bolsonaro e ministro por carta a escolas. **Veja**, 26 fev. 2019. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/politica/oposicao-pede-condenacao-de-bolsonaro-e-ministro-por-carta-a-escolas/>. Acesso em: 5 jul. 2022.

VICENTE, J.; AZEVEDO, M. Jornadas de Junho: Polarização, fanatismo e as mudanças no cenário político no Brasil. **Revista Khora**, v. 5, n. 6, 2018.

VILELA, P. Bolsonaro cogita indicar filho para ser embaixador nos EUA. **Agência Brasil**, Brasília, 11 jul. 2019. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2019-07/bolsonaro-cogita-indicar-o-filho-para-ser-embaixador-nos-eua>. Acesso em: 3 mai. 2022.

WE ARE SOCIAL; KEPIOS; HOOTSUITE. Digital 2019 – Brazil. **Datareportal**, 2019. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2019-brazil>. Acesso em: 24 jun. 2020.

WEBER, M. **Economy and society**. Berkeley: University of California Press, 1922.

YOUTUBE. **Atualização da contagem "Não gostei" do YouTube**. 2021. Disponível em: <https://blog.YouTube/intl/pt-br/news-and-events/atualizacao-nao-gostei/>. Acesso em: 27 dez. 2021.

ZANINI, F. O que significa para o bolsonarismo a briga entre Nando Moura e Allan dos Santos. **Folha de São Paulo**, 16 set. 2019. Disponível em:

<https://saidapeladireita.blogfolha.uol.com.br/2019/09/16/o-que-significa-para-o-bolsonarismo-a-briga-entre-nando-moura-e-allan-dos-santos/>. Acesso em: 7 nov. 2022.

ANEXO 1 – LIVES SEMANAIS DE JAIR BOLSONARO NO YOUTUBE

LINK DO VÍDEO	DATA	TÍTULO DO VÍDEO
https://www.youtube.com/watch?v=vpQIJgyerIU	30/12/2021	Live de quinta-feira / assuntos da semana (30/12/2021) - PR Jair Bolsonaro
https://www.YouTube.com/watch?v=MAVJmgFU8RA	23/12/2021	LIVE SEMANAL – 23/12/2021
https://www.YouTube.com/watch?v=2IORaTzb0ew&t=2s	16/12/2021	Live de Quinta-feira sobre assuntos da semana – 16/12/2021 – PR Jair Bolsonaro
https://www.YouTube.com/watch?v=NGzO-LYpejk	09/12/2021	Live da semana / PR Bolsonaro (09/12/2021). Temas na descrição
https://www.YouTube.com/watch?v=Nh4NcEOSTD8	02/12/2021	Live da Semana – Presidente Jair Bolsonaro (02/12/2021)
https://www.YouTube.com/watch?v=GJ7IUfSPkT8	25/11/2021	Live de Quinta-feira – 25/11/2021 – PR Jair Bolsonaro. Temas na descrição
https://www.YouTube.com/watch?v=DO2H-2Vcdhs	19/11/2021	LIVE DA SEMANA – Presidente Jair Bolsonaro – 19/11/2021
https://www.YouTube.com/watch?v=IGnhwjAUak8	11/11/2021	Live da Semana – Presidente Jair Bolsonaro – 11/11/2021
https://www.YouTube.com/watch?v=Q8gH_Hy39ss	04/11/2021	Presidente Jair Bolsonaro – LIVE DA SEMANA (04/11/2021). Temas na descrição
https://www.YouTube.com/watch?v=TAV8IDewNpQ	14/10/2021	Live de Quinta-feira – 14/10/2021 – Jair Bolsonaro
https://www.YouTube.com/watch?v=fG68Oz0FszU	30/09/2021	Live da Semana – PR Jair Bolsonaro 30/09/2021
https://www.YouTube.com/watch?v=9BTGEYi3O_M	23/09/2021	Live da Semana – PR Jair Bolsonaro 23/09/2021
https://www.YouTube.com/watch?v=41kZILFLuZw	16/09/2021	Live da Semana – PR Jair Bolsonaro 16/09/2021
https://www.YouTube.com/watch?v=Xw0OTDrA1il	09/09/2021	Live / PR Jair Bolsonaro – 09/09/2021
https://www.YouTube.com/watch?v=2uy0cfgw9pQ	02/09/2021	Live da Semana – PR Jair Bolsonaro 02/09/2021
https://www.YouTube.com/watch?v=0hakDwSiyGA	26/08/2021	Live da Semana – PR Jair Bolsonaro 26/08/2021 (temas na descrição)
https://www.YouTube.com/watch?v=hZXGTs7_3Oc	19/08/2021	Live da Semana – PR Jair Bolsonaro 19/08/2021
https://www.YouTube.com/watch?v=dnwh9rR2Fis	12/08/2021	Live da Semana – PR Jair Bolsonaro 12/08/2021
https://www.YouTube.com/watch?v=VmLISaXAS5A	05/08/2021	Pronunciamento do Presidente – 05/08/2021- PR Jair Bolsonaro

continua...

continuação...

https://www.YouTube.com/watch?v=C4sE3OAVpHY	30/07/2021	Live da Semana – Presidente Jair Bolsonaro 29/07/2021
https://www.youtube.com/watch?v=siukdSpvVO4	22/07/2021	Pronunciamento PR Jair Bolsonaro - 22/07/21
https://www.YouTube.com/watch?v=3VbAAqb7Rns	01/07/2021	Pronunciamento Presidente Jair Bolsonaro – 01/07/2021 / temas da semana:
https://www.YouTube.com/watch?v=GJMCHfgvFjY	25/06/2021	Live de Quinta-feira – 24/06/2021 – PR Jair Bolsonaro
https://www.YouTube.com/watch?v=rNjDjCyZQhs	17/06/2021	Pronunciamento À NAÇÃO – Live PR Jair Bolsonaro (17/06/2021). Temas na descrição.
https://www.YouTube.com/watch?v=i-98dlyfYxo	10/06/2021	Live de Quinta-feira – 10/06/21 – Presidente Jair Bolsonaro
https://www.YouTube.com/watch?v=4NBPxdOxbOY	20/05/2021	Live quinta-feira (20/05/2021) em Imperatriz/MA.
https://www.YouTube.com/watch?v=pjfBcotB2cE	14/05/2021	Live de Quinta-feira – 13/04/2021 – PR Jair Bolsonaro. Temas na descrição
https://www.YouTube.com/watch?v=UX4wRuswBg0	06/05/2021	PRESIDENTE JAIR BOLSONARO FALA À NAÇÃO – Live 06/05/2021. (Temas na descrição) ↓
https://www.YouTube.com/watch?v=XpoEihRIh_Q	29/04/2021	Live de Quinta-feira – 29/04/2021 – PR Jair Bolsonaro. Temas na descrição
https://www.YouTube.com/watch?v=prkZ-s8jP5g	22/04/2021	Live da semana com Presidente Jair Bolsonaro – 22/04/2021. Temas na descrição
https://www.YouTube.com/watch?v=vgYo-ielv2U	08/04/2021	Live de Quinta-feira – 08/04/21- Presidente Jair Bolsonaro. Assuntos na descrição
https://www.YouTube.com/watch?v=zF1W8SWkccc	01/04/2021	Live Semanal – 01/04/2021
https://www.YouTube.com/watch?v=aVoUcX4wLwU	25/03/2021	Live da Semana com Presidente Jair Bolsonaro – 25/03/2021
https://www.YouTube.com/watch?v=xVWLIFdRNt8	18/03/2021	Live de Quinta-feira – 18/03/2020 -Presidente Jair Bolsonaro
https://www.YouTube.com/watch?v=CcFfO5rM_EI	11/03/2021	Live de Quinta-feira - 11/03/2021- Presidente Jair Bolsonaro

