



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
CENTRO DE HUMANIDADES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA

MARIA CLARA RIBEIRO MARTINS

**PLATAFORMAS DIGITAIS E DISPUTAS POLÍTICAS: DA ASCENSÃO DA
EXTREMA DIREITA AO ENFRENTAMENTO PROPOSTO PELA ESQUERDA
BRASILEIRA**

FORTALEZA
2026

MARIA CLARA RIBEIRO MARTINS

PLATAFORMAS DIGITAIS E DISPUTAS POLÍTICAS: DA ASCENSÃO DA
EXTREMA DIREITA AO ENFRENTAMENTO PROPOSTO PELA ESQUERDA
BRASILEIRA

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal do Ceará (UFC), como requisito parcial à obtenção do título de Doutora em Sociologia. Área de concentração: Cultura, política e conflitos sociais.

Orientadora: Profa. Dra. Danyelle Nilin Gonçalves.

FORTALEZA

2026

MARIA CLARA RIBEIRO MARTINS

PLATAFORMAS DIGITAIS E DISPUTAS POLÍTICAS: DA ASCENSÃO DA
EXTREMA-DIREITA AO ENFRENTAMENTO PROPOSTO PELA ESQUERDA
BRASILEIRA

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal do Ceará (UFC), como requisito parcial à obtenção do título de doutora em Sociologia. Área de concentração: Cultura, política e conflitos sociais.

Aprovada em 24/04/2026.

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Danyelle Nilin Gonçalves (Orientadora)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Dr. Fabio Gentile
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Profa. Dra. Monalisa Soares Lopes
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Profa. Dra. Gabriella Maria Lima Bezerra
Universidade Estadual Vale do Acaraú (UVA)

Prof. Dr. Pedro Jorge Chaves Mourão
Universidade Estadual de Tocantins (UNITINS)

Entendi, como escreve Valter Hugo Mãe, que meus avós eram como todas as coisas mais belas do mundo reunidas e que fazer-lhes justiça era acreditar que, um dia, alguém reconheceria a influência deles em mim. Essa influência, que em mim permanece e me atravessa, hoje se materializa nesta tese, que dedico, com saudade e gratidão, à minha avó Cleia (*in memoriam*) e ao meu avô Bessa (*in memoriam*).

AGRADECIMENTOS

Aos meus avós, Cleia e Bessa (*in memoriam*), que, desde minha alfabetização, me chamavam de doutora. Foram eles que me ensinaram o valor da educação e a importância de trilhar um caminho que pudesse me garantir uma vida digna. Sem esse incentivo, eu jamais teria chegado aonde cheguei. Gostaria profundamente que estivessem aqui para acompanhar, vivenciar e celebrar este momento comigo.

Ao meu pai, Francisco (*in memoriam*), que me possibilitou trilhar meu próprio caminho com um suporte imensurável e que hoje percebo como uma grande demonstração de amor.

À minha tia e madrinha, Antonilda, por todo cuidado e apoio ao me proporcionar cursar a educação básica em instituições que contribuíram para que eu me tornasse a primeira da nossa família a ingressar no ensino superior público.

Ao meu companheiro, Jack Vanier, que esteve comigo desde o início da minha trajetória acadêmica. Foi quem me levou para realizar minha matrícula no curso de graduação em Ciências Sociais, de onde saí toda suja de tinta; quem esteve ao meu lado durante a finalização da dissertação em meio ao isolamento social da pandemia; e quem ouviu, mesmo sem compreender plenamente, minhas falas sobre pesquisas que, por vezes, ele até duvidava da existência. Obrigada por caminhar ao meu lado durante todos esses anos.

À minha orientadora, Danyelle, sempre presente ao longo desses quase 8 anos de orientação que me trouxeram até aqui. “Uma página de cada vez”, ela me disse durante um período de extrema angústia que eu passava no mestrado. Talvez ela não lembre, mas esse conselho serviu como um aprendizado que me guiou na construção, passo a passo, folha por folha, da minha dissertação e desta tese. Com ela, aprendi que o labor científico não tem a ver apenas com inteligência, mas também com organização, paciência, disciplina e comprometimento. Muito obrigada, Dany, não poderia ter tido melhor companhia nesse percurso.

À minha irmã, Clarice, a quem amo profundamente e que é, sem dúvidas, um dos motores que impulsionam minhas conquistas.

A todo o resto da minha família, minha mãe, Nilza, minha tia, Elenilda, e meus primos, Marina, Davy, Gabriel e Adail. Amo vocês.

À Débora, que esteve ao meu lado durante toda a graduação, acompanhando meus altos e baixos e contribuindo em demasia para que eu pudesse trilhar a trajetória que percorro hoje. Uma amiga com quem compartilhei tardes de estudo nas bibliotecas, refeições no restaurante universitário, risos nos bosques da universidade e lágrimas nos mais diversos cantos da UFC. Alguém de quem me aproximei enormemente nos meus primeiros 4 anos no departamento e levarei com carinho por toda a vida.

Ao meu amigo Jonael (*in memoriam*), por todas as risadas, conversas, escuta e incentivo. Sua presença marcou profundamente meu percurso no mestrado e permanece viva em mim. Sinto sua falta.

Às minhas amigas do mestrado, Charlene, Tereza, Lorena e Andrea, por toda presença e apoio ao longo de um percurso tão desafiador. Nossas tardes na Lamarca e noites no Paraíba tornaram esse caminho mais leve.

Ao meu amigo Pedro, que é parte da minha vida há quase 15 anos. Talvez ele não imagine o quanto contribuiu para a conclusão da minha dissertação, desde a noite em que me convidou para estudar na Biblioteca do Centro de Humanidades. Aquela rotina de estudos compartilhada foi essencial para que eu não desistisse. Muito obrigada pelo companheirismo no mundo acadêmico e na vida.

Aos meus amigos de longa data, Sarah, Flávia, Amanda Galvão, Amanda Oliveira, Wilton, Bia, Monaliza, e Cícero, que mesmo não tão próximos da minha trajetória acadêmica sempre me incentivaram e comemoraram minhas conquistas como se fossem suas.

Ao professor Valmir Lopes, que me concedeu bolsas de monitoria durante a graduação e me ofereceu suporte material em um dos períodos mais difíceis da minha vida. Ceder sua sala para que eu conseguisse escrever minha monografia, logo após meu notebook ter sido roubado, foi um gesto que guardo com profundo carinho.

À banca examinadora, composta pelas professoras Dra. Gabriella Maria Lima Bezerra, Dra. Monalisa Soares Lopes, Dr. Fabio Gentile, Dr. Pedro Jorge Chaves Mourão. Agradeço pela leitura atenta, pela disponibilidade e pelas valiosas contribuições que certamente enriquecerão este trabalho.

Ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia e ao Departamento de Ciências Sociais da Universidade Federal do Ceará, onde construí toda minha formação superior e onde foi minha morada ao longo desses mais de 12 anos entre graduação, mestrado e doutorado.

Ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPQ), que me concedeu uma bolsa de estudos durante 48 meses de doutorado, e à Fundação Cearense de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico (FUNCAP), que me concedeu uma bolsa de 24 meses durante o mestrado, possibilitando minha dedicação integral à realização das pesquisas.

Ao presidente Lula, pelas políticas públicas sociais e de fomento à educação e à ciência, tão importantes na minha vida e fundamentais para o desenvolvimento dos pesquisadores no Brasil.

RESUMO

A presente tese investiga as disputas políticas que ocorrem nas plataformas digitais no contexto brasileiro contemporâneo, tendo como foco a consolidação da extrema-direita nesses espaços e as estratégias de enfrentamento desenvolvidas pela esquerda. O estudo propõe analisar as plataformas digitais não apenas como meios de comunicação, mas como produtos da economia capitalista e como instrumentos que expressam os interesses privados de seus proprietários, cujas orientações econômicas e políticas se materializam na estrutura e no funcionamento algorítmico. Com o recorte temporal voltado principalmente ao período eleitoral de 2022, a pesquisa toma a plataforma X (ex-Twitter) como campo principal de observação, analisando Luiz Inácio Lula da Silva e Jair Bolsonaro enquanto agentes privilegiados da disputa política que ocorre nesse espaço. Metodologicamente, a investigação baseia-se na constituição de um acervo de dados extraídos da plataforma, combinada à análise do conteúdo composto por publicações, interações e narrativas, interpretadas a partir de uma perspectiva interdisciplinar. Argumenta-se que as orientações econômicas e políticas das plataformas digitais favorecem determinadas formas de atuação política, especialmente o *modus operandi* da extrema-direita, que utiliza os recursos digitais como mecanismos de mobilização e coesão de sua base eleitoral, evidenciando uma assimetria estrutural nesses espaços. Diante desse cenário, e buscando reverter as perdas decorrentes da derrota eleitoral de 2018, a esquerda brasileira promove uma reestruturação política no pleito de 2022 por meio: 1) de um enfrentamento marcado pela profissionalização no uso das mídias; 2) da mobilização de um aparato jurídico voltado à neutralização de estratégias adversárias; 3) da organização de uma rede de apoio digital capaz de disputar narrativas na chamada “guerrilha digital”; e 4) do fenômeno denominado janonismo cultural. Por fim, é evidenciado que as disputas políticas nas plataformas digitais não se restringem aos períodos eleitorais, configurando um campo permanente de conflito passível de mudanças, as quais evidenciam seu caráter dinâmico.

Palavras-chave: plataformas digitais; disputas políticas; extrema-direita; esquerda brasileira.

ABSTRACT

This thesis investigates the political disputes that occur on digital platforms in the contemporary Brazilian context, focusing on the consolidation of the far-right in these spaces and the strategies of confrontation developed by the left. The study aims to analyze digital platforms not only as means of communication, but as products of the capitalist economy and as instruments that express the private interests of their owners, whose economic and political orientations materialize in the algorithmic structure and functioning. With a time frame focused primarily on the 2022 election period, the research takes platform X (formerly Twitter) as its main field of observation, analyzing Luiz Inácio Lula da Silva and Jair Bolsonaro as privileged agents in the political dispute that takes place in this space. Methodologically, the investigation is based on the constitution of a collection of data extracted from the platform, combined with the analysis of the content composed of publications, interactions, and narratives, interpreted from an interdisciplinary perspective. It is argued that the economic and political orientations of digital platforms favor certain forms of political action, especially the modus operandi of the far-right, which uses digital resources as mechanisms for mobilizing and uniting its electoral base, highlighting a structural asymmetry in these spaces. Given this scenario, and seeking to reverse the losses resulting from the 2018 electoral defeat, the Brazilian left is promoting a political restructuring in the 2022 election, through: 1) a confrontation marked by professionalization in the use of media; 2) the mobilization of a legal apparatus aimed at neutralizing opposing strategies; 3) the organization of a digital support network capable of contesting narratives in the so-called "digital guerrilla warfare"; and 4) the phenomenon known as cultural Janonism. Finally, it is evident that political disputes on digital platforms are not limited to election periods, constituting a permanent field of conflict and subject to changes that highlight its dynamic nature.

Keywords: digital platforms; political disputes; far right; Brazilian left.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Grafo que evidencia os principais atores que atuaram na plataforma X durante o debate eleitoral do dia 28/10	39
Figura 2 – Primeiro exemplo de conteúdo político formal e institucional	44
Figura 3 – Segundo exemplo de conteúdo político formal e institucional	45
Figura 4 – Terceiro exemplo de conteúdo formal e institucional	45
Figura 5 – Exemplo de conteúdo político informal	46
Figura 6 – Segundo exemplo de conteúdo político informal	47
Figura 7 – Terceiro exemplo de conteúdo político informal	47
Figura 8 – Exemplo de ator informal e conteúdo formal	48
Figura 9 – Exemplo de conteúdo livre	49
Figura 10 – Segundo exemplo de conteúdo livre	49
Figura 11 – Terceiro exemplo de conteúdo livre	50
Figura 12 – Exemplo de conteúdo político formal ligado à narrativa propositiva.....	52
Figura 13 – Segundo exemplo de conteúdo político formal ligado à narrativa propositiva	53
Figura 14 – Exemplo de conteúdo político livre ligado à narrativa de diferenciação	54
Figura 15 – Segundo exemplo de conteúdo político formal ligado à narrativa de diferenciação	55
Figura 16 – Exemplo de conteúdo político livre ligado à narrativa negativa	56
Figura 17 – Segundo exemplo de conteúdo político livre ligado à narrativa negativa	57
Figura 18 – Gráfico sobre a capacidade dos adultos em identificarem a veracidade de notícias online	88
Figura 19 – Elon Musk responde a publicação que associa Moraes à morte de Teori Zavascki	102
Figura 20 – Print da página principal do Google	104
Figura 21 – Flyer da Marcha da Corrupção que ocorreu em 2012, em Fortaleza	110
Figura 22 – Meme para a página Unidos Contra a Corrupção	111
Figura 23 – Bolsonaro hospitalizado	128
Figura 24 – Bolsonaro comendo pão	129

Figura 25 – Deputado Marcel Van Hattem se posiciona contra a PL 2630 na plataforma X	138
Figura 26 – Deputado cassado Deltan Dallagnol se posiciona contra a PL 2630 na plataforma X	139
Figuras 27 – Influenciador Joaquim Teixeira se posiciona contra a PL 2630 na plataforma X	140
Figuras 28 – Influenciador Leandro Ruschel se posiciona contra a PL 2630 na plataforma X	141
Figura 29 – Exemplo de pessoas comum se posicionando contra a PL 2630 na plataforma X	141
Figura 30 – Segundo exemplo de pessoa comum se posicionando contra a PL 2630 na plataforma X	142
Figura 31 – Memes do presidente Lula	149
Figura 32 – Memes de Jair Bolsonaro	150
Figura 33 – Exemplo de memes envolvendo taxas e o ministro da Fazenda Fernando Haddad	151
Figura 34 – Memes envolvendo taxas e o ministro da Fazenda Fernando Haddad	151
Figura 35 – Lula e Janja em uma praia no Ceará	153
Figura 36 – Foto do QG contra as fake News na campanha de Lula em 2022 ...	158
Figura 37 – Bolsonaro associa Lula e Partido dos Trabalhadores ao grupo criminoso PCC	159
Figura 38 – Imagem verdadeira e imagem manipulada de Manuela D’Ávila	175
Figura 39 – Lula ao lado de satanás e Bolsonaro ao lado de Jesus	180
Figura 40 – Memes que circularam associando Bolsonaro ao satanás	181

LISTA DE ABREVISTURAS E SIGLAS

AVANTE	Avante
ARS	Análise de Redes Sociais
CGU	Controladoria-Geral da União
DEM	Democratas
ICL	Instituto Conhecimento Liberta
MBL	Movimento Brasil Livre
MST	Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra
MTST	Movimento dos Trabalhadores Sem Teto
PAC	Programa de Aceleração do Crescimento
PCC	Primeiro Comando da Capital
PDT	Partido Democrático Trabalhista
PL	Partido Liberal
PL	Projeto de Lei
PROS	Partido Republicano da Ordem Social
PSL	Partido Social Liberal
PSOL	Partido Socialismo e Liberdade
PSD	Partido Social Democrático
PT	Partido dos Trabalhadores
TRE	Tribunal Regional Eleitoral
TSE	Tribunal Superior Eleitoral
UCC	Unidos Contra a Corrupção
UNIÃO	União Brasil
STF	Supremo Tribunal Federal

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	16
1.1	O ponto de partida da pesquisa	16
1.2	Objeto de estudo e problema de pesquisa	22
1.3	Estrutura da tese e organização dos capítulos	25
2	O PERCURSO METODOLÓGICO	27
2.1	Jair Bolsonaro e Lula como agentes privilegiados no processo da observação sociológica	27
2.2	Recorte temporal e contexto político da pesquisa	30
2.3	A constituição do digital como campo de pesquisa	31
2.4	A plataforma X como principal campo de estudo e observação	33
2.5	Desafios metodológicos da pesquisa em ambientes digitais	35
2.6	Constituição e sistematização do acervo de dados	38
2.7	Análise do conteúdo coletado	43
3	PLATAFORMAS DIGITAIS E POLÍTICA	60
3.1	Plataformas digitais: definições e características	61
3.2	Estrutura e funcionalidade das plataformas digitais	64
3.3	Plataformas digitais no contexto capitalista contemporâneo	75
3.4	Plataformas digitais como promessas democráticas	78
3.5	Plataformas digitais como estruturas de risco	82
3.6	Regulação das plataformas digitais: posicionamentos do legislativo e judiciário brasileiro	91
3.7	Plataformas digitais, soberania e disputas políticas no Brasil	101
4	ENGAJAMENTO E PODER: A CONSOLIDAÇÃO DIGITAL DA EXTREMA-DIREITA	107
4.1	Plataformas digitais como ambientes de mobilização social	108
4.2	Plataformas digitais como instrumentos de coesão social	115
4.3	Assédio e violência política nas plataformas digitais	118
4.4	A reação da esquerda frente à consolidação da extrema-direita nos espaços digitais	120
5	A ESQUERDA BRASILEIRA E AS PLATAFORMAS DIGITAIS	125
5.1	Os limites da reprodução das práticas da extrema-direita no campo digital	127

5.2	Lula, o PT e as esquerdas: dilemas e dificuldades na disputa digital	134
6	O ENFRENTAMENTO DA ESQUERDA À HEGEMONIA BOLSONARISTA NAS PLATAFORMAS DIGITAIS	156
6.1	O enfrentamento jurídico-institucional	157
6.2	O enfrentamento discursivo	160
6.3	Guerrilha digital	167
6.3.1	<i>Janonismo Cultural como fenômeno político-digital</i>	<i>176</i>
6.3.2	<i>André Janones e a reorganização da campanha digital de Lula</i>	<i>185</i>
6.3.3	<i>Dinâmica e funcionamento do Janonismo Cultural</i>	<i>189</i>
6.4	Disputas políticas nas plataformas digitais para além do período eleitoral	192
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS	197
	REFERÊNCIAS	203

1 INTRODUÇÃO

1.1 O ponto de partida da pesquisa

Era a noite do dia 7 de outubro de 2018, quando a imprensa divulgou a lista dos deputados eleitos pelo estado do Ceará. À época, eu cursava o mestrado e realizava uma pesquisa que envolvia parlamentares cearenses; por esse motivo, poucos meses antes, havia feito um levantamento das votações nas eleições anteriores.

Enquanto abria a listagem, de certa forma, eu esperava encontrar nomes já familiares na política do estado, presentes também nas eleições anteriores. No entanto, fui surpreendida com a informação de que André Fernandes (PSL)¹ havia sido o deputado estadual mais votado para a Assembleia Legislativa. Até então, eu pouco havia ouvido falar sobre ele. Quem é esse? Como conseguiu esse feito?

A primeira pergunta foi facilmente respondida através de uma breve pesquisa no Google. Em poucos minutos, havia uma biografia de tal homem em minha tela: evangélico, filho de pastor, com 20 anos e apoiador de Jair Bolsonaro. Entre os vários resultados que apareceram, um em especial me chamou atenção: o canal² do deputado na plataforma YouTube. André Fernandes tinha como *hobby* fazer vídeos de cunho humorístico, que eram replicados pelos seguidores e atingiam milhares de pessoas em outros canais, como Facebook, Instagram e WhatsApp.

Um dos vídeos mais populares até então, em que o deputado ensina aos espectadores como depilar áreas íntimas do corpo, continua sendo replicado pelos opositores como forma de desqualificar sua figura. Este, por sua vez, parece já não se orgulhar tanto do trabalho que outrora lhe conferiu notoriedade, uma vez que a referida publicação e outras semelhantes foram excluídas do canal. Os vídeos de caráter humorístico, feitos de forma amadora e sem muita estrutura, foram, aos poucos, substituídos por conteúdos ligados ao cenário político brasileiro.

Fernandes passara a tecer críticas, geralmente feitas de maneira belicosa, que visavam delimitar inimigos a serem superados em seu discurso: o comunismo; a

¹À época, André Fernandes integrava o partido político PSL. Atualmente, ele integra o PL.

²Canal é o nome dado à “conta” do usuário no YouTube. Através dele, é possível publicar vídeos na plataforma e interagir com o conteúdo de outros usuários, comentando ou curtindo suas publicações. Mesmo sem possuir um canal, é possível visualizar os vídeos disponíveis; no entanto, apenas usuários com conta cadastrada podem comentar, curtir, publicar e estabelecer outras formas de interação nesse ambiente.

esquerda, de forma generalizada, mas com ênfase no Partido dos Trabalhadores (PT), sobretudo na figura do presidente Lula e da ex-presidenta Dilma; o feminismo; o politicamente correto, qualificado como “mimimi”; a corrupção; e a “ideologia de gênero”. Esses são apenas alguns exemplos do “monstro” que, segundo os vídeos postados pelo deputado, deveria ser extinto.

À medida que tal conteúdo foi se modificando, perdendo o caráter humorístico e passando a assumir um tom mais sério (ainda que continuasse inteligível ao povo), o público que o acompanhava foi se tornando mais coeso: pessoas que se identificam com pautas conservadoras e que, no geral, apoiam o ex-presidente Jair Bolsonaro.

Uma vez que passou a se reconhecer, e a ser reconhecido, como um seguidor fiel do ex-presidente, mesmo nos momentos de baixa popularidade, como durante a pandemia³, o conteúdo de André passou a circular amplamente entre os bolsonaristas, ganhando notoriedade, inclusive, fora do Ceará. O capital político de Fernandes se ampliou de tal forma no decorrer dos 4 anos de governo Bolsonaro que, em 2022, ele foi eleito como o deputado federal mais votado da bancada cearense, com 229.509 votos⁴, de acordo com o Tribunal Regional Eleitoral (TRE).

Em 2024, André Fernandes se candidatou à Prefeitura de Fortaleza. Chegou ao segundo turno e, por pouco mais de dez mil votos, foi derrotado pelo então prefeito Evandro Leitão, do PT. Ainda assim, consolidou-se como figura política de grande relevância na capital cearense.

Atualmente, os vídeos produzidos por Fernandes para as plataformas digitais continuam sendo amplamente replicados pelos usuários, mas apresentam um formato mais profissionalizado, com edições e qualidade de imagem mais elaboradas. Apesar das mudanças, algo permanece semelhante ao início: esse conteúdo segue sendo uma de suas estratégias principais, ainda que não a única⁵, para impulsionar seu capital social e político.

Um dos vídeos responsáveis por alavancar sua campanha no primeiro turno das eleições de Fortaleza viralizou e alcançou milhões de pessoas, inclusive

³Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2021-11-29/aprovacao-a-bolsonaro-cai-para-29-nivel-mais-baixo-desde-o-inicio-do-governo.html>. Acesso em: 5 jun. 2023.

⁴ Disponível em: <https://g1.globo.com/ce/ceara/eleicoes/2022/noticia/2022/10/03/veja-quem-e-andre-fernandes-o-mais-votado-para-deputado-federal-no-ceara-em-2022.ghtml>. Acesso em: 5 mai. 2023.

⁵Filho de pastor, André Fernandes possui grande apoio entre os evangélicos do Ceará. Em 2022, quando foi eleito deputado federal, o pai Alcides Fernandes (PL) também foi eleito, porém para o cargo de deputado estadual.

fora do estado. Fernandes se constituiu, assim, como um dos candidatos mais populares em termos digitais nesse pleito, o que ajuda a explicar o alto investimento em publicidade nas plataformas. Entre outras estratégias, como as articulações em igrejas, o sucesso digital do candidato sem dúvidas reverberou nas urnas.

Esse caso serve para ilustrar que, hoje, as mídias sociais são capazes de incidir diretamente sobre o cenário eleitoral, inclusive como forma de expandir o capital social e político responsável por estabelecer uma base de votos. Um levantamento realizado pelo Instituto DataSenado e divulgado pela Agência Senado, em 2019, revela que “entre os participantes da pesquisa, 45% afirmaram ter decidido o voto em período de eleições levando em consideração informações vistas em alguma rede social” (Senado Federal, 2019). Dessa maneira, é possível perceber que a estratégia adotada por André Fernandes não é uma exceção, mas se insere em uma dinâmica mais ampla de transformação das disputas políticas contemporâneas.

Essa tendência tem sido acompanhada pelos candidatos, que investem cada vez mais em publicidade nas plataformas digitais: no ano de 2020, Sarto Nogueira (PDT) e Capitão Wagner (PROS)⁶, que concorreram à prefeitura de Fortaleza, lideraram os gastos com publicidade nesses ambientes em todo o Brasil, somando, juntos, R\$ 609.000 no primeiro mês de campanha⁷. Em 2024, as campanhas eleitorais da capital cearense novamente chamaram atenção, pois Evandro Leitão (PT), José Sarto (PDT) e Capitão Wagner (UNIÃO) somaram, antes do primeiro turno, mais de R\$3,6 milhões de reais em impulsionamento na empresa Meta, que envolve Facebook, Instagram e Whatsapp⁸.

Nota-se, a partir desses números, um crescimento significativo no investimento em propagandas nos ambientes digitais. Nas eleições federais, esse movimento também se evidencia: em 2022, por exemplo, os gastos com impulsionamento nessas plataformas chegaram a R\$147.000.000 apenas no primeiro turno⁹.

⁶À época da eleição de 2020, Capitão Wagner integrava o partido político PROS. Atualmente, é filiado ao União Brasil (UNIÃO).

⁷Informações obtidas no portal de notícias UOL. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/colunas/observatorio-das-eleicoes/2020/10/19/quais-candidatos-lideram-nos-gastos-em-redes-sociais.htm>. Acesso em: 10 nov. 2020

⁸A Reportagem completa pode ser encontrada no portal do jornal *O Povo*. Disponível em: <https://www.opovo.com.br/noticias/politica/eleicoes/2024/09/13/campanha-em-fortaleza-e-a-campeonato-nacional-de-gastos-com-impulsionamento-nas-redes-sociais.html>. Acesso em: 17 set 2024.

⁹Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/candidatos-gastaram-mais-de-147-milhoes-em-impulsionamento-na-internet/>. Acesso em: 5 jun. 2023.

O aumento no investimento em propaganda nos espaços digitais está relacionado ao contexto atual, em que grande parte dos brasileiros passa horas utilizando essas plataformas¹⁰. Estas se tornaram meios pelos quais os eleitores se informam, conhecem os candidatos, escolhem seus representantes e fomentam o debate político. Com isso, passaram a se configurar também como ambientes de disputa política, nos quais os candidatos adotam estratégias específicas para chamar a atenção do eleitor e, conseqüentemente, angariar votos.

Algumas dessas estratégias puderam ser observadas nos últimos pleitos, quando foram eleitos, através de votações expressivas, indivíduos que possuem grande relevância¹¹ em plataformas digitais. Kim Kataguirí, deputado federal eleito pelo Partido Democratas (DEM)¹² em 2018, ganhou notoriedade nacional em meados de 2013 após publicar vídeos em ambientes digitais contra o governo de Dilma Rousseff (PT). Pouco tempo depois, fundou o Movimento Brasil Livre (MBL), junto com outros membros que deram continuidade ao trabalho de produção e circulação de conteúdos políticos nas plataformas digitais. Em 2020, três dos principais coordenadores da linha de frente desse movimento ocupavam cadeiras legislativas a nível municipal, estadual e federal pelo estado de São Paulo, tendo sido eleitos com votações expressivas¹³.

Esse é um dos caminhos que explicam como o Movimento Brasil Livre (MBL), o Vem Pra Rua e os Revoltados Online passaram a ocupar, pela primeira vez, um lugar tradicionalmente dominado por partidos políticos, sindicatos, igrejas e outras formas clássicas de mobilização popular, “fazendo uma inédita articulação entre os ambientes digitais e as ruas, em ligação direta, sem mediação das instituições tradicionais e das formas convencionais de convocação, conscientização e aglomeração (assembleias, discursos, palanques e púlpitos).” (Gomes, 2020, p. 59) Como Fisher (2023, p. 354) aponta, “era como se uma grande maré subisse e alçasse

¹⁰De maneira mais detalhada, uma pesquisa divulgada pelo portal Agência Brasil discorre sobre o uso das redes sociais pelos brasileiros. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2020-05/brasil-tem-134-milhoes-de-usuarios-de-internet-aponta-pesquisa>. Acesso em: 1 dez. 2020.

¹¹Atribuo essa relevância ao número de “seguidores” nas plataformas digitais e à capacidade desses atores de gerar engajamento nas publicações realizadas.

¹²Atualmente, Kim Kataguirí integra o partido União Brasil. A mudança ocorreu em 2022.

¹³Kim Kataguirí (DEM) foi eleito deputado federal em 2018 com 458.243 votos; Arthur do Val (DEM) foi eleito deputado estadual com 478.280 votos; e Fernando Holliday (DEM), foi reeleito vereador, em 2020, com 67.715 votos. Todos representam o Estado de São Paulo e obtiveram a 4ª, 2ª e 5ª votações mais expressivas dos pleitos que disputaram, respectivamente. Hoje, em 2023, Fernando Holliday não integra mais o movimento, e Arthur do Val teve seu mandato cassado. Em 2022, Kim Kataguirí conseguiu se reeleger.

um recorte bem específico da direita marginal – os youtubers – aos altos níveis de poder”.

O que esses exemplos têm em comum? Tanto André Fernandes como os integrantes do MBL eram candidatos sem trajetória em movimentos sociais tradicionais¹⁴, sem familiares que ocupavam cargos políticos e sem um capital econômico relevante. Diferentemente da maior parte dos que ocupam os espaços institucionais da política, suas campanhas ganharam voz no debate público através das mídias digitais e, em seguida, eles constituíram capitais sociais¹⁵ e políticos tão amplos que foram eleitos, em sua maioria, no primeiro pleito que disputaram¹⁶.

Tais indivíduos identificaram nas plataformas digitais um ambiente fértil para a disputa política, direcionando energia significativa para alimentar o debate público no campo digital e, paralelamente, realizar um esforço de convencimento político dos eleitores.

Escolhi iniciar o texto trazendo exemplos de parlamentares vinculados à direita brasileira, que têm em comum principalmente as manifestações contra o governo de Dilma Rousseff, por entender que esse é um ponto de partida fundamental para compreender as disputas que hoje ocorrem nas plataformas digitais; afinal, inúmeras pesquisas que medem influência¹⁷ nas mídias digitais demonstraram uma hegemonia desse espectro político principalmente nos três primeiros anos de mandato de Jair Bolsonaro.

Como Empoli (2022) demonstra, falamos aqui de um fenômeno global: a hegemonia da extrema direita nas plataformas digitais. A eleição de 2018, em que Fernando Haddad e o PT foram derrotados nas urnas, levantou uma série de

¹⁴Gonçalves (2012) menciona que era principalmente a partir do movimento estudantil que muitos indivíduos ingressavam em partidos políticos e movimentos sindicais para, posteriormente, disputar cargos eletivos.

¹⁵Pierre Bourdieu define o capital social como: “[...] o conjunto de recursos atuais ou potenciais que estão ligados à posse de uma rede durável de relações mais ou menos institucionalizadas de interconhecimento e de inter-reconhecimento ou, em outros termos, à vinculação a um grupo, como conjunto de agentes que não somente são dotados de propriedades comuns (passíveis de serem percebidas pelo observador, pelos outros ou por eles mesmos), mas também são unidos por ligações permanentes e úteis.” (Bourdieu, 2015, p. 75)

¹⁶Na história brasileira, inúmeros indivíduos com influência social já se candidataram e ocuparam cargos políticos, como o jogador Romário, o humorista Tiririca e o ex-BBB Jean Wyllys. Ao ganhar notoriedade pública por meio do futebol, do humor, do entretenimento, e, de maneira geral, da aparição na televisão, esses indivíduos acumularam capital político suficiente para conquistar mandatos. Ou seja, trata-se de um fenômeno anterior ao uso das plataformas digitais. Contudo, o que se apresenta como elemento recente é a incorporação de novas plataformas de divulgação e a adoção de estratégias fundamentadas em uma linguagem própria da internet.

¹⁷Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/12/bolsonaro-lidera-com-folga-popularidade-digital-em-2020-seguido-por-huck-e-lula-doria-e-8o.shtml>. Acesso em: 5 jun. 2023.

indagações sobre como esses ambientes estavam desocupados ou sendo utilizados desorganizadamente pela esquerda. Dessa forma, a presente pesquisa tem como ponto de partida o uso das plataformas digitais pela direita brasileira, ainda que não se restrinja a essa questão, que funciona aqui gancho para se pensar o enfrentamento que tem sido realizado pela esquerda brasileira frente a esse fenômeno.

É crescente a ideia de que a esquerda deve repensar a forma como está utilizando tais espaços e reivindicar seu uso, embora alguns de seus integrantes apresentem ressalvas quanto às formas de comunicação política que devem ser adotadas nesse campo¹⁸. No entanto, apesar do domínio exercido principalmente por setores bolsonaristas, o uso das mídias digitais não está restrito a pessoas da extrema-direita. Pelo contrário, nota-se crescente diversificação dos atores que utilizam essas plataformas para fins políticos, como ilustra o caso da deputada federal Erika Hilton (PSOL).

Passada a experiência de 2018, e pelo menos desde as eleições de 2020, tornou-se evidente que a utilização das plataformas digitais como espaços férteis para a aplicação de estratégias eleitorais não se restringe mais a indivíduos com pouca ou nenhuma experiência na política institucional, como André Fernandes ou Kim Kataguirí, nem tampouco a um único espectro ideológico.

Diversos parlamentares da esquerda passaram a ocupar tais espaços, inclusive reformulando o conteúdo vinculado nas plataformas e utilizando-as como ferramenta primordial para campanha, como foi observado na campanha de Guilherme Boulos em 2020. Esses ambientes passaram a ser ocupados também por representantes tradicionais, que vêm incorporando o uso das plataformas digitais. Um exemplo disso é Eduardo Suplicy (PT), que, mesmo com mais de 40 anos de trajetória política e uma base eleitoral consolidada, utilizou intensamente as plataformas digitais nas últimas eleições, em 2022.

O mesmo ocorreu com o senador Omar Aziz (PSD), que, durante a Comissão Parlamentar de Inquérito, conhecida como CPI da Covid, utilizou a plataforma X para interagir com os usuários. À época, suas redes eram

¹⁸Após o deputado André Janones (AVANTE) realizar uma série de críticas à forma como a comunicação do governo Lula vinha sendo conduzida, o ministro Paulo Pimenta (PT) respondeu afirmando que a comunicação institucional não poderia ser “ambiente de lacração”. O episódio foi noticiado pelo portal UOL. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2023/06/02/paulo-pimenta-rebate-janones-sobre-comunicacao-secom-nao-e-lacracao.htm>. Acesso em: 5 jun. 2023.

constantemente atualizadas e geravam grande engajamento. O que os diferencia desses casos dos anteriores é que Suplicy e Omar já possuíam uma base eleitoral consolidada, não dependendo predominantemente da chamada e-campanha.

O caso de André Fernandes, portanto, não deve ser compreendido como um fenômeno isolado, mas como expressão de transformações mais amplas nas formas de disputa política contemporânea. A ascensão de atores políticos a partir de estratégias desenvolvidas nas plataformas digitais evidencia não apenas uma mudança nos meios de comunicação política, mas também nas condições estruturais que organizam essas disputas. Nesse sentido, as plataformas digitais passam a operar não como espaços neutros de interação, mas como ambientes moldados por lógicas econômicas e técnicas específicas, que incidem diretamente sobre a visibilidade, a circulação de conteúdos e, conseqüentemente, sobre as possibilidades de ação política dos diferentes grupos, aspecto aprofundado no capítulo 3.

1.2 Objeto de estudo e problema de pesquisa

Como foi dito anteriormente, as práticas políticas realizadas nas plataformas digitais pela extrema direita brasileira constituem o ponto de partida desta pesquisa. Para entender como a esquerda está enfrentando o bolsonarismo nas redes, é necessário, antes, compreender o que é esse bolsonarismo e como tem sido sua atuação ao longo, principalmente, da última década.

Foi por esse motivo a escolha de iniciar o texto trazendo o caso de André Fernandes. Foi a partir dele que ampliei minha visão sobre as disputas políticas que ocorriam nas plataformas digitais e percebi o quão forte a direita brasileira estava nesses espaços. A partir disso, que pude formular as perguntas que movem esta pesquisa: qual o papel da estrutura das plataformas digitais na consolidação da extrema direita em tais espaços? Como essas plataformas digitais estão interferindo na dinâmica política contemporânea? Diante da hegemonia bolsonarista nesses ambientes, como a esquerda disputa esses espaços? Que tipo de enfrentamento tem sido proposto e realizado?

Para além dessas questões, esta tese sustenta que as plataformas digitais não operam como ambientes neutros de disputa política. Ao contrário, constituem-se como estruturas inseridas na lógica do capitalismo contemporâneo, cujas dinâmicas

produzem assimetrias nas disputas políticas, favorecendo determinados modos de atuação, em especial aqueles mobilizados pela extrema direita. Nesse cenário, o enfrentamento empreendido pela esquerda não ocorre em condições de igualdade, sendo atravessado por limites estruturais que condicionam suas estratégias e possibilidades de ação nesses espaços.

Assim, ao longo do texto, as ações da esquerda que serão analisadas não são compreendidas como meras respostas ao bolsonarismo, mas como parte de disputas políticas mais amplas que se estruturam nas plataformas digitais, as quais não podem ser isoladas do contexto político de que fazem parte.

Durante o percurso de construção do objeto de estudo, no início de 2022, iniciei a leitura da biografia de Lula escrita por Fernando Morais. Nela, uma passagem, logo no início, chamou minha atenção: ao narrar os momentos anteriores à prisão do presidente em 2018, o autor menciona o fato de Lula não possuir familiaridade com celulares, destacando que ele precisava de ajuda até mesmo para realizar chamadas telefônicas simples.

O contexto indicava Lula como o principal candidato não apenas do PT, mas de grande parte da esquerda brasileira para o pleito daquele ano. Paralelamente, figuras da direita continuavam se destacando nos *rankings* de popularidade digital, evidenciando a hegemonia bolsonarista nas redes e a necessidade de integração de Lula e do Partido dos Trabalhadores às plataformas digitais para uma disputa política mais efetiva nesses espaços. Nesse sentido, a questão que emergiu naquele momento se revelou central para os rumos da pesquisa: *como alguém que possui dificuldades para realizar uma simples ligação telefônica pode disputar politicamente as plataformas digitais?*

O ano de 2018 evidenciou o quanto uma imagem negativa da esquerda, em especial do Partido dos Trabalhadores (PT), alastrou-se pelas plataformas digitais. Em determinado momento, ao se pesquisar “PT”, “Lula” ou “Dilma” na X, Facebook ou Google, era possível encontrar, entre os principais resultados, uma série de imagens, reportagens e vídeos relacionados a escândalos de corrupção ou outros conteúdos de conotação negativa, inclusive algumas notícias falsas.

Assim, a derrota de Fernando Haddad foi, também, uma derrota da comunicação política petista realizada nos espaços das plataformas digitais que pareciam estar completamente dominados pela lógica comunicacional da campanha de Jair Bolsonaro e seus aliados.

Chego, aqui, numa bifurcação analítica sobre esse fenômeno. No primeiro caminho, é reconhecida a possibilidade de disputa nas plataformas digitais a partir da adoção de uma comunicação política mais eficaz, capaz de tensionar a hegemonia estabelecida pelo bolsonarismo. No segundo, entende-se que a força coercitiva da estrutura das plataformas e dos algoritmos é tão significativa que, por privilegiar o *modus operandi* da extrema direita, torna insustentável qualquer tipo de esforço de ruptura desse domínio. Ainda que reconheça a possibilidade de disputa nas plataformas digitais, esta pesquisa parte do pressuposto de que tais disputas são estruturalmente condicionadas pelas lógicas que organizam esses ambientes, o que implica reconhecer limites objetivos para o enfrentamento político realizado nesses espaços.

Diante desse cenário, a candidatura de Lula precisou rever algumas estratégias para evitar que, em 2022, fosse novamente atropelada pela máquina de comunicação digital bolsonarista. Nas plataformas digitais, Jair Bolsonaro continua com um número maior de seguidores e engajamento quando comparado a Lula, o que indica maior popularidade nesses ambientes. Embora esses números não sejam retratos fiéis da realidade, uma vez que não consideram outros fatores relevantes para a mensuração da popularidade política, eles ilustram as dificuldades enfrentadas pelo candidato petista no campo digital.

Portanto, a partir do que foi exposto, esta presente pesquisa se volta à compreensão das *disputas políticas que se desenvolvem nas plataformas digitais, com ênfase nos desafios da esquerda brasileira frente à hegemonia bolsonarista em tais espaços*.

Como Marques, Aquino e Miola (2014) evidenciam, em 2014 o Twitter de Dilma Rousseff era quase inexplorado. Isso ilustra bem a facilidade com que o bolsonarismo passou a ocupar tais plataformas, preenchendo um vazio existente – ou não plenamente apropriado por outros grupos políticos. Assim, quase sem antagonistas ou adversários, esses atores puderam desenvolver uma comunicação com regras e estratégias comunicacionais que hoje são amplamente incorporadas por aqueles que buscam atuar nesses espaços.

Ao contrário do cenário encontrado por Jair Bolsonaro, em 2022 Lula chega às plataformas digitais não apenas com esses ambientes ocupados, mas também estruturados por regras, estratégias e um *modus operandi* específico de atuação, que orienta como se deve agir e publicar.

Nesse sentido, enquanto político forjado na luta sindical e com uma base eleitoral significativa fora desses ambientes, Lula se vê diante da necessidade de redefinir sua atuação nesses ambientes, constituindo-se também como um ator político digital.

Ao entrar em contato com parte da literatura que tem sido produzida no Brasil, percebo que grande parte dela se volta à análise da direita, sobretudo à eleição de Jair Bolsonaro em 2018. De fato, esse resultado eleitoral surpreendeu parcela significativa da população, incluindo cientistas sociais e políticos que, até pouco tempo antes, não imaginavam a possibilidade de sua eleição à presidência da República. No entanto, com tantas atenções voltadas à direita, percebo uma lacuna: *onde a esquerda se encontra nesse cenário? Após a derrota no segundo turno de 2018, como se organizou digitalmente o maior partido de esquerda da América Latina, o Partido dos Trabalhadores (PT)?*

Dessa maneira, a presente pesquisa parte dessas indagações para compreender as disputas políticas que ocorrem nas plataformas digitais, considerando, de um lado, a consolidação da extrema-direita e, de outro, o esforço de enfrentamento que vem sendo empreendido pela esquerda, sobretudo a partir do período posterior à eleição de 2018.

1.3 Estrutura da tese e organização dos capítulos

Optei por escrever os capítulos de forma relativamente independente, ainda que, em sua ordenação, eles construam um contexto importante para o entendimento do objeto de estudo deste trabalho, assim como da tese aqui apresentada.

A presente introdução tem como objetivo ambientar o leitor na pesquisa realizada, apresentando o sucesso de André Fernandes nas plataformas digitais e, posteriormente, nas votações políticas, como um caso emblemático que me levou a refletir sobre como a extrema direita brasileira tem ganhado protagonismo nesses espaços, formulando uma das questões que orienta este trabalho: o que a esquerda tem feito frente a isso?

O capítulo de metodologia é dedicado à apresentação das principais escolhas que orientam esta pesquisa, tendo como foco a observação de Lula e Bolsonaro enquanto agentes centrais das disputas analisadas. Nele, também são discutidos o uso da plataforma X como principal espaço de observação, os desafios de se fazer pesquisa no ambiente digital, os métodos adotados, bem como os

procedimentos de construção, sistematização e análise do acervo de dados ao longo do período investigado.

Em seguida, apresento um capítulo voltado à discussão sobre plataformas digitais. Nele, são expostos alguns conceitos e funcionalidades básicas, bem como analisadas as formas pelas quais essas empresas têm interferido em processos e mobilizações políticas relevantes, tanto sob uma perspectiva que destaca o potencial de ampliação da participação no debate público quanto sob um viés crítico, que evidencia os efeitos negativos dessas dinâmicas para a democracia.

Nesse contexto, também discuto os esforços empreendidos pelas casas legislativas e pelo judiciário no que concerne à regulação das plataformas digitais no país, e, por fim, realizo uma breve análise sobre como a soberania política nacional tem sido impactada pela atuação dessas empresas. Esse capítulo cumpre, portanto, um papel central de contextualização para a tese, ao evidenciar que as disputas políticas nas plataformas digitais não ocorrem em ambientes neutros; ao contrário, sua estrutura tende a favorecer determinados atores e estratégias, colocando a esquerda, em muitos casos, em posição de desvantagem.

Tomando essa perspectiva como ponto de partida, no quarto capítulo discuto a ascensão da extrema direita nos espaços digitais, fenômeno que se intensifica na última década. Por fim, no último capítulo, analiso as disputas políticas nas eleições presidenciais de 2022, com ênfase no enfrentamento proposto e realizado pela esquerda brasileira, representada pelo Partido dos Trabalhadores, na plataforma X.

2 O PERCURSO METODOLÓGICO

O objeto de estudo desta tese são as disputas políticas que ocorrem nas plataformas digitais, tendo como objetivo principal compreender o processo de ascensão da extrema-direita e a atuação da esquerda brasileira frente à hegemonia bolsonarista em tais espaços. Para entender a temática, ao longo dos últimos quatro anos foi trilhado um percurso metodológico com a finalidade de elucidar os problemas de pesquisa apresentados na seção anterior. Dessa maneira, antes de adentrar uma discussão sociológica mais diretamente voltada às questões propostas, os tópicos a seguir apresentam o arcabouço metodológico que fundamenta o presente estudo.

2.1 Jair Bolsonaro e Lula como agentes privilegiados no processo da observação sociológica

Conforme foi mencionado, após a vitória de Jair Bolsonaro em 2018, muitos estudos no campo das ciências sociais emergiram para tentar elucidar esse fenômeno político brasileiro, a exemplo de Solano (2018), Nicolau (2020) e Nobre (2022). Esses trabalhos abrangem diferentes áreas de interesse, mas se destacam na discussão sobre a comunicação política realizada nas plataformas digitais. Isso se deve, em grande medida, à rápida ascensão política e ao alto grau de protagonismo que Jair Bolsonaro adquiriu nesses ambientes. Durante seu governo, por exemplo, diversos parlamentares considerados aliados do ex-presidente figuravam entre os atores mais influentes do país no campo digital.

Nesse sentido, a presente pesquisa toma como ponto de partida a atuação do bolsonarismo nas plataformas digitais, mobilizando, ao longo do texto, uma série de exemplos observados e coletados a partir da observação realizada na plataforma X. Apesar dessa predominância, atores da esquerda brasileira, que à época ocupavam a posição de oposição, também protagonizavam episódios nesses ambientes, evidenciando a existência de disputas políticas nas plataformas. Considerando que muitos trabalhos se dedicaram à compreensão da direita brasileira sob diferentes perspectivas, esta pesquisa também se propôs a compreender como a esquerda se posiciona frente a esse domínio digital.

Mas de que esquerda estamos falando? O Brasil, marcado por um intenso multipartidarismo¹⁹, é composto por muitos partidos que se identificam com esse campo político. Dessa forma, é importante demarcar que, nesta pesquisa, a esquerda é representada pelo Partido dos Trabalhadores (PT), mais especificamente pela liderança de Lula. Em 2018, ainda que estivesse preso, ele foi declarado candidato pelo partido para concorrer à eleição daquele ano. Apenas após o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) declará-lo inelegível, Fernando Haddad passou a encabeçar a chapa que disputou a presidência diretamente com Jair Bolsonaro, eleito naquele pleito. Posteriormente, com a anulação das condenações que fundamentavam sua inelegibilidade, Lula voltou a reunir condições legais para disputar a eleição de 2022, tornando-se o principal candidato²⁰ e sendo eleito presidente do Brasil no segundo turno.

Assim, além de analisar o processo de consolidação da direita bolsonarista, busco compreender o enfrentamento digital proposto pela esquerda nesses espaços, partindo das dinâmicas observadas no PT e na liderança de Lula, considerando o protagonismo de ambos no debate e na disputa política das últimas décadas. Além dos aspectos já mencionados, existem outros que justificam o recorte adotado por esta pesquisa:

1. A atuação bolsonarista nas plataformas digitais reconfigurou a forma como as campanhas eleitorais são feitas no Brasil. Com apenas 8 segundos de propaganda eleitoral na TV, em 2018, Bolsonaro conseguiu mobilizar ao seu redor uma rede comunicacional digital extremamente eficaz que contribuiu para sua vitória. Dessa maneira, quando trato de disputas políticas que ocorrem dentro das plataformas digitais, tomo como ponto de partida as estratégias adotadas pelo ex-presidente, por representarem significativamente as novas formas de fazer política no contexto digital.
2. Após a derrota de 2018 e o papel que as plataformas digitais desempenharam nesse processo, o Partido dos Trabalhadores precisou rever a comunicação política que tem sido feita nas redes sociais, com o intuito de também passar a ocupar tais espaços e encontrar mecanismos de

¹⁹Tarouco e Madeira (2018) realizam uma análise sobre os espectros da esquerda e da direita no sistema partidário brasileiro.

²⁰O termo “principal” é utilizado em referência à vantagem de Lula nas pesquisas eleitorais, nas quais figurava em primeiro lugar desde o início da disputa.

enfrentamento da máquina comunicacional bolsonarista. Dessa forma, é uma oportunidade privilegiada acompanhar como um dos maiores partidos da América Latina se reorganizará politicamente nessa seara.

3. Lula forjou sua liderança política no sindicato. Mesmo com a fundação do PT e os primeiros mandatos ocupando a presidência da república, o atual presidente se mostrou próximo aos movimentos sociais, consolidando uma ampla estrutura de lideranças políticas e comunitárias nas mais diversas comunidades do país. O fazer política de maneira mais tradicional, junto aos movimentos de trabalhadores e a partir de um trabalho de base que conta com deputados, prefeitos, vereadores, lideranças políticas, dentre outros, faz com que o Partido dos Trabalhadores tenha uma base eleitoral bem consolidada, sobretudo no Nordeste. No entanto, o apoio encontrado de maneira “*offline*” através do resultado das urnas não é totalmente transferido para os espaços das mídias digitais na atualidade, sendo preciso que se pense em como arregimentar, também, uma base digital, ou até mesmo uma militância, capaz de ocupar e disputar os espaços digitais, como tem sido feito há mais tempo pela direita a nível mundial. Assim, a partir desse segundo ponto será possível observar a estruturação de uma base de apoio digital de esquerda.
4. Jair Bolsonaro é um político digital extremamente popular, se levarmos em consideração a movimentação nas mídias digitais do ex-presidente. Tanto em número de seguidores quanto em engajamento, as redes sociais de Lula ainda ficam atrás das do ex-presidente. Assim, foi possível notar em tempo real as estratégias empregadas para que Lula se torne carismático e popular do ponto de vista digital, sendo capaz de disputar tais espaços com seus adversários.

Podemos perceber, aqui, três grandes desafios de Lula no campo digital: o primeiro se refere à necessidade do Partido dos Trabalhadores de encontrar uma forma de barrar a comunicação política bolsonarista, que inclui a máquina de *fake news* que toma conta das redes sociais em época eleitoral; a segunda, a necessidade de se criar uma base de apoio digital, com o fim de disputar diariamente os espaços dentro das plataformas; e, por fim, a necessidade de fazer com que o candidato que tem dificuldades em fazer uma ligação telefônica se torne um líder popular também

no mundo digital. Tendo isso em vista, acompanhar como Lula e o Partido dos Trabalhadores irão se portar frente aos desafios acima mencionados será útil para entender as reconfigurações da atuação que tem sido feita contra o bolsonarismo, dentro e fora da esfera digital. Esse movimento político será importante para elucidar as questões da pesquisa.

A partir dos pontos destacados, acredito que seja possível observar de forma privilegiada a disputa política que ocorre dentro das plataformas digitais em torno das duas principais figuras da política brasileira contemporânea: Jair Bolsonaro e Lula.

2.2 Recorte temporal e contexto político da pesquisa

A presente pesquisa remete a um processo iniciado em 2020, quando comecei a elaboração do projeto que culminou nesta tese. Desde então, venho observando, estudando e analisando dinâmicas que dialogam com o objeto de estudo aqui proposto. A partir dessa trajetória, foi possível notar que as disputas nas plataformas digitais se diferenciam de acordo com o momento político.

Palmeira e Heredia (1995), ao trabalharem com o conceito de *tempo da política*, chamam a atenção para as especificidades do período eleitoral em relação aos demais momentos. Os autores destacam como esse contexto incide sobre diferentes dimensões da vida social, desde a espacialidade das cidades, que se transforma, até as relações interpessoais.

Dessa maneira, reconheço que as disputas políticas aqui estudadas configuram-se como um fenômeno complexo, que assume formas distintas em períodos e precisa ser compreendido como um processo que não se inicia nem se encerra com as eleições. No entanto, diante da necessidade de delimitar um corpus e viabilizar a execução da pesquisa, estabeleço como recorte temporal o período eleitoral de 2022.

Embora o recorte temporal desta pesquisa esteja centrado no período eleitoral de 2022, reconheço que as disputas políticas nas plataformas digitais não se restringem a essa temporalidade. Trata-se de um processo contínuo, cujas dinâmicas se intensificam no chamado *tempo da política*, mas não se iniciam nem se encerram com ele. Nesse sentido, a mobilização de eventos situados em períodos adjacentes não tem como objetivo deslocar o recorte temporal, mas evidenciar a continuidade e

a reconfiguração dessas disputas ao longo do tempo, sendo utilizadas de forma pontual para a melhor compreensão do fenômeno aqui analisado.