continua...

continuação...

https://www.YouTube.com/watch?v=CcFfO5rM_EI	11/03/2021	Live de Quinta-feira - 11/03/2021- Presidente Jair Bolsonaro
https://www.YouTube.com/watch?v=aPjFX-cvN-I	04/03/2021	Live da Semana – Presidente Jair Bolsonaro (04/03/2021)
https://www.YouTube.com/watch?v=sA1AJ1NuDP4	25/02/2021	Live de Quinta-feira – 25/02/2021. Temas na descrição:
https://www.youtube.com/watch?v=8oPisf3kbGI	18/02/2021	Live da Semana - Presidente Jair Bolsonaro - 18/02/2021(temas na descrição) (↓)
https://www.YouTube.com/watch?v=SNLP3GJD-mc	28/01/2021	PRESIDENTE JAIR BOLSONARO – Live da Semana (28/01/2021)
https://www.YouTube.com/watch?v=Bu8xZYWWo7o	21/01/2021	Live da Semana – Presidente JAIR BOLSONARO – 21/01/2021
https://www.YouTube.com/watch?v=ZZj93uz78NE	07/01/2021	Primeira Live de 2021 (07/01) – Presidente Jair Bolsonaro
https://www.YouTube.com/watch?v=zNVRId3flao	18/12/2020	Live de Quinta-feira – 17/12/2020
https://www.YouTube.com/watch?v=nk6uPiCel20	03/12/2020	PRESIDENTE JAIR BOLSONARO AO VIVO – 03/12/2020
https://www.YouTube.com/watch?v=nkdMo9XQ-YM	19/11/2020	Live da semana com Presidente Jair Bolsonaro – 19/11/2020
https://www.YouTube.com/watch?v=Un8SXCrtzj8	12/11/2020	Live de toda quinta-feira – PR Jair Bolsonaro – 12/11/2020
https://www.YouTube.com/watch?v=GVzh8k6YjKU	10/11/2020	Live de terça com Presidente Jair Bolsonaro – 10/11/2020
https://www.YouTube.com/watch?v=vVPyNgrPWr8	09/11/2020	Live de Segunda Feira – PR Jair Bolsonaro – 09/11/2020
https://www.YouTube.com/watch?v=MIWLSkgBVc4	22/10/2020	Presidente Jair Bolsonaro – Live da semana – 22/10/2020
https://www.YouTube.com/watch?v=kbzd48O_JLI	15/10/2020	Live da Semana – Presidente Jair Bolsonaro – 15/10/2020
https://www.YouTube.com/watch?v=ZSiTT1Mlxek	01/10/2020	Live da semana com Presidente Jair Bolsonaro – 01/10/2020
https://www.YouTube.com/watch?v=-4vo-vjUuNE	24/09/2020	Live de quinta-feira com o Presidente Jair Bolsonaro (24/09/2020).

continua...

continuação...

https://www.YouTube.com/watch?v=JsldVBSushc	17/09/2020	Live da semana com Presidente Jair Bolsonaro – 17/09/2020
https://www.YouTube.com/watch?v=nlSMugE1f0Q	10/09/2020	Live de Quinta-Feira – 10 de Setembro de 2020
https://www.YouTube.com/watch?v=2tB4XLKXSel	03/09/2020	Live de quinta-feira com os resultados do Ministério da Justiça e Segurança Pública e mais.
https://www.YouTube.com/watch?v=1sWkcMxBIO4	20/08/2020	Live de toda quinta-feira com o Presidente Jair Bolsonaro – 20/08/2020
https://www.youtube.com/watch?v=4p9fOptKBPc	30/07/2020	Presidente Bolsonaro: Live da Semana - 30/07/2020
https://www.YouTube.com/watch?v=oVIJD_tuRPY	23/07/2020	Live da Semana com Presidente Jair Bolsonaro – 23/07/2020. Temas na descrição:
https://www.YouTube.com/watch?v=4XMvWntct_w	16/07/2020	Live da Semana com Presidente Jair Bolsonaro – 16/07/2020
https://www.YouTube.com/watch?v=AhySjAMku18	02/07/2020	Live da Semana com Presidente Jair Bolsonaro – 02/07/2020. Temas na descrição:
https://www.YouTube.com/watch?v=CpzZIV_wEqo	25/06/2020	Live da Semana com Presidente Jair Bolsonaro – 25/06/2020
https://www.YouTube.com/watch?v=EBDKIJu7Z9E	18/06/2020	Live da Semana com Presidente Jair Bolsonaro – 18/06/2020
https://www.YouTube.com/watch?v=Wld2HmL3Ua0	11/06/2020	Live Da Semana Com Presidente Jair Bolsonaro (11/06/2020)
https://www.YouTube.com/watch?v=S28DvOuB6cM	14/05/2020	Live de Quinta-feira com o Presidente Bolsonaro – 14/05/2020
https://www.YouTube.com/watch?v=sD2-ilk8MgM	07/05/2020	Presidente Bolsonaro no STF sobre os anseios da população: saúde e empregos caminham juntos!
https://www.YouTube.com/watch?v=XceWFVE7QLc	30/04/2020	Live de toda quinta-feira com o Presidente Jair Bolsonaro (30/04/2020)

continua...

continuação...

https://www.YouTube.com/watch?v=VuMbYrq_ys4	23/04/2020	Live de quinta-feira com o Presidente Jair Bolsonaro (23/04/2020). Temas: auxílio Caixa e outros.
https://www.YouTube.com/watch?v=vNyBRsVZ0gg	16/04/2020	- Live de toda quinta-feira com o Presidente Jair Bolsonaro. (16/04/2020).
https://www.YouTube.com/watch?v=hH0Jhaklwf0	20/03/2020	Live de quinta-feira com o Presidente Bolsonaro. (19/03/2020). Temas na descrição:
https://www.YouTube.com/watch?v=ZLIUvoZDSFc	12/03/2020	Live de quinta-feira com o Presidente. Ajustada devido a cortes na transmissão. Temas na descrição:
https://www.youtube.com/watch?v=K8z5SUbkZT8	05/03/2020	Live de quinta-feira com o Presidente da República (05/03/2020). Temas na descrição:
https://www.YouTube.com/watch?v=_3fFNbEbWpl	27/02/2020	Live de quinta-feira com o Presidente Bolsonaro. Temas na descrição.
https://www.youtube.com/watch?v=eJD7C8e1oN0	20/02/2020	Live de quinta-feira com o Presidente Bolsonaro. 20/02/2020
https://www.YouTube.com/watch?v=qFIPyf4Vmio	13/02/2020	- Live de quinta-feira, sobre os fatos da semana, com o Presidente Bolsonaro (12+1 /02/2020)
https://www.YouTube.com/watch?v=dN7247s2wg0	24/01/2020	Live da semana com Presidente Jair Bolsonaro e Ministro Tarcísio (Infraestrutura) – 23/01/2020
https://www.YouTube.com/watch?v=XDcCPg1ezWg	17/01/2020	LIVE DA SEMANA – com Presidente Bolsonaro, Min. Abraham Weintraub e Sec. Roberto Alvim – 16/01/2020
https://www.YouTube.com/watch?v=23n7j9ERAd4	10/01/2020	LIVE DA SEMANA COM PRESIDENTE JAIR BOLSONARO – 09/01/2020

continua...

continuação...

https://www.YouTube.com/watch?v=NgHTsoMMBxk	03/01/2020	LIVE DA SEMANA COM PRESIDENTE JAIR BOLSONARO – 02/01/2020
https://www.YouTube.com/watch?v=YRkhkGbsYHw	27/12/2019	LIVE DA SEMANA COM PRESIDENTE JAIR BOLSONARO – (26/12/2019)
https://www.YouTube.com/watch?v=9ringjkMWi8	13/12/2019	LIVE SEMANAL COM O PRESIDENTE JAIR BOLSONARO (12/12/2019)
https://www.YouTube.com/watch?v=8Cn1PGmlJuk	29/11/2019	Live semanal de 28/11/2019 com Presidente Jair Bolsonaro – Completa
https://www.YouTube.com/watch?v=ALFq4eHRUo0	08/11/2019	Live de quinta-feira com o Presidente – assuntos da semana (07/11/2019)
https://www.YouTube.com/watch?v=P3B8L5ql5GM	01/11/2019	Após viagem de negócios pela Ásia e Oriente Médio, segue live sobre assuntos da semana.
https://www.YouTube.com/watch?v=__mftwWjTJ4	11/10/2019	Live de toda quinta-feira sobre assuntos da semana com o Presidente Bolsonaro (10/10/2019).
https://www.YouTube.com/watch?v=cfeLfp0i7Fs	03/10/2019	Live de toda quinta-feira com o Presidente Bolsonaro (03/10/2019).
https://www.YouTube.com/watch?v=wgiTBQUDEQo	26/09/2019	- Live de quinta-feira com o Presidente e com a indígena Ysani Kalapalo do Xingú (26/09/2019).
https://www.YouTube.com/watch?v=3jdapBHs7Oo	20/09/2019	Primeira live de quinta-feira em Brasília, Após mais uma cirurgia em decorrência de uma facada.
https://www.youtube.com/watch?v=sX8yKd_4x5Y	12/09/2019	Live de quinta-feira com o Presidente da República (12/09/2019)
https://www.YouTube.com/watch?v=t8rXKDUeUSk	05/09/2019	Live de quinta-feira com o Presidente: vetos (lei de abuso de autoridade) / PGR

continua...

continuação...

https://www.YouTube.com/watch?v=SN97dJcS4FM	29/08/2019	Live de Quinta-feira com o Presidente Bolsonaro (29/08/2019).
https://www.YouTube.com/watch?v=mARMBWEwY2A	09/08/2019	LIVE DA SEMANA (08/08/19): Presidente Jair Bolsonaro, Sérgio Moro, Ricardo Salles e Índios
https://www.YouTube.com/watch?v=7A774iM-vQ	29/07/2019	LIVE DA SEMANA – 25 DE JULHO DE 2019 – COMPLETA
https://www.YouTube.com/watch?v=cbe3VFjyTEc	19/07/2019	LIVE DA SEMANA (18/07/2019): Presidente Bolsonaro e Ministro Tarcísio Gomes de Freitas
https://www.YouTube.com/watch?v=YVp-nZxrrul	08/07/2019	Live da Semana com Presidente Jair Bolsonaro – 4 de julho de 2019
https://www.YouTube.com/watch?v=k_EEFSvk4Ac	28/06/2019	DIRETO DE OSAKA – JAPÃO: Live da Semana com o Presidente Jair Bolsonaro (27/06/19)
https://www.YouTube.com/watch?v=f43O-RJFc80	23/06/2019	Live da semana com Presidente Jair Bolsonaro – 20/06/19 – COMPLETA
https://www.YouTube.com/watch?v=iQYrG9zzNoc	14/06/2019	Live da Semana com Presidente Jair Bolsonaro e convidados – 13 de Junho de 2019
https://www.YouTube.com/watch?v=30-PWqKdiWg	06/06/2019	LIVE DA SEMANA (06/06/2019) COMPLETA – DIRETAMENTE DE BUENOS AIRES
https://www.YouTube.com/watch?v=7AZP6Az7_9o	31/05/2019	Live da Semana com Presidente Jair Bolsonaro – 30 de Maio de 2019 – Completa
https://www.YouTube.com/watch?v=VKSqQJwowWg	24/05/2019	LIVE SEMANAL – 23/05/2019

continua...

continuação...