Pensar a disputa política no ambiente digital, especialmente no que se refere ao enfrentamento da esquerda ao bolsonarismo, é um processo que não pode ser limitado a uma temporalidade específica ou a uma lógica linear. Trata-se de um fenômeno que atravessa o calendário eleitoral. No entanto, durante esse período, há um objetivo político imediato: vencer a eleição. Isso faz com que, além das estratégias de longo prazo, sejam mobilizados instrumentos, práticas e repertórios específicos, orientados por essa urgência.

Um exemplo disso pode ser observado na circulação de *fake news*. Embora uma estratégia institucional a longo prazo envolva a ampliação da educação política, permitindo que os indivíduos desenvolvam maior autonomia para identificar conteúdos falsos, esse tipo de resposta não produz efeitos imediatos. Em contextos eleitorais, marcados por intensas campanhas de disseminação de informações falsas, torna-se necessário recorrer a outras formas de enfrentamento que possam reduzir efeitos no curto prazo.

Assim, o recorte temporal adotado fundamenta-se na premissa de que o período eleitoral intensifica as dinâmicas que envolvem o objeto desta pesquisa, tornando-as mais visíveis, e, conseqüentemente, mais acessíveis à observação e à coleta de dados.

2.3 A constituição do digital como campo de pesquisa

Principalmente a partir do final do século XX, a sociedade passou a experimentar a ascensão da internet, dos aparelhos eletrônicos e de plataformas digitais, que se alastraram pelos mais diversos setores. Esse contexto, somado ao acelerado avanço tecnológico das últimas décadas, possibilitou acesso a uma gama de informações e serviços de maneira móvel e em diferentes espaços. Transporte, saúde, finanças e relações interpessoais são alguns exemplos de esferas hoje atravessadas pelo digital.

Nesse cenário, as relações sociais, econômicas e culturais foram diretamente impactadas por essas transformações, o que contribuiu para que as ciências sociais passassem a incorporar, também, as experiências no ambiente digital. Ainda na década de 1990, já era possível encontrar trabalhos que constituíam

o digital como campo de pesquisa, a exemplo de Jones (1995) e Jones (1998). No início dos anos 2000, Hine (2005) realizou uma discussão epistemológica sobre o fazer científico na internet, destacando que já era possível encontrar mais de mil artigos sobre metodologia na web até o final de 2002.

Na virada para o século XXI, com a popularização e democratização do acesso à internet e computadores, esse movimento se intensificou, fazendo com que a pesquisa nos espaços digitais não fosse apenas sobre a *“internet, mas também nela e através dela constituída”* (Hine, 2005, p.242, tradução livre). Assim, ao longo dos anos, os avanços tecnológicos foram cada vez mais incorporados ao fazer científico, tornando-se imprescindíveis para diversas pesquisas, seja na extração de dados, na realização de entrevistas e até mesmo a elaboração da escrita acadêmica. Além disso, os espaços de sociabilidade digital passaram a se configurar como ambientes de interação entre diferentes de sujeitos, incluindo pesquisadores e interlocutores, como demonstram Deslandes e Coutinho (2020).

No campo da antropologia, é possível encontrar diversos estudos que trabalham uma perspectiva da etnografia digital, pois acreditam que

[...] desprezar a condição digital no contexto da cultura contemporânea, a qual alastra-se em múltiplas esferas das relações sociais (se apresentando também como campo e/ou objeto de pesquisa) é ignorar o fenômeno social da nossa era e tornar perecíveis os métodos antropológicos tradicionais por supostamente não darem conta de explicar as culturas intoxicadas pelas tecnologias nas relações sociais e materiais. (Ferraz, 2019, p. 48)

Na sociologia, também é possível encontrar trabalhos voltados à compreensão de fenômenos vinculados às tecnologias digitais, por exemplo, como aqueles que analisam a organização de movimentos sociais estruturados a partir de lógicas mediadas por plataformas digitais, a exemplo de Castells (2017) e Di Felice, Pereira e Roza (2017). Pesquisadores da área puderam observar, por exemplo, reuniões e processos organizativos, que antes eram realizadas de forma presencial, passarem a se desenvolver em ambientes digitais, como no Facebook, bem como mobilizações que, antes centradas nas ruas, passaram a assumir formatos híbridos, como no caso da *hashtag* #MeToo.

Na Ciência Política, muitos fenômenos analisados também passaram a ser profundamente atravessados pelas dinâmicas digitais, uma vez que as plataformas têm exercido influência crescente sobre os processos eleitorais, configurando-se

como ambientes relevantes para a ascensão de determinadas lideranças políticas, inclusive em diferentes contextos nacionais.

Assim, percebe-se que as ciências sociais não podem ignorar a centralidade que o digital ocupa nos fenômenos sociais contemporâneos. Mais do que isso, torna-se necessário refletir sobre as possibilidades metodológicas que permitem investigar esses ambientes, garantindo, assim, o rigor científico das análises. Como aponta Barbabela (2023), o estudo das plataformas digitais se consolidou como um caminho relevante para a compreensão dos processos democráticos, sobretudo no período eleitoral.

Nesse sentido, compreender o digital como campo de pesquisa implica não apenas em reconhecer sua relevância empírica, mas também de enfrentar especificidades metodológicas próprias de sua estrutura. Tais questões serão aprofundadas nos tópicos a seguir, a partir da delimitação da plataforma analisada e dos desafios metodológicos envolvidos na pesquisa.

2.4 A plataforma X como principal campo de estudo e observação

Atualmente, aproximadamente 60% da população mundial faz uso ativo de alguma plataforma digital²¹, o que implica que há um volume significativo de produção e circulação de conteúdos nesses ambientes. No caso da presente pesquisa, como a coleta e a análise de dados foram realizadas de forma não automatizada, um campo de estudo não delimitado poderia ser um problema no que concerne à extração, organização e interpretação das informações que são utilizadas. Isso porque estamos tratando de milhões de publicações²² criadas, reproduzidas e fragmentadas em plataformas distintas.

Nesse contexto, ao longo da pesquisa, optou-se por centralizar o processo de observação em uma plataforma específica: o Twitter, atualmente denominado como X²³. Essa escolha foi realizada com o objetivo de viabilizar o acompanhamento,

²¹Os dados foram disponibilizados pelo portal Uol. Disponível em: <https://gizmodo.uol.com.br/mais-da-metade-da-populacao-mundial-e-usuaria-de-redes-sociais>. Acesso em: 19 nov. 2025.

²²Para se ter uma dimensão da magnitude de informações produzidas nas plataformas digitais, aproximadamente 347 mil stories são publicados por minuto no Instagram. Informação disponível em: <https://www.terra.com.br/economia/cuidados-que-candidatos-a-emprego-devem-ter-com-redes-sociais,2ac13fc30b3c3f4deae95f235d67c2191kfnaghs.html>. Acesso em: 19 nov. 2025.

²³No dia 24 de julho de 2023, Elon Musk anunciou uma série de mudanças na plataforma Twitter, entre elas alterações em suas nomenclaturas, incluindo o próprio nome da empresa, que passou a se chamar X.

o registro e o estudo dos dados coletados. É importante ressaltar que a centralidade do X não implica a exclusão das demais plataformas digitais, sendo elas mencionadas sempre que pertinente. No ambiente digital, as fronteiras entre as plataformas não são rígidas, uma vez que os conteúdos se cruzam continuamente. Não é incomum, por exemplo, que publicações do X sejam compartilhadas em outras plataformas, como o Instagram, ou que links de vídeos do Youtube circulem em diferentes espaços digitais.

Assim, a escolha deste recorte se fundamenta na compreensão de que, entre as plataformas, o X permite observar com maior nitidez a centralidade dos atores e as conexões estabelecidas entre os sujeitos que participam das disputas políticas analisadas. Não à toa, o uso do X como campo de pesquisa aparece em trabalhos anteriores, como a tese de Aggio (2015) que analisa o uso do Twitter na campanha de Dilma Rousseff em 2014, e o estudo de Marques, Aquino e Miola (2014), que investiga a atuação de parlamentares brasileiros na plataforma.

Além desses aspectos, a escolha do X também se relaciona com o reconhecimento de que toda pesquisa é atravessada por interesses e pela posição ocupada pelo pesquisador no campo. Ao longo do percurso de construção desta tese, minha inserção nesses ambientes digitais possibilitou acompanhar de forma contínua as disputas políticas que ali se desenvolvem.

Nesse sentido, o X se apresenta como um ambiente particular dentro do ecossistema digital não apenas pela presença de determinados grupos sociais, como jornalistas, acadêmicos e atores politicamente engajados, mas sobretudo pela centralidade que assume na dinâmica das disputas políticas. Trata-se de um espaço em que debates e conflitos tendem a emergir e circular de forma mais imediata e direta, muitas vezes antecedendo e impulsionando o que é difundido em outras plataformas.

Assim, considerando que a X se consolidou como um espaço relevante para o debate político e possui um papel importante nas campanhas presidenciais de 2022²⁴, trata-se de um campo privilegiado para observar as dinâmicas observadas neste trabalho. No livro escrito por André Janones, o deputado cita que a X é a rede social da “treta”, em alusão às discussões e aos conflitos constantes que ocorrem na plataforma. É nesse espaço que frequentemente se manifestam embates, nem

²⁴Todos os presidentiáveis possuíam perfis cadastrados na plataforma e a atualizavam diariamente por meio de publicações. Muitos dos embates emblemáticos do segundo turno, como a associação de Bolsonaro ao satanismo, surgiram inicialmente no Twitter.

sempre diretos, entre adversários políticos, o que reforça sua relevância como ambiente de observação das disputas analisadas nesta pesquisa.

O X é uma plataforma digital que foi fundada há 18 anos que, ao longo do tempo, passou por diversas transformações, incorporando novas funcionalidades. Atualmente, permite, por exemplo, enviar mensagens privadas e a participação em espaços de interação por áudio, como os chamados *spaces*. Para esta pesquisa, no entanto, a observação se concentra nos posts (anteriormente denominados de *tweets*), que são publicações em formato de texto, imagem ou vídeo²⁵.

Conforme será detalhado nas laudas posteriores, a maior parte dos dados foi coletada por meio da observação sistemática no X, o que contribuiu para o registro e a seleção de casos-chave²⁶ que fundamentam as análises desenvolvidas ao longo do trabalho. Essa seleção levou em consideração, sobretudo, a relevância dos casos para o objeto de estudo. No entanto, cabe destacar que a própria estrutura da plataforma impõe limites à pesquisa, especialmente no que se refere ao acesso e a transparência dos dados, uma vez que a circulação dos conteúdos é mediada por lógicas não plenamente acessíveis ao pesquisador, como será aprofundado no tópico seguinte.

2.5 Desafios metodológicos da pesquisa em ambientes digitais

Realizar trabalho de campo no domínio da internet não é simples, podendo ser ainda mais desafiador para pesquisadores acostumados com dinâmicas presenciais. Muitos dos dilemas metodológicos enfrentados na pesquisa digital não são novos, possivelmente já foram objeto de discussão em outros momentos; no entanto, o ambiente das plataformas apresenta peculiaridades que evidenciam a necessidade de se refletir sobre os limites, entraves e possibilidades de se fazer um trabalho científico na internet.

²⁵Inicialmente, os *tweets* suportavam apenas 140 caracteres. Após diversas atualizações, esse limite foi ampliado e hoje varia de acordo com o tipo de conta do usuário. Usuários do Twitter Blue, por exemplo, podem publicar textos maiores. Além dos *tweets*, a plataforma também disponibiliza outras ferramentas, como os *spaces* e as mensagens diretas.

²⁶Por caso-chave, ou caso emblemático, denomino episódios de grande notoriedade, que atraíram ampla atenção dos usuários. Em termos mais populares, seriam acontecimentos que “pararam” a internet, fazendo com que atenções positivas ou negativas se voltassem para eles e contribuindo, assim, para pautar o debate público naquele momento.

A facilidade com que a vida pessoal se entrelaça com a vida profissional do pesquisador nas plataformas digitais é um primeiro ponto de discussão importante, sobretudo para aqueles que realizam trabalho de campo nesse ambiente. Desde a formulação da sociologia enquanto ciência, existe uma discussão epistemológica sobre neutralidade científica. Nessa perspectiva, o pesquisador deve se despir de valores, opiniões e desejos que pudessem interferir na pesquisa realizada.

Essa ideia reforça uma pretensa dualidade: é como se reivindicasse a importância de separar a pessoa, dotada de vivências, valores e moralidades, do pesquisador, alguém que deveria ser totalmente neutro. Considerando que essa separação é, na prática, impossível, diversos trabalhos posteriores passaram a criticar a busca por uma neutralidade absoluta, destacando a inviabilidade de dissociar completamente a vida pessoal da vida profissional.

Mesmo diante dessa impossibilidade, é possível garantir o rigor científico, desde que haja a consciência de que a subjetividade do pesquisador, em alguma medida, incide sobre a pesquisa. Ao trabalhar com campanhas eleitorais no ano de 2018, no interior do Ceará, eu participava de diversas atividades junto às lideranças políticas: visitas às comunidades, comícios, passeatas, entre outras ações. Nesses momentos eu estava na posição de pesquisadora. Em outras ocasiões, na mesma localidade, ia à praia com minha avó ou conversava com a vizinhança. Nessas situações, eu era apenas uma visitante, muitas vezes despercebida.

Beaud e Weber (2014) compartilham a ideia de que a vida pessoal não pode ser completamente desvinculada da profissional. Em uma circunstância, ambas se entrelaçam, inclusive porque decisões que orientam a pesquisa são perpassadas pelas vivências dos próprios pesquisadores. Parto de uma perspectiva que dialoga com esses autores, entendendo que o trabalho científico ultrapassa os espaços institucionais e os próprios campos de estudo. Contribuições para a pesquisa podem surgir em conversas informais, no contato com produções culturais ou na leitura cotidiana de notícias. A pesquisa acompanha o pesquisador ao longo de sua trajetória.

No entanto, existem práticas que funcionam como formas de delimitar, ainda que parcialmente, as fronteiras entre a vida pessoal e o campo de trabalho. O afastamento físico do campo ou a interrupção do contato com interlocutores são exemplos disso. Tais ações se tornam mais difíceis no ambiente digital, sobretudo para quem tem a internet também como um ambiente de lazer. Em momentos de

descanso, frequentemente me deparei com conteúdos diretamente relacionados à pesquisa, o que evidencia como o lazer pode ser atravessado pelo trabalho. Nesses contextos, os limites entre o profissional e o pessoal ficam cada vez mais difusos.

Diante dessa realidade, optei por criar um perfil exclusivo para tratar de questões relacionadas à pesquisa. O perfil, @sociologiaclara, foi criado em 2020 quando iniciei o processo de escrita do projeto submetido ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal do Ceará.

Essa estratégia buscou estabelecer uma separação parcial entre vida pessoal e atividade de pesquisa no ambiente digital. Inicialmente, o perfil foi utilizado para seguir figuras públicas relevantes para o estudo, permitindo acesso às publicações e interações de interesse. Com o tempo, o perfil também se tornou um espaço de troca com colegas da área, possibilitando acompanhar discussões no campo das Ciências Sociais.

O perfil apresenta identificação pública como conta de pesquisadora, o que permite que outros usuários reconheçam a página enquanto recurso utilizado para a observação. Essa escolha foi orientada por uma preocupação ética, possibilitando, inclusive, que usuários que não desejem ser acompanhados possam restringir o acesso ao conteúdo publicado. Ainda assim, mesmo sendo um perfil de caráter profissional, não se trata de um espaço neutro, uma vez que nele também compartilho opiniões e divulgo aspectos do meu trabalho.

Assim como no trabalho de campo presencial, o ambiente digital também envolve a possibilidade de conflitos. Em algumas situações, fui alvo de ofensas por parte de usuários da plataforma X, o que evidencia um dos riscos da pesquisa realizada a partir de perfis ativos: a exposição do pesquisador. Tal exposição não se restringe ao pesquisador. Os interlocutores também estão sujeitos a maior visibilidade nas plataformas digitais, o que exige cuidado no uso dos conteúdos analisados. Neste trabalho, optou-se por preservar a identidade de usuários não públicos, enquanto publicações de figuras públicas são utilizadas quando pertinentes à análise.

Além desses aspectos, é importante destacar, também, como a própria estrutura das plataformas digitais impõe limites à pesquisa. O acesso que temos aos dados não é transparente nem integral, uma vez que os conteúdos e as formas de circulação deles são mediados por lógicas internas não plenamente acessadas pelos cientistas. Nesse sentido, ainda que se busque garantir o rigor científico, é preciso reconhecer que toda pesquisa realizada em tais ambientes possui questões que

perpassam o controle do pesquisador, sobretudo nas pesquisas de caráter qualitativo, em que as escolhas analíticas são feitas a partir de um universo delimitado pelas dinâmicas da própria plataforma.

Por fim, outro desafio relevante diz respeito à coleta de dados em momentos de alta intensidade de produção dos conteúdos digitais, como durante debates eleitorais. Considerando que a coleta foi realizada manualmente, o volume de conteúdos acessados foi elevado, o que gerou sobrecarga. Além disso, é importante considerar que pesquisadores possuem posicionamentos políticos, e o contato constante com determinados conteúdos, como discursos negacionistas, pode gerar desgaste emocional.

2.6 Constituição e sistematização do acervo de dados

A presente pesquisa foi iniciada antes mesmo de se constituir formalmente como tal. Utilizo a plataforma X desde 2009, quando ainda se chamava Twitter, e nos últimos anos foi possível notar uma intensa mobilização política²⁷ nesse ambiente. Observam-se tanto manifestações políticas orgânicas, em que sujeitos expressam opiniões e alimentam o debate público, quanto manifestações coordenadas em torno de diferentes temáticas e contextos políticos.

Foi essa vivência que despertou meu interesse em realizar uma pesquisa que tivesse o digital como campo de estudo. Enquanto usuária e pesquisadora, ao observar essas dinâmicas, passei a enxergar as plataformas digitais como um “portal de dados” (Ferraz, 2019, p.48), que poderia configurar uma ferramenta importante para o trabalho científico.

Assim, após delimitar meu objeto de pesquisa, as disputas políticas que se desenrolam nas plataformas digitais, um dos primeiros passos foi a criação de um perfil que nomeei como “meu twitter profissional”, por meio do qual seria possível observar de forma sistemática dinâmicas e sujeitos que posteriormente vieram a compor o corpus da pesquisa. Ao seguir André Janones, por exemplo, pude ler e

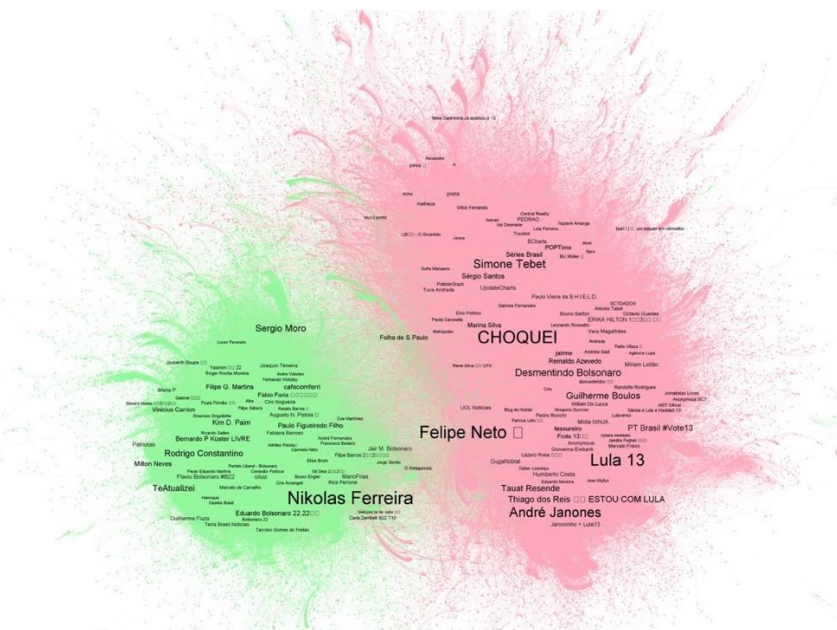
²⁷ Isso não constitui uma percepção inédita desta pesquisa. Ao longo dos anos, diversos pesquisadores, como a professora Raquel Recuero, evidenciaram a potencialidade do Twitter enquanto campo privilegiado para compreender nuances da política contemporânea.

registrar publicações do deputado que depois contribuíram para as análises realizadas nesta tese.

Durante o período de observação segui aproximadamente 340 contas, em sua maioria de figuras públicas que alimentam o debate político na plataforma. Esses sujeitos compõem diferentes polos políticos, o que contribui para a diversidade das publicações observadas. Inicialmente, a decisão sobre quem seguir teve como critério principal a relevância dos indivíduos para as disputas políticas; posteriormente, passei a acompanhar outros perfis que se conectavam a eles, formando assim uma espécie de rede de observação.

A noção de centralidade, por exemplo, bastante presente na análise de redes sociais (ARS), foi importante para a seleção dos atores acompanhados durante a campanha de 2022. A observação cotidiana do debate público travado na plataforma evidenciou que determinados sujeitos participavam de maneira mais ativa nas discussões, assumindo posições de destaque.

Figura 1 – Grafo que evidencia os principais atores que atuaram na plataforma X durante o debate eleitoral do dia 28/10



Fonte: Plataforma X, conta @Pedro_Barciela

O grafo anterior, elaborado pelo pesquisador Pedro Barciela e divulgado na plataforma X, analisa a participação de figuras ligadas aos dois candidatos que disputaram o segundo turno das eleições em 2022. Entre outras questões, a imagem contribui para identificar quais atores apresentavam maior centralidade nas disputas políticas digitais, especialmente em termos de engajamento.

Nesse caso em específico, é possível destacar a participação dos perfis Felipe Neto, André Janones, Choquei, Simone Tebet, Estou com Lula, Thiago dos Reis, Tauat Resende, Desmentindo Bolsonaro, Guilherme Boulos, entre outros, no campo alinhado à candidatura de Lula. Por outro lado, no espectro bolsonarista, destacam-se perfis como Nikolas Ferreira, Rodrigo Constantino, TeAtualizei, Sergio Moro, Eduardo Bolsonaro, Filipe G. Martins, Kim D. Paim, Bernardo P. Kuster, Paulo Figueiredo Filho, entre outros.

O destaque dessas figuras está relacionado à centralidade que ocupavam na circulação de conteúdos e na articulação do debate político digital. Isso significa que as discussões mobilizadas pelas campanhas frequentemente passavam por esses sujeitos. No campo lulista, por exemplo, Felipe Neto, em diversas oportunidades, buscou desmentir informações falsas, enquanto André Janones recorria a estratégias de provocação aos adversários. Dinâmica semelhante pode ser observada no campo bolsonarista, em que esses atores citados desempenhavam papéis centrais na produção e circulação de conteúdos políticos.

Ao longo da campanha eleitoral, institutos de pesquisa, pesquisadores autônomos ou ligados a universidades realizaram monitoramentos das plataformas digitais. Esses levantamentos evidenciaram a existência de atores que se destacavam no debate político travado em tais ambientes. Tais dados secundários, articulados ao processo de observação direta, contribuíram para a definição do grupo de perfis acompanhados.²⁸

Metodologia de análise semelhante foi empregada por outros pesquisadores, como Kerche e Ferreira (2023), que acompanharam contas de apoiadores de Lula e Bolsonaro, denominadas “contas-semente”, para monitorar as publicações e, posteriormente, analisar os temas discutidos. Assim, as publicações

²⁸O pesquisador Pedro Barciela realiza constantes análises de dados relacionados às discussões travadas na plataforma X. No decorrer da campanha eleitoral de 2022, o site Essa Tal de Rede Social, alimentado pelo pesquisador, registrou diversos grafos que evidenciavam a constituição de redes digitais. A observação e o acompanhamento dessas análises contribuíram para a seleção e o monitoramento dos sujeitos acompanhados pelo meu perfil de pesquisa.

dos perfis acompanhados passaram a constituir dados da pesquisa, sendo registradas, catalogadas e analisadas. Sobre essa possibilidade metodológica, a autora Ferraz (2019) faz uma analogia aos métodos tradicionais de coleta de dados numa etnografia:

[...] sobre a necessidade de catalogação e coleção de objetos tribais, agora podem dar lugar à busca por expressões publicadas em redes sociais, as quais são passíveis de se aproximar ou não das hipóteses que derivam dos objetos que emergem das recentes mídias. (Ferraz, 2019, p. 48)

Diante do grande volume de conteúdos produzidos diariamente, a pesquisa demandou a seleção de publicações que contribuíssem para a construção das análises. Nesse processo, foram identificados os chamados casos-chave, selecionados a partir de sua centralidade nas disputas políticas e de sua relevância para o objeto de estudo.

Em termos gerais, tratava-se de episódios e publicações com alto engajamento, que se tornavam o assunto do momento na plataforma e fomentavam o debate público. No entanto, o critério de seleção não se restringiu ao volume de interações. Em diversos casos, publicações com menor engajamento foram incorporadas ao corpus, sobretudo quando apresentavam elementos capazes de ilustrar de forma mais precisa as dinâmicas observadas. Assim, a relevância dos dados coletados não foi definida apenas por sua visibilidade, mas também por sua capacidade de evidenciar ou exemplificar processos importantes para a análise desenvolvida ao longo da pesquisa.

Inicialmente, as publicações foram registradas manualmente por meio de capturas de tela e armazenadas em pastas organizadas por temática. Como exemplo, pode-se citar o episódio ocorrido na véspera das eleições, quando a deputada Carla Zambelli (PL) perseguiu um homem negro com uma arma. O caso rapidamente ganhou visibilidade, ocupou os trending topics do X e gerou milhares de menções. Diante dessa relevância, as publicações sobre o episódio foram monitoradas e registradas.

O processo de observação combinou um acompanhamento dos perfis previamente selecionados, o que permitiu um controle mais direto sobre o conteúdo registrado, mas também incorporou conteúdos que emergiam de acordo com o fluxo da plataforma, em especial durante períodos de maior circulação de conteúdo, como em momentos de debate eleitoral. Essa articulação permitiu focar em atores

específicos e centrais para as disputas políticas, mas também observar conteúdos que emergiam além das redes acompanhadas.

Esse procedimento constitui o principal modo de coleta de dados ao longo da pesquisa. Em síntese, o acervo foi constituído a partir do registro de publicações selecionadas pela centralidade nos debates e pelas anotações realizadas no diário de campo. O diário de campo, em formato digital, funcionou como um espaço de registro das observações e interpretações iniciais. No episódio envolvendo o ex-deputado Roberto Jefferson²⁹, por exemplo, o diário de campo foi utilizado para registrar como grupos políticos mobilizaram o caso eleitoralmente. Assim, o diário de campo e o acervo de dados se complementam: enquanto um organiza e contextualiza, o outro registra os acontecimentos.

A necessidade de registro dos dados é importante dentro do contexto digital pelo “caráter efêmero e volátil” que faz com que as informações disponíveis nas plataformas “se transformem e modifiquem de forma acelerada” (Deslandes; Coutinho, 2020, p. 7). Conteúdos podem ser apagados ou perdidos rapidamente.

O acervo da presente pesquisa foi constituído por aproximadamente 4600 arquivos ao longo de 4 anos. Isso impôs um esforço de separação e escolha do que deveria ser analisado em profundidade e incorporado à tese, em um exercício de artesanato intelectual, como sugere Mills (1982). Após o registro, foi realizada uma triagem e categorização do conteúdo, com o fim de organizar os casos que ilustraram e contribuíram para algumas das análises presentes neste trabalho. Cerca de 100 arquivos foram analisados em profundidade e utilizados ou citados no decorrer do texto.

Por fim, é importante ressaltar que esse procedimento de coleta foi escolhido por dialogar com a natureza qualitativa da pesquisa, que buscava um maior controle analítico sobre o *corpus*, ao observar e analisar cada dado individualmente, trato que poderia ser perdido em um processo automatizado e massivo.

²⁹Às vésperas das eleições de 2022, o ex-deputado Roberto Jefferson atirou contra agentes da Polícia Federal, deixando dois policiais feridos. Reportagem completa disponível em: <https://www.estadao.com.br/politica/roberto-jefferson-troca-de-tiros-policia-federal>. Acesso em: 19 nov. 2025.

2.7 Análise do conteúdo coletado

A presente pesquisa não se alicerça em um único método; ao contrário, é composta por um conjunto de técnicas que, articuladas, formam um arcabouço metodológico. Essa perspectiva parte do entendimento de que cada pesquisa, objeto e trajetória possuem especificidades próprias, sendo a metodologia empregada, portanto, uma construção que ocorre no desenrolar das diversas fases da pesquisa.

Passado o período eleitoral, iniciou-se o processo de organização dos dados coletados principalmente a partir das publicações das pessoas acompanhadas. Em seguida, a pesquisa avançou para a etapa de análise das informações obtidas. Para lidar com esse processo, a análise de conteúdo foi escolhida como recurso metodológico central, permitindo a construção de categorias analíticas que orientam a interpretação do material empírico. Essas categorias foram organizadas em quatro dimensões que se relacionam entre si: atores, conteúdos, narrativas e contextos. Embora sejam apresentadas separadamente para fins analíticos, manifestam-se de forma imbricada nas dinâmicas observadas.

Os atores relevantes identificados podem ser divididos em três grupos: **atores institucionais**, figuras públicas que foram integrantes institucionais da campanha, como membros dos partidos, a exemplo de Lula, Paulo Pimenta e Gleisi Hoffman, do PT, e Jair Bolsonaro, Nikolas Ferreira e Carla Zambelli, do PL; **atores públicos não institucionais**, figuras públicas que atuaram como apoiadoras informais da campanha, que não eram do partido e/ou não faziam parte diretamente do governo, mas que deram algum tipo de apoio eleitoral, como João Amoedo (político), Felipe Neto (influencer), o Portal Choquei (entretenimento), André Valadão (pastor), Gustavo Lima (cantor) e Neymar (jogador de futebol); **atores com visibilidade emergente**, pessoas que não possuíam projeção pública consolidada nem vínculo institucional com as campanhas, mas que, no período eleitoral, passaram a exercer influência nas plataformas digitais, sobretudo em função do alto engajamento de suas publicações, adquirindo visibilidade de forma situada e muitas vezes temporária; e, por fim, **usuários comuns**, que, embora não apresentassem grande alcance ou engajamento, participavam ativamente das disputas políticas por meio da circulação e interação dos conteúdos, o que contribuía para ampliar o debate público digital.

Mapear e compreender o perfil de cada um desses sujeitos foi fundamental para analisar como se constituem as redes de apoio no ambiente digital, bem como para identificar os diferentes papéis desempenhados por esses atores dentro das disputas políticas, como será aprofundado sobretudo no capítulo 5.

Inicialmente, os conteúdos que interessavam para a pesquisa foram classificados em 3 categorias e separados entre si em pastas de arquivos digitais: conteúdos políticos formais e institucionais, conteúdos políticos informais e conteúdos políticos livres. Cada uma delas será ilustrada abaixo por meio de exemplos.

Os **conteúdos políticos formais e institucionais** são definidos pela sua vinculação direta às estruturas partidárias ou às campanhas, sendo produzidos por atores que representam oficialmente essas instâncias. Em geral, apresentam um tom mais institucional, com linguagem mais elaborada e maior preocupação com a formalidade, sendo utilizados para comunicar posicionamentos, estratégias e ações das candidaturas.

Figura 2 – Primeiro exemplo de conteúdo político formal e institucional



Fonte: Plataforma X, conta @ptbrasil

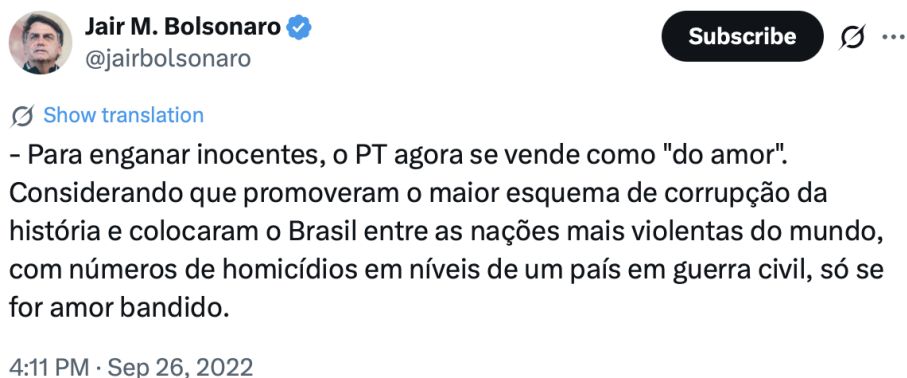
Figura 3 – Segundo exemplo de conteúdo político formal e institucional



Fonte: Plataforma X, conta @gleisi

O conteúdo político formal e institucional, no entanto, não se restringe a um formato rígido, observado na imagem 2. Foi possível observar, também, usos mais flexíveis dessa categoria, como comunicações estratégicas realizadas em linguagem mais coloquial, adaptadas às dinâmicas das plataformas digitais, como é observado na imagem 3.

Figura 4 – Terceiro exemplo de conteúdo formal e institucional



Fonte: Plataforma X, conta @jairbolsonaro

A publicação de Bolsonaro também ilustra um tipo de conteúdo formal e institucional. O que une esses exemplares na mesma categoria é a capacidade de os conteúdos representarem formal e institucionalmente as campanhas, pois eram publicações com o intuito de comunicar ações, estratégias e posicionamentos das candidaturas.

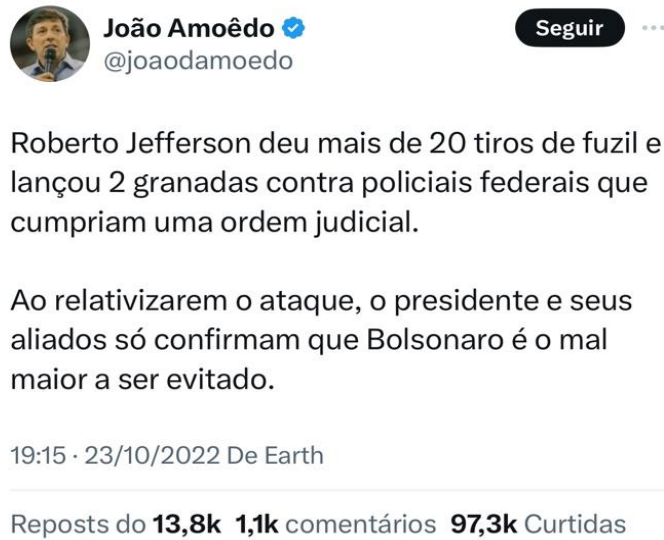
Figura 5 – Exemplo de conteúdo político informal



Fonte: Plataforma X, conta @GilDoVigor

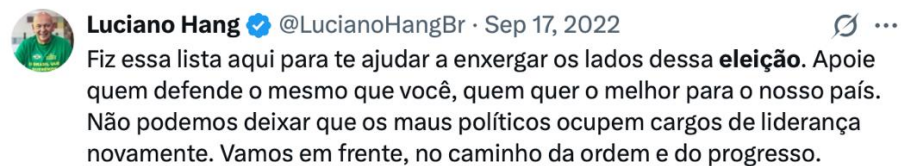
A categoria de **conteúdos políticos informais** é composta por publicações que, embora não sejam produzidos por perfis institucionalmente vinculados às campanhas, circulam a partir de atores com visibilidade e alcance nas plataformas digitais. Esses atores funcionam como agentes responsáveis por amplificar a circulação desses conteúdos dentro das disputas políticas, podendo atuar tanto na promoção quanto no ataque das candidaturas adversárias. Tais conteúdos, se caracterizam por uma maior flexibilidade de linguagem e formato.

Figura 6 – Segundo exemplo de conteúdo político informal



Fonte: Plataforma X, conta @joaodamoedo

Figura 7 – Terceiro exemplo de conteúdo político informal



1 14 38

Fonte: Plataforma X, conta @LucianoHangBr

Como é possível observar, essas publicações não apresentam um padrão homogêneo, variavam em tom, formato e intensidade de apoio eleitoral. O que as diferencia dos conteúdos institucionais é, sobretudo, a ausência de vínculo formal com as estruturas partidárias, ainda que exista proximidade política entre os atores envolvidos.

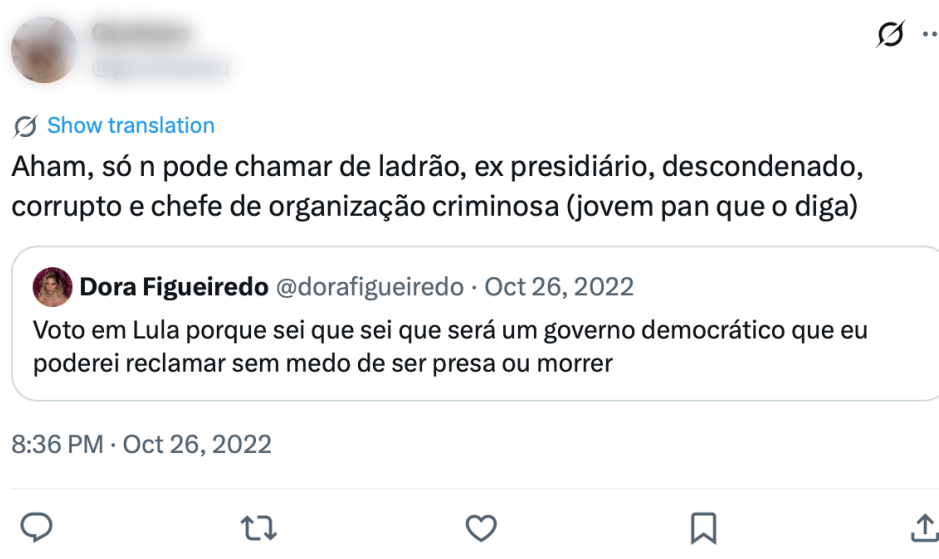
Figura 8 – Exemplo de ator informal e conteúdo formal



Fonte: Plataforma X, conta @neymarjr

Em alguns casos, no entanto, observa-se uma sobreposição entre as categorias, como ocorre quando atores não institucionais reproduzem conteúdos produzidos pelas campanhas. Nesse caso, embora o conteúdo possua natureza formal e institucional, sua circulação se dá por meio de atores não ligados à estrutura partidária, o que diferencia seu alcance e engajamento. Esse exemplo evidencia como as categorias aqui propostas são construções analíticas que, na realidade, podem ser observadas de maneira articuladas.

Figura 9 – Exemplo de conteúdo livre



Fonte: Plataforma X

Figura 10 – Segundo exemplo de conteúdo livre



Fonte: Plataforma X, conta @rapfalando

Os **conteúdos políticos livres**, como o próprio nome pressupõe, correspondem a publicações diversas, sem uma padronização, produzidas por usuários sem vínculo institucional e, muitas vezes, sem grande visibilidade, a exemplo da imagem 9. Essa categoria se caracteriza pela maior liberdade discursiva, sendo frequentemente o espaço em que emergem as críticas mais severas, discursos

polarizados e conteúdos desinformativos. Na imagem 9, é possível observar uma crítica direta às medidas judiciais adotadas pela campanha de Lula. Já na 10, observam-se xingamentos diretos a Jair, enquanto na imagem 11 é feita uma associação dos apoiadores de Bolsonaro à sonegação de impostos.

Figura 11 – Terceiro exemplo de conteúdo livre



É também nessa categoria que circulam com maior intensidade conteúdos classificados como *fake news*, que não se orientam pelo compromisso com a veracidade das informações, mas pela capacidade de produzir efeitos políticos, seja pela destruição de reputação, seja pela construção de imagens negativas. Nesse contexto, práticas ligadas ao que ficou conhecido como janonismo cultural³⁰, ganham destaque ao articular humor e agressividade nas disputas políticas, como publicações que chamavam Jair Bolsonaro de pedófilo ou o deputado Nikolas Ferreira de chupetinha.

³⁰No capítulo 6, o significado e as estratégias dessa tática serão aprofundados.

A partir da organização desses conteúdos, foi possível observar que a disputa política digital não se estrutura apenas em torno de indivíduos isolados, como os candidatos, mas a partir da articulação desses conteúdos em torno de narrativas mais amplas. Dessa maneira, os conteúdos políticos funcionavam como instrumentos que, quando acionados de maneira coordenada e coletiva, fortaleciam a construção e o fortalecimento de determinadas interpretações da realidade.

Para ilustrar o que foi dito, pode-se retomar o episódio em que a deputada Carla Zambelli perseguiu um homem negro com uma arma às vésperas da eleição. Isoladamente, um conteúdo político relacionado a esse evento teria um impacto limitado. Porém, ao ser amplamente difundido e avaliado coletivamente, contribuiu para fortalecer narrativas negativas que beneficiaram a campanha lulista.

Em suma, os conteúdos políticos que atribuíam significados a esse tipo de episódio contribuíam para o fortalecimento de narrativas que podiam beneficiar ou prejudicar as campanhas em disputa a depender do enquadramento construído. Assim, é possível perceber que os conteúdos políticos se tornam mais eficazes quando articulados de maneira conjunta, e não isoladamente. Essa articulação, guiada principalmente por narrativas políticas, apareceu diversas vezes no decorrer da campanha eleitoral, constituindo um ponto fundamental na disputa política no ambiente digital.

Como aponta Paiva (2008), são muitas as definições de narrativas que circulam entre nós. Esse conceito pode ser apreendido como algo a ser contado através de um relato, uma história, e pode se apresentar a partir de textos escritos, orais e até visuais. Assim, observando as narrativas que surgiam na plataforma X no decorrer do processo eleitoral, foi possível organizá-las em três vertentes: **a propositiva, a de diferenciação e a negativa**. A seguir, serão utilizados exemplos que ilustram essas categorias.

As **narrativas propositivas**, como o próprio nome sugere, giravam em torno das propostas da campanha. Tomemos como exemplo o episódio em que veículos de imprensa expuseram uma fala do ex-ministro da economia Paulo Guedes, em que ele afirmou estar estudando a possibilidade de desvincular o salário mínimo

da inflação³¹, o que em tese poderia fazer com que não houvesse um aumento real dos salários e das aposentadorias nos anos seguintes.

Figura 12 – Exemplo de conteúdo político formal ligado à narrativa propositiva



Fonte: Plataforma, conta @PTCaruaru

Essa fala reverberou de maneira negativa para a campanha bolsonarista, gerando uma espécie de comoção pública. Além das inúmeras menções a esse episódio nas redes sociais, circulavam conteúdos sensíveis a respeito do tema, a exemplo de vídeos de idosos chorando por acreditarem que as aposentadorias seriam reduzidas. Foi nesse contexto que a campanha de Lula promoveu uma narrativa propositiva, afirmando que, se ele fosse eleito, o salário-mínimo teria um reajuste acima da inflação. A partir disso, diversos conteúdos políticos foram produzidos e compartilhados com o intuito de difundir esse compromisso assumido pela campanha petista³², a exemplo da imagem 12.

³¹Para mais informações, ver: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2022/10/20/guedes-confirma-plano-de-desvincular-salario-minimo-da-inflacao-mas-nega-que-objetivo-seja-reajuste-menor.ghtml>. Acesso em: 11 dez. 2025.

³²Um dos conteúdos mais difundidos foi o vídeo da *live* em que Lula afirmava que o salário mínimo teria aumento real durante seu mandato. O conteúdo foi divulgado no site oficial do presidente. Ver em:

Figura 13 – Segundo exemplo de conteúdo político formal ligado à narrativa propositiva



Fonte: Plataforma X, conta @mfriasoficial

Quando uma narrativa surge a partir de um episódio emblemático, como o exemplo anterior, os algoritmos das plataformas privilegiam os conteúdos ligados a essa tendência, o que contribui para que ela tenha maior alcance. No entanto, as narrativas não se restringem a esse tipo de situação. A imagem 13, por exemplo, mostra um conteúdo que corrobora com a narrativa de que Bolsonaro tinha uma preocupação com a população mais pobre e, portanto, tinha compromisso com políticas voltadas à melhoria das condições de vida dessa parcela da sociedade, como a criação de mais casas populares.

Esse movimento representou uma tentativa de se aproximar do que André Singer (2012) denomina de subproletariado, classe social que, nas últimas décadas,

atua como base eleitoral de Lula. Assim, ao estabelecer propostas que atingiam essa fração da população, diversos conteúdos eram produzidos para endossar o compromisso de Bolsonaro com os menos abastados, evidenciando como diferentes atores mobilizam conteúdos para sustentar narrativas no ambiente digital.

Figura 14 – Exemplo de conteúdo político livre ligado à narrativa de diferenciação



Fonte: Autor desconhecido

Outro tipo de narrativa identificada a partir da organização dos conteúdos observados foram as **narrativas de diferenciação**. Essas narrativas buscavam mais do que distinguir os candidatos entre si, assumiam também um papel semelhante ao código binário amigo-inimigo apontado por Cesarino (2020). Esse artifício foi amplamente utilizado pela extrema-direita tanto em 2018 quanto em 2022, como pode ser visto na imagem anterior.

Esse tipo de conteúdo e narrativa se alimentava do cenário de polarização e reforça uma lógica do “nós contra eles”. Pelo exemplo da imagem 14, é possível observar que são acionados símbolos antagônicos com o intuito de reafirmar uma mensagem final. Bolsonaro aparece como alguém que é a favor da vida, de bandidos presos, do povo armado, da liberdade, do agronegócio, da polícia, de menos impostos

etc; enquanto Lula é colocado como defensor do aborto, de bandidos soltos, da censura, de mais impostos e de facções criminosas.

A partir do exemplo da imagem 14, é possível perceber que esse modelo de publicação evidencia uma disputa política que se configura enquanto tentativa de demarcar posições sociais e valores a serem analisados pelos eleitores. Mais do que a busca por votos, esse tipo de narrativa atua na construção de sentidos e identidades políticas, organizando a percepção pública no ambiente digital.

Figura 15 – Segundo exemplo de conteúdo político formal ligado à narrativa de diferenciação



Fonte: Plataforma X, conta @LulaOficial

Apesar de imagens como a 14 serem bastante comuns na construção das narrativas de diferenciação, nem sempre são realizadas em um formato de comparação direta. Na imagem 15, além de lançar uma proposição, o conteúdo também busca delimitar uma diferença crucial entre os candidatos: de um lado, Bolsonaro, que diz se importar com as famílias e crianças, mas cortou 97,5% da verba destinada à construção de creches³³, e do outro, Lula, o candidato que propõe expandir a educação infantil do país.

O último tipo de narrativa identificado foram as **narrativas negativas**, que tinham como objetivo principal trazer prejuízos às campanhas e à imagem dos adversários. Essas narrativas podiam conter teor difamatório e não se orientavam por preocupações éticas, chegando, em alguns casos, à esfera judicial por meio de acusações de crimes e difamações. Não à toa, ao longo da campanha eleitoral de 2022, diversos conteúdos foram retirados do ar pelo Tribunal Superior Eleitoral por ferirem as regras eleitorais da disputa com relação à honra dos envolvidos.

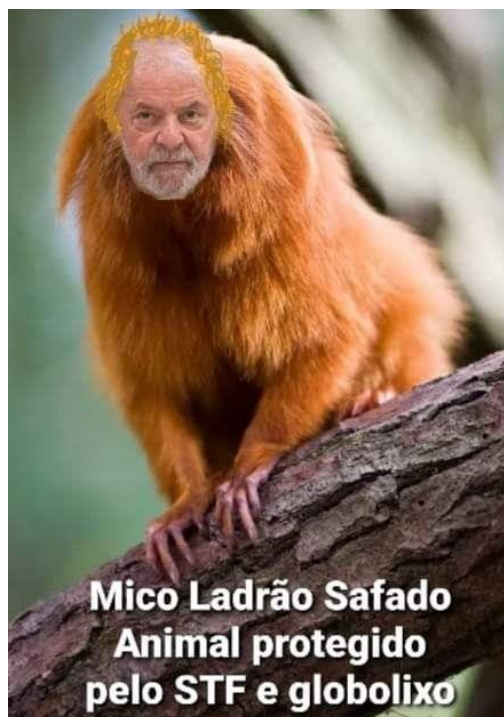
Figura 16 – Exemplo de conteúdo político livre ligado à narrativa negativa



Fonte: Autor desconhecido

³³Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/noticia/2022/10/orcamento-de-2023-proposto-por-bolsonaro-corta-975percent-dos-recursos-para-novas-creches-so-ha-dinheiro-para-cinco-escolas.ghtml>. Acesso em: 11 dez. 2025.

Figura 17 – Segundo exemplo de conteúdo político livre ligado à narrativa negativa



Fonte: Autor desconhecido

A imagem 16 fez parte de uma narrativa negativa que associava a figura de Bolsonaro ao aborto, em referência a uma fala em entrevista concedida nos anos 2000³⁴. Já a imagem 17 fez parte de uma narrativa negativa que associava a candidatura de Lula aos escândalos de corrupção que envolviam o Partido dos Trabalhadores.

Era possível encontrar esse tipo de conteúdo sendo compartilhado por figuras públicas, no entanto isso não era tão comum. No geral, a difusão ocorria em perfis menores ou perfis falsos, dificultando a responsabilização jurídica pelo que foi dito ou compartilhado. Por esse motivo, as imagens 16 e 17, que serviram como exemplo neste texto, não possuem a autoria conhecida, tendo sido difundidas por diversas pessoas ao mesmo tempo.

A partir da organização dos tipos de narrativas encontradas nas disputas políticas nas plataformas digitais, foi possível perceber que elas fazem parte de um pano de fundo mais amplo, o qual chamo de contexto. Os contextos também foram identificados no processo de ordenação dos conteúdos coletados e foram divididos em três tipos: contexto de urgência, contexto de manutenção e contexto de mudança.

³⁴Para saber mais sobre esse episódio, ver: <https://www.metropoles.com/brasil/eleicoes-2022/entrevista-de-2000-na-qual-bolsonaro-defende-aborto-volta-as-redes>. Acesso em: 11 dez. 2025.

O **contexto de urgência** estava relacionado à rapidez e à necessidade de resposta imediata. As narrativas que emergiam associadas a ele precisavam ocupar o debate público de forma rápida e objetiva, principalmente para ajudar na difusão dos conteúdos. Um exemplo foi o caso em que a deputada Carla Zambelli perseguiu um homem negro com uma arma. O episódio foi extremamente negativo para o bolsonarismo e demandou uma certa urgência na elaboração e reprodução de conteúdo político ligado a ele. Geralmente esse contexto é mais fugaz e logo pode ser substituído por outro mais ou menos favorável à campanha, por isso as campanhas tendem a aproveitá-lo de maneira rápida para obter ganhos políticos.

Já o **contexto de manutenção** era aquele em que as narrativas tinham a intenção de prorrogar determinadas narrativa pelo maior tempo possível, sendo sustentadas por conteúdos que reforçavam esse sentido. Um exemplo foi a participação de Lula no podcast Flow. A participação do presidente foi considerada positiva e teve uma boa audiência, de modo que as narrativas difundidas pela esquerda e associadas a esse episódio tinham como função a manutenção dessas impressões no imaginário digital.

Por fim, o **contexto de mudança** ocorria quando o debate público estava desfavorável e as campanhas precisavam deslocar o foco da discussão ou minimizar o impacto de certos acontecimentos. Um exemplo foi o apoio de Neymar a Bolsonaro. Por se tratar de uma pessoa com grande influência, esse apoio foi bastante positivo para a campanha bolsonarista, o que levou à emergência de conteúdos e narrativas, sobretudo no campo adversário, que buscavam afetar negativamente sua imagem e redirecionar o debate.

A partir da análise e organização do conteúdo coletado, é possível inferir 4 pontos principais sobre as disputas políticas nas plataformas digitais:

1) as disputas políticas digitais contam com diversos atores, que desempenham distintos papéis;

2) a comunicação ocorre através dos conteúdos políticos que se diferenciam em 3 tipos: conteúdo político formal e institucional, conteúdo político informal e conteúdo político livre;

3) esses conteúdos políticos tornam-se mais eficazes quando articulados a narrativas mais amplas, identificadas em três tipos (narrativa propositiva, narrativa de diferenciação e narrativa negativa);

4) tais narrativas emergem em contextos específicos (contexto de urgência, contexto de manutenção e contexto de mudança) que condicionam sua circulação e seus efeitos.

Em suma, os contextos, as narrativas, os atores e os conteúdos funcionam de maneira conjunta como uma embreagem fundamental para a disputa política nas plataformas digitais. Em um contexto de urgência, por exemplo, é necessário que uma narrativa política seja acionada com celeridade através da criação e circulação de conteúdos pelos diferentes atores envolvidos. Assim, esses elementos costumam aparecer, na prática, de maneira interligada, contribuindo para o alcance dos objetivos políticos em disputa.

Nesse sentido, o percurso metodológico permitiu identificar de que maneira a lógica de funcionamento das plataformas, marcada pela circulação acelerada de conteúdo e pela centralidade de determinados atores, por exemplo, incide diretamente sobre as disputas políticas e seus desdobramentos. Ao mesmo tempo, também tornou possível analisar como a esquerda brasileira se inseriu nesses espaços e mobilizou estratégias de enfrentamento, seja pela produção de conteúdos, pela articulação de narrativas ou pela construção de redes de apoio no ambiente digital.