https://www.YouTube.com/watch?v=k6Z0JYrx95Q	09/05/2019	Live das quintas-feiras com o Presidente Bolsonaro com muitas novidades (09/05/2019).
https://www.YouTube.com/watch?v=HkctbYCskw8	02/05/2019	Live de quinta-feira (02/05/2019) com o Presidente Bolsonaro abordando alguns assuntos da semana.
https://www.youtube.com/watch?v=njs9mTU0jp8	25/04/2019	LIVE DE QUINTA-FEIRA COM O PRESIDENTE: Previdência, Cadastro Nacional dos Pescadores e mais.
https://www.YouTube.com/watch?v=J9u1CI49xIw	18/04/2019	LIVE DE QUINTA-FEIRA COM O PRESIDENTE BOLSONARO (18/04/2019)
https://www.YouTube.com/watch?v=xtyO5wr1b00	11/04/2019	LIVE DE QUINTA-FEIRA COM O PRESIDENTE- 11/04/2019: mais informações e realizações do nosso governo.
https://www.YouTube.com/watch?v=zpci9xs3UyE	04/04/2019	Live da semana com o Presidente Bolsonaro e os Ministros Moro e Heleno sobre temas da semana.
https://www.YouTube.com/watch?v=QOI-6oHhH84	28/03/2019	28/03/2019: Live da semana com o Presidente Jair Bolsonaro relativos a assuntos da semana.
https://www.YouTube.com/watch?v=PL4v3EJYPI0	21/03/2019	LIVE DA SEMANA PRESIDENTE BOLSONARO: Brasil, EUA, Chile e outros assuntos de interesse nacional.
https://www.YouTube.com/watch?v=-Nm2w9M5X84	14/03/2019	Live semanal com o Presidente: viagem aos EUA, vacinação contra gripe e muito mais.
https://www.YouTube.com/watch?v=cOWIW_3zcw4	07/03/2019	Presidente Bolsonaro volta a fazer <i>lives</i> e promete tentar fazer uma por semana.

**ANEXO 2 – LIVES SEMANAIS QUE NÃO CONSTAM NO CANAL DE JAIR
BOLSONARO**

ANO	MÊS	DIAS	OBS.	FONTE
2019	MAIO	16	NÃO CONSTA	#
	JULHO	11	NÃO CONSTA	#
	AGOSTO	1	NÃO CONSTA	#
	AGOSTO	15	NÃO CONSTA	#
	AGOSTO	22	REMOVIDA	#
	OUTUBRO	17	REMOVIDA	#
	OUTUBRO	24	NÃO CONSTA	#
	NOVEMBRO	14	NÃO CONSTA	#
	NOVEMBRO	21	NÃO CONSTA	#
	DEZEMBRO	5	NÃO CONSTA	#
	DEZEMBRO	19	NÃO CONSTA	#
2020	JANEIRO	30	NÃO CONSTA	#
	FEVEREIRO	6	REMOVIDA	#
	MARÇO	26	REMOVIDA	https://www.metropoles.com/brasil/YouTube-ja-deletou-33-videos-de-bolsonaro-por-fake-news-sobre-covid
	ABRIL	2	NÃO CONSTA	EXCLUSIVO CANAL PINGO NOS 'IS': https://www.YouTube.com/watch?v=K0ktC-qF6X8
	ABRIL	9	NÃO CONSTA	APENAS CANAL PINGO NOS 'IS': https://www.YouTube.com/watch?v=glij7Rbe4Fo
	MAIO	21	REMOVIDA	https://www.metropoles.com/brasil/YouTube-ja-deletou-33-videos-de-bolsonaro-por-fake-news-sobre-covid
	MAIO	28	NÃO CONSTA	EXCLUSIVO CANAL PINGO NOS 'IS': https://www.YouTube.com/watch?v=DqW44qC69Oq
	JUNHO	4	REMOVIDA	https://www.metropoles.com/brasil/YouTube-ja-deletou-33-videos-de-bolsonaro-por-fake-news-sobre-covid
	JULHO	9	REMOVIDA	https://www.metropoles.com/brasil/YouTube-ja-deletou-33-videos-de-bolsonaro-por-fake-news-sobre-covid
	AGOSTO	6	REMOVIDA	YouTube remove 14 lives de Bolsonaro; canal está perto de ser derrubado (metropoles.com)
	AGOSTO	27	REMOVIDA	YouTube remove 14 lives de Bolsonaro; canal está perto de ser derrubado (metropoles.com)
	OUTUBRO	8	REMOVIDA	https://www.metropoles.com/brasil/YouTube-ja-deletou-33-videos-de-bolsonaro-por-fake-news-sobre-covid
	OUTUBRO	29	REMOVIDA	https://www.metropoles.com/brasil/YouTube-ja-deletou-33-videos-de-bolsonaro-por-fake-news-sobre-covid
	NOVEMBRO	26	REMOVIDA	https://q1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2021/04/23/YouTube-derruba-mais-4-videos-de-bolsonaro-por-desinformacao-sobre-a-covid.ghtml
	DEZEMBRO	3	REMOVIDA	https://www.metropoles.com/brasil/YouTube-ja-deletou-33-videos-de-bolsonaro-por-fake-news-sobre-covid
	DEZEMBRO	10	REMOVIDA	https://www.metropoles.com/brasil/YouTube-ja-deletou-33-videos-de-bolsonaro-por-fake-news-sobre-covid
DEZEMBRO	24	REMOVIDA	https://www.metropoles.com/brasil/YouTube-ja-deletou-33-videos-de-bolsonaro-por-fake-news-sobre-covid	
DEZEMBRO	31	REMOVIDA	https://www.metropoles.com/brasil/YouTube-ja-deletou-33-videos-de-bolsonaro-por-fake-news-sobre-covid	

continua...

continuação...

ANO	MÊS	DIAS	OBS.	FONTE
2021	JANEIRO	14	REMOVIDA	https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2021/04/20/YouTube-remove-video-em-que-bolsonaro-fala-de-medicamentos-sem-eficacia-contr-a-covid-mas-outros-seguem-no-ar.ghtml
	FEVEREIRO	4	REMOVIDA	https://www.metropoles.com/brasil/YouTube-ja-deletou-33-videos-de-bolsonaro-por-fake-news-sobre-covid
	FEVEREIRO	11	REMOVIDA	https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2021/04/23/YouTube-derruba-mais-4-videos-de-bolsonaro-por-desinformacao-sobre-a-covid.ghtml
	ABRIL	15	REMOVIDA	https://www.metropoles.com/brasil/YouTube-ja-deletou-33-videos-de-bolsonaro-por-fake-news-sobre-covid
	MAIO	27	REMOVIDA	https://www.metropoles.com/colunas/quilherme-amado/YouTube-remove-14-lives-de-bolsonaro-canal-esta-perto-de-ser-derrubado
	JUNHO	3	REMOVIDA	https://www.metropoles.com/brasil/YouTube-ja-deletou-33-videos-de-bolsonaro-por-fake-news-sobre-covid
	JULHO	8	REMOVIDA	https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2021/04/23/YouTube-derruba-mais-4-videos-de-bolsonaro-por-desinformacao-sobre-a-covid.ghtml
	JULHO	15	NÃO PUBLICOU	Bolsonaro esteve internado. Fonte: https://g1.globo.com/politica/noticia/2021/07/15/bolsonaro-internado-com-obstrucao-intestinal-veja-perguntas-e-respostas.ghtml
	OUTUBRO	7	NÃO CONSTA	APENAS PINGO NOS IS: https://www.YouTube.com/watch?v=FRhZZKqZTgM
	OUTUBRO	21	REMOVIDA	https://www.aosfatos.org/bipe/YouTube-derruba-live-de-bolsonaro-com-associacao-falsa-entre-vacinas-contr-a-covid-19-e-aids/
OUTUBRO	28	REMOVIDA	https://www.tudocelular.com/seguranca/noticias/n181630/YouTube-remove-live-de-bolsonaro.html	

ANEXO 3 – LIVRO DE CÓDIGOS

TEMAS	
Saúde	“Saúde” OR “SUS” OR “hospital” OR “hospitais” OR “UBS” OR “unidade básica de saúde” OR “posto de saúde” OR “profissionais da saúde” OR “médicos” OR “enfermeiros” OR “médico” OR “médica”
Justiça	“toga” OR “segunda instância” OR “CPI da Lava Toga” OR “anticorrupção” OR “anti corrupção” OR “Lava Jato” OR “lavajato” OR “corrupção” OR “Judiciário” OR “mensalão” OR “petrolão”
Economia	“Desemprego” OR “desempregado” OR “desempregada” OR “inflação” OR “preço” OR “custo de vida” OR “economia” OR “salário mínimo” OR “auxílio” OR “privatização” OR “privatizações” OR “desestatização” OR “desestatizações” OR “imposto” OR “combustíveis” OR “gasolina” OR “economia” OR “reforma da previdência” OR “reforma trabalhista” OR “preço” OR “COAF” OR “auxílio Brasil” OR “auxílio” OR “auxílios” OR “14 salario” OR “décimo quarto” OR “14º” OR “emprego” OR “isenção do IPI” OR “IPI” OR “Bolsa Família” OR “Bolsa esmola” OR “Bolsa farelo” OR “BNDES” OR “banco nacional de desenvolvimento econômico e social” OR “Banco do Brasil” OR “Caixa Econômica” OR “bancos” OR “aposentado” OR “aposentado” OR “previdência” OR “previdenciária” OR “previdenciário” OR “pensão” OR “pensionista” OR “correios” OR “petrobras”
Educação	“MEC” OR “universidade” OR “faculdade” OR “ensino” OR “aprendizado” OR “aprendizagem” OR “professor” OR “educação” OR “ENEM” OR “SISU” OR “escola” OR “ensino superior” OR “ensino médio” OR “ensino fundamental” OR “creche” OR “ministro da educação” OR “Milton Ribeiro” OR “FUNDEB” OR “Enem”
Meio Ambiente	“meio ambiente” OR “amazônia” OR “desmatamento” OR “aquecimento global” OR “queimada” OR “aquecimento global” OR “fauna” OR “flora” OR “animais” OR “deslizamento” OR “enchente” OR “exente” OR “chuva” OR “chuvas” OR “desabrigados” OR “desabrigadas”
Infraestrutura	“Infraestrutura” OR “estradas” OR “pavimentação” OR “asfalto” OR “rodovias”
Pandemia	“vacina” OR “covid” OR “coronavírus” OR “gripezinha” OR “resfriadinho” OR “cloroquina” OR “azitromicina” OR “coveiro” OR “variante” OR “vachina” OR “CPI da Covid” OR “Comissão Parlamentar de Inquérito” OR “CPI do Circo” OR “CPI do Fim do Mundo” OR “pfizer” OR “astrazeneca” OR “astrazenica” OR “coronovac” OR “chinovac” OR coronavacu” OR “corona” OR “pandemia” OR “epidemia” OR “vacinação” OR “vírus” OR “omicron” OR “terceira onda” OR “segunda onda” OR “primeira onda” OR “covaxin” OR “fica em casa” OR “passaporte sanitário” OR “negacionismo” OR “negacionista” OR “máscara” OR “focinheira” OR “fucinheira” OR “vacinar”
Eleição	“eleições” OR “voto impresso” OR “voto digitalizado” OR “voto materializado” OR “voto auditável” OR “urnas eletrônicas” OR “urna eletrônica” OR “eleição” OR “voto” OR “vote” OR “votar” OR “votação” OR “smartmatike” OR “smartmatic” OR “primeiro turno” OR “segundo turno” OR “código gonte” OR “urna” OR “urnas” OR “votos” OR “fundo eleitoral” OR “fundão eleitoral” OR “fundo partidário” OR “fundão partidário”
Golpe/Democracia	“intervenção militar” OR “intervenção federal” OR “142” OR “golpe militar” OR “fechar o Congresso” OR “fechar o STF” OR “democracia” OR “7 de setembro” OR “sete de setembro”

continua...

continuação...