3 PLATAFORMAS DIGITAIS E POLÍTICA

Nas últimas décadas, as plataformas digitais passaram a desempenhar um papel central nas configurações sociais, culturais e econômicas da nossa sociedade. Diante dessa importância, figuram como objeto central de pesquisas nas mais diversas áreas de conhecimento. Um estudo realizado por Chiarini *et al.* (2023) demonstrou que em junho de 2022 existiam mais de três mil artigos relacionados ao termo *digital platform*³⁵ em todo o mundo; no Brasil, esse esforço somava 397 manuscritos correspondentes a teses e dissertações nos programas de pós-graduação brasileiros, entre os anos de 2000 e 2021³⁶.

Em consonância a essa tendência, o presente trabalho se propõe a discutir a ascensão da extrema-direita nesses espaços, compreendidos aqui não apenas como redes de interação social, mas como plataformas estruturadas por lógicas econômicas, e o enfrentamento realizado pela esquerda brasileira frente a esse fenômeno. Para auxiliar essa investigação, o atual capítulo busca desenvolver uma discussão que servirá como pano de fundo para o melhor entendimento da problemática aqui estudada.

As principais questões aqui abordadas estão relacionadas ao conceito, à estrutura, à funcionalidade e ao contexto em que essas plataformas emergiram, bem como às formas pelas quais influenciaram a política brasileira na última década, aos modos como são reguladas no Brasil, à maneira como tal regulação tem sido tratada pelas casas legislativas e pelo judiciário brasileiro e, por fim, aos impactos dessas plataformas sobre a soberania nacional.

Todos os pontos destacados acima foram escolhidos para serem discutidos pois, em maior ou menor grau, auxiliam no entendimento do objeto de estudo proposto por esta pesquisa. Dessa maneira, este capítulo é imprescindível para as discussões posteriores, haja vista que elenca e aprofunda pontos que incidem diretamente nas questões-chave deste trabalho, ajudando na compreensão de como as disputas políticas que ocorrem na plataforma X são afetadas pela estrutura da própria plataforma.

³⁵Os autores realizaram esse levantamento a partir das bases Web of Science (Clarivate) e Scopus (Elsevier). Ver mais detalhes em Chiarini *et al.* (2023).

³⁶Os autores realizaram esse levantamento a partir dos acervos do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT) e da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes). Ver mais detalhes em Chiarini *et al.* (2023),

3.1 Plataformas digitais: definições e características

O conceito de plataforma é anterior ao contexto de digitalização a que estamos submetidos na atualidade e foi amplamente pensado por autores no decorrer do século XX, quando ainda não havia o avanço tecnológico observado hoje. Nessa perspectiva, Oliveira, Carelli e Grillo (2020), ligados à área do Direito do Trabalho, definem que

A ideia de plataforma ultrapassa o âmbito digital, advém de uma forma de organização empresarial que não é recente, mas se apresenta agora como um modelo para todo tipo de empresa, ou seja, um modelo de negócio. Uma plataforma seria a infraestrutura ou ambiente que possibilita a interação entre dois ou mais grupos. (p. 2613)

No artigo citado acima, o shopping center aparece como um exemplo importante de plataforma, por se tratar de uma organização empresarial em que o proprietário possui uma infraestrutura que é disponibilizada para a interação entre grupos, geralmente comerciantes e clientes. É importante ressaltar que tais plataformas podem ser oriundas tanto de empresas públicas quanto privadas, sendo estas últimas mais comuns, como demonstram os exemplos trazidos por Kenney e Zysman (2016).

A definição destacada acima também pode ser aplicada às plataformas digitais e se insere em um universo mais amplo de contribuições que buscam conceituá-las. Essa multiplicidade de definições decorre da complexidade inerente a essas empresas, por sua variedade de estruturas e modos de funcionamento, bem como dos diferentes fins que cada uma possui.

Nesse sentido, compreender as plataformas digitais apenas como redes de interação mostra-se insuficiente, uma vez que essa abordagem tende a privilegiar as relações entre usuários, deixando em segundo plano as dimensões estruturais, econômicas e técnicas que organizam esses ambientes (Valente:2020). É a partir dessa limitação que esta pesquisa opta por mobilizar o conceito de plataformas digitais ao invés das chamadas redes sociais.

A definição trabalhada por Oliveira, Carelli e Grillo (2020) dialoga com a proposta por Srnicek (2017, p.25), que define plataformas digitais como “infraestruturas digitais que possibilitam a interação de dois ou mais grupos”. Tal conceito pode ser utilizado para compreender plataformas que buscam intermediar serviços de compra e venda, o que seria análogo a um shopping center, mas também

abarca uma multiplicidade de plataformas digitais que atuam nos mais diversos setores, como lazer, serviços, finanças, cultura e outros. O autor também enfatiza que, além de funcionarem como ambientes de intermediação, essas plataformas atuam na coleta, no registro e na análise de dados, que são incorporados pelas empresas como meio de aperfeiçoar sua própria estrutura, mas que também podem ser comercializados a terceiros para outros fins.

Outra característica das plataformas trabalhada por Srnicek (2017, p. 32) é o “efeito de rede”, que parte da ideia de que quanto mais usuários uma plataforma possui, mais valiosa se torna para os demais, criando um ciclo em que “users beget more users, which leads to platforms having a natural tendency towards monopolization.”

O efeito de rede que cria uma tendência natural à monopolização, dialoga com outra particularidade apontada pelo autor, chamada de “cross-subsidisation”, exemplificada por ele através do Google, que oferece e-mails gratuitos, como e-mail, enquanto arrecada por meio de publicidade. Esse aspecto diz respeito a estratégias de “compensação” utilizadas pelas plataformas para atrair um maior número de usuários e, conseqüentemente, ampliar seus lucros.

Em suma, Srnicek (2017) define as plataformas digitais como:

[...] are new type of firm; they are characterized by providing the infrastructure to intermediate between different user groups, by displaying monopoly tendencies driven by network effects, by employing cross-subsidisation to draw in different user groups, and by having a designed core architecture that governs the interaction possibilities. [...] (Srnicek, 2017, p. 33)

Para o autor, todas essas características transformam as plataformas em um modelo de empresa voltado à extração e controle de dados, pois, a partir da disponibilização de um espaço de interação, elas conseguem extrair informações sobre os mais diversos aspectos que permeiam a vida social, econômica, cultural e afetiva de seus usuários.

Srnicek (2017), apesar de trabalhar com um conceito mais geral de plataforma, reconhece que estas não podem ser reduzidas a um único tipo e, por isso, as categoriza em nichos específicos. Para ele, existem cinco principais tipos: 1) propagandas de publicidade, 2) plataformas de nuvem, 3) plataformas industriais, 4) plataformas de produção e 5) plataformas de aprendizagem. Apesar da tipificação, o autor reconhece que na prática as empresas podem ser caracterizadas como mais de um tipo de plataforma, citando o exemplo da Amazon para ilustrar essa possibilidade.

Tendo em vista que a presente pesquisa tem como campo principal de observação o X, centra-se na exploração e no entendimento das plataformas de publicidade que, segundo Srnicek (2017), funcionam principalmente através da extração de dados voltada a um mercado publicitário. Tais dados são extraídos pelas plataformas de publicidade especialmente por meio do uso que os usuários fazem dessas plataformas, frequentemente utilizadas enquanto espaços de interação e produção de conteúdo.

Os dados extraídos deixaram de ser apenas uma forma de melhorar os serviços para se tornarem também um meio de geração de receitas publicitárias. Os maiores exemplos disso são o Google e o Facebook, mas esse modelo também pode ser observado em plataformas que operam como sites de redes sociais, como é o caso da X. A receita desse tipo de plataforma vem não só da extração, registro e análise de dados, advém também da capacidade de conectar as publicidades dos anunciantes aos usuários considerados mais relevantes (Srnicek, 2017).

Tendo isso em vista, é possível compreender alguns dos motivos pelos quais as estruturas dessas plataformas são desenhadas para estimular uma quantidade cada vez maior de interação e criação de conteúdo, uma vez que esse é um fator-chave para a geração de lucro. Não à toa, o autor ressalta que as plataformas de publicidade são as de maior sucesso, com altas receitas e grandes lucros.

O presente trabalho toma o conceito de Srnicek (2017) como ponto de partida para apresentar ao leitor o que se entende por plataforma digital. No entanto, a literatura que conceitua esse fenômeno é bastante ampla e contempla diferentes perspectivas. A visão proposta por Soshana Zuboff (2021), por exemplo, ganhou notoriedade em diversos campos de estudo ao definir as plataformas digitais como ferramentas de coleta massiva de dados pessoais que contribuem para o desenvolvimento de um capitalismo de vigilância.

Assim, a definição de plataforma digital pode partir de diferentes perspectivas: da interação entre os sujeitos, da coleta de dados, da constituição dos espaços enquanto locais de troca, da atual fase do capitalismo, entre outras, que variam de acordo com a tradição teórica de cada autor.

Apesar de tais plataformas se diferenciarem no que concerne à estruturação e à funcionalidade dos seus serviços, elas possuem algo em comum: costumam ser percebidas pelos usuários apenas como espaços de lazer, comunicação e informação. Partindo dessa percepção, no próximo tópico será

realizada uma discussão sobre a estrutura e as funcionalidades das plataformas digitais, com o intuito de esclarecer por que não é adequado reduzi-las a esse entendimento.

3.2 Estrutura e funcionalidade das plataformas digitais

As laudas anteriores apresentaram o conceito de plataformas digitais, demonstrando que é possível entendê-las sob vários prismas e conceituá-las tomando como referência diferentes pontos de partida.

O presente tópico, por sua vez, dedica-se à discussão acerca da estrutura e da funcionalidade, analisando fatores que tensionam a noção de neutralidade e que contribuem para um uso cada vez maior dessas ferramentas por parte dos usuários, evidenciando, assim, como esse conjunto de características se articula à principal finalidade dessas empresas: a obtenção de lucro.

Considerando que, na atualidade, existe uma ampla diversidade de plataformas no mercado, este texto se concentrará naquelas que atuam como site de rede social, como é o caso da X, que constitui o campo de estudo desta pesquisa. Por entender a complexidade dessa proposta, serão analisados aspectos específicos considerados relevantes para o entendimento do objeto desta tese, orientados pela seguinte questão: *como a estrutura das plataformas digitais impacta as disputas políticas que ocorrem nos ambientes digitais?*

As dimensões analisadas serão: 1) a premissa de neutralidade das plataformas; 2) a funcionalidade dos algoritmos que as constituem; e 3) os dados coletados a partir das atividades dos usuários. O objetivo é compreender como esses elementos, interligados, afetam as disputas políticas que ocorrem nesses espaços.

Max Fisher (2023) menciona que, inicialmente, imaginava que os riscos das redes sociais eram oriundos do uso feito por pessoas mal-intencionadas, como propagadores de *fake news*. Ao pensar dessa forma, ele entendia as plataformas como “tubulações” pelas quais circulavam problemas já existentes nas sociedades. Com o tempo, a partir do acesso que teve a informações de pessoas envolvidas com essas empresas, ele percebeu que esses problemas representavam um padrão recorrente que se alastrava simultaneamente em diversas sociedades, sendo fruto da forma como as plataformas operavam nas constituições de subjetividades e organizações sociais.

A tecnologia das redes sociais exerce uma força de atração tão poderosa na nossa psicologia e na nossa identidade, e é tão predominante na nossa vida, que transforma o jeito como pensamos, como nos comportamos e como nos relacionamos uns com os outros. O efeito, multiplicado por bilhões de usuários, tem sido a transformação da própria sociedade. (Fisher, 2023, p. 21)

Embora o trecho dialogue com a análise aqui proposta, este trabalho não adota uma perspectiva determinista, que atribui às plataformas digitais a capacidade de gerir e estruturar, de forma isolada, fenômenos complexos da sociedade. Aqui, essa perspectiva é pensada como um fator de relevância, que influencia, mas não determina. O resultado eleitoral brasileiro de 2018, por exemplo, não pode ser entendido unicamente como fruto do uso ou da manipulação dos dados oriundos das plataformas digitais, compreensão que reduz a complexidade de tal fenômeno. No entanto, isso não impede que seja dado destaque à forma como a lógica das plataformas digitais se sobrepõe às ações individuais, inclusive contribuindo em seu condicionamento.

A possibilidade de as plataformas serem capazes de condicionar ações individuais pode ser entendida através de uma discussão sobre essa estrutura, que é composta por, no mínimo, dois personagens. O primeiro é o controlador, que é responsável pela estrutura, funcionamento e regras que constituem as plataformas. O segundo são os participantes que, podendo ser empresas ou pessoas, possuem sua participação restrita ao que é definido pelo controlador (Chiarini *et al.*, 2023, p. 8).

Seguindo a linha de raciocínio proposta por Chiarini *et al.* (2023), as plataformas digitais são ambientes controlados de forma unilateral, o que faz com que a participação dos usuários e das empresas seja restrita ao que é permitido pela infraestrutura. Um exemplo disso pode ser visto no X: por mais que em alguns momentos os usuários tenham a necessidade de escrever textos maiores, a estrutura limita o número de caracteres das publicações, evidenciando o controle exercido sobre as formas de interação³⁷.

Esse caráter unilateral implica que as possibilidades de uso das plataformas estejam condicionadas ao que os controladores permitem, com pouca

³⁷Uma maneira encontrada pelos usuários para “burlar” essa limitação foi o uso das threads, que consistem em um conjunto de posts sobre um mesmo assunto, formando uma espécie de “grande publicação”. Atualmente, a plataforma permite a escrita de textos maiores para usuários que pagam uma assinatura que garante uma série de benefícios, dentre eles o aumento do limite de caracteres permitidos.

margem para que os usuários possam utilizá-las de outra forma. Isso não significa, contudo, que não haja resistência. Kellog, Valentine e Christin (2020) mostram formas que trabalhadores de aplicativos encontraram para contornar regras estabelecidas pelas empresas; no entanto, esses esforços não são o suficiente para promover alteração estrutural, uma vez que essas empresas constantemente reconfiguram seus sistemas para neutralizar tais práticas.

Tendo em vista que as plataformas são controladas por indivíduos específicos, elas atuam como ferramentas voltadas para a realização de objetivos determinados, frequentemente associados a possibilidade de maximização do lucro. Esse é um dos aspectos que afasta a ideia de neutralidade, pois, como toda mercadoria, essas estruturas incorporam interesses e valores, inclusive políticos. Como Noble (2018) coloca, a estrutura das plataformas, que pode ser entendida desde o design apresentado aos usuários até as fórmulas que orientam as decisões automatizadas, são reflexo das pessoas que criaram e investiram nesses produtos.

Essa dimensão também está presente na própria constituição da internet enquanto espaço associado à ideia de liberdade irrestrita, valor incorporado pelas plataformas digitais e presente na declaração de Barlow (1996), que sustenta críticas à regulamentação estatal, apostando que os indivíduos são capazes de estabelecer uma autorregulação. Fisher (2023) destaca que muitos dos responsáveis pela estruturação da internet e das plataformas digitais compartilhavam dessa visão, o que contribui para compreender como determinados valores políticos foram incorporados ao espaço, que a princípio era visto como um local em que os indivíduos possuíam autonomia para gerir a própria experiência e eram incentivados a atuar como atores políticos ativos.

Outro aspecto relevante refere-se às desigualdades presentes na constituição das plataformas. Fisher (2023, p.63) aponta a existência de um recorte de raça e gênero marcante na estrutura e funcionalidade dessas empresas, que reproduz a “visão de mundo estreita do perfil demográfico do Vale do Silício”. Principalmente no início da constituição desses ambientes, a pouca diversidade do corpo técnico dificultou que a demanda de grupos específicos fosse incorporada

estruturalmente³⁸, o que reverberou nas dinâmicas sociais existentes em tais ambientes.

Exemplos disso são os danos que muitas mulheres sofreram ao longo dos anos, especialmente relacionados a assédio e ameaças. No exterior, foram muitos casos de destaque, como os ataques misóginos que ficaram conhecidos como Gamergate. Aqui no Brasil, temos o exemplo da professora da Universidade Federal do Ceará, Lola Aronovich, que durante anos foi vítima de ataques movidos por misoginia em espaços online³⁹.

De forma semelhante, indivíduos que pertencem a minorias sociais, como a população LGBTQIAPN+, foram frequentemente expostos à práticas violentas dentro das plataformas e, muitas vezes, os infratores saíram impunes por não haver mecanismos capazes de garantir a identificação dos infratores e, conseqüentemente, a responsabilização de tais atos. Assim, esses espaços tornaram-se lugares em que indivíduos com posicionamentos racistas, homofóbicos e misóginos estavam protegidas.

Tendo em vista os benefícios que a diversidade pode trazer aos ambientes de trabalho, é possível argumentar que uma equipe mais diversa pudesse influenciase a forma como as plataformas se estruturam e atuam, possibilitando uma maior atenção a aspectos como a segurança e proteção de grupos vulneráveis.

While often presenting themselves as empty spaces for others to interact on, they in fact embody a politics. The rules of product and service development, as well as marketplace interactions, are set by the platform owner. (Snickerk, 2017, p. 33).

O trecho acima evidencia como as plataformas encarnam políticas e regras que refletem o posicionamento dos seus proprietários e dirigentes⁴⁰, afastando, assim, a ideia de neutralidade. Isso pôde ser visto de maneira clara no campo de estudo

³⁸Como apresentado na reportagem, o corpo técnico das Big Techs é composto predominantemente por homens. Ver mais em: <https://economia.uol.com.br/noticias/afp/2017/08/07/engenheiro-do-google-defende-predominio-masculino-no-vale-do-silicio.html>. Acesso em: 12 set. 2024.

³⁹Os ataques sofridos pela professora Lola Aronovich deram origem à Lei 13.642/18, conhecida como Lei Lola, de autoria da deputada federal Luizianne Lins (PT-CE) e aprovada em 2018. Para mais informações sobre os ataques sofridos pela docente e sobre a lei, ver: <https://www.camara.leg.br/noticias/540214-desafio-e-tornar-lei-conhecida-diz-blogueira-que-inspirou-legislacao-sobre-misoginia-na-internet/>. Acesso em: 11 set. 2024.

⁴⁰Fisher (2023) utiliza o exemplo do Reddit para demonstrar como o posicionamento dos dirigentes influencia o funcionamento dessas empresas. Segundo o autor, apenas após uma mulher assumir um cargo de confiança ocorreu um movimento de mudança nas diretrizes da comunidade com o objetivo de evitar ataques misóginos contra as usuárias da plataforma. Após isso, a executiva passou a sofrer ataques que a acusavam de tentar transformar a plataforma em um espaço feminista e de reprimir homens brancos.

desta pesquisa. Após a aquisição do Twitter por Elon Musk, diversas mudanças foram implementadas, fazendo com que, em termos de estrutura e funcionamento, a empresa passasse a atuar em maior consonância com os posicionamentos do dono⁴¹.

Um exemplo disso pode ser observado nas investidas de deslegitimação direcionadas ao Supremo Tribunal Federal brasileiro por meio da atuação de Musk. Em 2024, o empresário acusou o Ministro Alexandre de Moraes de interferir nas eleições⁴² e atuar politicamente no cenário nacional.⁴³ Tais declarações não podem ser compreendidas apenas manifestações individuais de liberdade de expressão, pois, enquanto proprietário da plataforma, e, portanto, com conhecimento privilegiado sobre seu funcionamento e dotado de elevado capital social nesse espaço, Musk contribui para a amplificação de ataques às instituições democráticas, fazendo com que o X opere como um mecanismo de eco para discursos golpistas e que ameçam a democracia brasileira.

O exemplo anterior, como Moraes (2024) pontua, pode evidenciar que as plataformas digitais e seus proprietários podem atuar de forma a privilegiar determinados conteúdos com base em interesses próprios, inclusive por meio das formas de programação e moderação desses ambientes. Essa possibilidade é potencializada limitada transparência algorítmica das empresas de tecnologia.

Assim, os exemplos anteriores deixam claro que, apesar de funcionarem como meios de comunicação, interação e lazer, as plataformas também operam em busca da maximização dos interesses políticos e econômicos de seus controladores, ainda que isso implique colocar em risco valores fundamentais para a harmonia social, como o respeito às instituições.

Partindo da noção de que as plataformas digitais não são estruturas neutras, é necessário retomar a conceituação para discutir outro ponto fundamental

⁴¹Além de Elon Musk, outro personagem que rompe com a ideia de que as plataformas digitais constituem espaços neutros é Peter Thiel, fundador do PayPal e investidor de diversas empresas de tecnologia. Coautor do livro *O mito da diversidade*, ele atua publicamente políticas de diversidade nas empresas, fazendo com que seus negócios sejam amplamente influenciados por sua orientação ideológica. Para mais informações sobre essa figura, ver: <https://outraspalavras.net/outrasmidias/peter-thiel-o-sombrio-capitalista-militante/>. Disponível em: 12 set. 2024.

⁴²Para mais informações sobre essa acusação, ver: <https://noticias.uol.com.br/colunas/leonardo-sakamoto/2024/04/09/musk-mente-que-moraes-libertou-lula-voto-de-ministro-o-manteria-na-cadeia.html>. Disponível em: 12 set. 2024.

⁴³Para mais informações sobre essa acusação, ver: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2024/04/08/sem-provas-musk-diz-que-moraes-colocou-dedo-na-balanca-para-eleger-lula.html>. Disponível em: 12 set. 2024.

para o entendimento desses espaços. Na obra *Digital Platform* (2017), Srnicek menciona que empresas que funcionam como sites de rede social possuem duas principais frentes de atuação que devem ser levadas em consideração: a primeira diz respeito à intermediação entre dois ou mais grupos, conforme foi destacado anteriormente. A segunda, que geralmente não é tão evidente, diz respeito a um vasto banco de dados coletado a partir das ações dos usuários.

Esses dados são utilizados de diversas maneiras, mas servem principalmente para alimentar e aprimorar os algoritmos que atuam com foco em atingir os objetivos para os quais foram programados, como aperfeiçoar o tipo de conteúdo que chega até determinada pessoa, privilegiando publicações que capturem a atenção de quem as vê. Outra possibilidade é a comercialização desses dados, que podem ser utilizados de diversas maneiras e para os mais diversos fins sociais, econômicos e políticos por terceiros.

Há alguns anos, o Facebook foi exposto por ceder dados de eleitores e contribuir para a manipulação da opinião pública através de propaganda digital individualizada, o que reverberou inclusive em resultados eleitorais importantes, como a decisão do Brexit e a eleição estadunidense de 2016⁴⁴.

Adentramos aqui um ponto central de constituição e funcionamento das plataformas: os algoritmos. De início, é importante manter a atenção durante essa discussão para evitar uma visão fetichista sobre os algoritmos, afinal, são apenas um produto de pretensões, objetivos e disposições, inclusive políticas, de seus criadores. Nenhum algoritmo atua por si só, trata-se de uma criação humana desenvolvida e gerenciada por indivíduos, e, portanto, não possui autonomia nem deve ser responsabilizado pelas consequências de seu uso, uma vez que estas decorrem de decisões e formas de gestão humanas.

Os algoritmos aparecem como uma grande ferramenta para as Big Techs e para o capitalismo digital como um todo. No texto *Algorithms At Work* (2020), as autoras demonstram como os algoritmos têm sido utilizados para o controle de trabalhadores em diferentes contextos ao redor do mundo. Por meio deles, é possível registrar dados individuais, rastreá-los, puni-los e até mesmo reduzir sua autonomia no que concerne tomada de decisões básicas, que passam a ser padronizadas de

⁴⁴Para mais informações sobre o escândalo, ver: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/entenda-o-escandalo-de-uso-politico-de-dados-que-derrubou-valor-do-facebook-e-o-colocou-na-mira-de-autoridades.ghtml>. Acesso em: 13 set. 2024.

acordo com dados coletados que indicam, com base em padrões, a melhor decisão a ser tomada.

Do ponto de vista técnico, esse conceito é geralmente apreendido pela ciência da computação da seguinte forma:

[...] an **algorithm** is any well-defined computational procedure that takes some value, or set of values, as **input** and produces some value, or set of values, as **output**. An algorithm is thus a sequence of computational steps that transform the input into the output.

We can also view an algorithm as a tool for solving a well-specified **computational problem**. The statement of the problem specifies in general terms the desired input/output relationship. The algorithm describes a specific computational procedure for achieving that input/output relationship. (Cormen *et al*, 2009, p. 5, grifo dos autores).

No entanto, não é apenas nas ciências da computação que se encontra um esforço para definir ou compreender algoritmos. Na sociologia, por exemplo, os algoritmos não são vistos apenas como *software*, ainda que tenham uma definição semelhante:

[...] in the broadest sense, they are encoded procedures for transforming input data into a desired output, based on specified calculations. The procedures name both a problem and the steps by which it should be solved. (gillespie, 2013, p. 167)

Gillespie (2013) demonstra que os algoritmos estimulam nas pessoas uma crença, ou confiança, de que sua constituição, a análise de dados e seus resultados são puramente objetivos, sem que incida sobre eles a influência de valores ou subjetividades. Essa é uma perspectiva bastante difundida e que apresenta as escolhas algorítmicas como fruto de uma técnica isenta e imparcial, o que reforça a importância dos parágrafos anteriores para romper com esse ideário de falsa neutralidade.

O autor ressalta, ainda, que a análise sociológica deve estar atenta às influências humanas, sobretudo no que concerne ao processo de estruturação, criação e definição dos objetivos programados, para que não se pense os algoritmos como ferramentas meramente abstratas e absolutamente objetivas, contribuindo assim, para uma fetichização que desresponsabiliza os seus idealizadores.

Em 2020, a plataforma Netflix lançou um documentário intitulado *O Dilema das Redes*. Nele, diversas pessoas que já desempenharam algum papel em grandes empresas de tecnologia, como X, Facebook e Instagram, explicam como foram

desenvolvidos algoritmos responsáveis por organizar fluxos de conteúdos voltados ao interesse dos usuários, mantendo-os por longos períodos diante das telas.

[...] an increasingly important role in selecting what information is considered most relevant to us, a crucial feature of our participation in public life. Search engines help us navigate massive databases of information, or the entire web. Recommendation algorithms map our preferences against others, suggesting new or forgotten bits of culture for us to encounter (Gillespie, 2013, p. 167).

Dialogando com o documentário, o trecho acima destaca que os algoritmos mapeiam, cada vez mais, as preferências dos usuários e direcionam conteúdos com base nessas predileções. Dessa maneira, torna-se objetivo principal das plataformas capturar e manter a atenção de quem transita por elas, não havendo necessariamente uma preocupação ética com a veracidade ou os impactos sociais desses conteúdos. Em suma, pouco importa se um vídeo pode potencializar ideias extremistas ou violentas, desde que as visualizações gerem lucro para as empresas.

Para aumentar o tempo de permanência dos usuários e, conseqüentemente, o lucro, o corpo técnico dessas empresas desenvolve algoritmos cada vez mais sofisticados, capazes de aprender as preferências dos usuários e, dessa forma, recomendar conteúdos que possam deixá-los mais tempo conectados. O problema dessa tendência, como Fisher (2023) demonstra, é que os conteúdos capazes de fazer com que as pessoas utilizem as redes por mais tempo são justamente aqueles que mexem com as emoções e possuem um teor mais extremista. Esse é um dos fatores que ajudam a explicar o porquê de determinados discursos políticos, como os da extrema-direita contemporânea, encontram terreno fértil.

Para além da discussão ética no que concerne a adoção de estratégias que estimulem o uso intensivo dessas plataformas, esse tipo sistema, conhecido como *machine learning*, possui implicações políticas relevantes, pois tende a favorecer a formação de bolhas informacionais. Para ilustrar esse processo, trago um exemplo pessoal. No início de junho de 2024, assisti a um vídeo na plataforma X, a um vídeo em que um rapaz que estava dentro de uma loja reagia a um assalto sem excesso de força ou brutalidade, apenas em legítima defesa. Aquela cena me chamou atenção pois a princípio não consegui entender como o homem notou tão rapidamente que se tratava de um assalto e reagiu com calma diante da situação, por esse motivo, assisti ao vídeo umas quatro vezes até captar todos os detalhes daquele caso.

Nos dias seguintes, começaram a surgir conteúdos semelhantes, que progressivamente foram se tornando cada vez mais violentos. Esse movimento sugere que como o primeiro vídeo captou minha atenção, o sistema responsável por direcionar conteúdos a mim não só direcionou mais publicações desse teor, mas também as tornou mais extremas com o passar do tempo. Esses vídeos que se multiplicaram no meu feed, somados a uma onda de assassinatos que aconteceu no mesmo período no estado onde moro, aumentaram não só minha sensação de insegurança como também me deixaram em situação de alerta.

Pouco tempo depois, além dos vídeos, também passaram a aparecer tweets de figuras da extrema-direita, em sua maioria com discursos ligados à segurança pública e ao combate à criminalidade. O que aconteceu comigo ocorre diariamente com muitas pessoas que têm suas preferências aprendidas pelas plataformas e são bombardeadas por conteúdos que reforçam suas crenças ou pontos de vista, reduzindo o contato com a diversidade de perspectivas existentes, um dos fatores que aumentam a polarização nesses espaços.

Ao realizar uma discussão sobre alguns padrões antiestruturais, encontrados sobretudo na extrema-direita, Cesarino (2022) menciona que estes não derivam apenas de comportamentos espontâneos, sendo também orientados pela estrutura das redes. Segundo a autora, a diferença entre este e outros momentos em que movimentos antiestruturais estiveram em evidência está justamente na velocidade com que as mídias digitais permitem sua estruturação.

Não creio que as tecnologias são a explicação única para a atual situação política, uma vez que essa percepção limita a análise e impede a apreensão de suas complexidades. Apesar de o documentário contribuir para o esclarecimento do funcionamento dessas plataformas, busco não adotar uma perspectiva unicausal para lidar com o objeto em questão. No entanto, mesmo com essa ressalva, considero fundamental refletir sobre o papel que os algoritmos, e a própria estrutura das redes digitais, desempenham na política e na constituição dos agentes que a compõem.

Essa percepção dialoga com a visão de Gillespie (2013), que parte de uma noção mutualística, acreditando que há um entrelaçamento entre os indivíduos e o uso dos algoritmos.

If users fail or refuse to fit that tool into their practices, to make it meaningful, that algorithm will fail. This means we must consider not their “effect” on people, but a multidimensional “entanglement” between algorithms put into practice and the social tactics of users who take them up. This relationship is,

of course, a moving target, because algorithms change, and the user populations and activities they encounter change as well. Still, this should not imply that there is no relationship. As these algorithms nestle into people's daily lives and mundane information practices, users shape and rearticulate the algorithms they encounter; and algorithms impinge on how people seek information, how they perceive and think about the contours of knowledge, and how they understand themselves in and through public discourse.

It is important that we conceive of this entanglement not as a one-directional influence, but as a recursive loop between the calculations of the algorithm and the "calculations" of people. (Gillespie, 2013, p. 183)

No trecho destacado, o autor menciona que, ao mesmo tempo em que o algoritmo influencia a vida dos indivíduos, também depende de que essas pessoas atribuam um significado a ele. É possível inferir que, diante da digitalização da sociedade, essa relação não é simétrica. Os algoritmos, no contexto das plataformas digitais, interferem na vida dos sujeitos em uma proporção maior e, na atualidade, em certa medida naturalizada; no entanto, não é adequado anular a agência dos indivíduos sobre essa ferramenta, sobretudo pelo fato de se tratar de uma criação humana que, apesar da complexidade adquirida ao longo do tempo, é constantemente modificada e adaptada de acordo com objetivos de seus idealizadores.

Um exemplo dessa agência é o uso do Facebook como meio de organização de protestos. Esse não era um dos objetivos iniciais da plataforma, no entanto, os indivíduos atribuíram outro significado à ferramenta, redefinindo sua funcionalidade e, conseqüentemente, a própria forma de se fazer manifestações.

Dessa maneira, a ideia de que as plataformas podem interferir na autonomia dos sujeitos, como discutido por Kellogg, Valentine e Christin (2020), dialoga com a análise de Empoli (2022). Para o autor, a internet é frequentemente percebida como um ambiente propício à participação política e ao surgimento de movimentos contestatórios e revolucionários, capazes de modificar estruturalmente a sociedade, mas pode também operar como instrumento de controle por parte de uma classe política, com o auxílio de mecanismos como os algoritmos.

[...] With contemporary search engines, the results two users get to the same query can be quite different; in a news service or social network, the information offerings can be precisely tailored to the user's preferences (by the user, or the provider) such that, in practice, the stories presented as most newsworthy may be so dissimilar from user to user that no common object of public dialogue is even available. [...] We are led—by algorithms and our own preference for the like-minded—into "filter bubbles" (ibid.), where we find only the news we expect and the political perspectives we already hold dear (Gillespie, 2013, p. 188).

O trecho anterior fala sobre como a estrutura das plataformas, com o auxílio dos algoritmos, pode produzir experiências diferentes para cada usuário, fazendo com que sujeito X tenha acesso ao que acontece no mundo de forma semelhante a outra pessoa. Quando esse processo ocorre de maneira coletiva, surgem as chamadas “bolhas”, nas quais os indivíduos passam a ter acesso a informações e debates circunscritos a determinados grupos, o que endossa pontos de vista semelhantes.

Em sentido idêntico, Empoli (2022) alerta para a articulação do populismo tradicional com os algoritmos, que pode gerar uma poderosa máquina política, observada, inclusive, em processos eleitorais recentes. Segundo o autor, as realidades compartilhadas tendem a se fragmentar, abrindo espaço para versões distintas e personalizadas do real.

Algo similar pôde ser observado logo após o resultado eleitoral de 2022, quando centenas de pessoas, espalhadas pelas mais diversas capitais do país, acamparam por vários meses em frente a quartéis. Vídeos que circularam nas plataformas digitais mostravam indivíduos acreditando em informações falsas, como a suposta prisão do ministro do Supremo Tribunal Federal (STF), Alexandre de Moraes⁴⁵. Para aqueles que se informavam através de um canal de informações próprio, era completamente plausível que o ministro fosse preso: após as eleições serem nitidamente fraudadas e boicotadas, sob chancela do STF, era legalmente possível que as Forças Armadas agissem em 72h para deter o que estava em andamento, nem que para isso fosse preciso prender um ministro da Suprema Corte. Esse exemplo evidencia a construção de realidades paralelas em fluxos específicos de informação, como grupos da plataforma Whatsapp.

Além de outros fatores externos ao ambiente digital, como a disseminação discursos morais em espaços religiosos⁴⁶, as plataformas desempenham um papel fundamental para a consolidação dessas bolhas e, sobretudo, na circulação dessas realidades paralelas. É por meio delas que notícias falsas são criadas, repassadas e mobilizadas para fins políticos. Esse processo pôde ser observado, por exemplo, em

⁴⁵Disponível em: <https://veja.abril.com.br/coluna/radar/bolsonaristas-comemoram-falsa-prisao-de-moraes-em-porto-alegre/>. Acesso em: 13 abr. 2023.

⁴⁶Nas eleições de 2022, diversos líderes de igrejas evangélicas passaram a adotar posicionamentos políticos alinhados à direita, inclusive promovendo assédio político contra fiéis. Pastores com grande alcance nas redes sociais, como Silas Malafaia e André Valadão, fizeram campanha abertamente para Jair Bolsonaro. Uma das notícias falsas amplamente difundidas para esse público afirmava que, caso eleito, Lula fecharia igrejas. Para mais informações sobre o terror moral promovido nesse contexto, ver: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-62985337>. Acesso em: 17 set. 2024.

eventos como o 8 de janeiro de 2023, quando bolsonaristas invadiram e depredaram o Congresso, o Planalto da Alvorada e o Supremo Tribunal Federal.

Outro aspecto da estrutura das plataformas que merece destaque diz respeito à forma como os conteúdos são priorizados com base em métricas de engajamento. Usuários que alcançam alta visibilidade são recompensadas, ainda que simbolicamente, pelo sentimento de validação social que as curtidas e interações oferecem. Fisher (2023) destaca que isso, aliado à possibilidade de anonimato, potencializa um comportamento extremista nos usuários, que passam a orientar suas ações junto a possibilidade de cativar o máximo de atenção possível em tais espaços, ainda que isso signifique fazer uso de ferramentas ou discursos danosos e criminosos. Esse estímulo, junto à volatilidade das publicações, contribui para que as plataformas digitais se tornem verdadeiras terras sem lei.

Diante da discussão realizada neste tópico, é possível sintetizar como a estrutura das plataformas digitais interfere nas dinâmicas políticas a partir de diferentes mecanismos. Entre eles, destacam-se a utilização de dados dos usuários, como evidenciado no caso da Cambridge Analytica⁴⁷, a priorização de determinados formatos de conteúdo, que tende a transformar a política em uma disputa por visibilidade, além da fragilidade das publicações, que favorece a circulação de conteúdos falsos, especialmente em períodos eleitorais. Esses elementos indicam que as plataformas operam a partir de uma lógica que pode produzir assimetrias nas disputas políticas nos ambientes digitais, uma vez que organizam as informações, a visibilidade e as interações de maneiras que não são neutras.

3.3 Plataformas digitais no contexto capitalista contemporâneo

Como é mencionado em outros momentos deste texto, o aumento do interesse da comunidade científica em estudar objetos ligados às plataformas digitais e demais tecnologias cresceu de forma significativa nas últimas décadas. Tendo isso em vista, é possível encontrar distintas interpretações acerca do contexto em que esse novo panorama emergiu e se popularizou.

⁴⁷Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/entenda-o-escandalo-de-uso-politico-de-dados-que-derrubou-valor-do-facebook-e-o-colocou-na-mira-de-autoridades.ghtml>. Acesso em: 11 jul. 2023.

Fisher (2023), por exemplo, discute a emergência e a popularização dos computadores e da internet, que facilitaram a socialização do campo acadêmico pelo menos desde a década de 1980, por meio de fóruns que já podiam ser compreendidos como redes sociais digitais, ainda que não possuíssem tantos recursos como na atualidade. Esse espaço de troca foi importante para a interação entre engenheiros que, a partir da década de 1990, passaram a estruturar as plataformas digitais de maneira semelhante ao que vemos hoje.

Em meio a essa diversidade na literatura científica, o presente tópico irá situar a questão a partir da perspectiva proposta por Srnicek (2017), que critica a maneira como as plataformas têm sido analisadas, principalmente pelo deslocamento histórico que, muitas vezes, desconsidera sua inserção na economia capitalista. Nesse sentido, o autor propõe compreender as grandes empresas de tecnologia enquanto “atores econômicos que atuam dentro do modo de produção capitalista” (Srnicek, 2017, p. 8, tradução livre).

Um dos argumentos do autor é que, diante do declínio de formas anteriores de organização do capitalismo, recorreu-se à dimensão digital como estratégia de manutenção do crescimento econômico. Para ele, esse movimento não é inesperado, uma vez que momentos de crise tendem a impulsionar processos de reestruturação do capitalismo, que incluem “novas tecnologias, novas formas organizacionais, novos modos de exploração, novos tipos de trabalho e novos mercados que emergem como uma nova forma de acumular capital” (Srnicek, 2017, p. 28, tradução livre).

Ao longo da obra, o autor discute as crises de 1970, 1990 e 2008, que atingiram sobretudo os países capitalistas ocidentais. Segundo sua análise, tais crises promoveram mudanças importantes nas relações de trabalho, na atuação dos Estados e nos investimentos, pavimentando, assim, um caminho favorável para a consolidação do cenário contemporâneo.

Nesse contexto, o autor argumenta que o capitalismo do século XXI é estruturado em torno da extração e do uso de dados digitais, que têm como fonte as atividades dos usuários e dependem de infraestruturas capazes de capturá-los, registrá-los e analisá-los. As plataformas, portanto, emergem como um modelo empresarial particularmente eficaz nesse processo, por ser capaz de extrair e manusear grandes quantidades de dados (Srnicek, 2017).

Dessa forma, as plataformas digitais podem ser compreendidas como um produto do arranjo econômico do século XXI: um capitalismo extremamente

digitalizado. A economia mundial encontra-se cada vez mais orientada por dinâmicas digitais e alguns autores, como Arthur (2011), estimam que em algumas décadas a economia física será superada em termos de tamanho e funcionalidade pela economia digital. Essa hipótese parte, dentre outros fatores, da crescente incorporação do digital à vida social. Nesse cenário, as plataformas são protagonistas.

Inseridas em um contexto capitalista, as plataformas digitais devem ser compreendidas como ferramentas voltadas à produção de lucro, podendo gerar impactos sociais negativos em uma escala maior que a capacidade de resolução a esses problemas. Isso ocorre porque o objetivo central dessas empresas não é a construção otimizada de um espaço social mais ético ou democrático, mas a produção de valor econômico para uma elite financeira, neste caso específico representada pelos proprietários, acionistas e dirigentes das grandes empresas de tecnologia.

Partindo dessa premissa, é possível afirmar que as transformações do sistema capitalista, assentado cada vez mais no digital, influenciaram não apenas o surgimento, mas também a expansão e a consolidação das plataformas. Mais do que isso, é necessário considerar como essa dinâmica passa a influenciar processos políticos ao redor do mundo, especialmente na medida em que essas plataformas concentram poder econômico e informacional.

A aquisição da plataforma Twitter, hoje X, por Elon Musk, ilustra esse movimento. Sustentando uma retórica associada à liberdade de expressão, desde que assumiu o comando da empresa, o empresário reativou contas de diversas figuras políticas que haviam sido suspensas, seja por decisões judiciais, seja por violação das próprias regras da plataforma, como ocorreu com o presidente dos Estados Unidos, Donald Trump⁴⁸. Mesmo após inúmeros episódios de divulgação de notícias falsas e questionamentos sobre o sistema eleitoral, essas figuras voltaram a ter espaço ampliado nesse ambiente.

O que, à primeira vista, pode parecer uma decisão pontual, como a reativação de um perfil, possui, na verdade, implicações sociais e políticas mais amplas. Levitsky e Ziblatt (2018) argumentam que a presença de líderes com tendências autoritárias no debate público, ainda que digital, contribui para a legitimação de discursos que fragilizam as instituições democráticas, principalmente quando tais discursos passam a circular com grande visibilidade.

⁴⁸Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/internacional/elon-musk-reativa-conta-de-donald-trump-no-twitter/>. Acesso em: 6 jun. 2023.

Observa-se, assim, como decisões concentradas nas mãos de indivíduos que controlam essas plataformas, podem produzir efeitos sobre os rumos políticos de um país. Dessa forma, torna-se importante considerar a influência que as grandes empresas de tecnologia e seus proprietários possuem, hoje, na política mundial. Ainda que empresas sempre tenham exercido algum tipo de poder, sendo esse um dos argumentos para a proibição do financiamento eleitoral por elas no Brasil⁴⁹, o alcance das plataformas digitais possui uma escala distinta, sobretudo no que se refere a difusão e circulação de informações em nível global, ilustrando como o poder pode ser concentrado através dessas ferramentas em um contexto capitalista e digital.

3.4 Plataformas digitais como promessas democráticas

A internet revolucionou a forma como nos relacionamos. Sobretudo a partir dos anos 2000, com a ascensão das plataformas, os mais diversos aspectos da vida social passaram por transformações que acompanharam essa revolução digital. No campo acadêmico, um dos primeiros contatos que tive com a literatura que falava sobre internet foi a obra de Castells (2003). Apesar de a obra ter sido lançada há mais de 20 anos, o autor demonstra que muitas particularidades do cotidiano já haviam sido alteradas naquela data, apontando para um leque de possibilidades benéficas que estavam ao alcance da sociedade, entre elas, o aprimoramento das democracias. Essa expectativa era associada principalmente à ideia de ampliação da participação política que, com a redução das mediações tradicionais, possibilitava a construção de um espaço democrático mais horizontal.

Foi nesse contexto, e com relativo otimismo, que parte significativa da literatura acadêmica sobre espaços digitais se consolidou na primeira década dos anos 2000. Essa percepção era parcialmente inspirada na declaração de Barlow (1996), que enxergava o ciberespaço como um local de liberdade, sem os problemas do “mundo real” e onde todos poderiam adentrar sem se preocupar com preconceitos de classe ou raça. A internet e as plataformas digitais eram vistas como uma espécie de papel em branco, uma nova chance para que a sociedade construísse uma comunidade harmônica.

⁴⁹O financiamento empresarial de campanhas eleitorais foi proibido no Brasil desde 2015. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2015/09/supremo-decide-proibir-doacoes-de-empresas-para-campanhas-eleitorais.html>. Acesso em: 6 jun. 2023.

No Brasil, nessa mesma época, o que antes era limitado a poucos tornou-se mais acessível à medida que grande parte da sociedade começou a ter acesso a bens de consumo, como *smartphones* e computadores. Ao passo que essa democratização da internet avançou, o uso das plataformas se consolidou, primeiro como uma possibilidade de lazer e, depois, como ferramenta de organização que passou a envolver diferentes esferas da vida pública e privada.

Além disso, Castells (2017) argumentou que a política seria afetada de forma importante por essas tecnologias, principalmente pela possibilidade de ampliação da participação direta da população nas decisões políticas, sem a necessidade dos mediadores tradicionais, como os partidos políticos. Algo semelhante ocorrera com a imprensa: como Srnicek (2017) menciona, as plataformas digitais trouxeram uma retórica de democratização, uma vez que qualquer pessoa poderia criar e partilhar conteúdos de maneira online, retirando dos grandes meios de comunicação o monopólio das notícias e das informações.

Tendo em vista a incorporação da internet ao campo político ainda nos anos 2000, artigos científicos sobre democracia digital passaram a ganhar mais relevância dentro da academia, sobretudo a partir de 2008, como demonstra Sampaio (2022). Graeff (2009), por exemplo, trabalha com o exemplo de candidatos estadunidenses usando ferramentas digitais em campanhas eleitorais desde os primeiros anos do século XXI. Empoli (2022) também retrata algo semelhante ao abordar o Movimento 5 Estrelas, que começou a se moldar desde 2005 e hoje ocupa posição central da política italiana. A origem desse movimento ocorreu a partir do uso das plataformas digitais, onde se apresentava como com defensor feroz de uma democracia direta que tinha na internet sua maior força.

Tais exemplos possibilitam perceber uma movimentação inicial entre a política e as plataformas digitais, que se intensificou com o passar dos anos. No Brasil, mesmo antes da popularização massiva dessas ferramentas, alguns autores já utilizavam a internet como espaço de intervenção política, como o astrólogo Olavo de Carvalho, como aponta Rocha (2018). Por volta de 2007, também já era possível encontrar fóruns de debates sobre política em blogs e no Orkut, rede social bastante popular no Brasil entre 2005 e 2010⁵⁰.

⁵⁰O Orkut surgiu em 2004 e chegou ao Brasil em 2005. Em 2011, perdeu grande parte dos usuários brasileiros para o Facebook, que passou a ser a rede social mais utilizada no país. Em 2014, a plataforma encerrou suas atividades.

Todavia, Todavia, tais manifestações possuíam um caráter muito mais simbólico e contestatório do que prático, porque, apesar da grande adesão nas plataformas digitais, não se conseguia refletir isso nos atos feitos na rua. No entanto, esse cenário se modificou por completo após as manifestações que tiveram início em junho de 2013. Como argumenta Nunes (2022, p. 170), “[...] o junho brasileiro se inscreve no interior de um arco político e histórico mais amplo cujas dimensões são propriamente globais; no nosso caso, trata-se do ciclo de protestos que se inicia em 2011 com a Primavera Árabe.”

A Primavera Árabe foi uma série de protestos e reivindicações que ocorreram em diversos países do Oriente Médio. Como demonstram Bartkowiak *et al*, (2017), o papel das plataformas digitais, sobretudo Facebook, Twitter e YouTube, foi fundamental para a disseminação de informações pelos manifestantes tanto interna quanto externamente. No Brasil, em 2011, já era possível observar manifestações que tinham como aporte comunicacional as redes sociais. Nelas, pessoas que integravam diferentes grupos pelo país trocavam informações e estratégias de organização política. Alguns exemplos são os atos ocorridos em 7 de setembro de 2012 em diversas capitais, articulados através do Facebook em diferentes regiões do país⁵¹.

Marteleteo (2001), ao analisar movimentos sociais, afirma que ações organizadas em redes fechadas podem ter seus efeitos sentidos fora desses ambientes. Com o uso das plataformas digitais, isso ficou ainda mais evidente. O que parecia ser apenas uma insatisfação de uma parcela pequena de usuários do Facebook, que se manifestava em eventos criados e marcados para determinados dias⁵², ecoou para fora desses ambientes e tomou as ruas. Inicialmente, isso ocorreu em São Paulo, durante os protestos contra o aumento da passagem de ônibus em 20 centavos; no entanto, em pouco tempo as manifestações se generalizaram pelo país.

⁵¹Enquanto ocorria uma manifestação contra a corrupção em Fortaleza, outros atos semelhantes aconteciam simultaneamente em diversas cidades do país, como Brasília. Disponível em: <https://g1.globo.com/distrito-federal/noticia/2012/09/no-7-de-setembro-grupo-faz-marcha-contra-corrupcao-em-brasilia.html>. Acesso em: 6 jun. 2023.

⁵²No Ceará, o título do evento era “Mais Pão, Menos Circo”. Disponível em: <https://copadomundo.uol.com.br/noticias/redacao/2013/06/19/manifestantes-pedem-mais-pao-e-menos-circo-no-caminho-para-o-castelao.htm>. Acesso em: 6 jun. 2023.

Apesar da existência de manifestações organizadas pela internet em períodos anteriores⁵³, 2013 foi o primeiro caso em que se conseguiu angariar, através das plataformas digitais, milhares de pessoas de forma simultânea por todo o país. Até então, não havia manifestações articuladas pela internet com essa magnitude. Isso foi um marcador do “surgimento de um novo *modus operandi* de ação política ideológica” (Casimiro, 2018, p. 41). A partir desse momento, organizar e convocar manifestações por meio das redes sociais passou a ser uma prática inerente à atualidade política brasileira.

Nesse contexto, as plataformas digitais passaram a atuar como ferramentas contestatórias, mas também aglutinadoras, como destaca Cesarino (2022). Unidos inicialmente por insatisfações diversas durante o governo de Dilma Rousseff, foi através desse processo de organização e convocação de manifestações por meio das plataformas que alguns dos principais nomes da extrema-direita foram se aproximando e formando um bloco político forte.

O que surgiu como um movimento espontâneo e descentralizado ganhou, nos anos seguintes ganhou, nos anos seguintes, um caráter mais organizado e diversas lideranças políticas ascenderam. A atuação dessas lideranças nas redes sociais foi um ponto-chave para a construção de um capital político que, de certa forma, reverberou nas urnas. Temos como exemplo a deputada federal bolsonarista Carla Zambelli (PL), que era integrante do movimento Vem Pra Rua e utilizava as redes sociais para tratar de questões relacionadas à política desde pelo menos 2011.

Assim, as manifestações de 2013 desencadearam um *modus operandi* visto nos anos seguintes através das manifestações favoráveis ao *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff quanto no próprio bolsonarismo enquanto governo. A internet se tornou um instrumento imprescindível para o *fazer político*, transpondo a adesão das telas às ruas. Hoje, é inimaginável marcar uma manifestação, seja ela qual for, sem realizar divulgação nas plataformas digitais.

Fisher (2023) traz exemplos para ilustrar como as plataformas aprenderam a aproveitar a indignação que despertava em seus usuários um sentimento de propósito, clareza moral e solidariedade, como ocorreu em muitos movimentos sociais que tiveram como base organizacional a internet. Os sujeitos passaram a enxergar

⁵³Graeff (2009, p. 13) discute sobre as *smart mobs*, manifestações articuladas por meio de mensagens de texto enviadas via *smartphones*. Esse fenômeno pode ser compreendido como um antecedente das formas de mobilização posteriormente potencializadas pelos eventos criados no Facebook.

nesses espaços uma possibilidade concreta de manifestação política, atuando enquanto sujeito políticos ativos através do ativismo digital.

Dessa maneira, as plataformas digitais passaram a ser vistas por muitos como um campo repleto de novas possibilidades políticas, marcado pela horizontalidade, pela liberdade de expressão quase irrestrita, pelo potencial surgimento de novos atores políticos e pela facilidade de mobilização das pessoas. Tornaram-se, sobretudo, um meio de questionar e modificar as instituições e os trâmites tradicionais considerados insuficientes ou limitados, despertando em muitos agentes a esperança de que essa configuração pudesse representar um caminho para uma sociedade melhor, mais justa e livre.

Essa percepção do que seria uma sociedade melhor, no entanto, não é inequívoca e está em disputa. Assim, as plataformas digitais se tornaram verdadeiras arenas, ambientes em que os personagens se manifestam, constroem capital político e formulam bases de apoio a partir das dinâmicas virtuais existentes nelas. Todo esse esforço é fruto da busca pela validação de narrativas que, na prática, constituem estratégias de disputa por espaço em determinados campos. Assim, aquilo que inicialmente foi percebido como ambiente de ampliação democrática passou também a constituir um espaço de disputa política.

3.5 Plataformas digitais como estruturas de risco

O tópico anterior demonstrou que o início do século XXI foi marcado por uma literatura otimista quanto à influência das redes sociais na sociedade, conforme pode ser visto em Castells (2003). No entanto, essa perspectiva tem se alterado e, pelo menos desde meados de 2010, houve uma mudança na produção acadêmica que vinha sendo desenvolvida, a qual passou a se voltar de maneira mais crítica às plataformas digitais e à compreensão de como estas incidem sobre a sociedade contemporânea.