TEMAS	
Pautas Religiosas e/ou Morais	"Comunismo" OR "esquerdismo" OR "nazismo" OR "conservadorismo" OR "valores da família" OR "Deus" OR "feminismo" OR "aborto" OR "evangélico" OR "evangélica" OR "cristãos" OR "cristã" OR "Jesus" OR "Cristo" OR "drogas" OR "Deus" OR "LGBT" OR "LGBTQIA+" OR "pastor" OR "padre" OR "missa" OR "culto" OR "igreja" OR "religião" OR "comunista" OR "comunistas" OR "olavista" OR "socialismo" OR "socialista" OR "esquerdista" OR "patriotismo" OR "Brasil acima de tudo" OR "fascismo" OR "fascista"
Genérico / Outros	"parabéns" OR "feliz natal" OR "feliz ano novo" OR "tmj" OR "estamos juntos" OR "obrigado" OR "obrigada" OR "por favor" OR "pfv" OR "mentiroso" OR "idiota" OR "ladrão" OR "força" OR "livramento" OR "folga" OR "Brasil" OR "boa noite" OR "mediocre" OR "feliz 2022" OR "anta" OR "oi" OR "olá" OR "tchau" OR "besteira" OR "besteira" OR "inveja" OR "arrogante" OR "arrogância" OR "Invejoso" OR "Invejosa" OR "Vamos pra cima"
ALVOS	
Jair Bolsonaro	"Jair Bolsonaro" OR "Bolsonaro" OR "mito" OR "capitão" OR "miliciano" OR "genocida" OR "bozo" OR "bosonaro" OR "bonoro" OR "bolsomito" OR "Bozo" OR "noivinha do aristides" OR "boso" OR "bolsolixo" OR "bolsocaro" OR "bonossau" OR "salnorabo" OR "bolsonabo" OR "bolsorabo" OR "bolsonazi" OR "bolsoralho" OR "bostonaro" OR "bozotario" OR "boçanaro" OR "boçalnaro" OR "bolnossau" OR "marmita de miliciano" OR "bossalnaro" OR "Jair Messias Bolsonaro" OR "meu presidente" OR "nosso presidente" OR "melhor presidente" OR "Pior presidente"
Luiz Inácio Lula da Silva	"nine fingers" OR "molusco" OR "sapo barbudo" OR "nove dedos" OR "Lula" OR "lularapio" OR "sapo cachaceiro" OR "loola" OR "nine" OR "nove dedos"
Sergio Moro	"Sergio Moro" OR "Juiz Moro" OR "marreco" OR "ministro Moro"
Michel Temer	"Michel Temer" OR "Temer"
João Doria	"calcinha apertada" OR "ditadoria" OR "Doria" OR "joão doria" OR "Doriana" OR "governador de SP" OR "governador de São Paulo"
Ciro Gomes	"Ciro Gomes" OR "coronel do Ceará" OR "ciro" – ("noqueira")
João Amoêdo	"Amoedo" OR "Joao Amoedo"
Cabo Daciolo	"Daciolo" OR "Dacilouco"
Rodrigo Pacheco	"Rodrigo Pacheco" OR "Pacheco" OR "Presidente do Senado"
Rodrigo Maia	"Rodrigo Maia" OR "nhonho" OR "botafogo" OR "maia" – ("cesar" OR "cezar")
Davi Alcolumbre	"Alcolumbre" OR "batoré"
Arthur Lira	"Arthur Lira" OR "Artur Lira" OR "Lira"
Antônio Barra Torres	"Barra Torres"
Hamilton Mourão	"Mourão"
Alexandre de Moraes	"Alexandre de Moraes" OR "Xandão" OR "cabeça de ovo" OR "Moraes"
Wilson Witzel	"Witzel"
Eduardo Paes	"Paes" OR "nervosinho da Odebrecht" OR "prefeito do Rio" OR "síndico do Rio" OR "prefeito do RJ"
Luís Roberto Barroso	"Barroso"
Luiz Fux	"Fux"
Flavio Dino	"Flávio Dino" OR "Dino" OR "governador do maranhão"
Wilson Lima	"Wilson Lima" OR "governador do amazonas"
Omar Aziz	"Aziz" OR "presidente da CPI" OR "Omar" OR "Omar Aziz"
Randolfe Rodrigues	"Randolfe" OR "vice-presidente da CPI" OR "Randolfe Rodrigues"
Renan Calheiros	"Calheiros" OR "relator da CPI" OR "Renan Calheiros"
Eduardo Braga	"Eduardo Braga"
Eduardo Girão	"Girão" OR "Eduardo Girão"
Humberto Costa	"Humberto Costa"
Jorginho Mello	"Jorginho Mello" OR "Jorginho Melo"

continua...

continuação...

Luis Carlos Heinze	"Heinze" OR "Luis Carlos Heinze"
Marcos Rogério	"Marcos Rogério"
Otto Alencar	"Otto Alencar"
Tasso Jereissati	"Tasso Jereissati"
Alessandro Vieira	"Alessandro Vieira"
Angelo Coronel	"Angelo Coronel"
Fernando Bezerra	"Fernando Bezerra"
Jader Barbalho	"Jader Barbalho"
Marcos do Val	"Marcos do Val"
Rogério Carvalho	"Rogério Carvalho"
Eliziane Gama	"Eliziane Gama"
Simone Tebet	"Simone Tebet" OR "Tebet"
Mara Gabrilli	"Gabrilli" OR "Gabrili" OR "Mara Gabrili" OR "Mara Gabrilli"
Kátia Abreu	"Kátia abreu"
Nise Yamaguchi	"Yamaguchi" OR "Doutora nise" OR "doutora nize" OR "nize" OR "nise"
Janaina Paschoal	"Janaina Paschoal" OR "Janaina Pascoal"
Eduardo Bolsonaro	"Eduardo Bolsonaro" OR "bananinha" OR "Dudu Bolsonaro" OR "zero três" OR "03"
Flavio Bolsonaro	"Flavio Bolsonaro" OR "Flavio Wonka" OR "Flavinho Wonka" OR "zero um"
Carlos Bolsonaro	"Carlos Bolsonaro" OR "tonho da lua" OR "carluxo" OR "carlixo" OR "carlucho"
Jair Renan Bolsonaro	"Jair Renan" OR "Renan Bolsonaro"
Laura Bolsonaro	"Laura Bolsonaro" OR "Laurinha Bolsonaro" OR "fraquejada"
Michele Bolsonaro	"Michele Bolsonaro" OR "micheque" OR "Michelle Bolsonaro"
Kim Kataguiri	"Kim Kataguiri" OR "Kataguiri" OR "Katapiroca"
Arthur do Val	"Mamaefalei" OR "mamãe falei" OR "Arthur do Val" OR "Artur do Val"
Nando Moura	"Nando moura"
Allan dos Santos	"Allan dos Santos" OR "Allan dos Panos" OR "alan dos santos" OR "alan dos panos" OR "alan terça livre"
Kim Paim	"Kim Paim"
Rodrigo Constantino	"Constantino" OR "Rodrigo Constantino" OR "Consta"
Guilherme Fiuza	"Fiuza" OR "Guilherme Fiuza"
Bernardo Küster	"Bernardo Kuster" OR "Bergado Kuster"
Leandro Ruschel	"Ruschel" OR "Leandro Ruschel"
Alexandre Garcia	"Alexandre Garcia"
Carla Zambelli	"Zambelli" OR "Carla Zambelli" OR "Zambeli" OR "Carla Zambeli"
Joice Hasselmann	"Hasselmann" OR "peppa" OR "Joice Hasselmann" OR "Joice Hasselman"
Alexandre Frota	"Alexandre Frota" OR "Frota" OR "Alexandre Fruta"
Damares Alves	"ministra Damares" OR "Damares Alves"
Zé Trovão	"Zé Trovão"
Abraham Weintraub	"ministro Weintraub" OR "Weintarde" OR "Abraham Weintraub"
Arthur Weintraub	"Arthur Weintraub"
Tarcísio de Freitas	"Tarcísio Freitas" OR "ministro Tarcísio" OR "Tarcísio de Freitas"
Paulo Guedes	"Paulo Guedes" OR "Posto Ipiranga" OR "ministro Guedes" OR "Guedes"
General Pazuello	"Eduardo Pazuello" OR "Pazuelo" OR "panzuelo" OR "panzuello" OR "Pazuzu" OR "General Pazuello" OR "Pazuello"
Luiz Henrique Mandetta	"Mandetta" OR "Mandeta"
Nelson Teich	"Teich" OR "ministro Teich" OR "Nelson Teich"
Marcelo Queiroga	"Queiroga" OR "Ministro Queiroga" OR "Marcelo Queiroga"
Olavo de Carvalho	"Olavo de Carvalho" OR "professor Olavo"