Tal mudança ocorre, em parte, porque os pesquisadores perceberam que a digitalização da vida social e da política possui consonância com as mudanças apresentadas pelo próprio sistema capitalista. É o caso da configuração das plataformas como um novo tipo de empresa, que remodela diversos aspectos sociais antes compreendidos como consensos, a exemplo dos direitos trabalhistas, que têm sido substituídos por uma espécie de empreendedorismo de si mesmo, em que

trabalhadores prestam serviços a empresas sem que tenham vínculo empregatício formal, como demonstra Abilio (2019).

Além do ponto ligado à seara trabalhista, as plataformas também apresentam questões que envolvem os rumos da política internacional e doméstica. O levante da Primavera Árabe, ocorrido em 2011 e inicialmente apontado como prova do potencial libertador das plataformas digitais, já indicava problemas que se intensificaram nos anos seguintes, conforme Fisher (2023).

Para muitos, a internet passou a ser um ambiente capaz de contribuir positivamente para mudanças políticas, marcado por mais transparência e horizontalidade. Em 2013, no Brasil, milhares de jovens atuaram como sujeitos políticos ativos movidos por uma indignação difusa e, em um período próximo, também foi possível acompanhar grupos que se organizaram de forma online contra o assédio sofrido pelas mulheres⁵⁴ e contra o racismo⁵⁵. No entanto, a vontade de utilizar a internet para reivindicar o bem-estar comum não é suficiente pois, por mais que esse ciberativismo possa estruturar e mobilizar movimentos, ele não possui total autonomia ou liberdade em sua constituição, uma vez que é guiado e condicionado de acordo com o que a estrutura das plataformas permite. Como bem exemplifica Fisher (2023, p. 141):

[...] ativistas sérios dirigiram a máquina da indignação da internet para fins mais dignos. Mas a máquina não era deles. Embora parecesse gerida pela vontade coletiva dos participantes, na verdade era gerida pelo Vale do Silício, cujos sistemas foram projetados não para promover o progresso da sociedade ou para a distribuição igualitária da justiça, mas para a maximizar nosso tempo no site e fazer dinheiro.

Isso ocorre porque, apesar de hoje as plataformas digitais possuírem regras, as normas sociais nesses espaços foram inicialmente constituídas a partir de uma lógica de autorregulação que, aliada à baixa moderação dos conteúdos, resultou em ambientes marcados pela violência. Dessa maneira, conteúdos criminosos ligados à pornografia infantil, incentivo ao suicídio, ataques contra a democracia, misoginia, racismo, entre outros, são facilmente acessados por qualquer usuário.

Nesse sentido, Fisher (2023) realiza uma provocação ao indagar que os engenheiros das plataformas:

[...] não entendiam que toda comunidade – especialmente aquelas que dispensavam quase todas as regras ou autoridades formais – se gerencia conforme convenções sociais de algum tipo. E as normas e os valores que

⁵⁴Para aprofundamento acerca do movimento Me Too, ver Williams (2021) e Boyle (2019).

⁵⁵Para aprofundamento acerca do movimento Black Live Matter, ver Taylor (2016) e Garza (2016).

eles codificaram no início da internet acabaram guiando seus milhões de primeiros adeptos a algo muito diferente da utopia igualitária que haviam imaginado. (Fisher, 2023, p.73)

Inspiradas por pensamentos semelhantes ao de Barlow (1996), as plataformas digitais buscaram se apresentar como ambientes completamente livres. Por isso, durante muito tempo, praticamente não existiam regras capazes de coibir ou punir ações danosas que configuravam crimes. Essa premissa das plataformas digitais fez com que muitos indivíduos acreditassem que poderiam falar e fazer o que quisessem nesses espaços, sem qualquer tipo de represália ou consequência.

Essa facilidade em adotar comportamentos que, fora da seara digital, seriam considerados inadequados ocorre, em parte, porque as plataformas digitais historicamente evitaram se responsabilizar integralmente pelo que é dito e feito nelas, uma vez que se compreendem apenas como ambientes de encontro entre pessoas, grupos e empresas.

O cerne da questão não está em impedir que as pessoas utilizem tais espaços para cometer crimes, mas em haver regras que dialoguem com o país em que as plataformas atuam e uma moderação que seja capaz de punir usuários que as infringem. Por exemplo, se no Brasil o racismo é crime, as empresas que atuam em terras brasileiras devem incorporar isso aos seus regulamentos, excluir e desincentivar publicações e usuários responsáveis por difundir conteúdos racistas. Mais que isso, é necessário pensar também em formas de coibir o impulsionamento de conteúdos criminosos pela própria plataforma que, em busca do lucro advindo do alto engajamento, acaba difundindo publicações nocivas para um número cada vez maior de pessoas.

Imagine que a pessoa X possua uma casa noturna em que, todas as noites, grupos de pedófilos se reúnam para trocar fotos e vídeos de crianças sendo abusadas; ou que grupos de misóginos compartilhem fotos íntimas de mulheres sem autorização; ou que grupos supremacistas brancos organizem ataques contra pessoas negras. A polícia identifica que tal local funciona como o ponto de encontro desses grupos criminosos, comunica o proprietário e solicita cooperação para coibir tais práticas. A resposta recebida é que o dono não possui responsabilidade sobre o que ocorre ali, alegando que não é seu dever impedir crimes. A pessoa X até reconhece a gravidade do que ocorre naquele ambiente, mas os encontros continuam gerando lucros

exorbitantes e a estrutura publicitária da casa segue atraindo cada vez mais clientes perfil semelhante.

Moraes (2024) trabalha com um exemplo semelhante ao anterior para demonstrar como funcionam essas questões:

No “mundo real, quando uma empresa aluga um depósito somente será responsabilizada pelos atos ilícitos praticados no local se tiver ciência. Mais grave ainda será sua responsabilidade se, além da ciência, a empresa locatária tirar proveito econômico com a utilização ilícita do depósito pela empresa locadora.

No “mundo virtual”, é inaceitável que as big techs não sejam responsabilizadas quando – não só cientes do conteúdo ilícito da desinformação, do discurso de ódio, atos antidemocráticos – direcionem o usuário, preferencialmente, àquele conteúdo por meio de algoritmos ou ainda monetizem cada acesso realizado, principalmente por meio de publicidade realizada nas redes. (Moraes, 2024, p. 192)

Os exemplos anteriores fazem uma analogia à forma como muitas plataformas digitais tratam questões sérias, como a exposição de conteúdo sexual sem permissão. Hoje, em alguns casos, a justiça consegue obter a cooperação das plataformas, chegando inclusive a identificar os autores dos crimes. No entanto, muitas foram as vítimas que tiveram suas vidas profundamente afetadas sem que houvesse responsabilização proporcional dos envolvidos.

Dentro desse ideário de liberdade irrestrita, sigilo e baixa responsabilização, as plataformas digitais foram palcos de diversos episódios que, pensados de forma individual e coletiva, contribuíram para a formação de um mal-estar social. O jornalista Max Fisher (2023) apresenta vários exemplos no livro *A Máquina do Caos*, dentre eles o GamerGate, episódio marcado por campanhas de assédio, destruição de reputações e implicações sérias na vida de algumas mulheres, como demissões, exposição de dados pessoais sensíveis, que variavam de endereços familiares a dados bancários, e divulgação de conteúdos íntimos, que nem sempre eram verdadeiros, mas capazes de produzir danos profundos após sua circulação massiva.

Além disso, tornaram-se frequentes os “linchamentos virtuais”, popularmente conhecidos como cancelamentos, que, dependendo do grau de gravidade, extrapolavam o ambiente digital e produziram consequências concretas, inclusive fatais, sobretudo pela rápida difusão de boatos através das plataformas

digitais. No Brasil e no mundo foram diversos casos notificados ao longo dos últimos anos⁵⁶.

Fisher (2023) explica que os linchamentos virtuais foram fruto de uma sociedade que passou a se voltada à destruição dos transgressores. Em maior ou menor grau, diversos indivíduos sofreram ondas de retaliação que contavam com a participação de milhares de pessoas espalhadas pelas mais diferentes partes do país e do mundo.

O campo político também tem sido amplamente afetado por essa dinâmica violenta e desordenada, que interfere diretamente na forma como as disputas políticas têm se desenrolado nos últimos anos, tanto nos ambientes digitais quanto fora deles. Hoje, é possível observar um crescente revisionismo histórico que ganhou espaço nas plataformas digitais. Sem qualquer análise criteriosa dos fatos ou revisão por pares, comunicadores digitais passam a atuar como divulgadores de conhecimento, nem sempre correto, e contribuem para a destruição de consensos sociais que, até pouco tempo atrás, encontravam-se relativamente estabelecidos.

Um exemplo emblemático pode ser observado no canal do Youtube Brasil Paralelo, que produziu e divulgou um vídeo apresentando outra versão do caso que culminou na criação da principal lei de combate à violência doméstica contra a mulher, a Lei Maria da Penha. O vídeo, apresentado em formato de documentário, questiona a versão consolidada de que Maria da Penha sofreu uma tentativa de assassinato por parte do marido.

Em setembro de 2025, o vídeo havia sido retirado do ar pela justiça brasileira após ação movida pela Advocacia Geral da União (AGU), que acusou a produção de ser um produto de desinformação. A princípio, pode parecer pouco danoso, mas essa narrativa reverberou em diversos grupos misóginos e, além provocar uma reatualização de Maria da Penha, contribuiu para uma onda de ataques que levou o Governo do Estado do Ceará a garantir segurança privada para assegurar a integridade física dela. Assim, uma lei que historicamente é importante no combate à violência doméstica, que ainda apresenta índices elevados no Brasil, passou a ser

⁵⁶Em 2014, uma mulher foi linchada até a morte após ser confundida com outra pessoa retratada em um boato difundido nas plataformas digitais. Para mais informações, ver: <https://g1.globo.com/sp/santos-regiao/noticia/2014/05/mulher-morta-apos-boato-em-rede-social-e-enterrada-nao-vou-aguentar.html>. Acesso em: 3 set. 2024.

percebida, por determinados grupos, como um instrumento de perseguição contra homens inocentes.

Isso ocorre não apenas na discussão que envolve violência de gênero. É possível revisionismos semelhantes em diversos outros temas. Ao abrir o Youtube, encontram-se vídeos afirmando que a terra é plana, que aquecimento global não existe e que vacinas são ferramentas de controle populacional. Outro exemplo recorrente diz respeito a um período sangrento do Brasil: a ditadura militar. Em 5 de julho de 2024, o filme intitulado “1964 – O Brasil entre armas e livros”, somava 11 milhões de visualizações. Nele, é possível assistir a uma releitura dos anos de repressão no país,

Ele afirmava que os abusos da ditadura – que havia assassinado centenas de dissidentes e torturado milhares – tinham sido fabricação de historiadores de esquerda. O vídeo defendia que o golpe fora necessário para extirpar o comunismo, sugerindo que em breve seria preciso uma medida similar. (Fisher, 2023, p. 365)

Como o trecho anterior evidencia, além de ter um impacto do ponto de vista teórico, já que acontecimentos históricos passam a ser reinterpretados sem compromisso ético e científico, esse tipo de produção também impacta conjecturas políticas concretas, como pode ser visto na naturalização e no incentivo à ruptura do regime democrático dentro do contexto brasileiro. Consumidores desse tipo de conteúdo passam a tomá-lo como verdade e se articulam dentro das plataformas, formando redes massivas de desinformação, o que nos leva a outro ponto: a circulação de notícias falsas que, em diferentes medidas, interferem nos resultados eleitorais.

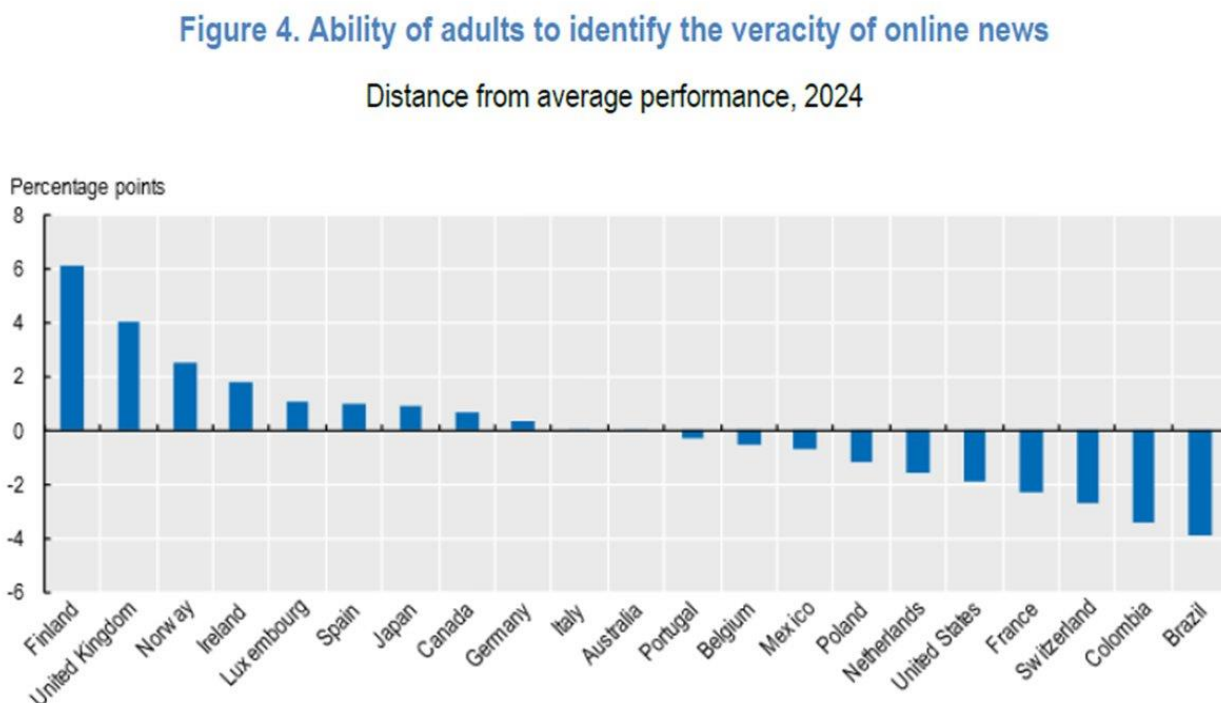
A premissa de liberdade de expressão irrestrita nas plataformas digitais abre margem para a difusão de desinformação, incluindo as notícias falsas, que ficaram popularmente conhecidas como *fake news*.

A desinformação consiste, pois em um processo de produção intencional de um ambiente comunicacional pautado por informações falsas, equivocadas ou descontextualizadas [...] tornados mais impactantes no contexto das plataformas digitais, tendo em vista que as tecnologias que dão suporte a elas permitem rápida difusão de conteúdos [...] ao passo que estão cada vez mais inseridas na sociedade e se tornando espaço prioritário para a obtenção de informações. (Martins, 2024, p. 340)

A desinformação pode ser utilizada deliberadamente como estratégia política, funcionando como uma forma de minar a credibilidade de adversários. No entanto, nisso não ocorre em todos os casos. Como as plataformas digitais passaram

a atuar como fonte principal de informação para muitas pessoas, diversos usuários acabam sendo atingidos por conteúdos inverídicos que, sem as devidas verificações, se alastram facilmente.

Figura 18 – Gráfico sobre a capacidade dos adultos em identificarem a veracidade de notícias online



Fonte: Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE)

O gráfico acima foi fruto de um estudo realizado pela Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), desenvolvido em 21 países e voltado à investigação da capacidade dos indivíduos de identificarem notícias falsas. Um dos resultados apontou que os adultos brasileiros estão entre os que apresentam menor habilidade em reconhecer a veracidade de notícias online.

Fisher (2023) alerta que muitas pessoas não possuem a intenção deliberada de divulgar notícias falsas; em muitos casos, elas próprias são vítimas de informações manipuladas e, diante de limitações como a dificuldade de identificar conteúdos verdadeiros de conteúdos enganosos, acabam acreditando e compartilhando publicações que reforçam morais e posicionamentos políticos extremistas. Um exemplo emblemático ocorreu nas eleições de 2018, quando circulou a falsa informação de que o Partido dos Trabalhadores estaria distribuindo

mamadeiras em formato de pênis, as chamadas “mamadeiras de piroca”, como parte de uma política de combate à homofobia. Embora para muitas pessoas a narrativa parecesse absurda, o conteúdo foi amplamente visualizado e compartilhado em diferentes plataformas digitais.

Em suma, a desinformação passou a constituir um problema público quando começou a moldar os comportamentos sociais e alimentar narrativas que favoreciam determinados grupos em detrimento de outros. Notícias falsas na política não são propriamente uma novidade, o diferencial contemporâneo está na velocidade e no alcance que essas informações adquirem quando circulam através das plataformas digitais, atingindo um número inimaginável de pessoas e contribuindo para um debate público cada vez mais degradado.

Além da ampliação do alcance de conteúdos danosos à democracia, as plataformas digitais também contribuem de outra maneira para a consolidação de um espaço político pouco saudável: com algoritmos criados para maximizar engajamento e lucro, fontes de desinformação acabam sendo recorrentemente privilegiadas, fazendo com que notícias falsas e teorias conspiratórias cheguem a um número cada vez maior de usuários.

O Facebook indicou sites de extrema direita como fonte de notícia confiável, promovendo assim, conteúdos de desinformação que viravam megapublicações com o poder de remodelar a realidade para grande fatia do público. No entanto, isso não era um problema particular do Facebook, no Twitter algo semelhante ocorreu quando tornou o Breitbart a fonte de notícia mais compartilhada entre os apoiadores de Trump. (Fisher, 2023, p.108-109).

Considerando que a estrutura das plataformas digitais dá protagonismo a usuários que elevam os lucros da empresa, estratégias voltadas ao aumento do capital social de determinadas figuras passam a ser elaboradas sem compromisso ético com a qualidade e a veracidade dos conteúdos, priorizando apenas a capacidade gerar engajamento.

Max Fisher alerta que estudos do Facebook e da X demonstraram que publicações ligadas à raiva e à indignação tendem a ter um engajamento maior, o que contribui para que as redes sociais se tornem “fontes abundantes de indignação moral” (Fisher, 2023, p. 132), uma vez que os usuários, em busca de visibilidade, passam a produzir conteúdos cada vez mais ligados às emoções e, principalmente ao extremismo.

“O PT vai fechar as Igrejas” foi uma frase amplamente difundida durante as eleições de 2022 e atingiu fortemente parte do eleitorado cristão, que passou a enxergar essa possibilidade como uma ameaça concreta. O problema é que, além de as plataformas frequentemente impulsionarem esse tipo de conteúdo, o mesmo não ocorre com as retratações, o que contribui para que as mentiras se alastrem mais profundamente que os conteúdos verídicos.

Fisher (2023) demonstra como *tweets* falsos tendem a superar os verídicos em termos de alcance, o que por si só já representa um problema significativo, especialmente pela poluição que causa ao debate político durante o período eleitoral. Para além da existência de uma esfera pública atravessada por conteúdos enganosos, o que interfere diretamente na capacidade de escolha livre e informada dos eleitores, essa dinâmica também remodela a sociedade de forma mais ampla, afetando decisões políticas e sanitárias importantes, como ocorreu durante a pandemia de covid-19, quando o uso de máscaras foi desacreditado e o consumo de remédios ineficazes incentivado.

Outro ponto importante diz respeito à venda e ao uso de dados realizados pelas plataformas digitais, capazes de gerar interferências concretas nas disputas políticas. Um exemplo emblemático pode ser observado no caso da Cambridge Analytic, empresa que utilizou dados coletados pelo Facebook para direcionar eleitores a conteúdos específicos. Toda atividade realizada nas plataformas digitais é computada como dado: curtir determinado vídeo, por exemplo, gera uma informação que revela preferências do usuário. Da mesma forma, ignorar ou pular uma publicação também produz dados capazes de indicar rejeições e padrões de comportamento.

Assim, plataformas voltadas à publicidade sabem exatamente quais conteúdos podem ser direcionado a cada usuário. Quanto mais utilizamos aplicativos e sites, mais dados produzimos e mais os algoritmos passam a captar o perfil de cada usuário. A priori, isso pode parecer apenas uma ferramenta que facilita o direcionamento publicitário, no entanto, também pode ser utilizado como mecanismo de manipulação política, inclusive eleitoral. Candidatos com discursos ligados à violência urbana, por exemplo, tendem a direcionar conteúdos a usuários que convivem com o medo e insegurança. Da mesma forma, pessoas mais conservadoras passam a receber publicações alinhadas a pautas morais específicas, como a criminalização do aborto ou da maconha.

Esse direcionamento de conteúdos, somado à intensa circulação de desinformação nas plataformas, cria um cenário propício à manipulação eleitoral. Um exemplo disso foi o chamado Kit Gay, conteúdo falso amplamente difundido durante as eleições de 2018. Quando as plataformas direcionavam esse tipo de publicação para pessoas mais religiosas e com filhos pequenos, contribuía para a produção de medo e pânico moral, levando muitas famílias a acreditar que crianças estavam recebendo materiais com conteúdo inadequado nas escolas.

Esse direcionamento de conteúdo com base no grande volume de dados coletados pelas plataformas, aliado à circulação de notícias falsas e revisionismo histórico, altera profundamente o panorama político e social dos países, favorecendo atores que se beneficiam politicamente desse caos informacional.

Dessa maneira, percebe-se que as plataformas digitais se consolidam como estruturas marcadas por profunda contradição. Ao mesmo tempo que ampliam as possibilidades de participação política, também operam como ambientes capazes de aglutinar grupos que pregam ruptura democrática; enquanto democratizam a circulação de informação, também potencializam conteúdos desinformativos. A promessa democrática que marcou o imaginário inicial acerca desses espaços passa a coexistir com riscos que afetam diretamente o debate público, processos eleitorais e a própria sociedade.

3.6 Regulamentação das plataformas digitais: posicionamentos do legislativo e judiciário brasileiro

Como ficou evidente nos tópicos anteriores, as plataformas digitais possuem aspectos que ampliam as possibilidades de interação, comunicação e participação política, porém também apresentam elementos que podem produzir prejuízos sociais, inclusive no que concerne ao debate público e às decisões políticas em âmbito local e global.

Diante da crescente influência que as plataformas exercem na sociedade contemporânea, existe um debate no Brasil e em outros países acerca da necessidade de regulamentações capazes de orientar os usuários e responsabilizar as empresas pelo que ocorre nos ambientes mediados por elas. Apesar dos esforços existentes, grande parte das plataformas atuam sob uma lógica de autorregulação, baseadas em regras formuladas por elas mesmas. Por esse motivo, são frequentes

os impasses judiciais e políticos entre as plataformas e os Estados nacionais que buscam fazer suas legislações e suas soberanias.

Uma das principais iniciativas regulatórias do Brasil foi aprovada no ano de 2014 e ficou popularmente conhecida como Marco Civil da Internet. Esse esforço representou um primeiro passo na tentativa de disciplinar questões básicas relacionadas ao ambiente digital, como o direito à privacidade e proteção dos usuários. No entanto, apesar de sua importância, o Marco Civil não se mostrou suficiente para lidar com a magnitude das transformações e interferências produzidas pelas plataformas digitais na sociedade brasileira. Por esse motivo, surgiram movimentos políticos que passaram a defender intervenções regulamentárias mais robustas, capazes de responder aos problemas que se intensificaram desde a aprovação da lei, há mais de 10 anos.

Em 2016, dois anos após a aprovação do Marco Civil da Internet no Brasil, o professor da Universidade de São Paulo, Eduardo Tomasevicius Filho, publicou um artigo na *Revista Estudos Avançados*, em que analisa o conteúdo da lei aprovada e faz algumas considerações críticas sobre ela. O texto, intitulado *Marco Civil da Internet: uma lei sem conteúdo normativo (2016)*, analisa como tal regulamentação trata três aspectos específicos: o direito à privacidade, a possibilidade de censura e a neutralidade da rede.

Quanto ao direito à privacidade,

está previsto nos incisos I, II, III, VII e VIII do art.7º, ao elencarem-se como direitos dos usuários de internet a inviolabilidade da intimidade e da vida privada, a preservação do sigilo das comunicações privadas pela rede, transmitidas ou armazenadas; o não fornecimento de dados pessoais coletados pela internet a terceiros sem prévio consentimento do usuário, além de estabelecer o dever de informar os usuários acerca da coleta de dados sobre si, quando houver justificativa para tal fato. Do mesmo modo, o art.10 do Marco Civil da Internet estabeleceu que a guarda e a disponibilização dos registros de conexão e de acesso a aplicações de internet devem ser realizadas com respeito a intimidade, vida privada, honra e imagem das pessoas direta ou indiretamente envolvidas. O art.14 dispôs que o provedor de conexão à internet não pode guardar registros de acesso a aplicações da internet e o provedor de aplicação de internet não pode guardar os registros de acesso sem prévio consentimento do usuário, nem os dados pessoais desnecessários à finalidade para a qual se deu consentimento, nos termos do art.16. Pelo art.9º, §3º, proíbe-se que os provedores de conexão à internet, gratuitos ou onerosos, ou os responsáveis pela transmissão, comutação e roteamento de dados, realizem bloqueios, filtros ou análises de conteúdo dos pacotes de dados. (Filho, 2016, p.274)

Entretanto, apesar de garantir plena privacidade aos usuários, tal instrumento se atenta para as possíveis ilicitudes cometidas nos ambientes digitais:

Outro aspecto que recebeu grande atenção do legislador foi o combate às ilicitudes civil e criminal praticadas sob o manto da privacidade na internet. Se, do ponto de vista social, a internet proporciona contatos interpessoais anônimos, do ponto de vista técnico, toda ação realizada pela internet é passível de registro pelos provedores de acesso e de conteúdo, o que torna possível a identificação dos usuários. Assim, o art.13, caput, do Marco Civil da Internet exige a guarda dos registros de conexão à internet pelo prazo de um ano e, pelo art.15, caput, o registro de acesso a aplicações da internet pelo prazo de seis meses. Todavia, o acesso a esses dados para fins de reparação civil dos danos causados à vítima ou para investigação criminal somente se dará pela atuação do Poder Judiciário, nos termos dos art.7o, III; 10, §§1o e 2o; 13, §§3o e 5º; 15, §3o, dessa Lei. (Filho, 2016, p.274)

Outro ponto analisado pelo autor diz respeito à possibilidade de censura imposta por esse tipo de regulação, preocupação que se mostra cada vez mais presente entre setores que hoje se opõem às regulações discutidas nas casas legislativas. Ainda que parte dos atores políticos que mobilizam o discurso da censura também relativizes violações ocorridas durante a Ditadura Militar brasileira, é compreensível que essa questão produza receios em uma sociedade que vivenciou recentemente um período autoritário. No entanto, o texto aprovado em 2014 reitera a “garantia da liberdade de expressão, comunicação e manifestação do pensamento, nos termos da Constituição Federal” (Filho, 2016, p.274), consolidando os espaços digitais como ambientes marcados pela liberdade de manifestação.

Outro ponto analisado no artigo diz respeito à neutralidade da rede, prevista pelo Marco Civil da Internet no sentido de garantir

tratamento isonômico aos dados transmitidos, sem distinção de conteúdo, origem e destino, serviço, terminal e aplicação. A ideia é que se possa acessar indistintamente uma página de internet, enviar um e-mail ou assistir a um filme ou conversar por videoconferência, sem prejuízo da velocidade de transmissão dos dados. (Filho, 2016, p. 276)

É possível observar, nesse caso, que a questão da neutralidade prevista pelo Marco Civil diz respeito principalmente ao acesso à internet, não se aprofundando nas dinâmicas algorítmicas que podem reproduzir vieses discriminatórios, como discute Silva (2019;2022). Hoje, em plataformas digitais específicas, como instituições financeiras, por exemplo, a neutralidade da estrutura praticamente não existe, uma vez que os serviços são oferecidos de maneira desigual de acordo com o perfil dos clientes. Isso pode ser observado, por exemplo, na concessão de crédito realizada

por bancos, que frequentemente reproduz padrões de exclusão social, racial e de gênero.

Filho (2016) traz, ainda, um ponto crucial para o debate atual acerca das regulamentações das plataformas digitais, que é a possibilidade de responsabilização dos provedores de internet pela existência e difusão de conteúdos ilícitos e criminosos nas redes.

O legislador tratou da responsabilidade civil dos provedores de internet por ofensa aos direitos da personalidade das pessoas, como honra, imagem, vida privada e intimidade das pessoas. O art.18 reconheceu a irresponsabilidade civil do provedor de acesso por danos causados pelos usuários. Por outro lado, o art.19 regulamentou especificamente a responsabilidade civil dos provedores de conteúdo, por exemplo os armazenadores de arquivos fotográficos e musicais, bem como de páginas da internet, entre eles, os blogs. Estabeleceu-se, nesse caso, a responsabilidade subsidiária entre o usuário da internet que praticou o ato ilícito civil e o provedor de conteúdo. Dessa maneira, a responsabilidade primária é do usuário da internet e o provedor de conteúdo somente responde conjuntamente com o causador do dano quando descumprir ordem judicial para que tornasse indisponível o conteúdo ofensivo. (Filho, 2016, p.274-275)

Para o autor, o art.18 do Marco Civil declarou acertadamente

a irresponsabilidade civil do provedor de conexão à internet por atos ilícitos praticados pelos usuários. Tal providência faz todo sentido, porque essa atividade consiste apenas em promover a conexão dos computadores e telefones celulares das pessoas à internet. Implica dizer que não há nexos causal entre a realização de tal atividade e os danos sofridos por terceiros. (Ibdem, p.279)

Filho (2016, p.276) menciona que, apesar das comemorações em torno da aprovação do Marco Civil da Internet, por ser “a primeira lei do mundo a disciplinar os direitos e deveres dos usuários da rede”, ele não produziu grandes efeitos práticos no enfrentamento de problemas que pretendia sanar, uma vez que a legislação nacional se mostrou insuficiente para lidar com a complexidade dos conflitos digitais, marcados por dinâmicas de escala mundial.

Se alguém se dirigir até o prédio de uma empresa e começar a distribuir fotos íntimas de uma mulher sem autorização, muito provavelmente será responsabilizado por esse ato e retirado do local. Nas plataformas digitais, contudo, esse tipo de comportamento se alastra cotidianamente, muitas vezes sem a contenção das plataformas, que permitem a circulação desses conteúdos até que alguma decisão da justiça determine a remoção.

No caso das disputas políticas, os boatos, as mentiras, as calúnias e as difamações sempre fizeram parte desse campo. Entretanto, fora do ambiente digital, além da disseminação ser mais lenta, geralmente é possível identificar com maior facilidade os responsáveis pela propagação desses conteúdos. Nas plataformas digitais, por outro lado, a possibilidade de criação de perfis sem identificação clara favorece a circulação de notícias políticas falsas e conteúdos desinformativos que, aliados a discursos moralizantes, podem interferir diretamente em resultados eleitorais.

Entender as plataformas como empresas implica reconhecer que seu objetivo central não é otimizar o mundo social, mas produzir lucro. Dessa forma, as práticas de moderação e as decisões tomadas em situações de crise costumam levar em consideração, antes de tudo, os possíveis impactos financeiros. Com relação às disputas políticas, o cenário é semelhante. Sem uma regulamentação firme, as estratégias e ferramentas adotadas pelos candidatos e partidos tendem a priorizar os ganhos eleitorais e o engajamento, independentemente da veracidade ou dos impactos sociais dessas ações.⁵⁷

Além da lógica das plataformas digitais reverberar nas condutas individuais adotadas pelos agentes políticos, Fisher (2023) aponta que a própria estrutura dessas empresas impacta coletivamente o debate público: algoritmos de plataformas como o Youtube, por exemplo, tendem a direcionar os usuários para canais de extrema-direita, funcionando como potencializadores de radicalização política, funcionando como amplificadores do alcance de determinados grupos e discursos.

Como pode ser observado, o legislativo brasileiro encara os desafios apresentados pelas plataformas digitais de maneira lenta, e fragmentada, sem oferecer uma regulamentação capaz de responder plenamente à complexidade e velocidade dessas transformações.

Nesse contexto, torna-se necessário questionar como o judiciário tem lidado com essa temática. Pensando especialmente nas dinâmicas políticas e eleitorais, o Tribunal Superior Eleitoral, composto por ministros com diferentes orientações ideológicas, não possui um posicionamento absolutamente consensual

⁵⁷Um exemplo disso pode ser visto nas eleições municipais de São Paulo, em 2024, quando o candidato Pablo Marçal (PRTB) difundia rotineiramente notícias falsas que ampliavam seu engajamento nas redes sociais e sua projeção eleitoral.

sobre o tema. Ainda assim, nas eleições de 2022, a atuação do tribunal, presidido pelo ministro Alexandre de Moraes, tornou-se central nesse debate.

Embora não concorresse a nenhum cargo público, Alexandre de Moraes se tornou uma das figuras centrais do pleito de 2022. Isso se deu por sua atuação incisiva no combate à desinformação e aos discursos antidemocráticos e de ódio que atravessavam as disputas eleitorais naquele período, sobretudo nos ambientes digitais. O interesse do ministro pelas discussões envolvendo plataformas digitais e seus impactos sobre os processos eleitorais era tamanho que, em 2024, ele defendeu uma tese sobre essa temática no concurso que lhe concedera o cargo de professor titular do Departamento de Direito do Estado da Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo (USP).

Intitulada *O direito eleitoral e o novo populismo digital extremista: liberdade de escolha do eleitor e a promoção da democracia* (2024), a tese de Moraes é iniciada com uma discussão sobre o conceito de democracia, enfatizando a importância do “pleno acesso às informações necessárias e verdadeiras para o exercício da livre destinação do voto.” (2024, p. 9). Para o autor, os meios de comunicação em massa sempre foram ferramentas que exigiram maior atenção por parte da legislação e da Justiça eleitoral, tendo em vista a necessidade de garantir a livre escolha dos eleitores. Com as redes sociais, contudo, esse cenário torna-se ainda mais complexo pois:

A falta de transparência na metodologia e no processo decisório dos algoritmos – em especial na sugestão de determinado conteúdo aos usuários – bem como na utilização da inteligência artificial tornou-se um grande risco durante as campanhas eleitorais, em razão da alta probabilidade de induzimento do voto do eleitor por meio de notícias fraudulentas. (Moraes, 2024, p. 10)

Para Moraes, essa problemática tornou-se ainda mais acentuada quando grupos políticos passaram a utilizar as redes sociais para disseminar discursos antidemocráticos, de ódio e massiva desinformação sem qualquer preocupação legal ou ética. Esse cenário, segundo o ministro, compromete a livre escolha dos eleitores, constituindo um instrumento de corrosão democrática.

Na tese, Moraes analisa alguns dispositivos regulatórios internacionais, entre eles legislações europeias voltadas à transparência algorítmica e à gestão de riscos que possam ocasionar danos à sociedade e aos processos eleitorais. Para ele, tais regulações são importantes para mostrar que “se as *big techs* podem suportar alto nível regulatório no espaço europeu, podem igualmente suportar regulação

análoga nos demais países do mundo, inclusive no Brasil.” (Moraes, 2024, p. 40, grifo do autor)

Tomando as regulações internacionais como gancho, Moraes ao analisa o marco civil da internet e ressalta a possibilidade de responsabilização das plataformas digitais pelo eventual descumprimento de medidas determinadas judicialmente, interpretação essa amplamente adotada pelo Tribunal Superior Eleitoral no decorrer das eleições de 2022. Em suma, as plataformas podem ser responsabilizadas caso não cumpram determinações judiciais, por exemplo, quando a Justiça Eleitoral determina a remoção de conteúdos que violem a legislação e a empresa responsável não acata a decisão. Dessa maneira, observa-se que tais plataformas não são diretamente responsabilizadas por conteúdos produzidos por terceiros, mesmo quando estes são impulsionados pela estrutura algorítmicas desses ambientes.

Para Moraes (2024), o Marco Civil da Internet

Estabeleceu um mecanismo extremamente engessado, que cria uma proteção intensa para as sociedades empresárias que exploram redes sociais e reduz o grau de proteção que já vinha sendo fixado pela jurisprudência brasileira para os usuários da internet. (Moraes, 2024, p.58)

Dessa forma, o ministro defende que

As condutas dos provedores de redes sociais e de serviços de mensageria privada devem ser devidamente regulamentadas e responsabilizadas, pois são remuneradas por impulsionamentos e monetização, bem como há o direcionamento dos assuntos pelos algoritmos, devendo configurar ampla responsabilidade no caso de sua instrumentalização contra a Democracia e o Estado de Direito (Moraes, 2024, p. 59)

A responsabilização mencionada anteriormente pode ser pensada em situações nas quais a a estrutura das plataformas digitais contribui para interferir na formação das escolhas eleitorais, seja pelo impulsionamento de conteúdos falsos, seja pela limitação do acesso a informações verificadas. Um exemplo disso ocorre no caso de eleitores que são expostos a conteúdos desinformativos potencializados por algoritmos, o que, associado à baixa moderação, influencia a escolha de candidatos, produzindo impactos políticos concretos.

Durante as eleições de 2022, em diversos momentos a Justiça Eleitoral determinou a remoção de conteúdos publicados em plataformas digitais, o que culminou na responsabilização de agentes privados em caso de descumprimento das decisões judiciais. Nessas situações, surgiram discussões sobre uma possível

violação da liberdade de expressão, com setores políticos passando a interpretar tais remoções e punições como indícios de uma suposta ditadura do judiciário brasileiro.

A liberdade de expressão e a livre manifestação de ideias, inclusive no período eleitoral, em todos os seus aspectos, e mediante a vedação de censura prévia, deve ser exercida com a necessária responsabilidade que se exige em um Estado Democrático de Direito, de modo que o desvirtuamento dela para o cometimento de fatos ilícitos, civil ou penalmente, possibilitará aos prejudicados a plena e integral indenização por danos materiais ou morais, além do efetivo direito de resposta e aplicação de multa, conforme decidiu o Tribunal Superior Eleitoral ao ampliar a possibilidade de aplicação da multa prevista no § 2º do artigo 57-D da Lei n.9.504, de 1997, a todos os casos de prática de notícias fraudulentas, discursos de ódio e antidemocráticas [...] (Moraes, 2024, p.113)

No trecho anterior, Moraes defende que a censura prévia deve ser vedada, ainda que seja para impedir que alguém publique notícias fraudulentas que prejudiquem a lisura das eleições. No entanto, isso não significa que a liberdade de expressão seja irrestrita, uma vez que pessoas físicas e jurídicas continuam passíveis de responsabilização civil e penal após o devido processo legal.

Uma das medidas adotadas pela Justiça Eleitoral no combate aos impactos negativos das plataformas digitais nos pleitos eleitorais foi compreender as plataformas digitais e serviços de mensageria privada como integrantes do gênero “meio de comunicação”, na medida em que formam “não apenas canais de ligação entre pessoas, mas verdadeiras cadeias multifacetadas de comunicação e informação.” (Moraes, 2024, p.209). Para o autor, tendo em vista que hoje os eleitores e eleitoras veem as plataformas digitais como fonte de informação política, esse entendimento possibilitou sujeitar tais empresas a responsabilidades semelhantes às atribuídas aos meios tradicionais de comunicação, como a TV e o rádio.

Outra medida adotada pelo Tribunal Superior Eleitoral foi a aplicação de multas em casos de disseminação de notícias falsas e discursos de ódio ou antidemocráticos. Tais penalidades eram direcionadas às plataformas digitais nos casos em que a determinações de remoção imediata dos conteúdos violadores não fossem cumpridas de maneira rigorosa (Moraes, 2024). A medida foi importante principalmente pela celeridade do prazo de remoção, que diminuía os impactos danosos provocados pela prolongada circulação de conteúdos falsos durante o período eleitoral.

Em 22 de outubro de 2022, durante o segundo turno das eleições presidenciais, foi aprovada a Resolução-TSE nº 23.714, que, entre outras medidas,

autorizava a suspensão temporária de contas, perfis e canais que comprovadamente disseminavam, de forma reiterada, informações falsas e descontextualizadas sobre o processo eleitoral. Tal suspensão variava de acordo com a gravidade da infração, podendo atingir até 24 horas.

Considerando a ausência de uma regulação robusta por meio do Legislativo brasileiro, capaz de impedir ações que ameaçavam o processo democrático no período eleitoral, a Justiça Eleitoral passou a atuar de maneira mais incisiva no combate ao “extremismo criminoso e atentatório aos Poderes do Estado, notícias fraudulentas, desinformação, na tentativa de ludibriar os eleitores” (Moraes, 2024, p.270).

A atuação da Justiça Eleitoral no combate à desinformação e aos crimes eleitorais, dentro e fora das plataformas digitais, contudo, não foi consenso entre as forças políticas brasileiras, sobretudo entre setores localizados à direita do espectro político. Muitos desses atores passaram a acusar a Justiça Eleitoral e o Supremo Tribunal Federal de promover censura e interferir no resultado eleitoral. Trata-se de um discurso que, até o momento, não apresentou provas concretas de interferência eleitoral e que, em muitos casos, constituiu uma estratégia de ataque à legitimidade do Poder Judiciário, tornando-se inclusive um dos argumentos mobilizados pelos participantes dos atos golpistas de 8 de janeiro de 2023.

A atuação de Moraes frente à presidência do Tribunal Superior Eleitoral durante as eleições de 2022 também não foi percebida de forma positiva por todos os setores da sociedade. Em agosto de 2024, por exemplo, o jornalista Glenn Greenwald iniciou uma série de reportagens no jornal Folha de S. Paulo em que denunciava supostos abusos e interferências indevidas do ministro Alexandre de Moraes no que concerne à condução do Inquérito das Fake News (PL 2781438) e do Inquérito dos atos antidemocráticos (PL2781937).

Glenn foi o responsável pela divulgação das mensagens que compuseram a chamada “Vaza Jato”, utilizadas posteriormente pela defesa de Lula para questionar a imparcialidade dos julgamentos conduzidos pela Operação Lava Jato. As reportagens envolvendo Alexandre de Moraes partem de argumento semelhante, sustentando que o ministro teria ultrapassado limites institucionais e comprometido garantias do devido processo legal ao atuar de maneira arbitrárias na condução de inquéritos relacionados à desinformação e aos atos antidemocráticos.

Para Moraes, contudo, essa atuação mais incisiva do judiciário é justificada pela total inércia do legislativo brasileiro no que concerne à regulamentação das plataformas digitais em questões relativas à proteção da democracia brasileira:

Compete, portanto, à Justiça Eleitoral atuar de maneira séria e firme no sentido de impedir que a massiva desinformação macule a liberdade de escolha das eleitoras e eleitores e corrompa a lisura do pleito eleitoral, pois, a mais importante garantia da Democracia, conforme ressaltado diversas vezes, configura-se na liberdade no exercício do direito de voto e deve ser efetivada tanto com a observância do sigilo do voto – plenamente garantido, no Brasil, pelas urnas eletrônicas – quanto pela possibilidade de o eleitor receber todas as informações possíveis sobre os candidatos e candidatas, suas opiniões e suas propostas durante a campanha eleitoral, sem o desvirtuamento corrosivo da desinformação produzida por algoritmos nas redes sociais. (Moraes, 2024, p. 197)

No combate efetivo à desinformação, às notícias fraudulentas e aos discursos de ódio e antidemocrático, coube ao Supremo Tribunal Federal exercer suas competências constitucionais em defesa do Estado Democrático de Direito, para responsabilizar os agentes do novo populismo digital extremista. Coube, portanto, ao próprio Supremo Tribunal Federal, por seu presidente, e em defesa da independência do Poder Judiciário como um dos pilares da Democracia instaurar procedimento investigatório – conhecido, midiaticamente, como o Inquérito das “fake News” —, para combater a desinformação, as notícias fraudulentas e os discursos de ódio e antidemocrático contra o Poder Judiciário. (Moraes, 2024, p. 204)

Esse posicionamento do judiciário foi bastante questionado pelo executivo durante o mandato de Jair Bolsonaro, que acusava o Supremo Tribunal Federal de desequilibrar a balança entre os poderes da república. Em alguns casos, membros do Legislativo também passaram a argumentar que o STF estaria assumindo demandas que são de competência do Congresso Nacional.

Dessa forma, o debate acerca da regulamentação das plataformas digitais é realizado neste capítulo em razão da influência que tais estruturas possuem sobre os processos eleitorais contemporâneos. No caso brasileiro, a ausência de mecanismos regulatórios contribui para que as disputas políticas se consolidem de forma assimétrica, evidenciando a necessidade de iniciativas que busquem estabelecer limites à atuação das plataformas nesses cenários, sobretudo no que diz respeito a disseminação de desinformação, ao impulsionamento de conteúdos antidemocráticos e à ampliação de determinados discursos.

3.7 Plataformas digitais, soberania e disputas políticas no Brasil

No dia 8 de janeiro de 2023, a praça dos três poderes, em Brasília, foi invadida por apoiadores de Jair Bolsonaro poucos dias após a posse de Lula em seu terceiro mandato. Na ocasião, as sedes dos três poderes da República (Congresso Nacional, Supremo Tribunal Federal e Palácio do Planalto) foram depredadas por pessoas que se autointitulavam patriotas.

Essa ação representou um ataque direto às instituições democráticas brasileiras. Embora as cenas de violência tenham causado espanto, o episódio não foi totalmente inesperado. Ao contrário, foi precedido por anos de ataques discursivos às instituições, sobretudo ao Supremo Tribunal Federal e ao sistema eleitoral brasileiro, intensificados durante o governo Bolsonaro e amplamente defendido nas plataformas digitais. Parte desse processo ocorreu por meio de campanhas de desinformação e mobilizações políticas online que contribuíram para o desgaste da imagem do Judiciário perante determinados setores da sociedade.⁵⁸

O episódio que ficou conhecido como “8 de janeiro digital”, teve início no dia 6 de abril de 2024 e recebeu essa denominação em alusão aos acontecimentos narrados nos parágrafos anteriores. Apesar de não haver invasão ou depredação material à sede dos três poderes, a movimentação digital possuía um objetivo semelhante: o enfraquecimento da legitimidade do poder judiciário brasileiro, em especial do STF, através de ataques direcionados ao ministro Alexandre de Moraes. A mobilização ganhou força na plataforma X a partir da disseminação de acusações de censura, interferência eleitoral e abuso de autoridade, escancarando a capacidade das plataformas digitais de ampliar conflitos políticos domésticos.

Nesse contexto, Elon Musk, proprietário da plataforma X, aderiu publicamente aos ataques direcionados ao Supremo Tribunal Federal, reproduzindo discursos amplamente difundidos pela extrema-direita brasileira. Entre as estratégias adotadas pelo empresário, estavam respostas e compartilhamentos de publicações com teor conspiratório, incluindo conteúdos que associavam Alexandre de Moraes à morte do ex-ministro Teori Zavascki, como é ilustrado pela figura 19.

⁵⁸Em dezembro de 2023, 38% dos brasileiros avaliavam o trabalho do STF como ruim ou péssimo, segundo pesquisa divulgada pelo Instituto Datafolha. Para mais informações, ver: <https://oglobo.globo.com/politica/noticia/2023/12/09/reprovacao-do-stf-salta-para-38percent-e-aprovacao-cai-para-27percent-diz-datafolha.ghtml>. Acesso em: 9 set. 2024.

Uma das estratégias utilizadas pelo empresário ao fazer esses ataques era a de responder a publicações que possuíam teor conspiratório, a exemplo de uma que ligava a posse de Alexandre de Moraes à morte do ex-ministro Teori Zavascki, ilustrada na imagem a seguir.

Figura 19 – Elon Musk responde a publicação que associa Moraes à morte de Teori Zavascki



Fonte: Plataforma X

Atitude semelhante ocorreu com relação a políticos da extrema-direita brasileira, como o deputado Nikolas Ferreira (PL), respondido por Musk algumas vezes. Ao agir dessa maneira, Elon possibilita que a mensagem seja ecoada e amplificada para outras pessoas, potencializando tais discursos sem necessariamente produzir o teor do conteúdo. A publicação anterior, por exemplo, em agosto de 2024 somava mais de 2,5 milhões de visualizações.

Tendo em vista o enorme capital social que Elon Musk possui na plataforma da qual é proprietário, seus posicionamentos ecoam para muito além dos quase 200 milhões de seguidores que possui na X. No caso do “8 de janeiro digital”, os ataques direcionados ao ministro Alexandre de Moraes logo ganharam adesão de usuários brasileiros, reacendendo publicações que atacavam o sistema eleitoral e o STF, algumas delas com teor de ameaça à integridade física dos integrantes da corte⁵⁹.

Após participar ativamente da movimentação que desacreditava o processo democrático brasileiro, Musk foi incluído no rol de investigados no inquérito que apura a existência de milícias digitais antidemocráticas. Segundo decisão do STF:

A conduta do “X” configura, em tese, não só abuso de poder econômico, por tentar impactar de maneira ILEGAL a opinião pública mas também flagrante induzimento e instigação à manutenção de diversas condutas criminosas praticadas pelas milícias digitais investigadas no INQ 4.874, com agravamento dos riscos à segurança dos membros do SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL – como facilmente é constatado pelas diversas mensagens com conteúdo de ódio realizadas em apoio àquelas postadas por ELON MUSK – e do próprio Estado Democrático de Direito, cuja proteção é a causa prioritária da instauração do já mencionado INQ. 4.781; além de obstrução à Justiça em organizações criminosas investigadas nos INQs 4923, 4933 e PET 12100 e claro atentado ao Poder Judiciário brasileiro.

A flagrante conduta de obstrução à Justiça brasileira, a incitação ao crime, a ameaça pública de desobediência as ordens judiciais e de futura ausência de cooperação da plataforma são fatos que desrespeitam a soberania do Brasil e reforçam a conexão da DOLOSA INSTRUMENTALIZAÇÃO CRIMINOSA das atividades do ex-TWITTER atual “X”, com as práticas ilícitas investigadas pelos diversos inquéritos anteriormente citados, devendo ser objeto de investigação da Polícia Federal. (Brasil, 2024)

Como aponta a decisão, o entendimento do STF era de que o posicionamento de Elon Musk, ao utilizar seu capital social enquanto proprietário e a estrutura da plataforma X para amplificar ataques às instituições brasileiras extrapolava o campo da opinião individual, passando a interferir diretamente nas disputas políticas nacionais.

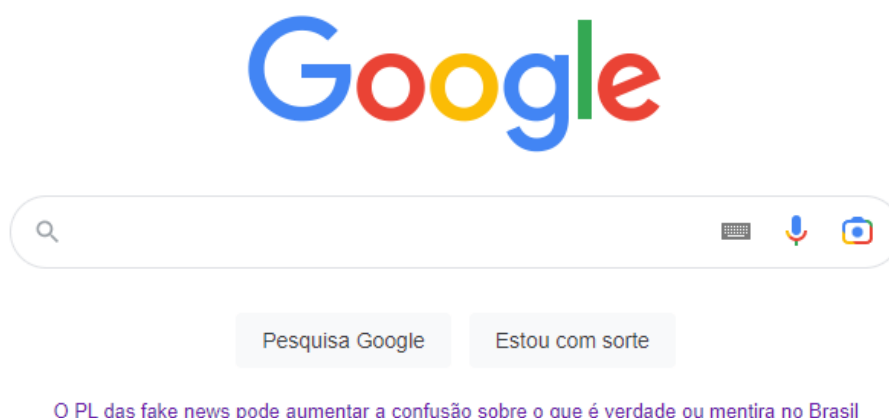
A tensão entre a plataforma X e o judiciário brasileiro escalou após o fechamento do escritório da empresa no Brasil, deixando a plataforma sem representante legal em território nacional. Em resposta, o STF determinou a suspensão da X em território nacional, em agosto de 2024, medida que inclusive

⁵⁹A revista *Veja* publicou uma reportagem que menciona o aumento das ameaças contra ministros do STF após a ofensiva realizada por Elon Musk em abril de 2024. Ver em: <https://veja.abril.com.br/coluna/radar/ameacas-contraministros-do-stf-voltam-a-subir-apos-falas-de-elon-musk>. Acesso em: 28 ago. 2024.

impactou o processo de observação desta pesquisa, que passou a trabalhar com a base de dados que fora coletada até a data da suspensão.

Em retaliação a essa medida, Elon Musk criou uma conta verificada na plataforma intitulada “@AlexandreFiles”, onde divulgou ordens de bloqueios de contas, algumas delas de teor sigiloso. Junto a isso, passou a atacar diariamente o ministro Alexandre de Moraes, associando-o principalmente a um ditador.

Figura 20 - Print da página principal do Google



Fonte: Imagem retirada da plataforma Google

Instrumentalização semelhante foi observada em maio de 2023, quando estava em votação uma possível regulação das plataformas digitais no Brasil, através do Projeto de Lei nº 2630/2020. Nesse período, as empresas Google, X e Meta realizaram campanhas públicas contra a proposta regulatória. Ao entrar na página principal do Google, por exemplo, os usuários se deparavam com a seguinte mensagem: “O PL das fake news pode aumentar a confusão sobre o que é verdade ou mentira no Brasil”, como é possível observar na imagem anterior.

Ao clicar no link sugerido, os usuários eram direcionados a um artigo assinado por Marcelo Lacerda, diretor de relações governamentais e políticas públicas do Google Brasil. O texto afirmava que o Projeto de Lei produziria mais desinformação

no ambiente digital e incentivava os leitores a pressionar os deputados contra a aprovação da proposição⁶⁰.

Os exemplos anteriores evidenciam a capacidade que as plataformas digitais e seus proprietários possuem de interferir diretamente em debates políticos domésticos, contrastando com o conceito político de soberania como “o poder desfrutado por um corpo governante para governar sobre si mesmo, livre de qualquer interferência de fontes ou corpos externos” (Pohle, Thiel, 2020, p.3, *tradução minha*). No campo das disputas políticas, tais movimentações foram incorporadas pela direita bolsonarista, que enxergou nessas empresas e seus dirigentes aliados importantes na difusão de narrativas favoráveis à coesão e expansão de sua base eleitoral.

Isso dialoga com o argumento de Fisher (2023) de que as plataformas digitais ascenderem com a premissa de se consolidarem enquanto um novo ambiente de disputa política mais livre e horizontal, que seria capaz de romper com as elites (políticas, de comunicação e intelectuais) que dominavam as decisões ao longo do tempo, colocando, assim, o povo no centro das deliberações. Segundo o autor, isso pode ter ocorrido em parte, mas deu voz e poder a um outro tipo de elite que capaz de interferir diretamente nas disputas políticas que ocorrem dentro das plataformas digitais.

Os fatos narrados acima impactam diretamente a presente pesquisa porque a X constitui o campo de estudo privilegiado para a observação das disputas políticas no ambiente digital. Dessa maneira, tendo em vista que a plataforma pertence a um empresário que é alinhado à extrema-direita, aliado à falta de transparência algorítmica, torna-se relevante considerar a possibilidade de assimetrias políticas produzidas ou ampliadas pela própria estrutura da plataforma.

O teor crítico deste capítulo busca contribuir para uma discussão que aborde o impacto direto das plataformas digitais em diferentes dimensões da política contemporânea. Embora esses espaços tenham possibilitado avanços importantes para a sociedade, suas estruturas permanecem orientadas prioritariamente por interesses econômicos, pois, os “sistemas foram projetados não para promover o progresso da sociedade ou para a distribuição igualitária da justiça, mas para maximizar nosso tempo nos sites e fazer dinheiro.” (Fisher, 2023, p. 141).

⁶⁰Para ler o texto na íntegra, ver: <https://blog.google/intl/pt-br/novidades/iniciativas/pl2630-2/>. Acesso em: 2 set. 2024.

As plataformas digitais e as ferramentas que as integram, como os algoritmos, não constroem realidades do absoluto zero. Ao contrário, elas potencializam questões já existentes na sociedade. Ainda assim, é importante refletir sobre o papel que essas estruturas possuem na amplificação dos extremismos e sobre as medidas adotadas para diminuir impactos sociais negativos decorrentes dessa dinâmica.

Para Moraes (2024), as plataformas digitais identificaram no campo político uma possibilidade de aumentar exponencialmente seus lucros por meio da publicidade e direcionamento de conteúdo aos usuários ainda que isso fosse feito por meio de notícias falsas e antidemocráticas, trazendo sérios danos à democracia dos países. Fisher (2023) comenta alguns exemplos de insurreições em países, como o Mianmar, em que a política foi duramente afetada pela disseminação de conteúdo falso no Facebook, amplificados pelos algoritmos com o fim de aumentar as receitas publicitárias, sem a preocupação ética em relação ao que aquele movimento implicava para a estabilidade política e democrática do país.

Nesse contexto, parte da atuação do Supremo Tribunal Federal e dos grupos brasileiros que defendem uma regulamentação das plataformas digitais no Brasil busca justamente estabelecer mecanismos capazes de limitar interferências que possam impactar as disputas políticas nacionais. Assim, observa-se que as plataformas digitais “impõem desafios regulatórios por questões de direitos humanos, economia [...], governos digitais, proteção de dados pessoais, mas também pela influência e impactos que tais plataformas trazem sobre a soberania dos Estados Nacionais” (Junior; Pereira, 2024, p. 4). Afinal, como apontam conforme apontam Pohle e Thiel (2020), as dinâmicas difusas, flexíveis e voláteis das plataformas parecem não só se opor à territorialidade e hierarquia estatal, como também desafiar os governos e os controles legais dos Estados.

Diante do percurso realizado neste capítulo, as plataformas digitais não podem ser compreendidas apenas como ferramentas neutras de comunicação, uma vez que além de estarem inseridas na lógica do capitalismo contemporâneo, ocupam papel central nas disputas políticas atuais, especialmente aquelas que ocorrem no ambiente digital. Sua estrutura, baseada na coleta de dados, mediação algorítmica e na busca constante por engajamento contribui para a consolidação de assimetrias nesses espaços, o que implica, para essa tese, compreender que os atores aqui representados por Lula e Bolsonaro partem de posições diferentes nessa disputa.

4 ENGAJAMENTO E PODER: A CONSOLIDAÇÃO DIGITAL DA EXTREMA-DIREITA

O surgimento da internet gerou a expectativa de que “o espaço virtual proporcionaria o meio perfeito para o debate público e livre manifestação do pensamento”; como uma espécie de Nova Ágora, contribuiria para reformatar o debate público, gerando um “ambiente de radical liberdade e instrumento da cidadania, como seria demonstrado pelos primeiros exemplos de mobilização social contra os regimes políticos autoritários organizada a partir de redes sociais, como a Primavera Árabe de 2011.” (Moraes, 2024, p. 131)

Da mesma maneira que o potencial do digital em mobilizar práticas e discursos políticos foi rapidamente captado pelas plataformas como forma de gerar mais lucro para as empresas, também foi apropriado pela extrema-direita como instrumento relevante para obtenção e manutenção de capitais políticos, ainda que sua consolidação não possa ser explicada exclusivamente por esse motivo. No Brasil, isso pode ser observado por meio da alta popularidade digital de figuras ligadas ao bolsonarismo, que detêm reconhecimento e capacidade de mobilização da opinião pública que extrapolam o contexto online.

Tendo isso em vista, o presente capítulo busca discutir algumas nuances da popularidade da extrema-direita nas plataformas e refletir como isso contribuiu para a consolidação de uma hegemonia bolsonarista nos espaços digitais, a qual se tornou ainda mais evidente após as eleições de 2018. Esse esforço analítico é importante para que, posteriormente, seja possível discutir o enfrentamento que a esquerda brasileira tem promovido ao cenário aqui discutido.

Em suma, nas próximas laudas, busca-se compreender os processos que contribuíram para a consolidação da hegemonia bolsonarista na esfera digital. Para isso, serão explorados três aspectos primordiais para o entendimento dessa questão:

- 1) como as plataformas digitais passaram a ser utilizadas enquanto instrumentos de organização e mobilização, consolidando-se como um espaço de debate público e disputa política;

2) como a extrema-direita encontrou nas plataformas digitais ferramentas para promover uma coesão social, constituindo, assim, um grupo coeso e engajado politicamente nesses espaços;

3) como a coesão e a capacidade de mobilização do grupo possibilitaram práticas e ações políticas de intimidação no campo político, perpassando as plataformas digitais e atingindo a própria política institucional.

O que se propõe neste capítulo é compreender como a ascensão e a consolidação da extrema-direita no campo digital pode ser observada a partir das formas de apropriação política desses espaços.

4.1 Plataformas digitais como ambientes de mobilização social

Para entender a gênese do fenômeno aqui discutido, proponho retornar há, pelo menos, 15 anos. Para isso, trago como exemplo uma experiência pessoal. Era outubro de 2011 quando recebi, em meu Facebook, um convite para a Marcha contra a Corrupção no Ceará, estado em que resido. Esse era um recurso bastante popular na plataforma à época. De certa forma, replicava os convites tradicionais que a geração anterior aos anos 2000 conheceu bem. Nele, assim como nos convites físicos, constavam a data, o horário e o local do evento; havia a possibilidade de inserir uma foto, geralmente associada à temática em questão. Existia, também, um espaço para uma breve descrição do evento, muitas vezes utilizado para reiterar a importância da presença dos convidados. Em tal página, era possível recusar, confirmar a participação ou, ainda, selecionar a opção “talvez”. Em um espaço ao lado, normalmente ficavam disponíveis as quantidades tanto de pessoas convidadas quanto daquelas que haviam confirmado⁶¹.

Eu havia acabado de completar 16 anos, cursava o segundo ano do ensino médio, e, naquela época, o Facebook consolidava-se como a rede social mais popular entre meus colegas e as pessoas da minha faixa etária⁶². Vi o convite e decidi que iria

⁶¹Atualmente, o Facebook permanece com o recurso de criação de eventos e envio de convites, embora não exatamente da mesma forma que 2011, em razão das alterações realizadas pela própria plataforma. Ainda assim, o cerne da proposta permanece o mesmo: a reprodução de convites virtuais de fácil compartilhamento entre usuários.

⁶²Segundo a própria plataforma, aproximadamente metade dos brasileiros, cerca de 102 milhões de pessoas, possuem conta no Facebook. Disponível em: <https://www.facebook.com/business/news/102->

participar. Mais do que isso, repliquei-o para colegas da escola e outros conhecidos. Essa tática criava um efeito “bola de neve”, porque outras pessoas também convidavam seus conhecidos, o que fazia com que o número de convidados sempre estivesse na casa dos milhares.

Aquela foi a primeira manifestação da qual eu participei. Chegando ao ponto de encontro, avistei um carro de som alto, várias faixas e cartazes com dizeres como “basta de corrupção”. O microfone estava aberto para os manifestantes por um tempo, mas logo em seguida seguimos por um trajeto de aproximadamente dois quilômetros e meio. A partir daquela experiência, fiquei interessada em participar de forma mais ativa do Movimento Unidos Contra a Corrupção (UCC), responsável pela organização da marcha. Pouco tempo depois, quando divulgaram uma reunião aberta através do Facebook, participei e, em seguida, passei a integrar a comissão organizadora, que contava com cerca de 15 coordenadores.

Essa coordenação era composta por jovens menores de idade, como eu, e integrantes mais velhos, alguns já aposentados. Todos os meses havia pelo menos uma reunião, em que discutíamos as pautas do grupo que, à época, eram: 1) a aprovação da Lei da Ficha Limpa nacional e estadual; 2) o fim do foro privilegiado de parlamentares; e 3) o fim do voto secreto nas casas legislativas. Também planejávamos os próximos atos a serem realizados e as estratégias para trazer mais pessoas para a causa.

Os encontros eram realizados em alguns prédios dos integrantes e, apesar de o coletivo constituir uma atividade secundária dos trabalhadores e estudantes, era levado bastante a sério. Como as reuniões presenciais eram esporádicas, tínhamos um grupo no Facebook, em que conversávamos diariamente sobre questões relacionadas às atividades organizadas por nós, e uma página pública, na qual inseríamos conteúdos regularmente e mantínhamos contato com simpatizantes. Em determinado momento, temendo a sobrecarga de alguns membros, decidimos dividir a equipe em subcoordenações, e fiquei encarregada da comunicação.

Ao longo de um ano e meio em que participei diretamente da organização, outras marchas aconteceram, e o *modus operandi* para a disseminação dos convites e atração de novos simpatizantes era uma de minhas funções, sempre desempenhada de forma semelhante: criávamos um evento no Facebook e pedíamos

milhes-de-brasileiros-compartilham-seus-momentos-no-facebook-todos-os-meses. Acesso em: 6 jun. 2023.

para os colegas compartilharem em suas páginas. Paralelamente, *flyers* eram criados com a data e o local da manifestação, geralmente acompanhados de imagens ou frases que faziam alusão ao ato. Essas imagens eram publicadas na página do evento e replicadas pelos usuários, responsáveis por ampliar o alcance da divulgação.

Existiram momentos em que panfletos foram impressos para serem distribuídos em locais públicos de grande movimentação, mas a comunicação mais direta com a população era feita a partir do Facebook. Nessa plataforma, replicávamos notícias e memes, como o apresentado na imagem 22, mas também criávamos conteúdo voltados especificamente para esses ambientes, com o objetivo de fomentar o debate e gerar discussão nos espaços digitais, responsáveis por mobilizar a população para os atos. Tais conteúdos geralmente assumiam a forma de críticas a escândalos de corrupção dos governos ou comportamentos de membros do Congresso.

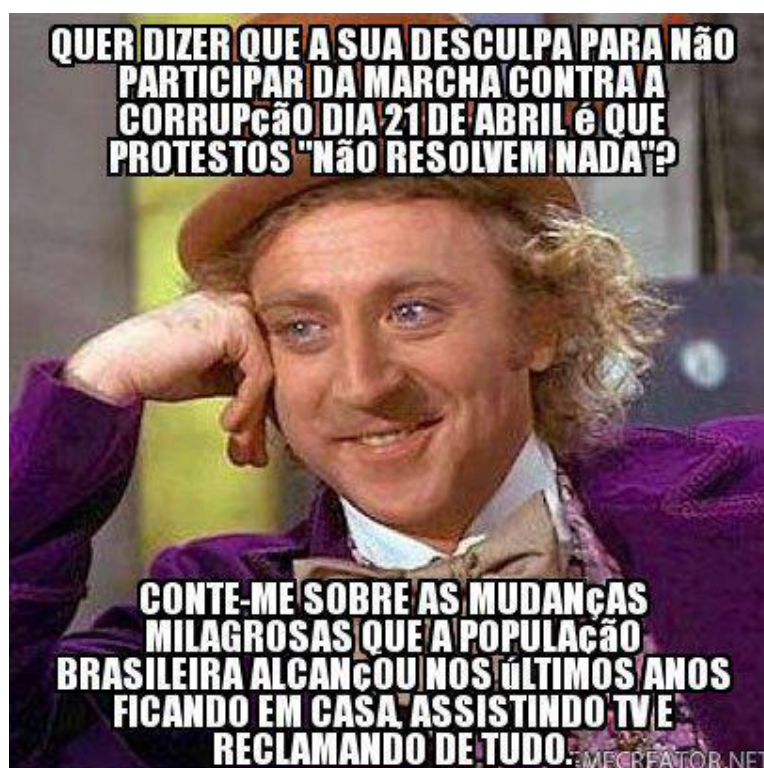
Figura 21 – Flyer da Marcha da Corrupção que ocorreu em 2012, em Fortaleza



FONTE: Imagem retirada do grupo do Facebook do movimento Unidos Contra a Corrupção. Disponível em: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=287361791381513&set=g.262910760420106>. Acesso em: 13 fev. 2023.

Apesar de a marca do UCC ser a Marcha Contra a Corrupção, que aconteceu, salvo engano, 5 vezes ao longo de um ano, outros atos também eram realizados. Em 7 de setembro de 2012, por exemplo, dezenas de cruzeiros pintados de verde e amarelo foram fincadas na areia da Praia de Iracema, em forma de protesto contra a corrupção, em uma localidade próxima àquela em que ocorria o desfile militar no Dia da Independência. Em outro momento, em 9 de dezembro de 2012, participamos de um evento promovido pela Controladoria Geral da União (CGU), no qual distribuimos materiais informativos sobre a temática do combate à corrupção. Em junho de 2013, com a iminência das manifestações que marcaram aquele período, o movimento Unidos Contra a Corrupção foi dissolvido. Entre os motivos, o caráter conturbado do cenário político brasileiro, que não produzia consenso entre os integrantes do grupo.

Figura 22 – Meme para a página Unidos Contra a Corrupção



FONTE: Imagem retirada do grupo do Facebook do movimento Unidos Contra a Corrupção. Disponível em: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=287361791381513&set=g.262910760420106>. Acesso em: 13 fev. 2023.

A experiência anteriormente narrada pode, hoje, parecer uma realidade óbvia para os leitores. Afinal, quando se pretende realizar uma manifestação na atualidade, a disseminação de informes básicos, como data, horário e local do evento,

é feita de forma digital por quem organiza. No entanto, se pensarmos no impacto disso há mais de uma década, perceberemos o quão inovador esse processo foi. As redes sociais, naquele momento, eram majoritariamente utilizadas como fontes de lazer, embora Rocha (2018) identifique, já nessa época, algum tipo de debate político nesses espaços.

Em 2011, passávamos por um momento em que, pelo menos desde o *impeachment* de Collor, grandes manifestações não eram convocadas e realizadas de forma massiva no Brasil, ainda que muitos movimentos sociais fossem atuantes. O Unidos Contra a Corrupção, juntamente com outros movimentos semelhantes, como o Vem Para a Rua, que tinha como uma das líderes a atual deputada federal bolsonarista Carla Zambelli, percebeu o potencial aglutinador do Facebook e como isso poderia servir ao debate e a mobilização política. Por esse motivo, investia esforços diários para alimentar as discussões realizadas nesses espaços.

Esses grupos digitais que se expandiram até 2013 serviram “como laboratório para novos movimentos sociais digitais que lideram as ruas e as plataformas digitais desde 2015 até hoje.” (Gomes, 2020, p.60). Tal exemplo parece interessante por trazer uma perspectiva germinal do que vemos hoje de forma tão disseminada, permitindo iniciar uma discussão sobre a constituição das plataformas digitais como uma arena de mobilização política.

Essa movimentação política que se intensificou após o ano de 2010, culminando na ascensão da extrema-direita, não se restringiu ao Brasil. Pelo contrário, é possível notar que há uma tendência global, uma vez que diversos países, em diferentes graus, experimentam algo semelhante. Para Fisher (2023), o desempenho de Donald Trump nas plataformas digitais era tão expressivo em 2016 que a eleição dele era cogitada mesmo sem o apoio da grande mídia. Empoli (2022) também evidencia isso e, ao citar as influências de Steve Bannon na comunicação política bolsonarista, retoma a ideia de que o Brasil não está isolado nesse movimento de caráter mundial.

Assim, é possível afirmar que 2018 não surgiu do nada. Como demonstram Santos e Santos (2019), o bolsonarismo que hoje ganha as ruas e as plataformas digitais vem, ao longo dos anos, passando por um processo gradual de aprendizado político e comunicacional, enquanto, durante um período, ainda demonstrava dificuldades em incorporar tais dinâmicas à sua atuação.

As novas direitas começaram a se organizar sem maiores recursos bem antes da reeleição de Dilma, entre o final do primeiro governo Lula e o início do segundo. Naquela época, surgiram na internet fóruns de discussão, blogs, sites e comunidades (principalmente na extinta rede social Orkut e, posteriormente, no Facebook) em que se discutiam temas relacionados ao livre-mercado, à defesa de valores cristãos e à conjuntura política nacional e internacional. (Rocha, 2018, p. 48)

Como é mencionado na citação anterior, há muito tempo a direita brasileira vem se organizando nos espaços digitais, diferentemente da esquerda, que ainda não atuava de forma vias semelhantes. A experiência narrada sobre a articulação de grupos contra a corrupção no início dos anos 2010 é uma evidência do que a autora aponta, contrastando com o uso ainda precário das plataformas digitais durante os mandatos petistas. Esse é o caso da X, ex-Twitter, que, segundo Marques, Aquino e Miola (2014), não representou um canal de comunicação eficaz durante o mandato de Dilma Rousseff.

Assim, torna-se evidente que a popularidade digital da extrema-direita, escancarada em 2018, reflete uma organização muito anterior. Isso pode ser percebido quando observamos que parte do conteúdo compartilhado na campanha em que Bolsonaro saiu vitorioso vinha sendo difundido digitalmente, pelo menos, desde 2011, sobretudo aqueles com temática anticorrupção, como comenta Ribeiro (2018).

Ainda que isso não fosse plenamente visível à época, existia uma tendência que ganhou força sobretudo no primeiro governo Dilma, quando a extrema-direita passou a se organizar de maneira mais eficiente tanto nas ruas (período em que começaram a surgir as marchas contra corrupção) quanto, e principalmente, nos espaços digitais.

A política nas ruas, nas urnas e nas telas passou a estar profundamente interligada. As páginas de oposição ao governo da presidenta, muitas delas identificadas como anticorrupção, possuíam forte caráter antipetista e passaram se multiplicar no Facebook, promovendo diariamente debates ligados a temáticas políticas. Tal dinâmica sinaliza que uma das facetas que ajudam a compreender a atual extrema-direita brasileira é justamente a lógica dual entre o petismo e o antipetismo, como aponta Bruzzone (2021).

A consolidação da extrema-direita não pode ser explicada exclusivamente por esse processo, mas ele contribuiu para estruturar formas de mobilização, linguagem política e redes de apoio que se mostrariam fundamentais nos anos seguintes. Ensaando sua participação na vida política de forma mais incisiva pelo

menos desde 2010, a extrema-direita que emergiu na última década encontrou no contexto de crise e desequilíbrio do sistema vigente um momento ímpar para se apoderar de um espaço promissor e até então esvaziado, pouco explorado por outros grupos políticos (Nunes, 2022).

Foram as manifestações de junho de 2013 que evidenciaram, no Brasil, a capacidade aglutinadora das plataformas digitais. Ainda que eu compartilhe da perspectiva de Nunes (2022), segundo a qual esses protestos não possuíam um caráter de direita, eles demonstraram o potencial organizativo da internet e serviram de referência, em termos de organização, para eventos posteriores, sobretudo os que reivindicavam pelo *impeachment* de Dilma Rousseff, após as eleições de 2014.

O sucesso da articulação entre as telas e as ruas foi tamanho que, em pouco menos de dois anos, figuras políticas que ascenderam através das redes sociais, como os jovens do Movimento Brasil Livre (MBL), já postulavam cargos políticos nas eleições de 2016. Além de ocupar a esfera política institucional, muitos deles passaram a atuar profissionalmente com produção de conteúdo político, monetizando essa atividade através de vídeos e publicações que seguiam uma lógica da economia da atenção⁶³ nas mais diversas plataformas, promovendo, assim, uma espécie de mobilização política constante nesses espaços.

O engajamento promovido pela capacidade das plataformas digitais de mobilizar grupos e pessoas politicamente não se restringia a manifestações presenciais realizadas nas ruas. Essa capacidade aglutinadora se intensificou dentro das próprias plataformas digitais, fomentando o capital social e político de indivíduos e grupos que passaram a exercer pressões políticas a partir de movimentos coordenados por meio das ferramentas disponíveis nas plataformas, como as hashtags do X⁶⁴.

Desse modo, fica evidente como a ocupação precoce das plataformas digitais pela extrema-direita possibilitou que elas fossem utilizadas como instrumentos de organização e articulação política, contribuindo diretamente para formação de

⁶³O ex-vereador do Rio de Janeiro Gabriel Monteiro é uma das figuras que lucravam amplamente com a produção de vídeos na internet. Apoiador do ex-presidente Jair Bolsonaro, o ex-parlamentar tornou-se alvo de denúncias envolvendo assédio e manipulação de conteúdo. Sobre o caso, ver: <https://tab.uol.com.br/colunas/matheus-pichonelli/2022/08/16/caso-gabriel-monteiro-a-perversao-atras-da-fantasia-de-YouTuber-justiceiro.html>. Acesso em: 6 jun. 2023.

⁶⁴A obra *Net-ativismo: redes digitais e novas práticas de participação* (2017) reúne uma série de artigos que discutem formas de atuação política experienciadas no ambiente online.

bases de apoio nesses ambientes, possibilitando uma consolidação posterior marcada pela relevante capacidade de mobilizar indivíduos dentro e fora dos ambientes digitais.

4.2 Plataformas digitais como instrumentos de coesão social

A vivência exposta no tópico anterior ilustra o potencial das plataformas digitais como instrumentos de organização e mobilização de manifestações, algo que pôde ser observado nos mais diversos locais do mundo, sobretudo após 2010. Junto a isso, evidencia também a possibilidade de os ambientes digitais se firmarem enquanto canais de disputa política. Entre outros fatores, isso se relaciona à capacidade desses espaços constituírem grupos coesos que, fortalecidos, ampliam sua capacidade de mobilização e ação política.

Os políticos profissionais necessitam de canais dos quais possam estabelecer uma comunicação eficaz com o eleitorado, geralmente utilizada para prestar contas sobre as ações realizadas durante o mandato, fomentar debates e, até mesmo, realizar propaganda política. Antes da popularização das plataformas digitais, essa articulação era feita de maneira mais descentralizada, através de jornais impressos, participação em programas de televisão, entrevistas em rádio, reuniões presenciais e visitas a gabinetes. Hoje, embora esse modelo tradicional não tenha sido descartado, a interação entre representantes e representados também pode ser realizada por meio das plataformas digitais, que possuem grande alcance, e permitem que uma mensagem seja difundida a milhares de pessoas simultaneamente.

A extrema-direita brasileira compreendeu rapidamente o potencial político desses espaços. Mais do que ferramentas de comunicação, as plataformas digitais funcionam como ambientes capazes de possibilitar a criação de vínculos e sentimentos de pertencimento entre indivíduos diversos. Nesse contexto, os conteúdos passam a ser criados e difundidos também para desempenhar uma função agregadora, contribuindo para a constituição de grupos coesos.

A produção de conteúdo, que também tem como finalidade ocupar e pautar o debate público, tendem a ser variados: falam sobre o fechamento de igrejas pela esquerda; de uma possível legalização das drogas e do aborto; da ligação de políticos, como Lula, com membros de facção criminosa; ideologia de gênero; corrupção; conteúdos conspiratórios e negacionistas, como os antivacina; sobre os males do feminismo, entre outras temáticas que buscam mobilizar emocionalmente os

interlocutores. Essa abrangência de temas que o bolsonarismo abarca com relação à vida social é fruto da meta-política que integra a natureza e a força da extrema-direita, como aponta Cesarino (2024):

O termo meta-política tem sido utilizado por alguns analistas para designar como a extrema direita americana, brasileira e outras extrapolam a lógica da política pensada como esfera social específica, se espalhando para domínios outrora reconhecidos como sendo da ordem privada do mercado, religião, parentesco, mito, magia, entretenimento, ritual. (Cesarino, 2024, p. 211)

A partir dessa percepção de meta-política, percebe-se que não há uma lógica linear no conteúdo difundido. As narrativas mobilizadas buscam abarcar um leque amplo de posicionamentos, alcançando, assim, diferentes segmentos sociais e produzindo apoios que, à primeira vista, podem parecer contraditórios. Esse fenômeno pode ser exemplificado por eleitores bolsonaristas que integram a comunidade LGBTQIA+. Mesmo diante de reiteradas falas homofóbicas de Jair Bolsonaro⁶⁵, esses sujeitos podem permanecer ligados ao bolsonarismo por outros significantes, como uma adesão à pauta anticorrupção ou uns posicionamentos semelhantes em relação às políticas públicas voltadas para a segurança. Isso corrobora o que Pinheiro-Machado e Scalco (2018) apontam sobre não existir um perfil homogêneo dos bolsonaristas, uma vez que os indivíduos tendem a identificar com um ou mais discursos específicos entre os vários que compõem esse universo político, não necessariamente com todos eles simultaneamente.

Embora a gama de conteúdo disseminados nos últimos anos seja extensa, alguns padrões podem ser identificados. Uma reportagem da revista *Piauí*⁶⁶ aponta que esse “ecossistema de desinformação” possui quatro eixos principais: 1) violência e criminalidade; 2) religião e costumes; 3) sistema eleitoral; 4) agenda socioeconômica (Pires, 2022). O levantamento demonstra que a gestão do debate realizado pela extrema-direita nas plataformas digitais não ocorre de maneira aleatória, pelo contrário, obedece a uma lógica racional que busca reforçar determinados posicionamentos e narrativas.

⁶⁵O ex-presidente possui um histórico de declarações homofóbicas ao longo de sua trajetória política. Disponível em: <https://www.terra.com.br/nos/bolsonaro-adiciona-mais-uma-fala-homofobica-a-lista-relembre-todas,99d67075400b02b8af744716573a7af295z8zjd6.html>. Acesso em: 6 jun. 2023.

⁶⁶A reportagem está disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/materia/o-show-de-jair/>. Acesso em: 6 jun. 2023.

A partir do engajamento em torno desses quatro eixos, a direita construiu “esferas políticas, midiáticas, epistêmicas paralelas à do ‘mainstream’” (Cesarino, 2022, p. 79), investigadas pela reportagem citada anteriormente. Publicada em dezembro de 2022, a matéria discute a existência de um aparato informacional da extrema-direita baseado em teorias da conspiração, revisionismos históricos e revisionismos científicos que atuam na construção de circuitos próprios de interpretação da realidade, “desatando ondas sísmicas de perplexidade e medo país a fora.” (Fisher, 2023, p. 354).

O termo “ecossistema”, cunhado pelo jornalista Breno Pires, foi utilizado também pelo filósofo Bruzzone (2021). De acordo com a ideia defendida pelo autor, podemos pensar a comunicação bolsonarista como um ecossistema em que diversos atores desempenham papéis distintos, com o objetivo de produzir uma coesão comunicacional eficaz nas redes.

[...] que enquadramentos serão dados aos fatos do momento, que interpretações – mesmo que absurdas – defender, que pessoas odiar, atacar e linchar por meio de quais retóricas, que *tags* levantar nas plataformas para simular climas de opinião popular, ainda que se servindo para tanto de formas automatizadas de distribuição de conteúdo (robôs, p. ex), e, por fim, que fake news e/ou teorias da conspiração distribuir. Além disso, tais centros cuidam de criar e colocar em movimento as narrativas e as figuras do imaginário que servem para mobilizar, diuturnamente, as matilhas digitais. (Gomes, 2020, p. 17)

O trecho anterior descreve um pouco o funcionamento desse aparato comunicacional, demonstrando que vai além da figura de Jair Bolsonaro, sobretudo nas redes. Quando alguma narrativa é disputada nos espaços digitais, essa movimentação é realizada por parlamentares, influenciadores, jornalistas, eleitores comuns e outros sujeitos que queiram somar para essa circulação. Nesses momentos, passa a existir uma rede social, no sentido analógico do termo, em que diversos indivíduos se interligam entre si, seja por meio da página de Bolsonaro, de influenciadores, parlamentares ou jornalistas.

Dessa maneira, é criada uma espécie de “comunidade virtual” (Bruzzone, 2021), “matilha digital” (Gomes, 2020) ou, aquilo que popularmente passou a ser denominado como “bolha digital”, capaz de aglutinar indivíduos que compartilham visões de mundo, demandas e posicionamentos políticos semelhante, utilizando os espaços digitais para reforçar e difundir tais perspectivas.

Pensando no contexto da eleição de Donald Trump, Fisher (2023, p.274) questiona como “tais grupos tinham se unido e superado as divisões tribais, conseguindo recrutar em quantidade tão vasta e ganhar coesão tão rápido.”. O autor evidencia o potencial das plataformas digitais não só na promoção de grupos coesos, mas também na transformação das visões de mundo dos indivíduos e no fortalecimento de processos de radicalização política de movimentos que até então se apresentavam de forma moderada.

Nesse sentido, a consolidação do bolsonarismo nas plataformas também pode ser observada a partir da sua capacidade de produzir comunidades políticas relativamente coesas, dotadas de um forte sentimento de pertencimento que possibilita um engajamento contínuo desses sujeitos nos espaços digitais.

4.3 Assédio e violência política nas plataformas digitais

Os tópicos anteriores discutiram como as plataformas digitais se constituíram como ambientes de mobilização e coesão social. Essas características passaram a ser articuladas também na execução de práticas de intimidação política organizadas por setores da extrema-direita, amplamente observadas no pleito de 2018. Tais práticas contribuíram para a consolidação de uma estrutura em uma estrutura política forte, alimentada principalmente pela lógica amigo-inimigo⁶⁷, que ajuda a compreender o tom de ruptura desses grupos, marcados por uma postura que se contrapõem ao fazer político conciliatório que caracterizou, em certa medida, os governos petistas (Cesarino, 2022).

O formato das plataformas, que favorece dinâmicas mais disruptivas e polarizadas, aliado à possibilidade de anonimato dos usuários, abriu margem para que muitas dessas práticas fossem executadas, a exemplo dos linchamentos virtuais, amplamente promovidos nos dois primeiros anos do governo de Bolsonaro. O caso mais notório talvez tenha sido o da ex-aliada Joice Hasselmann, deputada federal mais votada por São Paulo em 2018 na esteira do bolsonarismo. Após romper com o presidente, em 2019, passou a ser constantemente atacada por usuários pró-

⁶⁷Fisher (2023, p.187) destaca que pesquisadores do Twitter concluíram que a estrutura da plataforma X, por meio de seu algoritmo, impulsionou o conservadorismo político e incentivou cenários de polarização baseados em uma lógica de “nós contra eles”.

Bolsonaro. Os ataques iam desde xingamentos e difamações até ameaças contra a integridade física da ex-deputada.

Esse tipo de ação promovida por grupos da rede bolsonarista não foi isolado, sendo, inclusive, um dos elementos investigativos do Inquérito 4781, conhecido como Inquérito das Fake News, que tramita no Supremo Tribunal Federal e apura, entre outras coisas, a atuação de grupos digitais organizados voltados à disseminação de ataques, desinformação e intimidação política, conhecido popularmente como “milícia digital” e “gabinete do ódio” (Patriolino, 2022). Como muitos dos perfis utilizados para a disseminação de conteúdos falsos ou agressões são anônimos ou falsos, a responsabilização dos envolvidos torna-se mais difícil, em comparação perfis de figuras públicas identificáveis.

Esses grupos, além de promoverem ações coordenadas contra críticos da extrema-direita, contribuem para ampliar a sensação de coesão e apoio popular nos ambientes digitais. Isso ocorre sobretudo quando ocupam as plataformas disseminando determinados assuntos e participando ativamente das discussões promovidas nesses espaços. Na X, durante a pandemia de covid-19, por exemplo, não era apenas Jair Bolsonaro que defendia o uso de remédios sem eficácia comprovada: milhares de usuários reproduziam e reforçavam tais discursos, através das mais diversas estratégias de circulação de conteúdo.

A mobilização digital bolsonarista durante a pandemia contribuiu para que muitos indivíduos passassem a defender posições semelhantes às do presidente, inclusive reiterando e difundindo conteúdos conspiratórios e preconceituosos, como as informações falsas segundo as quais as vacinas infectariam as pessoas com o vírus HIV. Dessa maneira, é notável que os ataques promovidos nesses ambientes não são direcionados apenas a indivíduos específicos, mas também a instituições e conhecimentos científicos.

A difusão de notícias falsas voltadas a desacreditar determinados sujeitos e grupos constitui, portanto, prática política importante para a extrema-direita, uma vez que possibilita não apenas o ataque aos adversários, mas também a consolidação de visões de mundo. Um exemplo disso foi visto nas eleições de 2022, quando circulou amplamente a falsa informação de que o Partido dos Trabalhadores fecharia as igrejas caso ganhasse as eleições. Além de desgastar a imagem do PT, essa narrativa fortalecia laços de pertencimento e solidariedade entre grupos religiosos que se sentiam convocados a combater politicamente a esquerda.

Percebe-se, assim, que a execução das práticas políticas depende diretamente da mobilização e da coesão dos grupos que as promovem. Mais do que episódios isolados de agressão ou desinformação, tais ações integram dinâmicas mais amplas de disputa política que são capazes de influenciar o comportamento dos eleitores e moldar percepções coletivas, interferindo diretamente na política institucional.

4.4 A reação da esquerda frente à consolidação da extrema-direita nos espaços digitais

As laudas anteriores discutiram brevemente algumas características do processo que levou à consolidação da extrema-direita nas disputas políticas protagonizadas nas plataformas digitais. Em complemento a isso, este tópico busca sobre a forma como a esquerda brasileira reagiu, ou, em muitos momentos, demonstrou dificuldades em reagir, a esse processo de consolidação nos ambientes digitais.

Nenhum ator autorizado apareceu na esfera pública, nas telas dos jornais ou nos ambientes digitais relevantes para disputar as interpretações do fato na perspectiva do governo, para propor narrativas favoráveis à presidente e ao partido, para propor outros enquadramentos para os problemas sociais, políticos e econômicos que não aqueles da oposição, dos comentaristas políticos adversários e dos influenciadores digitais antipetistas. Na política, como na comunicação política, não há espaço vazio: se o governo não fala, alguém falará sobre o governo. E assim aconteceu. (Gomes, 2020, p. 62)

O trecho anterior constitui importante ponto de partida para pensar a atuação da esquerda brasileira enquanto a extrema-direita ganhava espaço nas ruas e, principalmente, nas plataformas digitais. É possível afirmar, com base nessa passagem, que a desvantagem da esquerda nas disputas políticas travadas nesses espaços não decorreu apenas da ofensiva realizada pela extrema-direita, mas também da dificuldade de articulação de uma reação coordenada e eficaz a esse processo. Em determinados momentos, talvez fosse possível falar menos em disputa e mais em uma ofensiva conduzida quase sem contraposição organizada.

Essa percepção torna-se familiar para quem observou, ao longo dos últimos quinze anos, a utilização das plataformas digitais por figuras da direita e da esquerda no Brasil. Enquanto setores importantes da esquerda utilizavam os ambientes digitais de forma predominantemente institucional e pouco humanizada,

como mais um canal de comunicação impessoal, a exemplo de Dilma Rousseff durante seu mandato, figuras como Jair Bolsonaro empregavam esses espaços de maneira estratégica, compartilhando diariamente conteúdos críticos aos governos petistas, impulsionando narrativas favoráveis a seus posicionamentos e apoderando-se da capacidade de construção de capital social e político proporcionada pelas plataformas digitais.

Além de uma organização comunicacional insuficiente na seara digital, o PT enfrentava uma oposição crescente que englobava uma nova direita em ascensão e parte da esquerda que se entendiam como mais “radicais”, a exemplo do que Gomes (2020) chamou de antipetismo de esquerda.

O mais ironicamente paradoxal disso tudo é que quem protagonizou essa mudança de quadro, pelo menos na ignição inicial e na manutenção do “clima dos protestos” até o fim do ano, foram à esquerda e seus assemelhados, possivelmente os mais beneficiados com um governo do PT. (Gomes, 2020, p. 19)

O trecho, em que Gomes (2020) discute sobre o início da desestabilização do governo de Dilma Rousseff, dialoga com o que foi mencionado no parágrafo anterior. Isso pode ser observado na participação de diversas frentes de esquerda nas manifestações de 2013: não apenas muitos aliados participaram ativamente dos protestos, como também prestaram solidariedade aos manifestantes, disponibilizaram aparato jurídico contra prisões arbitrárias e se posicionaram criticamente em relação a medidas adotadas pelo governo, como a sanção da Lei Antiterrorismo⁶⁸.

Dessa forma, à medida que os grupos anticorrupção e usuários avulsos, posteriormente incorporados por movimentos ligados à extrema-direita, criavam e difundiam conteúdos críticos ao governo Dilma, ocupando de maneira massiva as plataformas digitais, havia pouca capacidade de reação coordenada em sentido contrário. Em paralelo, enquanto partidos mais à esquerda, como o PSOL, promoviam críticas ao governo petista, não conseguiam se apresentar de maneira suficientemente propositiva nesses espaços, restringindo-se, em muitos momentos, à crítica sem conseguir consolidar uma alternativa viável no debate digital.

O contrário pôde ser observado na direita brasileira. Ao mesmo tempo em que se posicionava de maneira contrária ao governo Dilma, sobretudo a partir de 2014

⁶⁸Nota do PSOL contra a Lei Antiterrorismo e em apoio às manifestações ocorridas durante o governo Dilma. Disponível em: <https://psol50.org.br/nota-do-partido-socialismo-e-liberdade-em-defesa-das-liberdades-democraticas/> Acesso em: 6 jun. 2023.

e com maior ênfase após 2016, também passava a se apresentar como alternativa política, impulsionando desde cedo a pré-candidatura de Jair Bolsonaro. Quando chegou o ano eleitoral de 2018, a esquerda que anteriormente já demonstrava fragmentação nas plataformas digitais também se dividia no campo institucional, sem uma candidatura unificada. O PSOL lançou a candidatura de Guilherme Boulos e, apesar do baixo desempenho no primeiro turno, críticas realizadas por setores da sigla com forte influência nas plataformas digitais ecoaram amplamente e reforçaram o antipetismo já consolidado naquele momento⁶⁹.

Foi nesse cenário, como menciona Miguel (2018), que o Partido dos Trabalhadores (PT) e a esquerda virou a reencarnação do mal dentro e fora das plataformas digitais, enquanto a extrema-direita crescia, ampliava sua presença midiática e se apresentava como representante da mudança política. Nesse contexto, a impressão que tive algumas vezes, enquanto pesquisadora, era a de que enquanto sofria ataques constantes, a esquerda observava o processo com dificuldade de reação, tal como descreve Solano (2018, p. 13), ao afirmar que ela se encontrava “perplexa, atrapalhada e inativa”.

Um exemplo disso pode ser observado no trabalho desenvolvido por Marques, Aquino e Miola (2014), já mencionado, que analisou a participação de deputados federais no Twitter, hoje X. A pesquisa destacou que, apesar de o PT possuir a maior bancada da Câmara em 2014, contava com apenas 3.596 seguidores naquele momento. Além disso, Dilma Rousseff, durante seu mandato, pouco usou as plataformas após a sua eleição, sem estabelecer contato recorrente com os seguidores e eleitores.

Essa ausência de centralidade comunicacional tanto da chefe do Executivo quanto de parlamentares e do próprio Partido dos Trabalhadores nas plataformas digitais contribuiu para a inexistência de uma base comunicacional coesa nesses ambientes, capaz de organizar e mobilizar uma ofensiva nos pleitos eleitorais seguintes. Era possível observar sujeitos de esquerda atuando de maneira isolada na disputa que ocorria, mas nada suficientemente articulado para enfrentar a extrema-direita, que, além de coesa, contava com uma estrutura comunicacional extremamente eficaz.

⁶⁹Em um dos momentos da eleição de 2018, Boulos criticou a relação do PT com o MDB. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/eleicoes/2018/noticias/2018/09/06/relacao-pt-e-mdb-e-caso-de-diva-diz-boulos-ao-criticar-haddad-e-lula.htm>. Acesso em: 4 abr. 2026.

Não à toa, nas eleições de 2018 a candidatura de Jair Bolsonaro recebeu apoio de grande parte das figuras digitalmente relevantes que vocalizavam antipetismo: religiosos, armamentistas, integrantes de movimentos anticorrupção, liberais, forças policiais, apoiadores da Lava Jato, entre muitos outros. Em paralelo, o Partido dos Trabalhadores contava com apoio orgânico de artistas e figuras públicas que tentavam usar sua influência digital em favor da candidatura petista, porém conseguir enfrentar uma engrenagem comunicacional mais estruturada e eficiente.

A consequência dessa baixa capacidade de reação pode ser percebida tanto de maneira quantitativa quanto qualitativa. Em termos de números, pesquisas mostram que o grau de engajamento das redes sociais de agentes ligados à extrema-direita é muito maior que o de agentes ligados à esquerda⁷⁰. Qualitativamente falando, os temas mobilizados pela extrema-direita tendem a alcançar maior repercussão. Nas eleições de 2018, por exemplo, grande parte do debate foi pautado por Jair Bolsonaro e seus aliados. Enquanto isso, a esquerda frequentemente assumia uma postura reativa, buscando desmentir *fake news*, contextualizar declarações ou responder acusações relacionadas a governos petistas anteriores.

A consolidação da comunicação política bolsonarista acendeu um alerta na oposição e evidenciou dois desafios centrais. O primeiro dizia respeito à própria condução das plataformas digitais, que passaram a mostrar ambientes propícios à disseminação de conteúdos desinformativos capazes de produzir danos aos indivíduos e à sociedade em geral. Publicações que desencorajam a vacinação de pessoas, desacreditam o sistema eleitoral e ameaçam a integridade física de terceiros evidenciaram a necessidade de discutir a responsabilidade das plataformas na moderação de conteúdos e na garantia de ambientes seguros aos usuários.

O segundo desafio relacionava-se à dificuldade de enfrentar uma estrutura comunicacional articulada e eficaz. O bolsonarismo já se encontrava bastante consolidado nas plataformas digitais e possuía uma enorme capacidade de alcance e engajamento, em parte pelas próprias dinâmicas de funcionamento desses ambientes. Em 2022, foi necessário encarar essa máquina para evitar uma nova derrota eleitoral da esquerda, como havia ocorrido em 2018. Apesar da vitória de Lula, as disputas travadas nas plataformas digitais continuaram ocorrendo de maneira

⁷⁰Lula teve quase 3 vezes menos engajamento que Bolsonaro nas redes sociais. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/jair-bolsonaro-foi-o-politico-com-maior-engajamento-nas-redes-sociais-em-2022/>. Acesso em: 6 jun. 2023.

assimétrica, e setores bolsonaristas seguem apresentando engajamento superior aos do atual governo.

Dessa forma, a baixa ocupação das plataformas digitais por parte esquerda contribuiu para a formação de um terreno fértil posteriormente capturado pela extrema-direita, conforme discutido ao longo deste capítulo. Assim, a consolidação do bolsonarismo nas plataformas se relaciona não apenas à sua capacidade de ocupar esses espaços, mas também de mobilizar os apoiadores, produzir coesão política e coordenar práticas coletivas de ataque aos seus adversários. Com isso, no próximo capítulo discuto a necessidade de reinvenção das esquerdas no campo digital como forma de enfrentar e disputar esse cenário.

5 A ESQUERDA BRASILEIRA E AS PLATAFORMAS DIGITAIS

Lula admite ‘culpa’ por extrema direita ter mais força nas redes sociais e diz que fará ‘correções necessárias’ na comunicação do governo: presidente comentou dificuldades da esquerda em dialogar com o eleitorado no universo digital, mas direcionou críticas à comunicação do governo como um todo. (Mazui, 2024)

O trecho anterior foi retirado da chamada de uma matéria escrita para o portal de notícias G1 e se refere a uma fala de Lula, em dezembro de 2024, durante o Seminário Nacional do Partido dos Trabalhadores, que ocorreu em Brasília⁷¹. No encontro, uma das pautas centrais dizia respeito à comunicação do governo nas plataformas digitais e refletia cobranças feitas por setores do partido, sobretudo pela própria militância.

O episódio demonstra a continuidade de uma problemática que atinge a esquerda brasileira ao longo da última década. Ainda que esteja situado em uma temporalidade posterior ao recorte central desta pesquisa, evidencia que as dificuldades enfrentadas pela esquerda na seara digital não se restringem ao período eleitoral de 2022. Ao contrário, mesmo após a vitória de Lula, tais disputas políticas continuam sendo percebidas como um grande desafio ao Partido dos Trabalhadores. Analisemos, a seguir, um trecho da fala:

O PT tem culpa, o meu governo tem culpa, porque a gente não pode permitir, em nenhum momento, que alguém que pense como pensa a extrema-direita no nosso país tenha mais espaço nas redes sociais do que nós, tenha mais informações na internet do que nós e consiga projetar as suas maldades menos do que a gente consegue projetar as bondades que nós fazemos. (Fala de Lula no Seminário Nacional do PT, ocorrido no dia 6/12/2024)

Ao admitir a existência de uma “culpa”, Lula toma para si, e todo o partido, a responsabilidade no que concerne ao avanço da extrema-direita nas plataformas digitais, afirmando, em seguida, que a esquerda, representada pelo seu grupo político, não deve “permitir” que determinadas lideranças difundam conteúdos negativos sobre o governo de forma mais eficaz do que o próprio executivo consegue divulgar suas ações e realizações. Lula reivindica, assim, a necessidade de a esquerda brasileira se reinventar nas plataformas digitais, tornando-se capaz de não só disputar politicamente esses espaços, mas também crescer e consolidar sua relevância no

⁷¹Reportagem completa disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2024/12/06/lula-admite-culpa-por-extrema-direita-ter-mais-forca-na-rede-social-e-critica-comunicacao-digital-do-governo.ghtml>. Acesso em: 4 abr. 2026.

ambiente digital. Porém, essa aspiração do presidente não é tão simples quanto parece:

A crise da imaginação da esquerda e a incapacidade de produzir uma visão empolgante do futuro, contrastando com o surpreendente rápido avanço de uma direita unificada, vibrante e sem escrúpulos no uso de narrativas e na criação de imaginários, são fenômenos de comunicação política. Implica na habilidade de mexer com a imaginação da massa, de criar visões comuns da realidade (como a satanização do PT, por exemplo), de lidar com maior ou menor sucesso com as percepções da política predominantes em uma determinada circunstância, de produzir mensagens apropriadas para os destinatários pertinentes (como a famigerada mamadeira de piroca), de entender que as ações que se realizam (como passeatas e protestos) são também mensagens e fatos destinados a comunicar coisas. (Gomes, 2020, p.16)

A dificuldade em subverter a hegemonia bolsonarista nas redes possui muitos vieses explicativos; destaco aqui o que a define como “crise de imaginação da esquerda” e “incapacidade de produzir uma visão empolgante do futuro”. (Gomes, 2020, p. 16). Essa segunda perspectiva dialoga com o que foi posto por Cesarino (2024, p. 216), que acredita que parte da adesão à extrema-direita se deu pela “promessa de quebrar o ciclo involutivo do realismo capitalista, de re-instaurar ‘do zero’ uma ordem perdida onde a prosperidade e a recompensa pelos próprios esforços se tornem novamente possível.”

Nesse contexto, a extrema-direita assume o papel que antes era associada aos mediadores tradicionais – partidos, sindicatos e movimentos populares – passando a se apresentar como uma autoridade apta a devolver a capacidade dos indivíduos em sonhar com a mudança social, que por décadas esteve associado aos projetos emancipatórios do socialismo. Assim, as disputas políticas que ocorrem nas redes não dizem respeito apenas às métricas de engajamento ou de recepção de conteúdos; o que a esquerda verdadeiramente disputa é a possibilidade de voltar a ser reconhecida como um espectro político catalisador de mudanças sociais benéficas.

Dessa maneira, as próximas laudas discutirão as possibilidades e desafios da esquerda no que concerne ao enfrentamento à hegemonia bolsonarista, com ênfase nos ambientes digitais.

5.1 Os limites da reprodução das práticas da extrema-direita no campo digital

A consolidação da extrema-direita nas plataformas digitais fez crescer, entre setores da esquerda brasileira, a percepção de que seria necessário repensar a forma como a comunicação política vinha sendo realizada nesses espaços. No entanto, esse processo de adaptação está em disputa pois, embora o bolsonarismo tenha demonstrado grande capacidade de mobilização nas plataformas digitais, a reprodução integral das estratégias comunicacionais adotadas por esse campo político parece encontrar limites para a esquerda, inclusive de ordem ética. Dessa maneira, mais do que simplesmente aprender a utilizar as plataformas digitais de maneira mais eficaz, o desafio colocado parece ser como disputar esses espaços sem legitimar a forma de atuação política da extrema-direita. A centralidade adquirida pelas plataformas durante a pandemia ajuda a compreender essa questão.

No início de 2021, o Brasil vivia uma nova onda da covid-19. Apesar da ineficiência do governo federal, à época, em centralizar decisões que diminuíssem o contágio e avançar a vacinação no país, que caminhava lentamente, muitos estados voltaram a adotar medidas mais rígidas de isolamento social. O Ceará foi um deles. O funcionamento dos comércios, que já estava restrito desde 2020, voltou a ser completamente fechado. As ruas do centro novamente ficaram vazias, e mesmo aqueles que não tinham condições de manter um isolamento social mais rígido foram atingidos, seja pela suspensão das aulas presenciais de crianças e adolescentes, seja pela impossibilidade de frequentar espaços lazer, como shoppings e praias.

Nesse cenário vivido por grande parte dos brasileiros, as plataformas digitais assumiram um papel central para as mais diversas formas de entretenimento e sociabilidade. As videochamadas se tornaram mais comuns, as compras online aumentaram drasticamente⁷² e um dos programas mais populares da televisão brasileira, o Big Brother Brasil, tornou-se ainda mais popular naquele contexto.

A audiência do programa não se restringia ao tempo que estava no ar na televisão. Muitas pessoas pagavam para ter acesso, durante 24h, às câmeras que gravavam a rotina da casa. Além da TV aberta e fechada, plataformas como X, Instagram, Telegram e Facebook foram tomadas por publicações referentes aos

⁷²Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/consumo-na-pandemia-71-dos-brasileiros-preferem-compras-online/>. Acesso em: 6 jun. 2023.

participantes. A edição de 2021 impactou o lazer e a própria rotina das pessoas, tornando-se pauta em ambientes como trabalho, escolas e universidades.

À medida que o que era entendido como “normalidade” foi transformado pela pandemia, muitos indivíduos encontraram no programa uma forma de lazer em meio ao isolamento social. A edição teve uma grande favorita, Juliette, que ganhou o prêmio que estava em disputa. Quando a edição terminou, a internet foi tomada por memes de pessoas mencionando não saber o que fazer com o tempo que antes era dedicado a assistir e comentar o programa nas plataformas digitais. Juliette, vencedora daquela edição, comentou sobre a cobrança constante dos fãs para que permanecesse ativa nas redes sociais, já que o público havia se acostumado a acompanhá-la continuamente.

Com a digitalização da política, algo semelhante ao que acabou de ser narrado passou a ocorrer também nesse campo. Tomaremos como ponto de partida Jair Bolsonaro, que nas plataformas digitais um dos principais meios de contato com seus eleitores⁷³. Através do WhatsApp, X, Instagram, Telegram e outras plataformas, o ex-presidente mantinha intensa atividade digital, realizando publicações constantes, muitas delas acompanhadas por polêmicas (o episódio do “*golden shower*”, no início do governo, é um exemplo)⁷⁴, que reiteravam valores difundidos durante na campanha eleitoral. Algumas questões relacionadas ao próprio funcionamento do Estado, como a entrega de obras, inauguração de rodovias e apreensão de drogas e armas também passavam por essa comunicação digital.