continua...

continuação...

Fabrcio Queiroz	"Queiroz" OR "Fabricio Queiroz"
STF	"Supremo Tribunal Federal" OR "STF" OR "Suprema vergonha nacional"
TSE	"TSE" OR "Tribunal Superior Eleitoral" OR "STE" OR "Superior Tribunal Eleitoral"
Forças Armadas	"Forças Armadas" OR "FFAA" OR "Exército" OR "Marinha" OR "Aeronáutica" OR "militar" OR "militares" OR "soldado" OR "general" OR "generais"
PGR	"Aras" OR "Procuradoria Geral da República" OR "PGR" OR "Lindora Araújo" OR "Augusto Aras" OR "Procurador Geral da República" OR "Vice Procuradora Geral da República"
CAC's	"CACs" OR "atiradores" OR "CAC" OR "clubes de tiro"
Imprensa	"Imprensa" OR "mídia" OR "televisão" OR "tv" OR "globo" OR "globolixo" OR "globo lixo" OR "Folha" OR "estadao" OR "UOL" OR "Jovem Pan" OR "Band" OR "Record" OR "SBT" OR "revista oeste" OR "consórcio de imprensa" OR "partido da imprensa golpista" OR "TV Brasil" OR "antagonista" OR "Brasil 247" OR "Revista Forum" OR "jornalista" OR "jonalixo" OR "jornal" OR "repórter" OR "repórteres"
Polícia Federal	"Polícia Federal" OR "PF" OR "policial federal"
Gabriel Monteiro	"Gabriel Monteiro"
PT / Petistas	"PT" OR "Partido dos trabalhadores" OR "petralha" OR "petista" OR "petismo" OR "lulopetismo" OR "Lulopetista"
Bolsonaristas	"Gado" OR "minion" OR "minions" OR "bolsonaristas" OR "bolsonazistas"
Zé Dirceu	"José Dirceu" OR "Zé Dirceu"
Dilma Rousseff	"Dilma Rousseff" OR "Dilma" OR "Dilminha" OR "Dilmanta"
Eduardo Leite	"Eduardo Leite" OR "governador do RS" OR "Governador do Rio Grande do Sul"
Roberto Jefferson	"Roberto Jefferson" OR "Roberto Jeferson" OR "Bob Jeff" OR "Bob Jef" OR "Bob Jeferson" OR "Bob Jefferson"
Delegado Da Cunha	"Da Cunha"
Pedro Guimarães	"Pedro Guimarães" OR "presidente da Caixa"
Kassio Nunes	"Kassio Nunes"
André Mendonça	"Andre Mendonça" OR "terrivelmente evangélico" OR "terrivelmente cristão"
Aliança Pelo Brasil	"Aliança pelo Brasil" OR "Aliança 38"
Partido Liberal	"PL" OR "Partido Liberal"
Valdemar Costa Neto	"Valdemar Costa Neto"
Nicolás Maduro	"Maduro" OR "ditador da Venezuela"
Venezuela	"venezuela" OR "venezuelanos" OR "venezualanas" OR "venezuelano" OR "venezuelana" OR "caracas"
Cuba	"Cuba" OR "cubano" OR "Cubanos" OR "mariel" OR "cubana" OR "cubanas"

ANEXO 4 – LISTA DE TAG'S

TAG	TEMA/ALVO	%
Jair Bolsonaro	Alvo	29,1%
Pautas religiosas e ou Morais	Tema	16,3%
Genérico e ou outros	Tema	9,2%
Justiça	Tema	5,2%
Eleição	Tema	4,5%
STF	Alvo	4,0%
Economia	Tema	3,9%
Pandemia	Tema	3,8%
Imprensa	Alvo	3,7%
Forças Armadas	Alvo	2,6%
Saúde	Tema	2,4%
Corrupção	Tema	2,2%
Lula	Alvo	1,6%
PT	Alvo	1,2%
Educação	Tema	1,1%
Golpe	Tema	0,8%
Meio ambiente	Tema	0,7%
João Doria	Alvo	0,5%
Paulo Guedes	Alvo	0,5%
Rodrigo Maia	Alvo	0,5%
Sergio Moro	Alvo	0,4%
Gabriel Monteiro	Alvo	0,4%
Polícia Federal	Alvo	0,4%
Bolsonaristas	Alvo	0,3%
Dilma Rousseff	Alvo	0,3%
Fabrcio Queiroz	Alvo	0,3%
Infraestrutura	Tema	0,3%
Luis Roberto Barroso	Alvo	0,3%
TSE	Alvo	0,2%
Tarcísio de Freitas	Alvo	0,2%
Michel Temer	Alvo	0,2%

continua...

continuação...