Embora a “prestação de contas” atraísse a atenção de parte dos apoiadores que acompanhavam as redes sociais do ex-presidente, gerava menos engajamento se comparada aos episódios controversos que ocuparam o debate público ao longo dos quatro anos de mandato. Ainda assim, a tentativa de “mostrar o que estava sendo feito” servia para reforçar o contato com o eleitorado. Esse esforço podia ser observado, por exemplo, nas lives semanais realizadas às quintas-feiras,

⁷³Em 2025, Bolsonaro foi proibido pelo STF de utilizar plataformas digitais. Para mais detalhes sobre a decisão, ver: <https://noticias.stf.jus.br/postsnoticias/relator-esclarece-proibicao-de-uso-de-redes-sociais-por-ex-presidente-jair-bolsonaro/>. Disponível em: 29 out. 2025.

⁷⁴Ao realizar críticas ao Carnaval, Jair Bolsonaro publicou em seu Twitter um vídeo pornográfico. Em seguida, na mesma plataforma, questionou: “O que é golden shower?”. Em poucas horas, o tweet do ex-presidente alcançou mais de 40 mil respostas. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/entenda-que-golden-shower-pratica-sexual-questionada-por-bolsonaro-em-rede-social-23502670>. Acesso em: 4 abr. 2025.

durante as quais Bolsonaro falava sobre o governo e, ao mesmo tempo, comentava assuntos polêmicos.

Em alguns momentos, os espaços digitais também foram utilizados para tratar de questões pessoais. Imagens de cunho íntimo, como as apresentadas, geravam enorme repercussão nas redes.

Figura 23 – Bolsonaro hospitalizado



Fonte: Imagens retiradas do Twitter. Autor desconhecido.

Figura 24 – Bolsonaro comendo pão



Fonte: Imagens retiradas do Twitter. Autor desconhecido.

O político, antes tido como intocável, passava a ser visto como alguém suscetível à enfermidade, dependente da fé para alcançar a cura ou, ainda na figura 24, como alguém humilde, que toma café em um copo americano e come pão com manteiga no lanche, tal qual milhares de brasileiros que o acompanhavam naquele momento.

Assim, por meio de um intenso uso das mídias digitais e dos mais diversos recursos que elas oferecem, a vida cotidiana e pessoal do ex-presidente foram trazidas repetidamente ao público. Fotos internado no hospital, tomando café da manhã, pescando, andando de *jet-ski* ou assistindo televisão foram publicadas ao longo dos anos. O que pode parecer trivial para a política institucional tornou-se, em muitos momentos, pauta do debate público e permaneceu, ainda que negativamente, em evidência sobretudo nas plataformas digitais, ecoando em alguns momentos na mídia tradicional, como grandes jornais⁷⁵.

Gomes (2020, p.45) ressalta uma “autoconsciência muito aguçada no comportamento adotado pelo deputado”. Tanto a humanização do político realizada através das imagens quanto as polêmicas trazidas nas publicações de Bolsonaro revelam menos uma espontaneidade do líder e mais uma racionalidade orientada por condutas calculadas para produzir ganhos políticos, sobretudo relacionados à construção de carisma.

Nesse sentido, o mandato de Jair Bolsonaro, entre 2018 e 2022, assumiu características semelhantes às de um *reality show* transmitido pelas plataformas digitais, com a diferença de que o ex-presidente não estava confinado e possuía acesso contínuo às reações da opinião pública, deixando-se direcionar por ela. Isso contribuiu para a adoção de posturas muitas vezes não convencionais, mas frequentemente eficazes para a construção de sua persona pública e digital.

A repetição do padrão consolida a imagem de Bolsonaro como um político de ideias preconceituosas, conservadoras e desrespeitosas, bem como a imagem de uma pessoa sincera, autêntica, sem meias medidas, sem concessões e muito corajosa. (Gomes, 2020, p.46)

Dessa maneira, o comportamento e as características narradas no trecho acima fizeram com que Bolsonaro, principalmente através de sua atuação nas

⁷⁵Um exemplo ocupação da mídia tradicional por Jair Bolsonaro ocorreu com a divulgação de imagens de seus supostos cafés da manhã. A matéria foi publicada no site do *Jornal O Globo*. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/epoca/guilherme-amado/mesas-de-cafe-da-manha-de-jair-bolsonaro-na-eleicao-eram-fakes-1-24265281>. Acesso em: 24 abr. 2023.

plataformas digitais, se tornasse o protagonista do seu mandato, conseguindo pautar o debate público e ocupar centralidade nas narrativas que circulavam nesses ambientes.

Destaco a figura de Jair Bolsonaro porque ele é peça-chave para entender o fenômeno político que engloba as plataformas digitais, embora não se restrinja a elas. Como Moraes (2024) argumenta, as plataformas, por si só, não são capazes de explicar o ambiente antidemocrático cultivado no país; existem outros componentes explicativos e, entre eles, a figura de um líder populista e extremista “capaz de unir, forjar a ideia de pertencimento e, com isso, impulsionar as forças destinadas à criação e difusão de desinformação com o objetivo de desqualificar, deslegitimar as instituições democráticas” (Moraes, 2024, p. 168-196).

Portanto, falar do esforço de Lula e das esquerdas se reinventarem politicamente, adaptando-se ao ambiente das plataformas digitais, é também discutir uma forma de fazer política digital que, embora não tenha sido inaugurada por Bolsonaro, foi amplamente difundida e consolidada por ele no contexto brasileiro contemporâneo.

Parte significativa da população espera que as atualizações relacionadas à política cheguem até elas, principalmente através dos celulares. Poucos indivíduos buscam acessar pronunciamentos oficiais, verificar obras inauguradas ou consultar medidas adotadas pelo Executivo Federal diretamente nos canais institucionais, como o site do Governo Federal, por exemplo. Nas plataformas digitais, a lógica da comunicação política é distinta: as informações chegam até os representados sem que eles precisem buscá-las ativamente. Caso contrário, se o governo não atualiza constantemente suas redes, pode surgir a impressão de que nada está sendo realizado. Mais do que fazer, é preciso demonstrar que se fez, lógica básica presente no marketing político e que, na contemporaneidade, ganha novas dimensões a partir das plataformas digitais.

A partir da observação realizado ao longo desta pesquisa, é possível notar que as mudanças nessa seara estão sendo feitas com bastante cautela pelo terceiro governo de Lula. É como se os integrantes resistissem a modificar radicalmente a comunicação política digital, uma vez que isso significaria, em certa medida, adentrar um terreno em que Bolsonaro possui ampla vantagem. Pelo tom do discurso e pela

forma como o início do governo, em 2023 se comunicou com a imprensa tradicional⁷⁶, evidencia-se que essa forma de fazer política não seria substituída inteiramente pela lógica digital.

Um exemplo emblemático ocorreu na primeira semana de fevereiro de 2023, quando uma publicação feita no perfil de Lula no X foi finalizada com a *hashtag* “#equipelula”. De imediato, o influenciador Tauat Resende, que integra a rede de apoio do PT na plataforma, criticou a estratégia, afirmando que ela produzia um sentimento de distanciamento entre o presidente e os eleitores. Na crítica, sugeria uma reformulação do texto, tornando-o mais inteligível e eliminando a *hashtag*, de modo que os usuários sentissem que estão se comunicando diretamente com o presidente, e não com um grupo de assessores. Crítica semelhante foi feita, meses depois, pelo deputado André Janones em resposta a uma publicação da Secretária de Comunicação do Governo Federal (SECOM).

O estilo adotado por Lula no X distancia-se significativamente daquele proposto pelo Tauat Resende. Um exemplo disso é a realização de transcrições simultâneas de discursos oficiais. Isso pôde ser visto por mim quando Lula veio ao Ceará pela primeira vez durante o período eleitoral. Dirigi-me até o Centro de Eventos, onde ocorria o comício que lançou a candidatura de Elmano de Freitas ao governo do estado, com uma questão central: compreender como aquele evento iria reverberar nas plataformas digitais.

Enquanto Lula discursava, uma equipe transcrevia e publicava simultaneamente trechos da fala na X, ao mesmo tempo que o pronunciamento era transmitido ao vivo pelo o Instagram e Facebook. Apesar da lotação do evento, sua repercussão digital foi relativamente baixa. Observa-se, assim a ausência de um alinhamento estratégico voltado a converter a recepção massiva do presidente no Ceará em ganhos simbólicos, como visualizações e curtidas, nas plataformas digitais, sobretudo como forma de reivindicar força política. Além disso, um discurso preparado para determinado público era transcrito para uma plataforma marcada por outra lógica comunicacional e dinâmicas próprias de circulação de conteúdo.

Por outro lado, muitos dos atos realizados por Jair Bolsonaro, ainda que reunissem poucos apoiadores em aeroportos ou no mar, eram convertidos

⁷⁶Janja participou do programa Fantástico para mostrar as condições em que encontrou o Palácio da Alvorada. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/blog/natuza-nery/post/2023/01/05/janja-mostra-os-danos-que-encontrou-no-palacio-do-alvorada.ghtml>. Acesso em: 6 jun. 2023.

digitalmente de forma a reforçar a imagem de um líder acompanhado por uma base eleitoral ampla e mobilizada. O que pode parecer um detalhe secundário é, na verdade, um fator relevante para a criação de laços com os internautas e, também, para a reivindicação de força política em tais espaços.

Percebe-se, portanto, uma preocupação da esquerda com a necessidade de se reinventar digitalmente, o que constitui um grande desafio para Lula e outros setores progressistas. No entanto, esses grupos parecem não acreditar que o caminho para isso seja reproduzir integralmente a cartilha comunicacional da extrema-direita, ainda que ela tenha demonstrado grande eficácia nas plataformas digitais. Lula e o PT buscam construir sua própria comunicação política digital, articulando elementos do mundo presencial com o virtual e institucionalizando parte significativa de suas ações, diferentemente do que ocorreu no governo Bolsonaro, cuja comunicação frequentemente assumia caráter personalista e pouco institucional.

Isso pode decorrer não apenas das dificuldades da esquerda em atuar nas plataformas digitais, onde a extrema-direita consolidou maior capacidade de mobilização e engajamento, mas também da percepção que tais ambientes não são possíveis de ser plenamente disputados apenas através de uma mudança comunicacional, em consonância com o que Cesarino (2024) argumenta a seguir:

Ao mesmo tempo, essa recusa também diante do diagnóstico de que a meta-política da extrema direita nada a favor da corrente do realismo capitalista e da economia da atenção digital, fica claro que não é suficiente melhorar o conteúdo da comunicação e das pedagogias progressistas e democráticas existentes. É preciso reinventar e desenvolver novas formas, metodologias e espaços de atuação. Essa reinvenção não pode mimetizar a lógica de guerra da extrema direita, sob o risco de sermos capturados pelo “ponto de vista do inimigo”. Mas entender suas formas de eficácia ajuda a dimensionar como e por que sua gramática meta-política tem encontrado tanto respaldo no senso comum, a quais desafios da conjuntura contemporânea ela responde, e como ela se vale de modo eficaz das novas formas de mediação digitalizadas que estão reconstruindo a esfera pública a partir da lógica privada das plataformas. (Cesarino, 2024, p. 227)

No trecho anterior, a autora afirma que apenas uma adaptação comunicacional por parte da esquerda, ainda que incorporando estratégias bem-sucedidas da extrema-direita, não seria suficiente. Seria necessário desenvolver formas de atuação capazes de escapar das lógicas impulsionadas pelas plataformas privadas. Dessa maneira, o desafio da esquerda seria não apenas se reinventar no campo das disputas políticas nas plataformas, mas reinventar o próprio campo de disputa, hoje estruturado de maneira mais favorável às práticas da extrema-direita. A

reprodução integral das práticas da direita iliberal implicaria, também, legitimar essa forma de fazer política.

5.2 Lula, o PT e as esquerdas: dilemas e dificuldades na disputa digital

O capítulo anterior realizou uma discussão sobre como as plataformas digitais se tornaram espaços de grande expressão política, sendo imprescindíveis para a mobilização e organização da sociedade civil, tanto através de manifestações quanto por meio da criação, manutenção e expansão do capital social e político de algumas figuras que hoje ocupam institucionalmente a política brasileira. Além disso, esses ambientes também se consolidaram com espaços de disputa, nos quais a extrema-direita, em um movimento global, possui determinadas vantagens⁷⁷.

Dessa maneira, o objetivo da discussão aqui realizada é situar a esquerda brasileira dentro dessas disputas, refletindo sobre os desafios encontrados para disputar esses espaços. No caso do Brasil, o bolsonarismo demonstra um manejo das plataformas digitais significativamente mais eficaz que seu principal adversário político, o Partido dos Trabalhadores. Dessa maneira, impõem-se às esquerdas brasileiras, e especialmente a Lula, principal figura política do país, a necessidade de enfrentar os desafios relacionados ao uso das plataformas digitais enquanto ambientes centrais para se fazer política.

Como mencionado ao final do tópico anterior, existem limitações à possibilidade de a esquerda disputar, de maneira competitiva, o ambiente digital. A partir da observação realizada durante o período eleitoral de 2022, algumas dimensões ajudam a compreender os desafios enfrentados pela esquerda nesses espaços, entre elas o manejo dessas plataformas, sobretudo no que diz respeito ao funcionamento e à circulação de conteúdos, a constituição de redes comunicacionais na esfera digital e a construção de lideranças capazes de produzir identificação nesses ambientes.

Pensemos, então, esses pontos. A biografia de Lula, escrita por Fernando Morais, narra uma história conhecida por muitos brasileiros: a de uma família retirante, que saiu do Nordeste em direção a São Paulo em busca de melhores condições de vida. Além das dificuldades financeiras, a família encontrou um novo estilo de vida e culturas distintas daquelas que conhecia anteriormente. Em meio a esses percalços,

⁷⁷Cesarino (2022) discute como a própria estrutura das plataformas privilegia determinadas tendências políticas alinhadas ao liberalismo e reproduzidas pela extrema-direita.

trajetória política de Lula começou a se delinear através do contato com o trabalho nas fábricas e, conseqüentemente, com o movimento sindical que marcou a década de 1960.

Como a própria história narra, foi por influência do irmão que Lula adentrou no movimento sindical, inicialmente estranho e indigesto para ele. Sua atuação política enquanto liderança sindical, portanto, é anterior à criação do PT e foi forjada nas fábricas, nos comícios e nas greves aderidas por milhares de brasileiros. A liderança de Lula se tornou ainda mais forte após sua entrada na política institucional, tornando-o um dos principais competidores nos pleitos presidenciais realizados após a redemocratização. Em 2002, foi eleito presidente da República, consolidando-se como um líder extremamente carismático e despontando com uma aprovação próxima a 80% ao final de seu segundo mandato⁷⁸, fruto, em parte, de uma política de inclusão social que melhorou a vida de parcelas significativas da população brasileira.

Lula é, sem dúvidas, uma das figuras mais populares do Brasil. Programas como Minha Casa Minha vida, Bolsa Família e a política de cisternas, estão diretamente associados à popularidade do presidente e do PT, maior partido de esquerda da América Latina. Parte significativa desse apoio é oriunda de movimentos sociais e sindicais, ainda que o partido também conte com suporte de setores intelectuais e artísticos.

O PT, fundado no processo de redemocratização, consolidou-se como um dos partidos mais organizados institucionalmente no Brasil. Sua construção ocorreu primordialmente junto às bases, formando uma ampla rede de apoio, que passa desde as lideranças comunitárias até cargos institucionais de vereadores, prefeitos, deputados, governadores, senadores e presidente da república, caso de Lula e Dilma. Isso, aliado à adesão do subproletariado às campanhas petistas, como discute Singer (2012), reforça a ideia um partido das massas, construído pelo povo, que atua de forma orgânica através da mobilização popular.

O trabalho desenvolvido por Gonçalves (2012) ao analisar a disputa pela prefeitura de Fortaleza no ano de 2000, demonstra que candidatos que remuneravam militância para atuar em campanhas eleitorais eram frequentemente menosprezados por outros grupos políticos, que defendiam uma concepção segundo a qual a política deveria ser feita primordialmente por ideais e trabalho voluntário. Na pesquisa, a

⁷⁸Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2010/12/popularidade-de-lula-bate-recorde-e-chega-87-diz-ibope.html>. Acesso em: 6 jun. 2023.

autora mostra que os agentes remunerados eram moralmente diminuídos, chamados de “pelegos” e tinham, inclusive, sua consciência política questionada por desempenharem função pagas.

Ainda que essa dinâmica tenha se alterado e hoje as campanhas tenham se tornado cada vez mais profissionalizadas, ainda é possível observar resquícios dessa lógica no manejo das plataformas digitais. O fato de o partido ter sido criado e expandido em uma era marcada pelo presencial, pelo corpo a corpo, pelos seminários, comícios e reuniões sindicais, contribui para que muitos de seus integrantes não demorassem a compreender o peso que as plataformas digitais passariam a exercer na política contemporânea.

Esse posicionamento era relativamente comum no início da década de 2010. Em 2011, quando ingressei em grupos de discussão política no Facebook, esses espaços possuíam alto engajamento. Neles, debatiam-se tanto questões práticas, como a organização de manifestações, quanto temas teóricos relacionados ao liberalismo político, liberdade de expressão, feminismo, entre outros assuntos.

Ao passo que as discussões políticas fervilhavam no Facebook, era comum ouvir que “política não se fazia de frente para o computador” ou “sentado no quarto de casa”. Para muitos, naquele momento, a única legítima de fazer política continuava sendo através das ruas, da atuação presencial, da mesma maneira como o PT havia sido fundado, consolidado e vencido, até então, três eleições presidenciais consecutivas.

Essa crítica aparece em trabalhos como o de Solano (2018), que argumenta que a esquerda brasileira não observou, com a devida importância, o impacto das plataformas digitais na política. Não à toa, a ascensão meteórica de Bolsonaro e a ampla adesão digital à sua candidatura, que culminou em sua eleição e quase reeleição, surpreenderam grande parte da classe intelectual do Brasil.

O Partido dos Trabalhadores demonstrou dificuldades em perceber que vídeos e imagens muitas vezes considerados grosseiros, rudimentares ou excessivamente simplificadores eram capazes de sustentar uma poderosa engrenagem de comunicação política, impulsionada pelas próprias dinâmicas das plataformas digitais.

A comunicação digital promovida pela direita vem sendo construída há, pelo menos, quinze anos no Brasil, como menciona Rocha (2018). No entanto, a eleição de 2018 pareceu inaugurar uma avalanche de informações que circulavam

incessantemente através de links, imagens, vídeos, áudios e textos, inundando as plataformas digitais. A campanha de Bolsonaro soube explorar de maneira eficiente cada uma dessas ferramentas, expandindo-se progressivamente, enquanto a campanha do PT aparentava dificuldade em conter aquela dinâmica comunicacional.

Uma das estratégias adotadas pelo PT consistia em desmentir as notícias falsas ou explicar racionalmente questões complexas que vinham sendo tratadas de forma simplificada nas redes. Um exemplo foi o que ocorreu em torno da Lei Rouanet, um dos principais alvos de ataque mobilizados pelos bolsonaristas em 2018. Circulava a ideia de que a lei funcionava como uma espécie de “caixa” da qual artistas ligados ao PT retirariam dinheiro para benefício próprio, o que explicaria o apoio da classe artística ao candidato da época, Fernando Haddad.

Em contraponto, setores da esquerda frequentemente buscavam explicar que os recursos eram provenientes de empresas privadas, que existiam editais, critérios técnicos e burocracias específicas. Contudo, ao final dessas explicações, muitos usuários já estavam envolvidos por outra notícia falsa ou por novos conteúdos de ataque que circulavam de maneira mais rápida e simplificada.

Em parte, isso ocorria porque as notícias falsas eram difundidas através de uma linguagem simples, lúdica, frequentemente estruturada em formato de meme. Já as tentativas de desmentir apareciam muitas vezes através de notas explicativas extensas, que exigiam tempo e interesse para a leitura. Dessa forma, públicos distintos eram atingidos, fazendo com que o objetivo inicial não fosse plenamente alcançado, já que um usuário que se informa predominantemente por meio de memes dificilmente será persuadido por longas notas de esclarecimento,

Parte da eficácia com que o bolsonarismo se consolidou nas plataformas digitais está diretamente relacionada à constituição de uma comunicação extremamente profissionalizada, que entende tanto a linguagem quanto o próprio funcionamento desses ambientes, inclusive com diversos canais no YouTube sendo monetizados e gerando lucros. Enquanto isso, a esquerda parecia ainda esperar que o engajamento político nas redes surgisse de maneira predominantemente orgânica e voluntária, como Gonçalves (2012) descrevera em sua pesquisa.

Quando falo de bolsonarismo e seu impacto dentro das plataformas digitais não me refiro apenas ao uso que Jair Bolsonaro faz delas. Existe uma ampla rede comunicacional composta por parlamentares, figuras públicas, jornalistas, influenciadores e pessoas comuns. Essa rede é uma das principais razões pelas quais

o bolsonarismo frequentemente aparenta possuir uma dimensão ainda maior do que ele efetivamente possui.

Mesmo tendo sido derrotado eleitoralmente em 2022, o apoio digital ao ex-presidente segue, em alguns momentos, mais mobilizado que o do governo Lula. Parte disso decorre justamente da enorme capacidade de difusão produzida por essa rede. Vejamos, por exemplo, o caso do Projeto de Lei 2630.

Conhecido como PL 2630, PL das Fake News e/ou PL da Censura, o projeto teve sua urgência aprovada no dia 26 de abril de 2023. As plataformas digitais, então, foram rapidamente tomadas por parlamentares da oposição que se posicionavam contrários a aprovação, conforme pode ser observado nas imagens seguintes. Faz-se necessário enfatizar, sobretudo, a quantidade de visualizações das publicações.

Figura 25 – Deputado Marcel Van Hattem se posiciona contra a PL 2630 na plataforma X



Fonte: Twitter dos parlamentares (2023).

Figura 26 – Deputado cassado Deltan Dallagnol se posiciona contra a PL 2630 na plataforma X



Fonte: Twitter dos parlamentares (2023).

A postagem de Deltan Dallagnol (UNIÃO), hoje cassado, somava 464 mil visualizações apenas um dia da após sua publicação. Já o post do deputado Marcel van Hattem (NOVO) alcançava 308 mil visualizações cerca de 10h depois qde publicado. Além dos já citados, outros parlamentares, como Kim Katagiri (UNIÃO), André Fernandes (PL), Hélio Lopes (PL) e Carla Zambelli (PL) também se manifestaram contra a aprovação da proposta.

Essas figuras configuram o que Moraes (2024) chama de “núcleo político”, responsável por atuar:

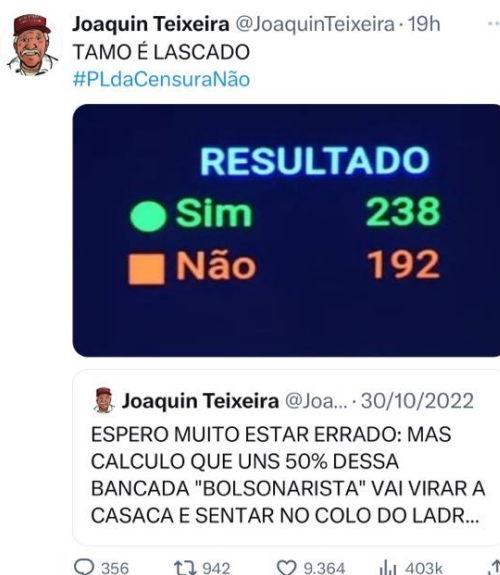
no sentido de validar a desinformação produzida pelas milícias digitais, dando um verniz de “discussão política e ideológica” às diversas notícias fraudulentas e discursos de ódio e antidemocráticos produzidos e divulgados. Em outras palavras, o “núcleo político” tem a missão de transformar – aos

olhos do eleitorado – toda a desinformação produzida para fins de ruptura do sistema democrático em supostos debates ideológicos. (Moraes, 2024, p. 182)

A atuação do “núcleo político” pôde ser observada, também, após a tentativa de golpe ocorrida em 8 de janeiro de 2023. Depois da circulação de inúmeras publicações falsas sobre a atuação da polícia diante da invasão da Praça dos Três Poderes, a deputada Bia Kicis (PL-DF) subiu à tribuna e afirmou que uma idosa havia morrido sob custódia da Polícia Federal, informação posteriormente desmentida pela própria instituição. Ainda assim, a fala da deputada alcançou inúmeras pessoas e ajudou a conferir legitimidade a uma notícia falsa que inflamava os ânimos golpistas em diversas partes do país.

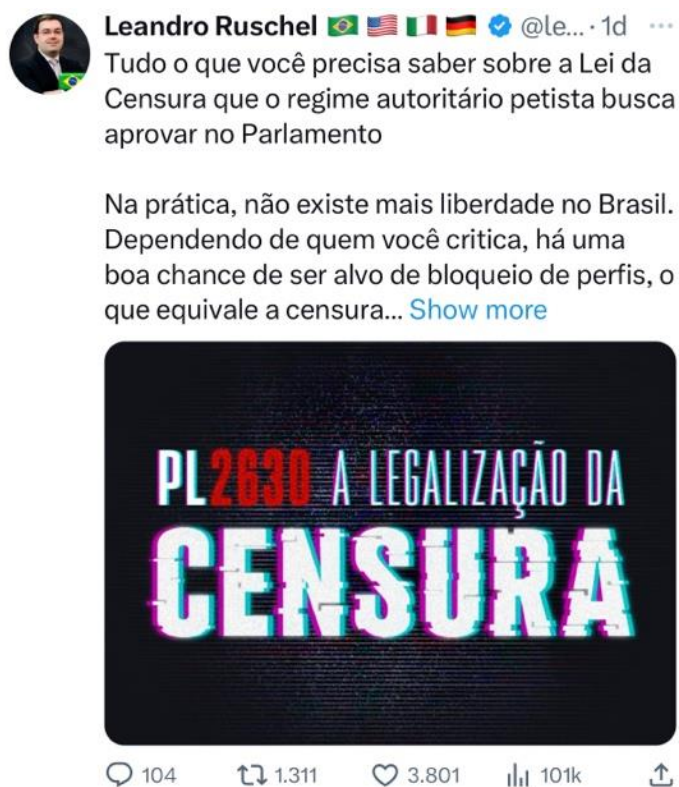
Com relação à PL 2630, algo semelhante pôde ser visto na postagem realizada pelo deputado cassado Deltan Dallagnol, apresentada na imagem 26. O parlamentar afirmou que determinados versículos bíblicos seriam censurados caso o projeto fosse aprovado, o que era inverídico e corroborava com notícias fraudulentas que circulavam sobre o tema. Nota-se, assim, que esse núcleo utiliza o capital político acumulado nas plataformas digitais para amplificar conteúdos fraudulentos e antidemocráticos, legitimando-os e tensionando o próprio processo democrático. Como aponta Moraes (2024), esse núcleo também atua através de ataques diretos direcionados a instituições e seus integrantes, atuando como um verdadeiro animador da instabilidade política.

Figuras 27 – Perfil Joaquim Teixeira se posiciona contra a PL 2630 na plataforma X



Fonte: Imagem retirada da plataforma X, conta @JoaquinTeixeira

Figuras 28 – Influenciador Leandro Ruschel se posiciona contra a PL 2630 na plataforma X



Fonte: Twitter @joaquimteixeira e @leandroruschel (2023).

Figura 29 – Exemplo de pessoa comum se posicionando contra a PL 2630 na plataforma X



Fonte: Imagem retirada da plataforma X

Figura 30 – Segundo exemplo de pessoa comum se posicionando contra a PL 2630 na plataforma X



Fonte: Imagem retirada da plataforma X

Em consonância com as publicações realizadas pelos parlamentares, diversos influenciadores digitais também passaram a se posicionar contra a aprovação projeto de lei, como pode ser observado nas imagens acima. A publicação da página @joaquimteixeira chegou a 403 mil visualizações após dezenove horas no ar, enquanto a de Leandro Ruschel alcançou 101 mil visualizações um dia após sua publicação.

Junto a esses atores, é possível observar, também, o posicionamento de usuários comuns⁷⁹, sem grande alcance nas redes, mas que replicavam a ofensiva contra o projeto de lei, reforçando um sentimento de coesão em torno da temática. Os casos acima demonstram como contas (verdadeiras ou não) sem um número expressivo de seguidores ou visualizações endossaram a *hashtag* #PLdaCensuraNao.

Inclusive, dada a dificuldade de identificar a autenticidade de determinadas das contas nas plataformas digitais, uma das demandas presentes na PL 2630

⁷⁹Por se tratar de pessoas comuns, dados sensíveis, como foto, nome e usuário foram omitidos com o intuito de preservar a identidade dos participantes.

consistia justamente em ampliar o rigor na exclusão de contas falsas, sobretudo daqueles que se passavam por outras pessoas, com exceção de paródias, que continuariam permitidas desde que identificadas explicitamente como imitações.

O que procuro ilustrar através dos *prints* anexados é a existência de uma rede comunicacional que deu suporte às investidas da oposição em 2023, mas que pode ser observada há muitos anos. Políticos, influenciadores digitais e pessoas comuns alimentaram o debate contra a aprovação do projeto de lei, fazendo com que as redes sociais fossem tomadas por essa pauta. Quanto mais pessoas falando sobre determinado assunto, maior tende a ser seu impulsionamento algorítmico. Dessa forma, quando o debate nas plataformas passa a girar massivamente em torno de uma temática específica, cria-se uma espécie de “apoio digital”, reforçando a percepção de força política, a ideia de que existe uma ampla adesão social àquela posição, além de contribuir para a coesão do grupo, como apontado no capítulo anterior.

O que chamo aqui de rede comunicacional funciona, na prática, como uma rede de apoio e, no caso do bolsonarismo, talvez possa ser compreendida como uma espécie de base eleitoral digital. Esses usuários atuavam quase diariamente em defesa das proposições do governo de Jair Bolsonaro, respondendo acusações, justificando erros cometidos e, muitas vezes, endossando ataques a opositores políticos.

O que muitos chamam de “milícia digital bolsonarista” representa o núcleo mais duro e fiel dessa rede comunicacional. Trata-se de um grupo profundamente conectado à figura de Jair Bolsonaro e que realizam um constante trabalho constante para manter a narrativa bolsonarista em circulação nas plataformas digitais. No entanto, essa rede não se restringe apenas a esse núcleo mais radicalizado, pois é mais ampla e conta também com sujeitos que não necessariamente se apresentam como bolsonaristas, como ocorre com Marcel Van Hattem e Deltan Dallagnol, apesar das aproximações políticas existentes.

Figuras como estas e a forma como se posicionaram nas plataformas digitais ao longo da campanha de 2022 e do Governo Lula evidenciam a coesão dessa rede comunicacional da extrema-direita. Mesmo após rupturas ocorridas no mandato de Jair Bolsonaro, como a saída do MBL da base governista, o rompimento de setores lavajatistas após a saída de Sérgio Moro do governo e o afastamento de antigos aliados de 2018, como Joice Hasselmann, diversos seguimentos voltaram a atuar de

forma coordenada. Isso evidencia o quanto o antipetismo segue funcionando como elemento agregador da extrema-direita.

A relevância do episódio narrado anteriormente para esta discussão está no fato de evidenciar a capacidade de mobilização digital construída pela extrema-direita brasileira, aspecto que ajuda a compreender a posição de desvantagem ocupada pela esquerda nesses ambientes.

Atuação semelhante ficou conhecida como “a revolta do Pix”⁸⁰. Em setembro de 2024, foi publicada no Diário Oficial da União uma resolução que ampliava a fiscalização da Receita Federal e passou a vigorar no dia primeiro de janeiro do ano seguinte. Em suma, a atualização realizada “estendia o monitoramento do fisco aos novos membros do sistema financeiro – notadamente o Pix, entre os meios de transação, e fintechs e bancos digitais, entre as instituições.” (Nassif, Soares, 2025)⁸¹.

Logo nos primeiros dias de 2025, diversas notícias falsas e distorcidas sobre a medida passaram a circular nas plataformas digitais. As publicações afirmavam transações via Pix seriam taxadas, que a Receita Federal quebraria o sigilo bancário da população para realizar monitoramentos e que boletos estariam sendo emitidos para a cobrança de impostos relacionados a essa modalidade de transferência. Em poucos dias, instaurou-se um pânico social: diversas pessoas passaram a publicar sobre o tema nas redes sociais, enquanto surgiam relatos de comerciantes que deixariam de aceitar pagamentos via Pix por medo do suposto monitoramento bancário.

A imprensa tradicional, através dos portais de notícia e programas de televisão, buscou esclarecer o assunto. Paralelamente, houve pronunciamentos do Ministro da Fazenda, Fernando Haddad, do Presidente Lula, da Receita Federal, do Banco Central e de outras instituições que, ainda assim, não conseguiram conter a difusão da narrativa negativa que se alastrava nas plataformas digitais. Dia 13/01, Jair Bolsonaro publicou em sua conta na plataforma X a seguinte mensagem⁸²:

⁸⁰O termo foi utilizado por diversas figuras da extrema-direita brasileira e endossado pelo deputado federal Nikolas Ferreira em uma publicação na plataforma X. Ver em: https://x.com/nikolas_dm/status/1879513181917454829?s=61. Acesso em: 16 jan. 2025.

⁸¹O jornal Folha de S. Paulo publicou uma reportagem com uma linha do tempo relacionada aos acontecimentos que se desdobraram nessa disputa política. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2025/01/veja-a-linha-do-tempo-da-norma-da-receita-federal-sobre-fiscalizacao-do-pix-que-sera-derrubada.shtml>. Acesso em: 16 jan. 2025.

⁸²A publicação pode ser lida na íntegra no seguinte link: <https://x.com/jairbolsonaro/status/1878901413515760002?s=61>. Acesso em: 17 jan. 2025.

- Lula e a covardia com os mais pobres via PIX:
- Jair Bolsonaro criou o pix em novembro/2020 para facilitar a vida de todos, em especial dos mais humildes que sequer tinham conta nos bancos.
- Vendo que o PIX movimenta, por dia, mais de R\$100 bilhões, Lula da Silva determina que a Receita Federal ache uma forma de pegar parte desse dinheiro.
- A Receita decidiu então, que todo aquele que movimenta mais de R\$5.000,00 por mês poderá ser monitorado, estando sujeito a ser tributado e/ou multado.
- Além de diaristas, camelôs, cabelereiras, jardineiros, pedreiros, taxistas, palhaços de festa, ajuda a filhos/netos, vendedores de pipoca, etc, poderão ser obrigados a entregar parte de seu ganho para o Imposto de Renda.
- Comigo isso não existia, afinal a nossa política foi a de imposto diminuídos ou zerados, como p. ex. combustíveis, energia elétrica, pneus de caminhões, placas fotovoltaicas, IOF, peças de tratores, alimentos, veleiros, etc.
- Junto à nossa bancada de deputados e senadores do PL, e de outros partidos, buscaremos medidas para derrubar essa desumada Instrução Normativa da Receita de Lula da Silva.
- Jair Bolsonaro
(Transcrição da publicação de Jair Bolsonaro na plataforma X, no dia 13/01/2025)

Na publicação, Bolsonaro estabelece uma comparação entre sua gestão e a de Lula, posicionando-se como um benfeitor, “criador do pix”, que teria facilitado a vida da população mais pobre e reduzido impostos. O governo petista, por sua vez, aparece como um gestor burocrático e opressor, que dificulta a vida da classe trabalhadora. Esse apelo a uma visão dicotômica é frequentemente explorado pela extrema-direita, reforçando a ideia do nós contra eles⁸³. Percebe-se, assim, que a publicação não apenas endossa a narrativa negativa sobre a norma atualizada pela Receita Federal, mas também opera no sentido de fortalecer positivamente a memória da gestão bolsonarista.

Um dia depois da publicação transcrita acima, o deputado Nikolas Ferreira publicou um vídeo nas redes sociais corroborando a narrativa proposta por Bolsonaro. O conteúdo alcançou mais de 100 milhões de visualizações em 24 horas e, no dia 17 de janeiro, chegou à marca de 300 milhões de visualizações, tornando-se o vídeo mais assistido no Brasil até aquela data. Além das figuras já citadas, diversos influenciadores digitais e usuários comuns também compartilharam conteúdos reforçando o discurso difundido pela extrema-direita.

No dia 15/01, Fernando Haddad anunciou que a Receita revogaria a norma. Tal medida foi interpretada de maneira quase unânime como uma derrota do governo que, apesar da atuação da máquina estatal e da imprensa tradicional na tentativa de

⁸³Cesarino (2020) explora a estratégia da extrema-direita de reforçar dicotomias nas eleições de 2018.

conter a onda de desinformação, perdeu a disputa política travada nas plataformas e precisou recuar. Entre os apoiadores do governo, o episódio passou a ser interpretado como uma materialização da dificuldade da esquerda em disputar esses ambientes digitais. Um dos apoiadores digitais do Governo Lula, o influenciador Omar (@Omardeideias), publicou o seguinte comentário na plataforma X⁸⁴:

A esquerda nunca vai conseguir combater a direita nos ambientes digitais por um simples motivo: falta diversidade. A direita coopta todos os agentes, de todos os segmentos, de todos os nichos, de todos os assuntos. O ecossistema digital da direita tem essa amplitude gigantesca pois conta com milhares de influenciadores que falam o dia inteiro sobre motos, foguetes, planetas, carros, Jesus Cristo, finanças, cultura pop, maquiagem, bem estar, vida saudável, vida não saudável, alimentação, amenidades, aleatoriedades, futilidades; Porém, quando acionados, esses agentes, por mais despolitizados que sejam, tem um poder de arregimentar milhões de pessoas que estão ali acompanhando no dia a dia, a política no Brasil é personalista, não tem jeito.

Ai tu olha pra esquerda, tem um ou outro que fica o dia inteiro numa punheta ideológica julgando quem tem títulos, conhecimentos, coesão e leitura suficiente pra poder fazer parte do clubismo e quem não pode. Se você não seguir a risca o que um careca de barbicha pregou na Rússia em 1910, tá fora. Quem não é isso, é react de react, só papo chato pra caralho. Quem aguenta?

Esquece a disputa digital fio, a gente não vai ganhar deles aqui nunca.

(Transcrição da publicação do influenciador Omar, publicado na plataforma X na data 15 de janeiro de 2025)

A fala do influenciador expressa descrença com relação à possibilidade de a esquerda brasileira vencer as disputas políticas digitais, atribuindo o êxito da direita justamente à capacidade de mobilização da rede de apoio digital que engloba diversos campos de ação capazes de, quando necessário, forjarem um consenso político, como aconteceu no caso da atualização normativa realizada pela Receita Federal. Para ele, um dos problemas da esquerda, além da falta de uma multiplicidade de atores que possam disputar cotidianamente esses espaços, principalmente em momentos críticos, diz respeito à postura assumida por determinados setores progressistas, que demonstrariam maior preocupação com disputas abstratas e ideológicas do que com a ampliação da sua capacidade comunicacional.

A interpretação feita pelo influenciador evidencia a importância que as redes de apoio possuem, principalmente em contextos eleitorais. Em 2018, a candidatura de Haddad definitivamente não contava com uma estrutura semelhante. Enquanto o bolsonarismo tomou as plataformas digitais através de uma engrenagem

⁸⁴A publicação na íntegra pode ser lida no seguinte link: <https://x.com/omardeideais/status/1879553140086735038?s=61>. Acesso em: 17 jan. 2025.

comunicacional composta por influenciadores, políticos, artistas e usuários comuns, monopolizando o debate público, a esquerda ainda atuava de forma muito orgânica, o que contribuiu para que perdesse espaço nesses ambientes. Mais do que um episódio isolado, o caso evidencia a permanência de uma rede comunicacional ativa e articulada, capaz de pautar o debate público.

Foi diante dessa assimetria que setores da esquerda passaram a perceber a necessidade de construir formas mais organizadas de atuação nas plataformas digitais. As eleições de 2020 mostraram uma maior organização da esquerda nesse campo, e a campanha de Guilherme Boulos à prefeitura de São Paulo é um exemplo disso. Com materiais mais adaptados à lógica das plataformas, os conteúdos produzidos pelo candidato geravam certo entretenimento, circulação e engajamento, fazendo com que ele frequentemente estivesse entre os assuntos mais comentados.

Um dos formatos que alcançou maior repercussão consistia em vídeos nos quais Boulos conversava com pessoas que afirmavam não votar nele. O roteiro geralmente funcionava da seguinte maneira: enquanto o candidato permanecia inicialmente escondido, um repórter perguntava o porquê de tal pessoa não votar no Boulos. Quando a resposta vinha carregada de estigmas, como “porque ele é do MST e o MST invade casas”, o candidato surgia e iniciava uma conversa, contextualizando informações e confrontando percepções equivocadas.

Apesar de se tratar de um conteúdo político, os vídeos frequentemente assumiam um tom humorístico e descontraído, o que contribuía para sua viralização e recepção favorável nas plataformas. No entanto, conforme vem sendo discutido ao longo deste capítulo, o conteúdo, por si só, não é suficiente para que a figura política ganhe adesão digital. O candidato contou também com uma rede de apoio digital grande, composta por militantes, usuários comuns, artistas e outros políticos responsáveis pela circulação coordenada desse material de campanha.

Assim, quatro anos depois da vitória de Bolsonaro em 2018, o bolsonarismo encontrou um cenário diferente daquele que existia anteriormente plataformas digitais. Apesar de ainda se encontrar em desvantagem em relação à direita nesses ambientes, o PT parece ter compreendido a necessidade de se reinventar digitalmente e buscou construir, desde cedo, uma base comunicacional que serviu de apoio na campanha em que Lula conquistou seu terceiro mandato presidencial. Principalmente com o suporte do deputado federal André Janones, mas também com o apoio de artistas, páginas de entretenimento, como a Choquei, e influenciadores digitais, houve

não somente uma melhor capacidade de defesa do campo progressista nas plataformas, mas também momentos de ofensiva capazes de pautar o debate público durante a disputa eleitoral de 2022.

A importância atribuída à construção de uma rede digital mais consolidada na esquerda pode ser observada, inclusive, nas eleições municipais de 2024, quando surgiu um movimento voltado à eleição de comunicadores capazes de disputar espaço com figuras da extrema-direita nas plataformas digitais. No dia 19 de agosto de 2024, por exemplo, o influenciador Vinícios Betiol (@vinivios_betiol) publicou uma sequência de posts apresentando alguns candidatos de diversas cidades do país que estavam concorrendo à vereança e, caso eleitos, ajudariam no enfrentamento digital⁸⁵.

Alguns desses candidatos eram: Pedro Rousseff (@p_rousseff), de Minas Gerais; Luana Zarattini (@lunazarattini), de São Paulo; Valnei França (@valneifils), de Curitiba; Rodrigo Mondego (@rodrigomondego), do Rio de Janeiro; Detremura (@detremura), de Rio Preto; e Kari Santos (@karissantos), de Recife. Todos eles estavam concorrendo pelo Partido dos Trabalhadores e tinham características específicas relacionadas ao manejo das plataformas digitais. Naquele momento, Pedro Rousseff e Detremura, por exemplo, possuíam mais de 107 mil e 500 mil seguidores, respectivamente, na X. Já Kari Santos, acumulava 154 mil seguidores no TikTok.

O apelo feito por Vinícios Betiol buscava não apenas fortalecer uma rede comunicacional petista capaz de enfrentar figuras como Nikolas Ferreira, Gustavo Gayer e Carlos Bolsonaro, mencionados pelo próprio Vinícios, mas também utilizar os mandatos institucionais como forma de ampliar a projeção política desses atores nas plataformas digitais.

Em paralelo à organização dessa rede comunicacional e ao melhor entendimento sobre o funcionamento das plataformas digitais, também existe um esforço para a construção de um carisma digital de determinadas lideranças do partido, sobretudo de Lula, que atualmente ocupa a presidência da República.

[...] se queremos compreender o que faz um político, é por certo preciso buscar saber qual é sua base eleitoral, sua origem social..., mas é preciso não esquecer de pesquisar a posição que ele ocupa no microcosmo e que explica uma boa parte do que ele faz. (Bourdieu, 2011)

⁸⁵Tweet original disponível em: https://x.com/vinivios_betiol/status/1825300557156024783. Acesso em: 19 ago. 2024.

Com base no trecho anterior, escrito por Bourdieu, é possível afirmar que a forma como a esquerda brasileira, cuja maior figura política é Lula, realiza o enfrentamento nas redes sociais é também produto da maneira como esse campo se constituiu dentro e fora do campo político institucional. A dificuldade de adaptação às demandas das plataformas digitais relaciona-se, em grande medida, pelo fato de o PT e de outros partidos da esquerda brasileira não terem se constituído enquanto agremiações digitais. O bolsonarismo, ao contrário, possui nas plataformas digitais um de seus principais alicerces e, apesar de ocupar siglas partidárias para disputar os pleitos eleitorais (PSL e posteriormente PL), consolidou-se como uma é uma força profundamente conectada às plataformas digitais, sem vínculo partidário forte.

Por esse motivo, compreendendo a importância de construir também nesses espaços uma figura de autoridade e identificação política, diversos esforços vêm sendo empreendidos em torno da imagem do presidente Lula. Um desses mecanismos é a difusão de memes, como os destacados abaixo, que surgiram durante as campanhas eleitorais em 2022 e continuaram sendo amplamente compartilhados mesmo após o término do pleito.

Figura 31 – Memes do presidente Lula



Fonte: Autor desconhecido, imagens retiradas da plataforma X.

A “memificação” positiva da figura de uma liderança é uma das estratégias que podem ser utilizadas para a construção de uma imagem carismática nas plataformas digitais. Os memes foram fundamentais para a formação da persona de Jair Bolsonaro como um “mito” nesses ambientes, e as “mitadas” decorriam justamente dessa linguagem mais direta e performática adotada pelo ex-presidente, como pode ser observado nas imagens abaixo.

Figura 32 - Memes de Jair Bolsonaro

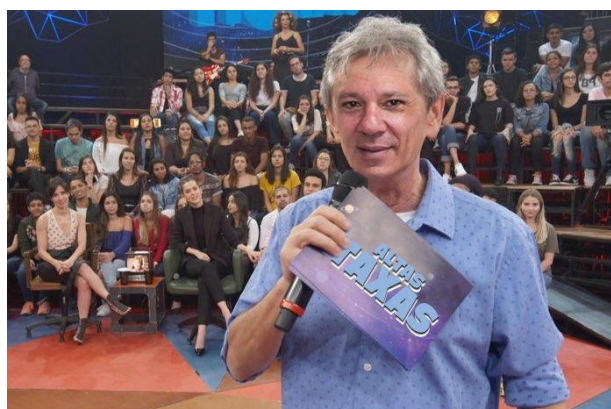


Fonte: Autor desconhecido, imagens retiradas da plataforma X.

Enquanto parte da esquerda, durante o governo Bolsonaro, buscava frequentemente estabelecer debates mais sérios ou racionalizados nas plataformas digitais, era respondida através dos memes mencionados acima, que não necessariamente apresentavam argumentos ou propunham um debate político aprofundado, mas eram suficientes para “mitar”, como afirmavam seus apoiadores, sobre os adversários.

Quando se fala em disputa política na internet, é comum imaginar publicações sérias voltadas ao debate de temas em evidência nas plataformas. Apesar de esse cenário existir, ele representa apenas uma das inúmeras formas através das quais as disputas políticas digitais podem ocorrer. Os memes também se consolidaram como ferramentas relevantes nesse processo, sobretudo por sua linguagem simples, humor e ampla capacidade de circulação. Tomemos como exemplo um episódio que ganhou notoriedade no X durante a terceira semana de julho de 2024.

Figura 33 – Exemplo de memes envolvendo taxas e o ministro da Fazenda Fernando Haddad



Fonte: Autoria desconhecida, imagens retiradas da plataforma X

Figura 34 – Memes envolvendo taxas e o ministro da Fazenda Fernando Haddad



Fonte: Autoria desconhecida, imagens retiradas da plataforma X

As imagens acima retratam alguns dos memes difundidos naquele período e que deram origem a uma movimentação de grande repercussão, ultrapassando inclusive os círculos tradicionais da direita e alcançando a adesão de usuários da esquerda. O movimento fazia alusão a medidas econômicas aprovadas durante o Governo Lula, como a taxação de compras acima de U\$50,00 em plataformas de

compras internacionais, como a Shein. A medida foi aprovada pelo Congresso Nacional em 2024, contando com apoio tanto partidos da oposição quanto da base governista.

Essa circulação de conteúdos alimentava a narrativa de que o PT “taxa pobres”, produzindo um imaginário desfavorável à esquerda disputa política digital. Mesmo diante do consenso político que viabilizou a aprovação da medida e de pesquisas indicando redução da carga tributária no Brasil durante o Governo Lula⁸⁶, a difusão desses memes fortaleceu a narrativa sustentada pela extrema-direita de que o governo estaria aumentando impostos sobre as classes populares, o que, na prática, contraria o discurso historicamente defendido pelo Partido dos Trabalhadores.

Cada uma dessas movimentações possui objetivos específicos, que não necessariamente se traduzem diretamente em ganhos eleitorais imediatos, como os votos. No caso da movimentação realizada por setores da esquerda associando Bolsonaro ao satanismo durante a campanha de 2022, um dos objetivos parecia ser ampliar o engajamento em perfis progressistas e aumentar a circulação de contas que pudessem auxiliar disputas futuras. Não se tratava, necessariamente, de convencer a população de que Bolsonaro era satanista, embora isso eventualmente pudesse ocorrer. No caso dos memes relacionados às “taxas de Haddad”, a dinâmica era é diferente. Mais do que produzir engajamento, o objetivo parecia ser consolidar narrativas capazes disputar o imaginário popular.

O que pode ser interessante de se observar, diante desses exemplos, é a forma como a esquerda se posicionou nesses enfrentamentos ao longo dos anos. Em 2018, por exemplo, a ineficácia em combater notícias falsas ocorria em parte por uma incompatibilidade linguística. Na campanha eleitoral de 2022, esse cenário se modificou não apenas em razão de uma melhora na comunicação da campanha petista nas redes, mas pela própria mudança de postura, que saiu de uma posição defensiva e passou a atuar de maneira mais propositiva nas disputas políticas digitais.

Nesse sentido, a comunicação realizada pelo presidente Lula também vem sendo gradualmente modificada com o intuito de humanizá-lo nas redes sociais e propor uma interação menos rígida com os usuários. Esse esforço pôde ser visto mesmo antes das eleições, com a divulgação de fotos mais íntimas.

⁸⁶Reportagem do G1 sobre a carga tributária no Brasil. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2025/01/07/no-1o-ano-do-governo-lula-carga-tributaria-recua-para-321percent-do-pib-em-2023-menor-nivel-em-tres-anos.ghtml>. Acesso em: 15 jan. 2025.

Figura 35 – Lula e Janja em uma praia no Ceará



Fonte: Ricardo Stuckert

Conforme mencionado anteriormente, a divulgação de imagens em momentos privados foi amplamente explorada pela comunicação de Jair Bolsonaro ao longo dos anos. Fotografias sem camisa, tomando café da manhã e em momentos de lazer eram constantemente divulgadas e transformadas em pautas do debate público, ainda que produzissem reações negativas por parte da oposição, reações que, muitas vezes, também contribuíam para ampliar seu engajamento nas plataformas digitais. A imagem anterior, por exemplo, em que Lula e Janja aparecem descansando em uma praia no Ceará, gerou ampla repercussão nas redes.

Além dos memes e de uma maior exposição da vida privada, também vem sendo trabalhada a comunicação verbal nesses ambientes, buscando tornar as interações mais inteligíveis e relativamente mais informais, característica típica das plataformas digitais. Apesar desse esforço, quando comparado ao antecessor, o perfil de Lula nas plataformas digitais preserva um caráter “institucional”, tanto pela forma de falar quanto pela maneira como se apresenta publicamente.

O que pode soar como uma crítica negativa não deve ser entendido dessa forma. Os anos de intensa mistura da vida pública com a privada promovidos por

Bolsonaro, muitas vezes de forma embaraçosa, como quando o então presidente curtiu um comentário ofensivo à esposa do presidente da França, Emanuel Macron, contribuíram para naturalizar determinadas práticas e reconfigurar as expectativas em torno do comportamento político digital. Essa experiência tende a produzir a expectativa de que Lula adote postura semelhante à de Bolsonaro, que passa a ser uma referência para parte dos usuários.

Observa-se, assim, que embora exista um entendimento sobre a necessidade de adaptação às plataformas digitais e às linguagens próprias desses ambientes, Lula, o PT e a equipe não parecem não pretender reproduzir integralmente a postura adotada por Bolsonaro, preservando maior grau de institucionalidade nesse manejo.

Como mencionado nas primeiras laudas do capítulo, o uso intenso das plataformas digitais por Bolsonaro e a forma como isso era realizado frequentemente levavam os cidadãos a acompanhar a política brasileira como telespectadores de um *reality show* ou uma série televisiva. Não à toa, muitos dos acontecimentos políticos eram comparados por usuários à série *House of Cards* (2013-2018), produzida pela Netflix.