Davi Alcolumbre	Alvo	0,2%
CACs	Alvo	0,1%
Olavo de Carvalho	Alvo	0,1%
Mandetta	Alvo	0,1%
Mourão	Alvo	0,1%
Renan Calheiros	Alvo	0,1%
Dameres Alves	Alvo	0,1%
Venezuela	Tema	0,1%
Pedro Guimarães	Alvo	0,1%
Eduardo Bolsonaro	Alvo	0,1%
Michele Bolsonaro	Alvo	0,1%
PGR	Alvo	0,1%
Ciro Gomes	Alvo	0,1%
Nando Moura	Alvo	0,1%
Arthur Lira	Alvo	0,1%
Carlos Bolsonaro	Alvo	0,1%
Rodrigo Pacheco	Alvo	0,1%
Partido Liberal	Alvo	0,1%
Marcelo Queiroga	Alvo	0,1%
Roberto Jefferson	Alvo	0,1%
Alexandre Frota	Alvo	0,0494%
Zé Dirceu	Alvo	0,0456%
Zé Trovão	Alvo	0,0322%
Witzel	Alvo	0,0322%
Rodrigo Constantino	Alvo	0,0310%
Fux	Alvo	0,0307%
Alexandre Garcia	Alvo	0,0288%
Abraham Weintraub	Alvo	0,0284%
Kim Kataguiri	Alvo	0,0269%
Cuba	Tema	0,0269%
Omar Aziz	Alvo	0,0265%
Kassio Nunes	Alvo	0,0254%

continua...

continuação...

Nelson Teich	Alvo	0,0236%
Aliança Pelo Brasil	Alvo	0,0228%
Flavio Bolsonaro	Alvo	0,0213%
Cabo Daciolo	Alvo	0,0206%
Eduardo Leite	Alvo	0,0183%
Flávio Dino	Alvo	0,0172%
Eduardo Paes	Alvo	0,0165%
Maduro	Alvo	0,0161%
Randolfe Rodrigues	Alvo	0,0161%
Kim Paim	Alvo	0,0150%
Alan dos Santos	Alvo	0,0138%
Guilherme Fiuza	Alvo	0,0127%
Carla Zambelli	Alvo	0,0127%
João Amoêdo	Alvo	0,0123%
Joice Hasselmann	Alvo	0,0112%
Arthur do Val	Alvo	0,0108%
Laura Bolsonaro	Alvo	0,0082%
Fernando Bezerra	Alvo	0,0075%
Alexandre de Moraes	Alvo	0,0075%
Humberto Costa	Alvo	0,0071%
Marcos Rogério	Alvo	0,0067%
Nise Yamaguchi	Alvo	0,0064%
Wilson Lima	Alvo	0,0052%
Bernardo Kuster	Alvo	0,0045%
André Mendonça	Alvo	0,0045%
Delegado Da Cunha	Alvo	0,0041%
Arthur Weintraub	Alvo	0,0037%
Renan Bolsonaro	Alvo	0,0034%
Alessandro Vieira	Alvo	0,0034%
Eduardo Girão	Alvo	0,0034%
Otto Alencar	Alvo	0,0026%
Simone Tebet	Alvo	0,0026%

continua...

continuação...

Rogério Carvalho	Alvo	0,0022%
Jader Barbalho	Alvo	0,0015%
Leandro Ruschel	Alvo	0,0015%
Tasso Jereissati	Alvo	0,0015%
Jorginho Mello	Alvo	0,0015%
Valdemar Costa Neto	Alvo	0,0015%
Marcos do Val	Alvo	0,0015%
Katia Abreu	Alvo	0,0011%
Janaina Paschoal	Alvo	0,0011%
Eduardo Braga	Alvo	0,0011%
Eliziane Gama	Alvo	0,0011%
Angelo Coronel	Alvo	0,0011%
Luiz Carlos Heinze	Alvo	0,0007%
Barra Torres	Alvo	0,0007%
Mara Gabrilli	Alvo	0,0007%
Voto impresso	Tema	0,0004%
Total		100,0%

ANEXO 5 – IMAGENS COM EXEMPLOS DE COMENTÁRIOS

há 3 anos

Todas as quintas-feiras, às 19h, agendado está eu estar aqui. Parabéns pelo excelente trabalho e excelente equipe, Presidente Bolsonaro, 2022 e sempre, estaremos juntos ao senhor, o apoiando e Deus já está o abençoando em sua vida, sua saúde e no seu Governo! O senhor é o melhor e mais querido Presidente que o Brasil já teve até hoje! TMJ

há 3 anos

Perdeu meu apoio depois desta indicação e estou propagando esta informação para todos que conheço. Bolsonaro pisou na bola e traiu a galera!!!

há 2 anos

A minha irmã está com o vírus chinês e o médico da Unimed BH não recebeu hidroxicloriguina (etc.), mas graças à Deus uma amiga médica recebeu hidroxicloriguina, azitromicina, ivermectina, vitaminas C e D e ela já está bem melhor 🙏🙏🙏🙏

há 2 anos

Ter que desconstruir 30 anos de governos corruptos não é fácil, grande parte da imprensa brasileira se beneficiaram com essa corrupção. Mas as coisas estão mudando pra melhor! O presidente Bolsonaro tem a confiança da maioria do povo brasileiro.

Presidente, siga em frente! Que Deus le de forças, que o desafio é imenso. 🙏🙏🙏🙏🙏🙏

há 3 anos

Nando Moura tá certo em cobrar. As vzs até a Deus que é perfeito questionamos! qt mais o homem q é falho! então não vem c esse negócio de confia em mim ou não confia. Nós cobramos justamente pq queremos q o seu governo dê muito certo. Aprenda a ouvir as críticas presidente!

há 2 anos (editado)

Para o STF LAGOSTA.

Para meus Filhos FILÉ MIGNON.

Para o povo Brasileiro OSSO NA REFEIÇÃO!!!

Talkei hahaha

há 3 anos

Para parar o STF é necessário executar o artigo 142. Esperamos isso de você Bolsonaro.

há 1 ano

Morri de rir na hora que o Minto pega a carta do Temer e além de mentir dizendo que um tal de vduzinhos e outros assessores ajudaram a escrevê-la, ainda demonstra uma incrível surpresa com o fato da nota ter 2 páginas, falando, "nossa, mas são duas folhas né, não tinha reparado." Depois ele lê roboticamente um trecho e não contextualiza nada. O cara é o cúmulo da imbecilidade.

Vão no 42:30

há 1 ano

A robizada já tá aqui a mil por hora dando like e disparando fake News.

Só que ALEXANDRE DE MORAES tb está...a 3000 km p/hora.

Aguarde!

Rssss

há 1 ano

Tipo sem classe, sem vergonha, sem educação, sem competência.

#lulasempre

há 2 anos

É isso aí Bolsonaro.

Trair todos os que sempre te apoiaram, pra afagar todos os seus inimigos.

Perfeito.