Isso modificou significativamente a forma como a política passou a ser realizada no Brasil. Por esse motivo, observa-se o constante esforço dos parlamentares para produzi conteúdos que possam ser recortados e amplamente difundidos por seus eleitores. O pronunciamento transfóbico do deputado Nikolas Ferreira, no Dia da Mulher de 2023, ocasião em que ele utilizou uma peruca durante a fala, é um exemplo disso. Se anteriormente as casas legislativas eram percebidas prioritariamente como espaços de debate político institucional, hoje também aparecem como ambientes de produção de conteúdo digital que, quando bem explorados, geram retornos políticos significativos nas plataformas.

Um dos problemas encontrados pela esquerda para enfrentar essa dinâmica, é principalmente às limitações e condicionamentos impostos pelas próprias plataformas digitais sobre o comportamento dos usuários. Para obter maior destaque nas disputas digitais, muitas vezes é necessário aderir à lógica desses ambientes, o que nem sempre contribui para o fortalecimento do debate público ou da própria política.

Se as plataformas digitais privilegiam conteúdos que exacerbam emoções, estimulam pânico moral ou favorecem a circulação de desinformação em níveis

capazes de comprometer diferentes esferas da vida social, como a saúde pública, por exemplo, algumas questões tornam-se inevitáveis: a esquerda deseja aderir integralmente à lógica das plataformas? Para a esquerda brasileira, vale a pena adotar esse tipo de postura para se sobressair nas disputas que ocorrem digitalmente? É possível disputar o espaço das plataformas digitais sem corromper os próprios princípios?

A retórica do absurdo é uma arma crucial para conseguir a atenção necessária para se fazer sucesso em plataformas digitais. Entendida pelo bolsonarismo desde o princípio, hoje também virou ferramenta de disputa pela esquerda, como veremos nas páginas a seguir.

6 O ENFRENTAMENTO DA ESQUERDA À HEGEMONIA BOLSONARISTA NAS PLATAFORMAS DIGITAIS

Passados alguns anos das eleições de 2018, é possível encontrar trabalhos (Rocha, 2018; Gomes, 2020) que analisam como a esquerda brasileira encontrou dificuldades para disputar as plataformas digitais naquele pleito, enquanto o bolsonarismo conseguiu se consolidar de forma exitosa nas disputas políticas travadas nesses ambientes, favorecendo, assim, a candidatura de Jair Bolsonaro. Buscando evitar uma atuação semelhante, em 2022 esse cenário foi diferente porque a esquerda adotou uma postura distinta em relação ao pleito anterior, deixando de atuar predominantemente de forma defensiva e passando a mobilizar, também, estratégias propositivas.

Diante desse contexto, o presente capítulo analisa três principais formas de enfrentamento promovidas pela esquerda contra a hegemonia bolsonarista nas plataformas digitais, tendo como recorte temporal principalmente o período eleitoral de 2022. Primeiramente, destaca-se o enfrentamento jurídico realizado por uma equipe cuja tarefa era atuar junto à justiça para tentar conter a difusão de informações falsas e distorcidas nas plataformas digitais, que se constituiu um dos principais braços da campanha de Bolsonaro em 2018, buscando, assim, reduzir o peso que esse tipo de conteúdo exercia sobre a escolha dos eleitores.

Posteriormente, é analisada a mobilização do carisma de Lula, principalmente a partir do discurso, como uma forma de enfrentamento indireta, menos agressiva, que em muitos momentos poderia até passar despercebida pelo eleitor, mas que atuava, no ambiente de disputa política digital, como um resgate das simbologias lulistas relacionadas sobretudo aos primeiros governos do presidente, configurando-se como um mote importante da campanha.

Por fim, analiso também o fenômeno que ficou conhecido como guerrilha digital, uma forma de enfrentamento mais direta e agressiva, tendo como principal representante o deputado federal André Janones. Essa proposta de atuação incorporava práticas semelhantes às utilizadas pela extrema-direita, partindo da compreensão de que esse tipo de estratégia só poderia ser enfrentada de igual para igual.

A seguir, esses três principais pontos serão discutidos. Apesar de serem tratados inicialmente de forma isolada, eles se entrelaçam no decorrer de suas

execuções, fazendo com que, muitas vezes, unam-se para garantir uma atuação política mais eficaz, como será visto a seguir.

6.1 O enfrentamento jurídico-institucional

Em novembro de 2022, a jornalista Consuelo Dieguez publicou uma reportagem na *Revista Piauí* intitulada “O QG lulista contra as fake news: as estratégias da campanha de Lula para desmontar os ataques digitais bolsonaristas”. A matéria descrevia as preocupações de Cristiano Zanin ao assumir a assessoria jurídica da campanha do petista, diante da experiência observada em 2018, que evidenciara a eficácia da atuação digital bolsonarista.

O texto narra que os desafios que se apresentavam eram muitos: iam desde o combate às notícias falsas até a tentativa de contenção do pânico moral que circulava nas plataformas digitais, além de lidar com a insistente vinculação de Lula à corrupção e à prisão. Diante disso, entendendo que apenas o conhecimento jurídico não seria suficiente, Zanin buscou auxílio de Marcos Carvalho, especialista em marketing digital que havia trabalhado com Bolsonaro na eleição anterior.

Figura 36 – Foto do QG contra as *fakes news* na campanha de Lula em 2022



Fonte: Revista Piauí

Assim, o enfrentamento jurídico proposto pela campanha petista em 2022 funcionou nos bastidores das disputas políticas ocorridas no pleito, especificamente em uma sala de um prédio no bairro Jardins, em São Paulo, que a jornalista Consuelo Dieguez apelidou de “quartel-general petista contra *fake news*”, ilustrado na imagem anterior. Sem grande exposição na imprensa ou entre os próprios eleitores, as estratégias e o trabalho realizado pela equipe jurídica reverberaram diretamente na contenção de conteúdos e narrativas que poderiam prejudicar o representante da esquerda.

Essa eficácia decorreu da combinação entre o monitoramento e análise dos dados difundidos nas redes, realizada pela equipe de Marcos, e a celeridade da equipe jurídica, encabeçada por Zanin, que acionava o Tribunal Superior Eleitoral. Segundo a matéria, a sala possuía cerca de 50 monitores responsáveis por acompanhar, em tempo real, a movimentação nas plataformas digitais.

A estratégia de enfrentamento contou, também, com a atuação do TSE, à época presidido pelo ministro Alexandre de Moraes, que assumiu uma postura de maior enfrentamento à desinformação durante o período eleitoral, buscando conter conteúdos considerados falsos ou distorcidos que circulavam nas plataformas digitais e poderiam interferir no processo eleitoral.

Por esse motivo, muitas das ações das equipes de campanha rapidamente obtinham respostas da justiça eleitoral, o que para a campanha lulista foi considerado benéfico. Através das determinações de retiradas de publicações, conseguiu-se diminuir o impacto da difusão de pronunciamentos e conteúdos da campanha adversária constituídos por informações falsas ou distorcidas, que atingiam diretamente a campanha petista.

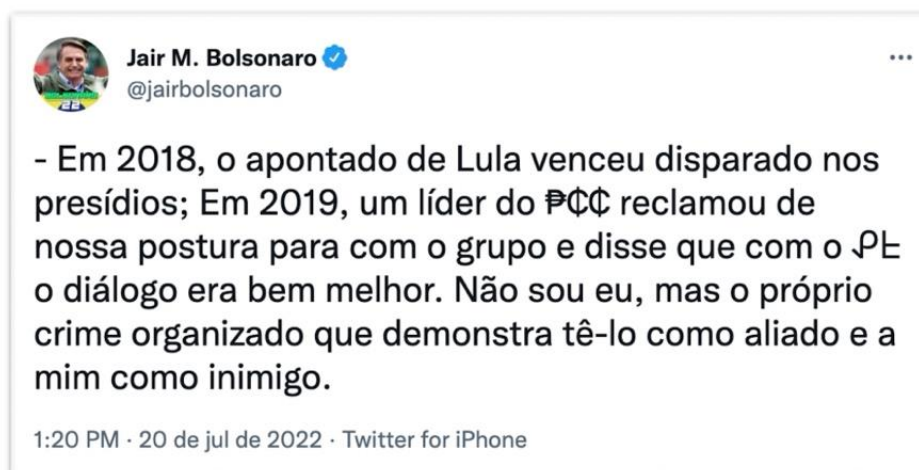
Entre os punidos pela decisão do TSE, estavam perfis como os de:

Carlos, Eduardo e Flávio Bolsonaro, filhos do presidente; Kim Paim, youtuber bolsonarista; Nikolas Ferreira, vereador por Belo Horizonte e deputado federal eleito; Alexandre Ramagem, diretor-geral da Agência Brasileira de Inteligência (Abin) e candidato a deputado federal; o influenciador Leandro Ruschel; o youtuber Bernardo Küster; o jornal *Gazeta do Povo*; Filipe Martins, assessor internacional do presidente; Terra Brasil Notícias; o perfil @Patriotas; as deputadas Carla Zambelli e Bia Kicis (Dieguez, 2022)

Juntas, essas pessoas integravam a rede de apoio digital que promovia Bolsonaro nas plataformas digitais, como foi demonstrado nos capítulos anteriores. O enfrentamento jurídico buscava, nesse caso, desarticular parte do núcleo que exercia

influência sobre milhões de usuários nesses ambientes. Uma das medidas adotadas foi a desmonetização de contas e canais das figuras apontadas anteriormente, estratégia que buscava desestimular a difusão de conteúdos considerados falsos ou enganosos. Além disso, quando as determinações de retiradas não eram respeitadas, existia a possibilidade de concessão de direitos de resposta, obrigando figuras públicas a ceder espaço em suas plataformas para a manifestação da campanha de Lula acerca das infrações eleitorais cometidas.

Figura 37 - Bolsonaro associa Lula e Partido dos Trabalhadores ao grupo criminoso PCC



Fonte: Plataforma X, conta @jairbolsonaro

Foi o que ocorreu com Jair Bolsonaro, responsabilizado por associar a campanha petista ao grupo criminoso PCC na plataforma X, ainda que a publicação tenha sido realizada em período anterior ao início oficial das campanhas eleitorais. A imagem anterior ilustra um tipo de ataque recorrente antes e durante o período eleitoral. Bolsonaro associava Lula e o Partido dos Trabalhadores a grupos criminosos a partir de uma estratégia discursiva que reproduzia a ideia, bastante difundida pelo senso comum, de que a esquerda defende bandidos e contribui para o aumento da criminalidade no país.

A defesa de Lula entendeu que essas publicações, além de atacarem diretamente a honra do ofendido, atrapalhavam também o processo eleitoral ao difundirem informações consideradas desinformativas e potencialmente capazes de interferir no processo de escolha do voto do eleitor. Por esse motivo, o Tribunal

Superior Eleitoral acolheu o pedido feito pela equipe jurídica da campanha petista, concedendo direito de resposta na conta de Jair Bolsonaro na plataforma X⁸⁷.

O impacto dessa medida foi apontado pela jornalista Consuelo Dieguez na reportagem sobre o QG, ao demonstrar que as publicações dos perfis citados anteriormente, associando o Partido dos Trabalhadores ao PCC e à morte de Celso Daniel caíram de 434 publicações em julho para 34 em outubro. Em 2018, sem um aparato semelhante, muitas notícias falsas circularam livremente pelas plataformas digitais, afetando diretamente o acesso dos eleitores à informação e contribuindo para a constituição de um ambiente informacional marcado pela circulação de conteúdos falsos, distorcidos e desinformativos. Assim, transparência do processo eleitoral ficou nitidamente comprometida naquele contexto.

A estratégia adotada em 2022, apesar de ser alicerçada em um aparato jurídico e burocrático, reverberou diretamente no campo das disputas políticas nas plataformas digitais. As sanções aplicadas intimidaram a difusão deliberada de notícias fraudulentas por figuras públicas e, ainda que não tenham coibido essas ações por completo, diminuíram seu impacto se comparado ao cenário de 2018. Essa atuação, em muitos momentos, funcionou como uma forma de frear os ataques realizados pela extrema-direita, “neutralizando” o ambiente das plataformas digitais e, conseqüentemente reduzindo a assimetria existente nesses espaços, o que na prática criou condições mais favoráveis tanto para guerrilha digital quanto para o enfrentamento discursivo realizado nesses espaços, como será discutido a seguir.

6.2 O enfrentamento discursivo

Ao longo do texto foram demonstradas as estratégias adotadas pelo bolsonarismo, evidenciando, assim, o vasto repertório de recursos capazes de lhe garantir certa vantagem nas disputas políticas nas plataformas digitais, principalmente no campo comunicacional. A esquerda brasileira, representada nesta tese pelo Partido dos Trabalhadores, buscou realizar um enfrentamento mais prático, como foi discutido no tópico anterior, mas também atuou de forma energética a partir do campo discursivo, evocando principalmente simbologias relacionadas ao lulismo.

⁸⁷A ação impetrada pela defesa de Lula está disponível na íntegra em: <https://static.poder360.com.br/2022/10/Pedido-direito-de-resposta-Lula.pdf>. Acesso em: 23 jan. 2025.

André Singer inicia o livro *Os sentidos do lulismo: reforma gradual e pacto conservador* (2012) nomeando o lulismo como um fenômeno marcado pela contradição, constituído pelo combate à pobreza e pela ativação do mercado interno sem confrontar diretamente os interesses do capitalismo. Seria, também, fruto de uma relação oriunda do encontro de uma liderança com a fração mais pobre da sociedade, o subproletariado que, beneficiada pelas políticas públicas promovidas no primeiro governo Lula, retribuiu com apoio eleitoral fervoroso nos pleitos seguintes.

Assim, o lulismo se tornou um fenômeno político que ultrapassa a figura de Lula e o poder de mobilização do Partido dos Trabalhadores, sendo articulado também por outros agentes do campo político, como foi visto na primeira eleição de Dilma Rousseff, que se valeu de elementos lulistas para angariar o capital social e político necessário para a sua vitória. Lopes (2019, p. 153) demonstra que a construção da imagem de Dilma, enquanto candidata da continuidade, girou em torno, entre outros fatores, da “ampliação da visibilidade de sua atuação técnica e gerencial associada às realizações do governo Lula”, sendo apresentada, em vários momentos, como a mãe do PAC⁸⁸.

Além de Dilma, ao longo dos anos outras figuras do campo político também buscaram se atrelar ao lulismo, por se tratar de um fenômeno com “poder atribuído àqueles que obtiveram reconhecimento suficiente para ter condição de impor o reconhecimento”. (Bourdieu, 1987, p. 164). No entanto, é preciso demarcar que o capital simbólico não é estático, estando sempre em disputa pelos agentes do campo político. Mesmo em períodos de alta na popularidade de Lula, Singer (2012) demonstra que o projeto político petista não era hegemônico; ao contrário, em paralelo ao grande apoio das classes sociais mais baixas, houve um afastamento da classe média brasileira que, principalmente após o escândalo do mensalão, demarcou certa polarização social e política, inicialmente através do apoio ao PSDB.

Essa polarização se intensificou com o bolsonarismo, sobretudo após a emergência da crise do lulismo, analisada por Singer (2018) entre o período de 2011 e 2016 e caracterizada pelo autor principalmente pela instabilidade econômica que passou a atingir o país em 2014, pelo desequilíbrio político desencadeado pela Lava Jato e consolidado após o *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff, bem como

⁸⁸O Programa de Aceleração do Crescimento (PAC) foi lançado durante o segundo mandato de Lula e englobava uma série de políticas econômicas voltadas à aceleração do crescimento econômico do país nos anos seguintes.

pelo surgimento e fortalecimento de movimentos conservadores que tomaram as ruas e os ambientes digitais nos anos seguintes. Acrescento, ainda, a condenação e a prisão de Lula como acontecimentos marcantes dessa conjuntura.

Essa mudança de conjuntura indica, entre outras nuances, uma oscilação negativa no capital social e político não só de Lula e outras figuras do PT, mas também do próprio lulismo, que passou a ter seus símbolos disputados por uma retórica negativa empreendida pela extrema-direita. Esta, por sua vez, tendo Bolsonaro como sua principal liderança, protagonizou disputas no campo político e obteve ganhos consideráveis em termos de capital político, elegendo, além do chefe do executivo, uma forte bancada para o Congresso Nacional em 2018.

A reorganização da extrema-direita brasileira, principalmente nas plataformas digitais, foi responsável por reformular o debate público a partir do uso de narrativas e da criação de imaginários, capazes de “satanizar” a imagem do Partido dos Trabalhadores, como demonstra Gomes (2020). Tentando reverter esse cenário, surgem as estratégias discursivas elaboradas principalmente pela figura de Lula, a exemplo da metáfora da picanha.

A metáfora da picanha tornou-se um marco para a campanha lulista de 2022. Com o agravamento do cenário pandêmico do Brasil, a crise sanitária se tornou, também, uma crise social. Uma reportagem exibida pelo programa Fantástico⁸⁹, da Rede Globo, chamou atenção ao ilustrar a situação de insegurança alimentar vivida no país: pessoas se aglomeravam em açougues em busca de ossos para se alimentar.

Foi nesse contexto, em que parte significativa da população brasileira vivia em situação de insegurança alimentar, que ocorreu a disputa eleitoral de 2022. Uma fala de Lula, em específico, ganhou destaque nesse período: “*o povo vai voltar a comer picanha*”, afirmou o candidato em diversas ocasiões daquele pleito. Ao dizer que “*o povo vai voltar a comer picanha*”, Lula não se referia apenas ao ato da alimentação, no sentido literal da frase, ele evocava significantes que faziam com que os eleitores retornassem à memória de prosperidade econômica e ascensão social associada aos governos anteriores, período em que sua aprovação chegou a quase

⁸⁹A reportagem pode ser assistida no portal de notícias G1 por meio do link: <https://g1.globo.com/fantastico/noticia/2021/07/25/fila-para-conseguir-doacao-de-ossos-e-flagrante-da-luta-de-familias-brasileiras-contra-a-fome.ghtml>. Acesso em: 16 jan. 2025.

80%. O candidato realizava, assim, um aceno à parcela da população que fez do lulismo um fenômeno político de grande alcance no Brasil.

Analisando essa conjuntura a partir uma interpretação bourdieusiana, as estratégias discursivas podem ser compreendidas como uma tentativa de influenciar a percepção e avaliação que o outro está fazendo sobre determinada realidade. O intuito, assim, parece ser produzir reconhecimento, legitimidade e consagração para o enunciador. Nesse sentido, a metáfora da picanha também pode ser entendida como uma tentativa de retomar a percepção de que os Governos de Lula e do PT foram positivos para o país, capazes de promover melhorias sociais sem provocar instabilidade política, econômica e social, aspecto central da interpretação formulada por Singer (2012) sobre o lulismo.

É importante ressaltar, também, que parte do êxito dessa estratégia discursiva está intimamente associada ao enunciador. Lula se configura como um sujeito autorizado e reconhecido dentro do campo político, alguém detentor de capital simbólico relevante e que ocupa um lugar de prestígio e liderança nacional, apesar dos desgastes sofridos nos últimos anos, sobretudo após a prisão. Bourdieu (2022) demonstra que a eficácia do discurso está ligada ao reconhecimento social e ao capital portado pelo agente enunciador.

Isso evidencia a importância de se analisar historicamente os fenômenos em questão. Um discurso promovido por Lula em 2009, no auge de sua popularidade, tende a ser reconhecido de maneira distinta em 2022. Da mesma forma, a utilização de simbologias lulistas na campanha de Dilma, em 2010, produziu efeitos diferentes daqueles observados na campanha de Fernando Haddad, em 2018. Em outras palavras, nenhum discurso é estático a ponto de gerar os mesmos efeitos, sobretudo quando enunciado por sujeitos diferentes e situados em distintas posições históricas.

O discurso aparece, assim, como uma ferramenta importante nas disputas que ocorrem nas plataformas digitais. A extrema-direita reforça suas estratégias discursivas a partir do fortalecimento de novos canais de comunicação, como o Brasil Paralelo; dos laços com as igrejas e forças militares; e do manejo das plataformas digitais, enquanto a esquerda realiza seu contraponto discursivo principalmente ao evocar as políticas públicas implementadas e ampliadas nos governos Lula, atrelando seu discurso ao carisma e ao capital político de seu líder.

Assim, no decorrer do período eleitoral de 2022, uma das estratégias da esquerda foi personificar o embate político, direcionando-o a favor de Lula e contra

Bolsonaro, o que fazia com que, em alguns momentos, uma disputa aparecesse menos como um conflito entre projetos políticos e mais como um embate entre duas figuras centrais da política contemporânea. Apesar de a campanha de Bolsonaro ter como grande alicerce o antipetismo, as críticas realizadas eram descentralizadas da figura de Lula, embora ele permanecesse como um alvo importante delas. Criticavam-se também o partido, integrantes do PT, como Dilma Rousseff e Gleisi Hoffmann, ações associadas ao partido, como a defesa e o incentivo à Lei Rouanet, e até apoiadores da campanha petista, como Caetano Veloso e Felipe Neto. Em contraponto, as críticas petistas concentravam-se majoritariamente na figura de Bolsonaro, inclusive nos ataques orquestrados pela guerrilha digital proposta por André Janones, que será analisada no próximo tópico.

Essa estratégia era arriscada pois, ao mesmo tempo em que mobilizava a força do carisma de Lula, também precisava lidar com elevada rejeição ao candidato, evidenciada pelo resultado apertado da eleição presidencial de 2022. Bolsonaro e Lula, enquanto líderes políticos que protagonizaram aquele pleito, encarnavam a figura de porta-voz autorizado (Bourdieu, 2022), conseguindo fazer com que seus discursos atuassem não apenas sobre a percepção dos demais agentes sociais, sobretudo nas suas bases eleitorais, mas também sobre práticas e símbolos concretos relacionados à disputa política. Um exemplo disso foram as toalhas estampadas com a imagem dos dois candidatos, espalhadas por semáforos e casas em diferentes regiões do país, materializando a polarização política daquele momento.

Em uma sociedade profundamente polarizada, os discursos de Bolsonaro e de Lula eram reconhecidos dentro de seus respectivos redutos políticos, mas não para a integralidade da sociedade. Isso ocorria porque, como Bourdieu (2022) destaca, a eficácia do discurso está intimamente ligada ao “poder” de pronúncia, associado tanto ao sujeito que enuncia quanto às instituições que autorizam a fala. Assim, apesar da militância bolsonarista reconhecer o discurso de Bolsonaro como legítimo, a exemplo da conexão que ele fazia entre o PT e o PCC, algumas instituições, como o Tribunal Superior Eleitoral, barravam determinadas falas, classificando-as como falsas ou prejudiciais ao processo democrático. Essa atuação institucional contribuía para limitar o reconhecimento e a legitimidade de tais discursos fora da sua base de apoio.

Algo semelhante ocorria com Lula, que, apesar de ser reconhecido como um líder legítimo por parte da população, não possuía o mesmo reconhecimento

dentro do polo bolsonarista. Nesse cenário polarizado, grande parte das estratégias discursivas implementadas eram direcionadas às suas bases, utilizadas como mecanismos de reforço da coesão social de seu próprio grupo.

Rodrigo Nunes (2022, p. 73) afirma que “a direita entendeu melhor como funciona as redes sociais” e que, dessa forma, foi quem “organizou o discurso político em seus moldes, forçando, assim, a esquerda a se adaptar a eles” (Nunes, 2022, p. 112). Miguel (2018) aponta algo semelhante, ao discutir uma redefinição em termos do debate público contemporâneo. A extrema-direita compreendeu que poderia utilizar as plataformas digitais para monopolizar e direcionar o debate político, fazendo com que, muitas vezes, as mídias tradicionais, ao criticarem ou desmentirem conteúdos difundidos nesses espaços, acabassem funcionando também como vetores de amplificação dessas narrativas. (Empoli, 2022).

Percebe-se, então, que uma das principais formas de organização política digital da extrema-direita se deu em torno da reorganização do discurso e do debate político. Essa atuação foi tão contundente que as narrativas elaboradas pela extrema-direita passaram a adquirir aparência legítima e de confiança, sobretudo para aqueles inseridos na bolha comunicacional bolsonarista. Um exemplo disso é apresentado por Gomes (2020), ao demonstrar como o antipetismo elaborou um discurso tão eficaz nas plataformas digitais que, para os mecanismos de busca, o PT se tornou o partido “dono da corrupção”.

Dessa maneira, na seara discursiva, a campanha petista em 2022 enfrentava o desafio de disputar narrativas que se atualizavam constantemente ao longo da corrida eleitoral, ao mesmo tempo que buscava elaborar estratégias discursivas capazes de ultrapassar a bolha dos simpatizantes petistas e atingir os eleitores indecisos. A execução dessas ações contou com o apoio da equipe jurídica, responsável principalmente por tentar conter a circulação de notícias falsas, e da guerrilha digital, que realizava um contraponto direto a essas práticas, como será discutido a seguir.

Portanto, fica evidente a importância do discurso, através da metáfora da picanha, como estratégia de enfrentamento político na seara digital e fora dela. Ao dizer que o povo voltaria a comer picanha, a fala de Lula não realiza apenas uma promessa literal; ele evocava simbologias capazes de mobilizar sentimentos ligados à esperança, prosperidade e expectativa melhoria de vida associados aos seus governos anteriores. Em suas falas, construía-se simbolicamente uma oposição entre

um passado de prosperidade atribuído aos governos petistas e um presente marcado pela crise social associada ao governo Bolsonaro.

Assim, a estratégia discursiva de Lula possuía viés negativo e positivo: negativo ao associar o bolsonarismo a elementos como a má gestão da pandemia, corte de verbas nas universidades e a insegurança alimentar; e positivo ao reforçar os feitos atribuídos aos governos petistas, evocando a ideia de que o Brasil vivenciara maior prosperidade e ascensão social durante os mandatos anteriores de Lula.

Entendendo que parte do êxito desse discurso está atrelado ao capital social e político de Lula, retoma-se uma problemática importante para a esquerda: a necessidade de elaborar um aparato discursivo capaz de disputar as plataformas digitais sem depender integralmente da figura do líder petista. Para isso, Cesarino (2024) sugere que a esquerda deve passar a competir em “camadas de recrutamento”, fomentando:

uma diversidade de comunicadores capazes de se contrapor ao movimento pelo qual a extrema direita instila desconfiança nos pilares do Estado democrático de direito de formas sutis e indiretas que escapam aos controles da justiça e da moderação das plataformas. (Cesarino:2024, p.229-230)

A autora complementa afirmando que:

Atuar nessa camada de recrutamento significa competir pela adesão daqueles que não se encontram nem na órbita de influência do centro progressista e democrático, nem já arrebatados pelo extremismo de modo irreversível. (Cesarino, 2024, p. 229)

Nos trechos anteriores, Cesarino (2024) faz alusão à diversidade discursiva presente na extrema-direita, que possuía narrativas consolidadas acerca dos mais diversos assuntos (segurança pública, corrupção, gênero, religião, aborto etc.), enquanto a esquerda concentrava parte significativa de sua energia em resgatar as benfeitorias dos governos anteriores Lula. Naquele contexto, essa estratégia mostrou-se eficaz, porém, pensando a longo prazo, apresenta limites importantes, sobretudo porque a figura de Lula não estará permanentemente disponível para reivindicar seu capital social e político junto ao eleitorado.

Assim, para enfrentar a extrema-direita nesse campo, além de consagrar discursos que favoreçam a esquerda, também é necessário forjar lideranças que tenham a autoridade para enunciá-los e fomentar uma rede de comunicação capaz de difundir narrativas para além de suas bases tradicionais, atingindo as camadas de recrutamento e ampliando, assim, seu alcance político.

6.3 Guerrilha digital

Em setembro de 2022, em meio ao turbilhão de publicações que emergiam nas plataformas digitais, diversas matérias jornalísticas passaram a tratar dos desdobramentos da *guerrilha* que ocupava esses ambientes durante o período eleitoral, apresentando-a, inclusive, como uma novidade política decorrente das transformações tecnológicas recentes. Mas seria esse fenômeno realmente mesmo tão novo assim?

Pensemos sobre isso a partir da pesquisa realizada por Gonçalves (2012), que enfatiza o quanto as campanhas eleitorais são responsáveis por modificar o cotidiano dos lugares, tanto em sua dimensão mais estrutural, a exemplo das bandeiras espalhadas pelas cidades, quanto nas próprias relações sociais, que, em alguns casos, passam a ser marcadas pelo conflito. A autora trabalha com ênfase nos agenciadores de voto, responsáveis por dar uma maior visibilidade às campanhas ao “promover a candidatura nos bairros, fazer visitas domiciliares, conversar com os eleitores, arregimentar pessoas para os comícios, carreatas, caminhadas, conseguir apoio e adesão dos eleitores indecisos” (Gonçalves, 2012, p. 79).

Estes dividiam-se entre os trabalhadores voluntários e os remunerados, desempenhando atividades semelhantes, embora houvesse distinções na forma de participação⁹⁰. No decorrer da campanha eleitoral analisada pela pesquisadora, ocorreram diversos embates, alguns mais diretos e outros menos; alguns entre os próprios agenciadores⁹¹ e outros entre as campanhas que estes representavam. Tais conflitos, no entanto, são inerentes à própria disputa política e podem ser observados em momentos históricos.

Dentro da questão sobre embates e disputas políticas, um ponto importante elucidado por Gonçalves (2012) é o uso recorrente de termos e nomenclaturas de conotação militar e bélica nos discursos políticos, sendo comum encontrar integrantes de campanhas “afirmando que a eleição é uma guerra.” (Gonçalves, 2012, p. 129).

⁹⁰Uma diferença evidenciada por Gonçalves (2012) diz respeito à questão do tempo de trabalho. Os trabalhadores remunerados possuíam uma carga horária a ser cumprida para receber seus pagamentos, enquanto os voluntários atuavam de forma mais flexível, geralmente em momentos de folga. Para estes, tratava-se de uma atividade secundária.

⁹¹Existiam alguns embates entre os agenciadores voluntários e os remunerados. Os primeiros, por exemplo, questionavam o senso crítico e político dos segundos, em razão do caráter remunerado de sua atuação na campanha.

Examinemos, a seguir, o texto de um panfleto da campanha política de Inácio Arruda, candidato a prefeito de Fortaleza em 2000, anexado pela autora:

Salve combatentes da ética na política. Salve **guerreiras e guerreiros conspiradores** do bem. Somos vitoriosos por termos apoiado até o fim, com paixão e determinação, as candidaturas de Inácio e Bruno para a prefeitura de Fortaleza. Nós, milhares de famílias, estivemos no **front** da alegria, da liberdade, do grito uníssono por uma Fortaleza de todos. Aos milhares compramos nossos uniformes de campanha: camisetas, bottons, bonés e bandeiras e, na medida do possível, os repassamos para quem não podia comprar. Fizemos, a duras penas e com **sacrifício pessoal, a batalha** do 01 real de muitos contra os milhões de poucos que apoiaram o outro candidato. Fomos à luta sem dar crédito às pesquisas fraudadas. Nos animamos ainda mais quando o Governador do Estado apoiou, por baixo dos panos, a candidatura da adversária. Nos mantivemos firmes quando nos foi negado apoio por pretensos progressistas e falsos esquerdistas, cuja omissão só beneficiou o candidato apoiado por seita religiosa mercantilista e uma minoria de empresários que enriqueceram “milagrosamente”. **Enfrentamos com destemor** os lobos com pele de ovelha, mansinhos na aparência e violentos na essência, a ponto de agredir e mesmo atropelar, propositalmente jovens e adultos, como Tânia Serra Azul, internada com hematoma na cabeça, escoriações e suspeita de luxação na vértebra cervical. **Perdemos a dura batalha** das urnas, mas **combatemos o bom combate** e fomos campeões de dignidade, honradez, justiça e verdade de nossas propostas. Estas **bandeiras** nos orgulhamos de sempre tê-las em nossas mãos. Nas mãos de nossos adversários políticos estavam empunhadas bandeiras maculadas pelo aproveitamento ilícito da máquina administrativa, enxovalhadas pela agressão física aos **nossos combatentes**, conspurcada por atitudes ideologicamente facistóide de demonização grosseira de nosso candidato. Que nossas bandeiras continuem a tremular nas ruas e em nossos corações, pois sentimos muito orgulho delas. Que o despertar de consciências no duro plantio do embate eleitoral desabroche em breve e **possamos colher, em futuro próximo, o fruto de uma sociedade mais justa, humana e de paz. Salve guerreiros e guerreiras de luz.** (Gonçalves, 2012, p. 130-131, grifos da autora)

O panfleto acima foi divulgado após o segundo turno das eleições de 2000 em Fortaleza. Como é possível observar, o texto é atravessado por referências militares e bélicas. O que o trabalho de Gonçalves (2012) demonstra, portanto, é que associar a disputa eleitoral a uma “batalha” ou “guerra” a ser vencida não constitui uma novidade; ao contrário, trata-se de estratégia historicamente usada para arregimentar um maior empenho dos trabalhadores, voluntários ou não, durante o período eleitoral.

O que se apresenta como novidade na atualidade são o ambiente, a velocidade e o alcance em que essas disputas ocorrem. Antes, um militante que quisesse fazer um “bom combate” provavelmente passaria em um comitê, pegaria materiais de campanha e realizaria uma divulgação de seu candidato, a partir da tentativa de convencimento de outras pessoas. Também poderia participar de eventos como passeatas, carreatas, comícios e bandeiraços, amplamente investigados pela

Antropologia da Política⁹². Hoje, um militante pode atuar digitalmente por meio do convencimento de parentes, de divulgação de materiais de campanhas e, sobretudo, do ataque direto ao adversário nas plataformas digitais. Além de um novo espaço de disputa política, existe também a possibilidade de os conteúdos produzidos pelas campanhas atingirem um maior número de pessoas em um menor intervalo de tempo.

Tomemos como exemplo os panfletos. Os chamados “santinhos” foram uma marca importante das campanhas políticas realizadas no final do século XX e início do século XXI. Se um agenciador de voto distribuía, em média, dez panfletos por minuto, em meia hora ele teria entregado trezentos. Hoje, a depender do perfil e do alcance do usuário, figuras públicas com grande engajamento, como o *youtuber* Felipe Neto, conseguem fazer uma mensagem chegar a milhares de pessoas nesse mesmo intervalo de tempo por meio das plataformas digitais.

Nesse contexto, é possível afirmar que a guerrilha digital constitui, sobretudo, uma disputa por visibilidade e adesão nas redes sociais. Na década de 1990, quando uma bandeira era colocada na rua, um muro pintado ou um santinho distribuído a um eleitor, esses esforços configuravam estratégias para fazer com que aquela campanha ocupasse as ruas, bairros e cidades. Eram formas de fazer com que aquela candidatura fosse vista. A visibilidade era e continua sendo um ponto central para a política.

No ambiente digital, em que os algoritmos desempenham papel fundamental no direcionamento do que vemos e compartilhamos, criar conteúdo não é suficiente para garantir alcance. É necessária também a disseminação estratégica da informação produzida para que ela chegue ao maior número de pessoas. No entanto, nessa arquitetura das plataformas digitais, marcada pela formação de bolhas informacionais, nem sempre as mensagens alcançam públicos externos ao grupo político que as compartilha. Em muitos casos, ocorre justamente o contrário.

Com a formação dessas bolhas, os algoritmos tendem a direcionar conteúdos alinhados às preferências individuais dos usuários, privilegiando aquilo que desperta sua atenção e aumenta sua permanência nas plataformas digitais. Dessa forma, indivíduos passam a consumir conteúdos cada vez mais compatíveis com seus

⁹²O trabalho realizado por Barreira (1998) descreve de maneira bastante elucidativa o funcionamento dessas atividades de campanha durante a década de 1990.

próprios posicionamentos, o que reduz as chances de contato com perspectivas diferentes.⁹³

Assim, além do objetivo de obter visibilidade e adesão para determinada narrativa ou posição política, a guerrilha digital surge também como uma tentativa de furar essas bolhas e fazer com que os conteúdos produzidos obtenham um maior alcance e engajamento do que os conteúdos adversários. No campo político, essa lógica de disputa por centralidade não é nova, mas foi amplificada pela própria lógica das plataformas digitais. A guerrilha digital pode ser compreendida, portanto, como uma prática voltada à conquista de visibilidade, adesão e circulação para determinadas narrativas, ideologias e posições políticas dentro e fora das próprias bolhas comunicacionais. Integrar essa disputa tornou-se, assim, uma das estratégias de enfrentamento adotadas pela esquerda na campanha de 2022.

A visibilidade dentro da bolha política é importante para manter a coesão do grupo. Cesarino (2020) nos mostra a existência de uma rede de compartilhamento de conteúdo no WhatsApp que não possuem necessariamente o objetivo de converter eleitores adversários, mas retroalimentar uma cadeia de informação responsável por manter as bases políticas coesas. Já a visibilidade para além das bolhas ocorre para que determinados conteúdos alcancem pessoas que possam aderir à ideia promovida, inclusive através dos próprios opositores.

Um exemplo claro disso foram as inúmeras ocasiões em que pessoas influentes de esquerda engajaram criticamente conteúdos bolsonaristas, contribuindo involuntariamente para sua disseminação e ampliando sua notoriedade dentro e fora da bolha da extrema-direita. Empoli (2022) auxilia a perceber que a guerrilha digital é, também, uma disputa de narrativas, em que muitas vezes uma realidade paralela é construída e questões antes tomadas como consenso ganham novos significados.

Fazer com que determinada discussão seja comentada pela maior quantidade de pessoas dialoga com aquilo que as Análises de Redes Sociais (ARS) chamam centralidade: quanto mais central um agente é para o debate, maior tende a ser seu poder em termos de visibilidade (Marteleto, 2001). Nas plataformas digitais, entretanto, não são apenas indivíduos que podem assumir centralidade, mas também narrativas específicas, capazes de fortalecer ou enfraquecer determinados atores políticos a depender do seu conteúdo.

⁹³Zuboff (2021) discute como os algoritmos atuam também como mecanismos de predição, orientando e direcionando cada vez mais as tomadas de decisão dos indivíduos.

Em 2022, a guerrilha digital se tornou ainda mais acirrada após o primeiro turno, quando o resultado confirmou Lula e Bolsonaro como os candidatos do segundo turno. A plataforma X, à época denominada Twitter, passou a ser ocupada por inúmeras publicações referentes ao suposto envolvimento de Jair Bolsonaro em rituais satânicos e maçônicos, conteúdos que ganharam ampla repercussão e protagonismo nas plataformas digitais. “Bolsonaro satanista”, “maçonaria” e “satanismo” estiveram entre os assuntos mais comentados dos *trending topics*⁹⁴, acompanhados por inúmeros memes relacionados a esse tema.

De maneira semelhante, o episódio que envolveu a fala de Bolsonaro sobre meninas venezuelanas mobilizou intensamente as plataformas digitais, repercutido inclusive, na propaganda eleitoral televisiva. Soma-se a isso outros episódios explorados pela campanha petista, como o caso em que Roberto Jefferson atirou na Polícia Federal⁹⁵, a perseguição armada que a deputada Carla Zambelli fez a um homem negro no centro de São Paulo⁹⁶, às vésperas da eleição, e as falas de Paulo Guedes sobre o salário mínimo⁹⁷.

Esses episódios tornaram-se centrais para a guerrilha digital articulada pela esquerda durante o segundo turno e contribuíram para colocar a campanha petista em posição de maior centralidade no debate político digital. Utilizando acontecimentos envolvendo adversários políticos, a rede comunicacional majoritariamente de esquerda passou, em determinados momentos, a pautar parte significativa das discussões que circulavam nas plataformas digitais. Diante desses episódios, a postura da campanha petista deixou evidente que não apenas dispunha de um aparato mais robusto do que em 2018, mas também buscava disputar de maneira mais intensa os espaços digitais.

Conforme discutido anteriormente, as plataformas digitais tornaram-se ambientes férteis para a ascensão da extrema-direita no Brasil e no mundo. Dessa maneira, ao pensar em uma estratégia política voltada para a disputa eleitoral digital, a esquerda não poderia ignorar os acontecimentos de 2018, especialmente porque a

⁹⁴Trending Topics era o nome dado à lista dos assuntos mais comentados do Twitter.

⁹⁵Disponível em: <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2022/10/24/roberto-jefferson-descumpre-decisao-da-justica-e-atira-contr-pf-leia-perguntas-e-respostas.ghtml>. Acesso em: 13 jul. 2023.

⁹⁶Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2022/10/29/grupo-denuncia-carla-zambelli-por-racismo-em-caso-que-ela-apontou-arma-para-homem-em-sp-eles-usaram-um-negro-pra-vir-em-cima-de-mim-diz-a-deputada.ghtml>. Acesso em: 13 jul. 2023.

⁹⁷Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2022/10/20/guedes-confirma-plano-de-desvincular-salario-minimo-da-inflacao-mas-nega-que-objetivo-seja-reajuste-menor.ghtml>. Acesso em: 13 jul. 2023.

forma como Bolsonaro utilizou tais ambientes em sua primeira eleição se tornou um marco importante, reverberando inclusive no comportamento de seus candidatos.

Em 2018, uma figura central da campanha bolsonarista foi Carlos Bolsonaro, filho do ex-presidente e vereador pela cidade do Rio de Janeiro. Sua importância foi reconhecida publicamente em diversos momentos, inclusive na cerimônia de posse presidencial, quando acompanhou Jair Bolsonaro no carro oficial ao lado de Michelle Bolsonaro, rompendo protocolos tradicionalmente estabelecidos. O gesto simbolizava o reconhecimento ao papel desempenhado por Carlos na coordenação da campanha digital bolsonarista.

Além de possíveis ilegalidades apontadas pela jornalista Patrícia Campos Mello⁹⁸, um dos principais êxitos da campanha de Bolsonaro foi a eficácia no manejo das plataformas digitais⁹⁹. Entre as estratégias adotadas, destacava-se a capacidade de operar dentro da lógica da economia da atenção, capturando o interesse dos usuários por meio de conteúdos altamente compartilhados, independente de sua veracidade. O objetivo central não era necessariamente informar, mas garantir que o conteúdo fosse visto, comentado e reproduzido.

Para prender a atenção dos eleitores, frequentemente recorre-se às emoções, sobretudo negativas, como a raiva e a indignação. Empoli (2022) e Bruzzone (2022) demonstram como esses sentimentos podem ser compreendidos como motores centrais da disseminação de conteúdo político nas plataformas digitais. Fisher (2023, p.208), por sua vez, destaca que pesquisadores identificaram que termos morais e emotivos sobrepunham a atenção das pessoas independentemente do contexto: quanto maior a presença desses elementos, maiores as chances de os conteúdos prenderem a atenção dos usuários.

Quando nos deparamos com algo considerado errado ou injusto, tendemos a reagir. Nas plataformas digitais, críticas, indignação e comentários aumentam a circulação de conteúdos, ainda que de forma negativa. Na lógica dos algoritmos, quanto mais um conteúdo é comentado e compartilhado, maior tende a ser sua visibilidade. Essa foi uma das grandes estratégias mobilizadas por Bolsonaro desde

⁹⁸Em *A máquina do ódio: notas de uma repórter sobre fake news e violência digital* (2020), a jornalista expõe uma estrutura responsável pela divulgação de notícias falsas e pelo assédio contra integrantes da mídia, sobretudo mulheres.

⁹⁹A eleição de Jair Bolsonaro foi resultado de diversos fatores articulados entre si, não podendo ser atribuída apenas ao manejo das plataformas digitais. No entanto, buscando manter o foco desta pesquisa e diante da impossibilidade de explorar todas as questões que contribuíram para sua chegada à presidência, o recorte desta análise concentra-se na eficácia do uso dessas plataformas pela direita.

sua pré-candidatura à presidência: investir massivamente em conteúdos capazes de provocar repercussão constante nas plataformas digitais e projetá-los como alternativa política viável.

Rose McDermott (2018) desenvolve uma reflexão importante sobre como lideranças podem utilizar estratégias de manipulação emocional para fazer com que a base de apoio se mantenha coesa e mobilizada para enfrentar o oponente.

But the very adaptability, flexibility and fluidity of emotional response also makes such mechanisms ripe for manipulation by skilled leaders who can engage them in entrepreneurial ways. In other words, leaders can take advantage of particular events to activate and mobilize followers by first signaling, and directing, particular emotional responses down desired channels. By recognizing the ways in which particular environmental cues and circumstances, such as un-fairness or injustice, can elicit specific emotional response, leaders can marshal ingrained responses of anger or fear for political purposes. In this way, leaders can leverage the behavioral tendencies which follow from particular emotions to motivate followers for purposes distinct from those the particular emotion originally evolved to serve (McDermott, 2018, p. 4).

The strategic deployment of anger or fear accomplishes the two simultaneous forms of group consolidation that every successful leader needs to achieve in order to accomplish his goals. First, it helps promote and maintain the in-group solidarity that is essential for maintaining in-group cohesion and co-operation so that the group does not dissolve internally. [...] But it also, at the same time, fosters out-group hostility and generates the kind of hostile opposition to out-groups that often proves so difficult for leaders to coordinate without providing immediate material benefits to those who bear the greatest costs of conflict, whether such fights are material or political in nature (McDermott, 2018, p. 7).

In a similar fashion, leaders can utilize or manipulate environmental events and threats so as to activate these psychological dynamics by strategically activating anger by creating or identifying violations against group welfare. In this way, the instinctual retaliatory behavior against opponents is provoked. Although it is by no means the only emotion that can be effectively manipulated and employed by leaders, anger is one of the easiest to provoke, and one of the most effective for mobilizing action against opponents. As a result, leaders often employ the very effective strategy of provoking outrage to consolidate support and coordinate opposition (McDermott, 2018, p. 7-8).

Exemplos empíricos do que a autora descreve puderam ser observados de maneira recorrente nas últimas eleições. Bolsonaro mobilizou negativas, como raiva e indignação, para consolidar sua base eleitoral. Não à toa, era possível identificar o que seus eleitores: “Ideologia de gênero”, feminismo, corrupção, violência, entre outros temas constantemente acionados no debate público. Nesse contexto, o bolsonarismo mobilizou sua base muito mais pela construção de inimigos comuns do que pela apresentação de um projeto político.

Eram capazes de conduzir uma população relutante para a guerra por meio do terror e da indução a um fanatismo xenófobo. Eles lançaram mão dos instrumentos mais diversos. Inventaram, por exemplo, que os humanos

cometiam uma série de atrocidades, como arrancar os braços dos bebês belgas, e toda sorte de fatos horripilantes que ainda podem ser encontrados em alguns livros de história. (Chomsky, 2013, p. 12-13)

No trecho anterior, Chomsky (2013), ao discutir as estratégias de propaganda utilizadas na Primeira Guerra Mundial, demonstra como líderes políticos utilizaram técnicas capazes de insuflar um histerismo a partir de propaganda patrocinada pelo Estado, responsável por manipular a opinião pública sobre os mais diversos assuntos, sobretudo aqueles relacionados à guerra. Bruzzone (2022) também evidencia como a propaganda alicerçada em mentiras foi crucial para que as ditaduras latino-americanas pudessem esconder as violências cometidas pelos regimes.

Essas distorções dos fatos, que não são novidade na arena política, ganharam enorme protagonismo nas campanhas bolsonaristas e passaram a ser popularmente conhecidas como “*fake news*”. No entanto, é importante frisar que se diferenciam do que Chomsky (2013) menciona pelo fato de não serem instrumento a frutos de uma política de Estado, mas de repertórios mobilizados muitas vezes contra instituições estatais, como o Supremo Tribunal Federal.

Nesse sentido, alinho-me:

ao entendimento de notícias falsas como um repertório de ação política mobilizado por muitos cidadãos de modo proposital, invalidando críticas ou interferindo em controvérsias que prejudicariam seu candidato, em nome de um “bem maior” que justifica os riscos de colaborar com mentiras ou torna os cidadãos indiferentes a esses riscos (Santos; Santos, 2019, p. 49).

Assim, as *fakes news*, enquanto *repertório de ação política*, estiveram presentes tanto nas eleições de 2018 quanto nas de 2022. Além dos textos, vídeos e áudios, inúmeras imagens manipuladas circularam massivamente nas plataformas digitais, funcionando como instrumentos de ataque aos adversários políticos, sobretudo ao Partido dos Trabalhadores e figuras associadas ao campo da esquerda.

Fotos manipuladas, como as imagens posteriormente anexadas, são exemplos de *fake news* amplamente difundidas nas plataformas durante as eleições de 2018, alimentando um sentimento de indignação que mobilizava eleitores a votar em Bolsonaro. Essa prática reforçava a lógica da guerrilha digital no período eleitoral.

Figura 38– Imagem verdadeira e imagem manipulada de Manuela D'Ávila



Fonte: Autor desconhecido

Fisher (2023, p. 215) comenta que as *fakes news* conseguiram produzir um grito nacionalista extremamente envolvente, que agradava individualmente cada leitor e que, no campo das notícias, virou verdade absoluta, deixando para escanteio a grande mídia, que passou a ser acusada de complô e de manipular a realidade. As publicações das plataformas digitais, sem qualquer tipo de checagem, passaram a ser a fonte de informação de um número exorbitante de pessoas.

Essas mobilizações foram amplificadas pelas próprias plataformas e pelo uso de dados dos usuários. Bruzzone (2022) menciona que a campanha de Donald Trump em 2016, por exemplo, conseguiu produzir mais de 175 mil versões distintas de um mesmo conteúdo no Facebook, adaptando mensagens ao perfil de diferentes eleitores. Ou seja, não bastava criar conteúdos políticos, era necessário também direcionar ao público correto. Esse direcionamento é possível pela constante coleta de dados feita a partir das interações dos próprios usuários. Curtidas, compartilhamentos e comentários permitem a construção de perfis e, conseqüentemente, o direcionamento estratégico de conteúdo, lógica explorada pelas plataformas de publicidade, analisadas por Srnicek (2017).

Assim, através da constante criação, publicação, compartilhamento e direcionamento de conteúdos eleitorais, as plataformas digitais viraram verdadeiras arenas políticas e protagonizaram os embates entre as guerrilhas digitais. Como Moraes (2024) pontuou, esse movimento não inteiramente orgânico, pois contava com

núcleos políticos, financeiros e de produção e divulgação de material. Em 2022, o enfrentamento feito pelo PT frente à máquina comunicacional digital bolsonarista delineou um cenário diferente daquele observado em 2018. Primeiramente, pela linha de frente jurídica do partido, responsável por acionar o Tribunal Superior Eleitoral na tentativa de remover conteúdos falsos, punir contas que difundiam desinformação e reduzir os impactos desse tipo de prática nas plataformas.

O que mudou em relação a 2018 foi que os advogados perceberam que, além da parte jurídica, precisariam de suporte da parte digital, o que não ocorreu na eleição passada. Era necessário que tivessem com eles uma expertise em redes sociais. “Conversando com o Marcos Carvalho, surgiu esse trabalho comum”, disse Zanin. “Ele nos subsidiou com muitos dados das redes que foram importantes para ganharmos essa guerra.” A equipe de Carvalho, segundo Zanin, acompanhava com precisão não só o que circulava de notícias falsas e desinformação. Mas permitiu traçar um caminho de como essas *fake news* estavam se reproduzindo e quais os perfis que estavam sendo relevantes na produção e disseminação da desinformação. “A gente tinha ali movimento permanente, desde o início da campanha. Era um trabalho multidisciplinar para se acompanhar o caminho de circulação das *fake news* e, dessa forma, nortear uma atuação estratégica para combatê-las (Dieguez, 2022, online).

O trecho acima, retirado da reportagem escrita por Consuelo Dieguez, evidencia o aparato multidisciplinar organizado pelo Partido dos Trabalhadores para conter os danos provocados pela circulação massiva dos conteúdos desinformativos promovidos por setores bolsonaristas. Ainda que tal estrutura não tenha eliminado completamente essas práticas, demonstrou um nível de organização e amadurecimento político significativamente maior do que aquele observado em 2018.

Aliado a esse aparato jurídico, que atuava de maneira defensiva, houve também um movimento mais direto e combativo nas plataformas digitais, responsável por parte significativa dos embates travados no contexto da guerrilha digital. Conhecido como “janonismo cultural”, esse fenômeno será discutido no subtópico a seguir.

6.3.1 Janonismo Cultural como fenômeno político-digital

Foram discutidas algumas formas de enfrentamento propostas pela esquerda ao longo do período eleitoral de 2022, que tinham como objetivo neutralizar e enfrentar a extrema-direita nas plataformas digitais. Um dos fenômenos que ganhou maior destaque nesse contexto foi a guerrilha digital articulada em torno da figura do deputado federal André Janones.

André Janones (AVANTE) é advogado e deputado federal. Foi eleito pela primeira vez em 2018 e, quatro anos depois, garantiu a reeleição. Ganhou notoriedade pública através da participação que teve na greve de caminhoneiros em 2018¹⁰⁰ e, também, em decorrência de vídeos sobre o auxílio emergencial, que viralizaram no Facebook, dentre eles uma *live* que se tornou a mais comentada do mundo ocidental¹⁰¹. Com a popularidade em alta, em 2022 anunciou que seria candidato à presidência da República, no entanto, retirou a candidatura em agosto do mesmo ano e declarou apoio a Luiz Inácio Lula da Silva. Janones acumula milhões de seguidores nas plataformas digitais, principalmente no Facebook, e seus vídeos frequentemente conseguem alcançar muitos usuários, o que o torna uma figura importante nas disputas políticas digitais.

Um dos recursos metodológicos da pesquisa consiste na observação de algumas dinâmicas que ocorrem nas plataformas digitais. Nesses ambientes, diuturnamente ocorriam embates nos mais diversos formatos: através de vídeos, imagens, memes, mensagens escritas, entre outras possibilidades que compõem o repertório comunicacional digital, com ênfase na X (ex-Twitter). O tom desses debates variava bastante. Em alguns momentos, apareciam críticas com argumentos dotados de maior racionalidade científica¹⁰²; em outros, predominava uma comunicação simples¹⁰³, curta e que se caracterizava por forte agressividade direcionada aos adversários, fazendo com que a discussão frequentemente deixasse de se concentrar

¹⁰⁰O portal *El País* publicou uma matéria sobre a ascensão meteórica de Janones nas plataformas digitais após sua participação na greve dos caminhoneiros. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/05/30/politica/1527634765_190558.html. Acesso em: 17 maio 2023.

¹⁰¹O portal *Estadão* noticiou o momento em que Janones realizou a *live* mais comentada no mundo ocidental. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/politica/deputado-defende-auxilio-de-r-600-e-live-vira-a-mais-comentada-no-mundo-ocidental-no-facebook/>. Acesso em: 17 maio 2023.

¹⁰²Era possível observar debates sobre temas em evidência na campanha eleitoral que mantinham relação direta com os embates centrais da disputa política. Por exemplo, quando a discussão envolvia privatização, alguns integrantes, dotados de certa cordialidade, debatiam possíveis benefícios e malefícios dessa proposição diante da realidade brasileira. Em determinados casos, era possível inclusive observar a utilização de conceitos e autores científicos nessas interações. Tratava-se de situações em que o embate se apresentava de maneira mais amistosa.

¹⁰³É importante ressaltar a relevância da estrutura da plataforma X possui na formação desse tipo de debate. O canal de comunicação possui um limite de caracteres, o que faz com que a comunicação fique condicionada a uma quantidade de palavras que varia de acordo com o plano aderido pelo usuário. Um perfil comum, por exemplo, pode publicar mensagens com até 280 caracteres. Essa limitação imposta pela estrutura da plataforma restringe a possibilidade de realização de debates mais complexos, uma vez que as discussões passam a ser condicionadas a respostas curtas e simplificadas.

no tema originalmente discutido¹⁰⁴. É nesse último formato que se constitui o “janonismo cultural”.

Algo que desde o princípio do ano eleitoral despertava minha atenção eram os anúncios de apoio aos candidatos realizados por pessoas com forte influência digital. Tendo em vista o baixo desempenho petista nas plataformas digitais em 2018, era notório que o Partido dos Trabalhadores precisaria fortalecer sua comunicação digital. Nesse contexto, uma questão constantemente surgia: como o partido conseguirá capitalizar politicamente o apoio dessas figuras influentes? O apoio de cantora Anitta à candidatura de Lula, por exemplo, gerou ampla repercussão nas plataformas, ocupando os *trending topics* da X e contribuindo para a circulação de inúmeros memes compartilhados ao longo de semanas.

Em um primeiro momento, o apoio de Janones à candidatura de Lula foi noticiado sem tanto alarde pelos veículos de imprensa. Apesar do bom desempenho do deputado, aparentemente muitos analistas não o percebiam como uma peça-chave para a campanha. No entanto, no decorrer do processo eleitoral, sua atuação se mostrou extremamente relevante para a disputa política digital de 2022.

A estratégia desenvolvida pelo deputado passou a ser chamada publicamente de “janonismo cultural”, expressão amplamente usada por jornais e agentes políticos que acompanhavam e noticiavam os desdobramentos da guerrilha digital que monopolizou o debate político no período eleitoral. É importante destacar, entretanto, que o termo não constitui uma categoria analítica consolidada, sendo uma denominação produzida e reivindicada pelo próprio parlamentar para descrever sua atuação naquele contexto.

Para entender melhor como isso se constituiu, é necessário retomar alguns aspectos do *modus operandi* bolsonarista e das marcas deixadas por sua atuação política digital a partir de 2018. Pode-se falar, nesse sentido, de uma comunicação política digital pós-Bolsonaro. O marketing personalizado, potencializado pelo uso de algoritmos, tornou-se um elemento central das campanhas eleitorais contemporâneas, como demonstra Bruzonne (2022). O autor destaca a possibilidade

¹⁰⁴Esse tipo de debate era o mais recorrente durante a campanha eleitoral. As interações eram marcadas pelo uso de palavras pejorativas e frequentemente direcionavam ofensas aos enunciadores da discussão. Dificilmente os interlocutores se atentavam à problemática central do tema ou elaboravam debates mais complexos.

de construção de campanhas políticas individualizadas, enfatizando características, valores e interesses de cada segmento.

No campo do político, algum grau de direcionamento sempre existiu. Historicamente, propagandas eleitorais já eram pensadas de acordo com os públicos que se desejava atingir. No entanto, essa lógica se torna mais latente nas plataformas digitais em razão da velocidade de circulação dos conteúdos, da enorme quantidade de publicações produzidas diariamente e da capacidade algorítmica de segmentação dos usuários. Essa personalização crescente amplia o potencial de crescimento eleitoral, uma vez que contradições anteriormente vistas como negativas passam a coexistir sem necessariamente comprometer a adesão política do eleitorado. Em outras palavras, conteúdos diferentes podem ser direcionados a públicos distintos sem que entre em choque.

Em algum momento, alguém pode questionar, por exemplo, como Bolsonaro, que se diz cristão, elogia figuras associadas à torturadora, como Carlos Alberto Brilhante Ustra¹⁰⁵. Entretanto, o impacto negativo dessa aparente contradição parece ser mínimo se comparado ao alcance positivo que as mensagens direcionadas a públicos específicos podem ter. Isso porque elas, graças ao direcionamento, dificilmente serão vinculadas juntas para um mesmo indivíduo. Não à toa, encontram-se entre os eleitores de Jair Bolsonaro tanto pessoas que defendem valores ligados ao amor cristão quanto indivíduos favoráveis à tortura policial e à pena de morte. Da mesma maneira, houve registros de simpatizantes bolsonaristas com referências ao nazismo¹⁰⁶, ao mesmo tempo em que parte da população negra também manifestava apoio ao ex-presidente, apesar de declarações de cunho racista¹⁰⁷.

A estrutura das plataformas, como já discutido anteriormente, possui contribuição decisiva para esse fenômeno da propaganda política, ainda que ela não seja produzida por estruturas institucionais formais. Janones parece ter compreendido essa lógica, o que se refletia na maneira distinta como utilizava cada plataforma. Sua comunicação na X, através de breves textos ou imagens, era bastante diferente da

¹⁰⁵Bolsonaro homenageia torturador. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/politica/bolsonaro-afirma-que-torturador-brilhante-ustra-e-um-heroi-nacional>. Acesso em: 22 maio 2023.

¹⁰⁶O secretário de Cultura do governo Bolsonaro, Roberto Alvim, reproduziu fala de um ex-ministro de Adolf Hitler. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/01/17/secretario-nacional-da-cultura-roberto-alvim-faz-discurso-sobre-artes-semelhante-ao-de-ministro-da-propaganda-de-hitler.ghtml>. Acesso em: 17 mai. 2023.

¹⁰⁷ Matéria jornalística que reúne algumas das diversas falas racistas de Jair Bolsonaro. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/02/bolsonaro-acumula-frases-preconceituosas-contra-diferentes-alvos-relembre.shtml> Acesso em: 17 maio 2023.

forma como ele se comunicava no Facebook, ambiente em que predominavam principalmente vídeos e *lives*.

Quando Paulo Guedes, ministro da Economia, afirmou na reta final da campanha que pretendia alterar a política de reajuste do salário-mínimo, fazendo com que os aumentos passassem a considerar a inflação do ano corrente e não do ano anterior, Janones publicou inúmeros vídeos afirmando que aposentadorias teriam seus valores reduzidos. Ainda que a informação tenha sido considerada distorcida e o deputado acusado de disseminar informação falsa¹⁰⁸, os conteúdos direcionados ao público aposentado alcançaram ampla circulação nas plataformas digitais, gerando forte repercussão entre os usuários.

Mais do que nunca, e impulsionada pelas plataformas digitais, a propaganda política passou a ser produzida de acordo com os valores daqueles que se deseja atingir. Um cristão que consumisse conteúdos religiosos poderia ser exposto a publicações sobre uma suposta intenção de Lula de fechar igrejas; posteriormente, poderia encontrar imagens associando Bolsonaro à defesa do cristianismo. Da mesma forma, um policial que consumisse conteúdos referentes à violência urbana provavelmente receberia conteúdos que associavam Lula ao crime organizado, enquanto dificilmente seria impactado por conteúdos relacionando Bolsonaro às milícias.

Figura 39 – Lula ao lado de satanás e Bolsonaro ao lado de Jesus



Fonte: publicação retirada da conta da deputada federal Carla Zambelli (PL) na plataforma X

¹⁰⁸Matéria jornalística sobre a vinculação, por André Janones, de vídeo com conteúdo enganoso. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/e-enganoso-que-paulo-guedes-anunciou-reducao-em-aposentadorias/>. Acesso em: 17 mai. 2023.

A imagem acima exemplifica um dos formatos de conteúdos frequentemente direcionados às pessoas cristãs, sobretudo aos usuários mais velhos. Publicações como essa evidenciam aquilo que Moraes (2024) aponta ao afirmar que parte da estratégia dos grupos extremistas nas plataformas digitais se baseava no pânico moral relacionado à defesa da cultura cristã ocidental. Por mais simplório ou grosseiro que determinado conteúdo possa parecer, quando direcionado ao público adequado, adaptado à linguagem apropriada e impulsionado pelos algoritmos, tende a alcançar níveis significativos de circulação.

Entendendo essa lógica, logo após o resultado do primeiro turno das eleições de 2022, a plataforma X foi inundada de memes que associavam Jair Bolsonaro a rituais satânicos. Foi principalmente no segundo turno, a partir da *hashtag* “Bolsonaro Satanista”, que o “janonismo cultural” ganhou ainda mais força nas plataformas digitais.

Figura 40 – Memes que circularam associando Bolsonaro a Satanás



Fonte: Autor desconhecido

Como mencionado anteriormente, setores da esquerda historicamente demonstravam resistência em disputar as plataformas digitais utilizando estratégias semelhantes às mobilizadas pelo bolsonarismo, ainda que esse tipo de conduta pudesse ser observada de maneira pontual e individual. Em 2022, contudo, apesar das controvérsias internas e das resistências existentes dentro do próprio campo

progressista, conteúdos falsos, distorcidos ou sensacionalistas passaram a circular com maior intensidade também em setores da esquerda. Imagens produzidas de maneira aparentemente amadora, mas com forte potencial de adesão entre os internautas, passaram a ocupar inclusive grupos de WhatsApp, fazendo com que, em alguns momentos, a campanha de Jair Bolsonaro precisasse assumir uma postura mais defensiva.

Pautar o debate é um dos principais objetivos da guerrilha digital. Como destaca Nunes (2022), fazer com que os outros trabalhem involuntariamente aumentando o engajamento sobre determinados assuntos, é uma estratégia extremamente eficaz nas plataformas digitais. Em pouco tempo, as práticas lideradas por André Janones passaram a ocupar espaço privilegiado nos jornais. Em outubro de 2022, por exemplo, o *Portal Uol* publicou uma reportagem intitulada “Janones adota tática bolsonarista e espalha *fake news*”¹⁰⁹.

A aproximação entre estratégias comunicacionais usadas por Janones e aquelas utilizadas pelo bolsonarismo foi reconhecida, inclusive, pelo próprio deputado, que possuía como *slogan* a frase: “para combater o bolsonarismo de igual pra igual, Janones Federal”¹¹⁰. Nesse contexto, “a desinformação consiste em uma expressão da disputa política que se desenvolve centralmente a partir de uma nova estrutura de mediação social em torno da internet plataformizada”, como enfatiza Martins (2024, p.332)

Em uma entrevista concedida ao Instituto Conhecimento Liberta (ICL)¹¹¹, exibida em março de 2023, Janones afirmou que o manejo das plataformas digitais, desde sua ascensão política durante a greve dos caminhoneiros até as eleições de 2022, inicialmente era realizado maneira intuitiva, até que passou a compreender que havia um método relativamente estruturado para disputar visibilidade e engajamento nesses ambientes.

Segundo o parlamentar, esse método envolve alguns elementos centrais:

1. *A atualidade das postagens*. As publicações devem acompanhar os assuntos mais comentados do momento. Para Janones, é necessário diferenciar aquilo

¹⁰⁹Matéria disponível em: <https://noticias.uol.com.br/eleicoes/2022/10/12/tatica-eleitoral-janones-redes-sociais.htm>. Acesso em: 19 mai. 2023.

¹¹⁰Janones comenta sobre o *slogan* utilizado em publicação na plataforma X. Disponível em: <https://twitter.com/AndreJanonesAdv/status/1577486610123223040>. Acesso em: 19 mai. 2023.

¹¹¹Entrevista completa disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=_czxJ0kxN3k. Acesso em: 19 mai. 2023.

que é importante do que é urgente, pois nem todo tema socialmente relevante gera o engajamento desejado pelos algoritmos. Além disso, a leitura constante dos comentários funciona como um “termômetro” capaz de orientar ajustes estratégicos na comunicação digital.

2. *O título da publicação.* As mensagens precisam capturar imediatamente a atenção dos usuários, o que explica a popularização de expressões alarmantes como “URGENTE”, “GRAVE” ou “IMPORTANTE”. Empoli (2022) demonstra como esse formato se tornou central para capturar atenção nas plataformas digitais.
3. *A humanização da comunicação.* Para Janones, cada plataforma exige uma linguagem específica. O público do Facebook difere daquele presente na X, exigindo uma adaptação discursiva. Além disso, quanto menos impessoal parecer a comunicação, maiores tendem a ser os níveis de identificação dos usuários. O deputado usa como exemplo o fato de Bolsonaro frequentemente se comunicar por meio de áudios pessoais no Whatsapp, enquanto a campanha de Lula recorria, em alguns momentos, a materiais excessivamente profissionalizados. Nas plataformas digitais, o “amadorismo” pode produzir autenticidade e proximidade com os eleitores.
4. *A constância das publicações.* Estar continuamente presente nas plataformas digitais é fundamental. A política contemporânea passa a ser acompanhada em tempo real, de maneira semelhante à lógica de um reality show, apontada anteriormente como exemplo. Quanto maior a frequência de publicação e engajamento, maiores tendem a ser os níveis de visibilidade garantidos pelos algoritmos. Nesse contexto, inclusive, críticas e ataques podem ampliar o alcance de determinados atores políticos, como ocorreu com Bolsonaro durante a circulação da hashtag #EleNão em 2018.

Esses pontos destacados por André Janones evidenciam algumas noções do marketing político digital. Assim como existiam profissionais responsáveis por elaborar as campanhas de televisão e rádio, consolidou-se também a necessidade de especialistas capazes de compreender as dinâmicas algorítmicas e comunicacionais desses ambientes.

Com base nas observações realizadas na plataforma X, é possível destacar três estratégias utilizadas por Janones que favoreceram a campanha de Lula de 2022:

- 1) A constante promoção de *hashtags*, como #JANONESEUAUTORIZO, que mesmo após as eleições vez ou outra ainda ocupa um lugar privilegiado nos *trending topics* da plataforma X. Através dela, diversos conteúdos positivos para a campanha de Lula e negativos para Bolsonaro eram condensados em um mesmo lugar digital. Quando estava em evidência, os algoritmos privilegiavam o alcance de conteúdos ligados a ela.
- 2) A produção de campanhas negativas contra os adversários, principalmente ligadas a valores morais. No período eleitoral, um dos mais notórios exemplos foi um vídeo em que acusava Bolsonaro de ter feito comentários de cunho sexual contra meninas venezuelanas menores de idade.
- 3) A difusão de discursos desmobilizadores voltados para os adversários, enfatizando constantemente pesquisas eleitorais que apontavam para a vitória de Lula e rumores de conflitos internos na campanha bolsonarista.
- 4) O ataque direto a adversários políticos, através de memes, respostas rápidas e embates públicos com figuras como Nikolas Ferreira, que deslocava parte da atenção digital para esses conflitos, diminuindo os esforços empreendidos no ataque à campanha de Lula.

Diante desses esforços, Janones se tornou uma figura central para a campanha de Lula por ser um dos poucos apoiadores de esquerda com alto nível de engajamento nas plataformas digitais e capacidade efetiva de enfrentar o bolsonarismo. A crítica realizada posteriormente pelo deputado sintetiza esse fato:

Ao longo da campanha, escutei algumas vezes que minha comunicação no Facebook “baixa o nível”. Eu baixo o nível por não fazer lives produzidas, por usar uma linguagem popular ou por publicar textos e imagens que não passam por um crivo tão subjetivo como o “bom gosto”? O que sei é que falo de maneira que as pessoas entendem. E principalmente: obedeco a regras básicas da comunicação em redes sociais, em vez de fechar os olhos pra elas. Já ouviu a frase “a crise é estética?”, para falar da ascensão da extrema direita nos últimos anos? Ora, isso é pedantismo. Acho que está na hora de descer do salto alto – e falo aqui especificamente da esquerda e do campo progressista em geral. (Janones, 2023, p. 137)

A fala acima acusa a esquerda de um certo purismo comunicacional e de resistência em disputar as plataformas digitais a partir das lógicas que estruturam esse ambiente, com o receio de diminuir o nível do debate público. Nesse sentido, o “janonismo cultural” marcou ruptura importante na forma como parte da comunicação política petista vinha sendo realizada até então.

Levando em consideração que um dos principais objetivos da guerrilha digital consiste em pautar o debate público e, assim, garantir visibilidade nas plataformas digitais, é possível afirmar que o janonismo mostrou-se bastante eficaz nesse quesito. No entanto, do ponto de vista ético e democrático, essa estratégia também levanta problemáticas sobre desinformação e degradação do debate público, aspecto que ajuda a compreender parte da resistência existente dentro do próprio Partido dos Trabalhadores em relação a esse tipo de prática.

6.3.2 André Janones e a reorganização da campanha digital de Lula

O livro escrito por André Janones, intitulado de *Janonismo Cultural: o uso das redes sociais e a batalha pela democracia no Brasil (2023)*, narra a aproximação do deputado com a campanha petista e sua participação na atuação digital desenvolvida durante o pleito de 2022. Segundo o relato do parlamentar, quando decidiu retirar a própria candidatura para apoiar Lula, não havia definição clara sobre qual seria seu papel na campanha petista. No entanto, a própria forma como o apoio foi anunciado, através de uma *live*, evidenciou as possibilidades e os caminhos de atuação que poderiam emergir daquela aliança.

No contexto eleitoral, coexistiam, de um lado, Janones, jovem deputado com grande alcance nas plataformas digitais, e, de outro, quadros mais consolidados do Partido dos Trabalhadores, como Lula, que, apesar da ampla popularidade e da vantagem significativa nas pesquisas de opinião¹¹², eram assombrados pela derrota que sofreram nas redes e nas urnas em 2018. Segundo Janones (2023), o pessimismo em relação à disputa nas plataformas digitais era tão grande que, em determinados momentos, a derrota nesses ambientes parecia inevitável por parte da campanha petista. O deputado, no entanto, discordava dessa avaliação e acreditava que o entendimento do funcionamento das plataformas digitais, aliado a uma atuação conjunta, poderia enfrentar com eficácia o arsenal bolsonarista encontrado no campo digital (Janones, 2023).

Foi nesse contexto de aproximação com a campanha petista que André Janones ganhou protagonismo digital na corrida eleitoral de 2022. *Mas como,*

¹¹²Apesar de a diferença entre Lula e Bolsonaro ter sido pequena, 5,23% no primeiro turno e 1,8% no segundo turno, desde o início dos levantamentos as pesquisas de opinião apontavam Lula como favorito, com margens mais amplas que as observadas no resultado oficial.

efetivamente, ele ajudou no enfrentamento político digital proposto pela campanha de Lula? É possível destacar cinco pontos para entender como ocorreu essa intervenção:

- 1) a adoção de postura menos conservadora;
- 2) atuação mais ativa e ofensiva no debate digital;
- 3) protagonismo comunicacional;
- 4) demonstração de força nas plataformas digitais;
- 5) desmoralização e desmobilização dos adversários políticos.

Adotar uma **postura menos conservadora** nas redes sociais possibilitava que André Janones arriscasse estratégias capazes de trazer ganho de capital político à campanha de Lula, seja pelo potencial propositivo delas, seja pelo potencial de desmobilização e desestabilização das estratégias de campanha bolsonarista. Um exemplo importante foi o caso das garotas venezuelanas¹¹³, amplamente explorado no período eleitoral, evidenciando a adoção de uma postura pouco ortodoxa. Além da ofensiva realizada nas plataformas digitais, que associava Jair Bolsonaro a um comportamento pedófilo, o que por si só já causava um dano à imagem do adversário de Lula, Janones viajou até a cidade em que elas moravam, registrou sua presença na localidade e retornou para Brasília. O gesto, apesar de simples, produziu forte repercussão.

A estratégia teve efeitos importantes. Além de manter o debate acerca desse tema ativo, fez com que figuras da campanha bolsonarista, como a deputada Carla Zambelli, também viajassem até o local para tentar conter os danos à imagem do então presidente. Ou seja, ao mesmo tempo que estava desmobilizando as estratégias da deputada, ao afastá-la dos compromissos de campanha, a ação de Janones fez com que os adversários saíssem de uma postura ativa e passassem a uma postura defensiva, pautada pelo ataque proposto pelo parlamentar.

Apesar do êxito dessa ação, é importante ressaltar que a esquerda não era unânime com relação à atuação de André Janones. Eduardo Moreira, no prefácio do livro do deputado, menciona que mesmo antes da declaração oficial de apoio a Lula em 2022, já existiam críticas quanto a importância atribuída a participação de do parlamentar. Segundo Moreira, parte dos eleitores de esquerda *“tinham ainda*

¹¹³Durante a campanha eleitoral de 2022, Bolsonaro fez uma declaração sobre garotas venezuelanas, entre 14 e 15 anos. Ao afirmar que “pintou um clima” entre eles, a fala gerou uma repercussão negativa por parte da oposição. Em 2025, o ex-presidente foi condenado judicialmente em decorrência desse episódio. Para mais informações, ver: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/justica-do-df-condena-bolsonaro-por-fala-pintou-um-clima/>. Acesso em: 14 nov. 2025.

dificuldade de entender a importância do apoio de Janones para a vitória naquela eleição.” (Janones, 2023, p. 19).

Outro ponto importante foi a maneira como Janones ajudou a campanha de Lula a ter uma **atuação mais ativa e ofensiva no debate digital**. Em 2028, a postura defensiva do PT favorecia o bolsonarismo, que conseguia pautar o debate público digital com facilidade. Notícias falsas relacionadas ao chamado “kit gay”, por exemplo, eram disseminadas diuturnamente, enquanto setores da esquerda concentravam sua energia em responder e se defender de tais acusações. Com isso, acabavam frequentemente se tornando reféns do debate que era proposto por Bolsonaro.

Ao assumir uma postura que, em muitos momentos, ignorava os ataques e passava a produzir ofensivas próprias, Janones contribuiu para alterar essa dinâmica. Assim, a campanha petista deixou de utilizar tais espaços apenas para se defender e passou a disputar, também o protagonismo políticos nas plataformas, ajudando a pautar o que era discutido dentro e fora das redes.¹¹⁴.

Janones também contribuiu para aumentar a **demonstração de força** da campanha nas plataformas digitais. Sobretudo quando o antipetismo estava em alta no período próximo ao *impeachment* da presidenta Dilma, viam-se muitos conteúdos negativos contra o PT e as principais figuras políticas do partido, como Lula. Na plataforma X, por exemplo, *hashtags* como #LulaLadrão frequentemente ocupavam o topo dos assuntos mais comentados.

Pesquisas ligadas à Antropologia da Política, como a de Palmeira e Heredia (1995), demonstravam que eventos como comícios se constituem como rituais extremamente ricos e que evocam uma série de significados, entre eles a demonstração de força. Em muitas localidades, durante as eleições municipais havia uma disputa sobre o candidato que colocaria mais gente na rua. Não à toa, existia um investimento alto para esses eventos. Bandas famosas e figuras públicas eram convidadas, brindes eram distribuídos e outros entretenimentos voltados para cativar o maior número de pessoas para aquele evento eram proporcionados. Nesse contexto, atos esvaziados eram compreendidos como uma demonstração de

¹¹⁴Além das plataformas digitais, algumas dessas ofensivas também ganhavam espaço na mídia tradicional, como em uma reportagem publicada pelo *Jornal Estadão* sobre a fala de Bolsonaro acerca das garotas venezuelanas. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/politica/meninas-venezuelanas-fala-bolsonaro-video-live-pintou-clima-pedofilo/>. Acesso em: 14 nov. 2025.

fraqueza, a partir compreensão de que o candidato sequer foi capaz de fazer uma atividade eleitoral de êxito.

Nas plataformas digitais, existe uma lógica semelhante. Da mesma maneira que os comícios funcionavam como demonstração de força política, possuir uma rede de apoio ampla e que ocupe os espaços digitais também passou a representar a força e relevância no ambiente digital. Janones conseguiu explorar isso através da recorrência de publicações e do constantemente diálogo com os eleitores, que eram frequentemente mobilizados através de tarefas propostas por ele, como o uso da *hashtag* #JanonesEuAutorizo.

Outro caso que ilustrar essa lógica ocorreu durante a participação do presidente Lula no *podcast* Flow. Nesse dia, após imensa mobilização nas plataformas digitais, o até então candidato bateu o recorde de público simultâneo numa *transmissão ao vivo*, alcançando mais de 1 milhão de aparelhos conectados. Sobre esse episódio, Janones conta em seu livro que Lula comentou sobre os comícios estarem com públicos cada vez menores e foi respondido com a afirmação de que “hoje o senhor não coloca mais 100 mil pessoas num comício, mas pode colocar dezenas de milhões lhe assistindo simultaneamente pela internet.” (Janones, 2023, p.54)

A fala evidencia uma transformação importante na forma de demonstração de força política. Fazer com que usuários compartilhem, curtam e comentem conteúdos relacionadas à campanha, contribuía para impulsionar a presença digital de Lula e demonstrar que existia forte adesão política também nas plataformas digitais.

Além da demonstração de força, essa atuação servia também para **desmoralizar os adversários políticos**. Alguns parlamentares bolsonaristas influentes, como o deputado Nikolas Ferreira, foram alvos dessa estratégia de desmoralização. O apelido “chupetinha¹¹⁵”, amplamente difundido nas plataformas digitais, é um exemplo de estratégia promovida por grupos digitais articulados em torno de Janones que, em determinados momentos, alcançavam níveis de engajamento superiores que os de Nikolas Ferreira. Esse tipo de prática não necessariamente era convertido em voto, porém demonstrou eficácia ao proporcionar visibilidade à campanha de Lula e gerar desgaste para os adversários. A partir dessa

¹¹⁵Para entender a origem do apelido, ver: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2023/03/30/felipe-neto-apelido-nikolas-ferreira-chupetinha.htm>. Acesso em: 14 nov. 2025.

ação, era possível direcionar os indivíduos que acessavam os memes a outros tipos de conteúdos eleitorais relevantes, como as propostas eleitorais.

Outro ponto relevante foi o fato de André Janones assumir informalmente a linha de frente do embate político digital. Embora não ocupasse cargo oficial dentro da estrutura da campanha, o deputado atuava com relativa autonomia nas plataformas digitais, o que lhe permitia adotar estratégias comunicacionais mais agressivas sem comprometer diretamente a imagem de Lula.

Como Singer (2012) demonstra, o PT possui uma base eleitoral bem consolidada no Brasil. No entanto, diante de um cenário em que Bolsonaro dispunha da máquina federal, de forte influência das igrejas e de ampla presença nas plataformas digitais, Lula precisava restaurar os vínculos e recuperar parte desse eleitorado. Nesse contexto, Lula se concentrou em estratégias mais tradicionais, envolvendo viagens, alianças políticas e atos públicos. Enquanto Lula centrava suas ações no corpo a corpo, Janones assumia parte importante das disputas nas plataformas digitais. Essa divisão informal permitiu que a campanha petista ampliasse a capacidade de atuação simultânea em diferentes frentes.

Fica evidente, então, que a participação de André Janones foi importância para o enfrentamento político digital promovido pela campanha petista em 2022. Através dele, a campanha informal ligada a Lula passou a adotar uma postura menos conservadora, mais ofensiva e ativa na comunicação, o que contribuiu para uma desmoralização dos adversários e para o incentivo a uma maior coesão da militância digital petista. Além disso, sua presença permitiu que Lula pudesse concentrar maior energia na disputa eleitoral realizada fora dos ambientes digitais.

6.3.3 Dinâmica e funcionamento do Janonismo Cultural

A participação de André Janones na campanha petista teve uma relevância tão grande que o termo “janonismo cultural” passou a ser utilizado para nomear as ações realizadas pelo deputado durante o pleito de 2022. Um ano depois, a expressão nomeou um livro escrito pelo próprio parlamentar, em que ele narra sua participação na corrida eleitoral de 2022.

Na obra, o chamado janonismo cultural é apresentado como uma tática que possui três principais frentes: 1) a distração; 2) o ganho de votos; e 3) a mobilização. A primeira diz respeito à tentativa de fazer com que os adversários políticos se distraíssem com os ataques encabeçados pelo deputado. Em termos práticos, isso

contribuía para que o tempo antes utilizado para difundir campanha negativa contra Lula fosse utilizado para desmentir ou revidar algum ataque produzido por Janones.

A segunda frente era relacionada à tentativa de conversão de votos, que variava de acordo com as especificidades de cada plataforma digital. De acordo com o deputado, o ganho de voto ocorria com mais eficácia no Facebook, a partir dos vídeos que eram feitos e publicados em formatos de *live*. Além de ser a rede social em que o parlamentar possui uma base eleitoral mais consolidada, a própria estrutura da rede favorece a possibilidade de se estabelecer um debate, através de publicações que podem conter uma discussão mais complexa e amistosa e, conseqüentemente, favorecer algum tipo de convencimento político.

Isso não é visto na plataforma X, onde os caracteres das publicações são restritos e as discussões mais curtas, favorecendo um confronto mais objetivo, direto e menos propositivo, dificultando, assim, a conversão de votos. No entanto, era justamente nesse ambiente onde ocorriam os embates de maior intensidade, chamados pelo próprio deputado de “treta”, contra a campanha de Bolsonaro.

[...] O que é publicado no Facebook não vira notícia na mídia; o que é publicado no Twitter, sim. Não que o Twitter tenha mais usuários, mas porque lá está a elite social e cultural do país: políticos, artistas, formadores de opinião. [...] Curioso que o espaço virtual da elite, em que todos têm opinião formada, seja justamente a rede social da treta por excelência. O Twitter é a rede mais violenta que existe. Quem está lá busca lacrar, mitar – chame como quiser. [...] (Janones, 2023, p. 102)

Além da função relacionada à distração dos adversários, o trecho anterior evoca um ponto importante do janonismo cultural: a mobilização. Nesse aspecto, a X assumia uma posição privilegiada, justamente por ser uma plataforma ocupada por políticos profissionais, jornalistas, artistas e outras figuras públicas que participam ativamente do debate político nacional. É um espaço, portanto, marcado por intensa disputa política.

Diversos grupos organizados, utilizam a plataforma como um canal de mobilização, tanto positiva quanto negativa. A mobilização positiva atua em favor de determinada figura política ou narrativa. Um exemplo disso pode ser observado nas estratégias digitais de defesa de Jair Bolsonaro durante o caso envolvendo Fabrício Queiroz. Sempre que surgiam notícias desfavoráveis ao ex-presidente, diversos perfis mobilizavam conteúdos voltados à sua defesa. Situação semelhante também foi vista durante os períodos eleitorais, quando apoiadores atuaram na produção e circulação de propaganda positiva para Bolsonaro. A mobilização positiva

também foi realizada pela esquerda durante a campanha eleitoral de 2022. Por diversas vezes, páginas influentes no X, como a Choquei (@choquei), publicaram notícias relacionadas aos governos petistas anteriores, buscando gerar engajamento favorável à candidatura de Lula.

Já a mobilização negativa se refere à atuação desfavorável a uma pessoa ou narrativa. Tomemos como exemplo o caso envolvendo o assassinato do prefeito Celso Daniel¹¹⁶. Eventualmente, quando havia algum tipo de notícia desfavorável ao governo Bolsonaro, diversos perfis retomavam notícias sobre a morte de Daniel, na maior parte das vezes relacionando o homicídio ao Partido dos Trabalhadores e a Lula. Como consequência, o nome Celso Daniel frequentemente voltava aos *trending topics*, ganhando evidência na plataforma.

Na campanha eleitoral de 2022, Janones fez algo parecido nos episódios emblemáticos do segundo turno, especialmente no caso das garotas venezuelanas e nas publicações que associavam Bolsonaro à maçonaria. Nesses momentos, ele foi capaz de impulsionar grandes mobilizações no X, fazendo com que as temáticas circulassem de forma descentralizada, extrapolando sua própria figura e sendo reproduzida por milhares de usuários. Assim, a mobilização promovida pelo janonismo cultural também pode ser compreendida como uma ferramenta de coesão digital, uma vez que contribuiu para a atuação conjunta de grupos favoráveis a candidatura de Lula.

[...] ficou claro que minha atuação nos canais oficiais ficaria limitada a sugerir caminhos – aliás, pouco seguidos. Os casos que menciono nesse livro partiram das minhas próprias redes, com destaque para a trinca Facebook, Instagram e Twitter, tudo sempre elaborado por mim. Tive ajudas pontuais da equipe de campanha para pesquisa de informações e edição de imagens. (Janones, 2023, p. 72)

Como o trecho anterior menciona, o janonismo cultural funcionava de forma paralela à campanha oficial de Lula, dificilmente sendo associado diretamente ao candidato Lula. Essa divisão era tão delimitada que, nas plataformas digitais, surgiram movimentações defendendo que Lula adotasse postura semelhante à de Janones nos debates eleitorais e demais aparições públicas. Apesar dessas pressões, Lula não aderiu a essa lógica.

¹¹⁶O caso Celso Daniel refere-se ao sequestro e assassinato do ex-prefeito da cidade de Santo André, no ano de 2002.

Dessa maneira, Janones assumiu informalmente a linha de frente das disputas no debate público digital. No entanto, embora a figura do deputado tivesse centralidade nesse processo, o sucesso das estratégias também se deu pela adesão de milhares de internautas que impulsionavam os conteúdos, através da reprodução de memes, vídeos, imagens, dentre outros tipos. Nesse contexto, o que importava era a capacidade dos conteúdos se tornarem pauta central nas plataformas digitais, ampliando seu alcance político.

As formas de enfrentamento discutidas ao longo desse capítulo evidenciam que a esquerda brasileira buscou reorganizar sua atuação nas plataformas digitais. Ainda que tais estratégias tenham contribuído para a vitória eleitoral de Lula em 2022, as disputas políticas digitais não se encerraram com o término do pleito, como será abordado nas próximas páginas.

6.4 Disputas políticas nas plataformas digitais para além do período eleitoral

No dia 8 de janeiro de 2023, inúmeras publicações sobre uma invasão que ocorrera em Brasília começaram a ocupar a plataforma X. Vídeos, fotos, mensagens escritas e áudios inundaram as plataformas digitais e tinham um ponto comum: a depredação da Praça dos Três Poderes por bolsonaristas. A Rede Globo, maior emissora do Brasil, interrompeu sua programação para realizar a cobertura sobre tais acontecimentos. Nas plataformas digitais, assim como na mídia tradicional, de maneira geral, a narrativa predominante naquele momento estava consolidada: os atos mereciam repúdio e eram compreendidos como resultado direto da postura golpista assumida pelo ex-presidente ao longo de seu mandato. Diversas reportagens classificavam os participantes dos atos como *terroristas* e *vândalos*, enquanto grande parte das manifestações públicas condenava as ações que ainda estavam em curso naquele momento.

Diversos líderes mundiais declararam solidariedade e apoio ao presidente Lula, entre eles: Joe Biden, Gustavo Petro, Emanuel Macron, Vladimir Putin, Nicolás Maduro, Evo Morales e Alberto Fernandez. Paralelamente, civis passaram a utilizar as próprias plataformas digitais para tentar identificar participantes dos atos através de vídeos e imagens, chegando a criar páginas específicas, como a @contragolpebrasil, voltadas à responsabilização dos envolvidos. Ainda no domingo, Jair Bolsonaro, publicou manifestações sobre os acontecimentos, mas evitou assumir

responsabilidade direta pelos atos, restringindo-se a compará-los a manifestações ocorridas em 2013 e 2017, numa tentativa de se distanciar politicamente do episódio.

Um dia após os acontecimentos, a polarização em torno do ocorrido ficou evidente. De um lado, pessoas alinhadas ao presidente Lula ou comprometidas com a legitimidade democrática do resultado eleitoral continuavam a repudiar os atos. De outro, apoiadores de Jair Bolsonaro, como os deputados federais André Fernandes e Nikolas Ferreira, realizaram críticas tímidas às invasões, ao mesmo tempo que passaram a impulsionar narrativas que buscavam afastar Bolsonaro da responsabilidade pelos acontecimentos.

Inicialmente, setores bolsonaristas passaram a afirmar que havia infiltrados de esquerda entre os manifestantes. Em seguida, sustentaram que os episódios seriam resultado do suposto “autoritarismo do STF”, em especial, do ministro Alexandre de Moraes. Posteriormente, difundiram a ideia de que integrantes do governo Lula teriam recebido avisos prévios sobre uma potencial escalada de violência, mas optado por não agir para evitar os acontecimentos, numa tentativa de sugerir que o caos em Brasília teria sido politicamente conveniente para o governo. Essas narrativas foram suficientes para organizar os debates nas plataformas digitais.

Assim, os atos inicialmente vistos como consequência direta do radicalismo bolsonarista passaram a ser reinterpretados como culpa de Lula e uma reação à “ditadura do STF”. A repercussão dessa narrativa foi suficiente para fazer com que André Janones utilizasse a plataforma X para pedir ajuda aos apoiadores para reverter essa situação. No geral, esses acontecimentos evidenciam que as disputas políticas nas plataformas digitais não se encerram com o término das campanhas. Ao contrário, permanecem ativas e com suas bases mobilizadas.

O caso do 8 de janeiro demonstra como a coesão da militância bolsonarista se manteve mesmo após a derrota eleitoral de 2018, continuando a ocupar posição relevante nesses ambientes. Assim, em pouco tempo, a base bolsonarista transformou a invasão do dia 8 de janeiro em uma farsa promovida por infiltrados da esquerda; culpa da equipe de Lula, que recebeu avisos e não fez nada para evitar tal violência; culpa do STF, que fez com que a sociedade civil chegasse a um limite e explodisse devido aos arroubos autoritários dos ministros; e mais uma etapa da ditadura da esquerda, que prende opositores políticos, dentre eles crianças e idosos. Apesar do empenho da mídia tradicional em associar a invasão de domingo ao golpismo

bolsonarista, as narrativas da extrema-direita continuaram circulando com bastante intensidade nas plataformas digitais.

Em parte, essa capacidade de reorganização está relacionada à coesão observada nas redes de apoio bolsonaristas presentes nos ambientes digitais. Eleições marcadas por forte polarização, como as de 2018 e 2022, tendem a fortalecer grupos políticos bem definidos, alimentando as *guerrilhas digitais*. Em 2022, um grupo que ganhou destaque foi o dos antibolsonaristas, que já existia em 2018, mas ganhou força nos quatro anos de mandato de Jair Bolsonaro, especialmente pela condução feita da pandemia de Covid-19. O principal exemplo disso é a chapa vencedora da eleição de 2022, composta pelos ex-adversários políticos Lula e Geraldo Alckmin.

Nesse sentido, o antagonismo ao bolsonarismo contribuiu para a formação de uma articulação política relativamente ampla. Algo semelhante já havia ocorrido em 2018, porém em torno de Bolsonaro, quando diferentes pessoas se uniram em razão do antipetismo. Esse tipo de coesão, entretanto, é bastante característico do período eleitoral, momento em que os ânimos, afetos e antagonismos se intensificam. Passado tal período, é difícil manter essa coesão, pelo menos da forma integral como se apresenta nas campanhas. Em parte, isso ocorre pelo fato das contradições e diferenças provocarem embates e rupturas. Com o bolsonarismo, isso foi perceptível com os atores Kim Kataguirí, Joice Hasselmann e Sérgio Moro. Destes, apenas Sérgio Moro declarou apoio a Bolsonaro novamente em 2022, enquanto os outros se declararam “neutros”. Esse exemplo evidencia uma tendência de desmobilização de uma base que, pelo menos no decorrer das eleições, se mostra coesa.

Ainda assim, mesmo com tais rupturas, o bolsonarismo conseguiu preservar ao longo do mandato uma base relativamente fiel, que girava em torno de 30% do eleitorado, durante praticamente todo o mandato. Isso reverberou nas plataformas digitais. Durante os quatro anos de governo Bolsonaro, líderes políticos, jornalistas e influenciadores bolsonaristas mantiveram forte presença nesses ambientes, mostrando-se como um fenômeno que transpôs o período eleitoral e se estendeu por todo mandato.

Embora a esquerda tenha apresentado melhor desempenho nas plataformas digitais durante a campanha de 2022, o período pós-eleitoral evidenciou uma desmobilização de parte dessa base, indicando que parcela importante do grupo não permaneceu com a mesma intensidade após o resultado nas urnas. Os debates em torno da invasão da Praça dos Três poderes ilustram isso.

Dessa forma, compreendendo que as disputas políticas nas plataformas digitais não ocorrem apenas de maneira pontual no período eleitoral, estas exigem constante manutenção e expansão das redes de apoio, assim constante esforço para sustentar a circulação de conteúdos e narrativas. A manutenção de bases de apoio político não constitui novidade dentro dos estudos relacionados à política. Bezerra (1999) analisou estratégias de manutenção de bases eleitorais no decorrer do mandato parlamentar. A novidade, no entanto, é como esse processo ocorre dentro das plataformas digitais.

A partir do momento em que a estrutura das plataformas digitais privilegia determinados comportamentos e conteúdos, ela estabelece que padrão se sobressairá ou não em seus espaços. Por exemplo, se os conteúdos falsos são mais privilegiados que os conteúdos verdadeiros, alcançando maior circulação e engajamento, os agentes políticos tendem a moldar seus comportamentos digitais a essa lógica. Assim, quando informações incompletas ou descontextualizadas geram mais alcance do que conteúdos mais densos e complexos, as disputas políticas passam a privilegiar formatos recompensados pelas plataformas. Isso evidencia que as disputas políticas nas plataformas digitais não dependem apenas da agência dos indivíduos, mas também atuam como um reflexo desses espaços que acabam atuando como estruturas condicionantes.

Desse modo, não basta simplesmente desejar disputar espaço político com a extrema-direita nas plataformas. Em muitos casos, isso exige a adoção de posturas condicionadas pela própria lógica algorítmica, a exemplo do que fez André Janones.

Em 2018, por exemplo, o Partido dos Trabalhadores buscou não incorporar práticas semelhantes às utilizadas por grupos bolsonaristas, prezando pela contextualização dos fatos, pela difusão de conteúdos informativos e textos de esclarecimento. Contudo, esse tipo de comunicação se mostrou pouco eficaz diante da lógica de circulação das plataformas, o que explica, em certa medida, a incorporação de uma postura diferente nas eleições de 2022. Nesse contexto, as disputas políticas que ocorrem nas plataformas digitais frequentemente deixam de priorizar exclusivamente a construção de um projeto político coletivo e passam a responder, também, às dinâmicas de visibilidade e engajamento existentes nesses espaços.

Diante do desempenho de Jair Bolsonaro nas plataformas digitais, existiu uma pressão para que Lula e o Partido dos Trabalhadores alcançasse níveis

semelhantes de popularidade digital. Nesse contexto, surge uma questão importante para a esquerda contemporânea: qual o custo político e ético de buscar popularidade em estruturas que possuem lógicas frequentemente entram em conflito com o bem-estar social?

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho surgiu de uma inquietação diante do destaque alcançado por novos atores políticos forjados a partir de uma arregimentação de capital social mediada pelo uso das plataformas digitais. André Fernandes, deputado federal eleito pelo PSL e, posteriormente, pelo PL, foi o exemplo usado no início do texto para ilustrar o fenômeno, embora ele não se restrinja a esse caso. Outras figuras também ascenderam, tornaram-se conhecidas e formaram parte de suas bases políticas mediante o uso dessas mídias. Ao longo do trabalho, reitero que a plataforma digital, por si só, não é capaz de criar um líder político, mas, articulada a valores, práticas e usos estratégicos, pode ser uma estrutura eficaz para as disputas eleitorais e políticas.

Observando essas trajetórias, percebi que André Fernandes representava, no Ceará, algo que também podia ser observado em diferentes partes do Brasil e do mundo: a ascensão da extrema-direita aliada a uma atuação política intensa no campo digital. Muito da literatura, sobretudo nas áreas da comunicação e da ciência política, como Gomes (2020) e Solano (2018), busca compreender esse fenômeno e ressalta a postura passiva adotada pela esquerda que foi derrotada nas urnas em 2018. No entanto, no durante o processo de observação realizado para a elaboração desta pesquisa, foi possível perceber a existência de uma movimentação que tentava reverter a hegemonia bolsonarista nas plataformas digitais, intensificada nas eleições de 2020 e que ganhou maior robustez em 2022.

Esse movimento rompe com a ideia de que a esquerda brasileira não buscava disputar os espaços digitais que estavam dominados pela extrema-direita. Ainda que inicialmente não possuísse uma máquina comunicacional tão eficaz, ela estava lá, através sobretudo de representantes institucionais, demarcando seu espaço e sua posição política.

A partir desse panorama, delimitou-se como o *objeto central* desta tese as *disputas políticas que ocorrem no ambiente das plataformas digitais*. No decorrer do processo de exploração dessa temática, evidenciou-se o protagonismo de dois polos que estruturavam essa disputa: a extrema-direita, representada por Jair Bolsonaro e o movimento bolsonarista, e a esquerda, representada por Lula e o Partido dos Trabalhadores. Essa disputa política, que se desenrolava nas plataformas digitais, afetava contextos além das telas, como as eleições e as instituições. Reconhecendo

esse protagonismo, a *problemática central* do trabalho girou em torno de compreender um processo que marcou profundamente a sociedade brasileira na última década: a *ascensão da extrema-direita no ambiente das plataformas digitais e, posteriormente, o enfrentamento que a esquerda se propôs a realizar após perder sua hegemonia eleitoral no campo do executivo federal nas eleições de 2018*. Isso foi explorado a partir de duas perguntas norteadoras:

- 1) Como as plataformas digitais contribuíram para a ascensão da extrema-direita no Brasil?
- 2) Como, a partir do contexto de hegemonia da extrema-direita nas plataformas digitais, a esquerda tem realizado um enfrentamento político nesses espaços?

Com base nessas perguntas, foi possível traçar um caminho para a compreensão das disputas políticas que têm ocorrido na seara digital. Um primeiro passo foi delimitar o Twitter, que, no decorrer da pesquisa, transformou-se na plataforma X, como campo privilegiado de observação. Esse processo de observação foi realizado entre os anos de 2020 e 2023, com ênfase no período eleitoral. A partir dele, foram coletadas publicações que ilustravam como ocorriam as disputas políticas em tal espaço e, com a organização desse conteúdo, foi possível identificar os atores que integravam as redes responsáveis pelos enfrentamentos digitais, os recursos adotados, as narrativas difundidas, as estratégias empregadas e outras questões apresentadas no decorrer do trabalho.

Esses dados empíricos foram articulados com teorias produzidas por autores da comunicação, da ciência política, da sociologia, do jornalismo, entre outras áreas, com o intuito de realizar uma interpretação multidisciplinar desse processo tão complexo. Assim, os capítulos da tese buscaram trilhar um caminho analítico que auxiliasse a compreensão desse fenômeno.

Primeiro, realizei uma discussão sobre funcionamento das plataformas digitais, evidenciando um viés que, apesar das reiteradas declarações de neutralidade por parte de seus proprietários, demonstra que a extrema-direita impulsionada por uma estrutura orientada prioritariamente pelo lucro e que, portanto, não possui um comprometimento ético com a qualidade do debate público e as consequências que o uso dessas mídias tem dentro da sociedade, como demonstra Fisher (2024) ao longo de seu trabalho.

Ainda nesse capítulo, discuto os impactos que a configuração das plataformas digitais gera para a política brasileira, com ênfase nos ataques à soberania nacional ocorrido nos últimos anos, sobretudo quando tais empresas infringem normas da política interna, ameaçam representantes institucionais, como os ministros do STF, e tentam interferir em decisões políticas domésticas, a exemplo de votações legislativas. Dessa maneira, esse trecho do trabalho demonstra como essas empresas não atuam com neutralidade e estão alinhadas à extrema-direita, favorecendo-a nas disputas digitais em tais espaços.

Creio que a contribuição central desse capítulo para a tese é deixar claro que os polos que protagonizam as disputas políticas nos ambientes digitais não estão partindo do mesmo ponto, não possuem um princípio de igualdade assegurado. Ao contrário, ao longo do texto é possível perceber como a extrema-direita ocupa uma posição privilegiada. Assim, quando se fala da eficácia da extrema-direita nas redes sociais, não se trata apenas da competência e do manejo realizado por ela, mas também de um favorecimento estrutural que a coloca nessa posição.

Tomando como ponto de partida essa perspectiva, o capítulo seguinte discute como a extrema-direita aproveitou essa zona de oportunidade e fez das plataformas digitais um mecanismo de impulsionamento que propiciou sua expansão ao longo da última década, principalmente no que concerne ao surgimento de novos atores que até então não eram integrantes do *establishment* político. Além disso, também é destacado como a extrema-direita aproveitou o poder de mobilização e manifestação das plataformas para arregimentar uma base política coesa, bastante atuante dentro do campo digital, mas que não se restringe a ele, ocupando, também, de forma massiva, as ruas e as urnas.

Um dos pontos importantes desse capítulo é a demonstração da existência de uma rede de apoio digital, responsável tanto pela mobilização dos cidadãos nesses espaços como pela difusão e o fortalecimento das narrativas que alimentam as disputas políticas nesses espaços. Tal agrupamento, se apresenta de maneira bastante heterogênea nas redes, reunindo desde políticos profissionais até pessoas comuns que usam as plataformas digitais por diversão. Essa rede constitui é um dos alicerces que sustentou a popularidade de Bolsonaro nesses ambientes durante seu mandato e que integra uma forte oposição ao terceiro governo de Lula.

Paralelamente ao fortalecimento da extrema-direita trabalhado nesse capítulo, também resgato o processo de enfraquecimento da esquerda, que foi

amplamente documentado pelos autores citados no decorrer do texto e teve seu ápice tanto no *impeachment* da presidenta Dilma, em 2016, quanto na derrota eleitoral que ocorreu em 2018. Assim, a análise que se segue busca demonstrar como a esquerda brasileira tentou reverter esse cenário.

Inicialmente, a proposta central da tese era focar exclusivamente no enfrentamento realizado pela esquerda, que envolve tanto um aparato jurídico quanto a consolidação de uma base capaz de ocupar e disputar as narrativas produzidas na seara digital. Essa ideia partia da escassez de literatura voltada especificamente para esse tema, que é mais centralizada em compreender as dimensões do fenômeno de surgimento da nova direita brasileira.

No entanto, no decorrer do processo da pesquisa e da escrita, ficou clara a impossibilidade de separar o enfrentamento realizado pela esquerda da ascensão que a extrema-direita teve nos últimos anos, uma vez que o primeiro emerge como uma espécie de resposta a uma série de ataques, perdas políticas e enfraquecimentos sofridos pelo menos desde 2013, sobretudo pelo Partido dos Trabalhadores. Esse enfrentamento se apresenta, então, como uma reorganização política, que busca unir as novas tendências, em especial a respeito do uso da esfera digital, a estratégias simbólicas que historicamente constituem a base política petista, como o acionamento de símbolos ligados ao fenômeno do lulismo, trabalhado no texto a partir da metáfora da picanha.

Buscando demonstrar essas práticas de enfrentamento, no capítulo 6 analiso pontos-chave da disputa política que ocorreu no pleito eleitoral de 2022, trazendo também alguns elementos anteriores e posteriores a essa data. Articulando um repertório teórico interdisciplinar aos conteúdos coletados e analisados, procuro compreender esse processo a partir da relação entre ambos. Com essa iniciativa, percebe-se que, após a derrota eleitoral de 2018, a esquerda brasileira buscou maior profissionalização para lidar com a questão digital, sobretudo durante os períodos eleitorais.

Um dos aspectos evidenciados é a organização de um aparato jurídico capaz de neutralizar ações que pudessem ser danosas à campanha lulista, a exemplo da derrubada de conteúdos falsos e do banimento temporário de contas que adotassem comportamentos que comprometessem a lisura do processo eleitoral. Essa estratégia foi de suma importância para limitar a difusão de *fake news* em proporção semelhante às observadas em 2018.

Outro ponto estratégico importante foi a consolidação de uma rede de apoio digital que, assim como a bolsonarista, pudesse ampliar a mobilização e a difusão de narrativas que favorecessem a esquerda. Tal rede era integrada por atores diversos, mas teve a figura do deputado André Janones como principal responsável pela criação de conteúdos e atuação coordenada de narrativas que favoreceram a campanha petista.

Apesar da semelhança no que concerne à constituição dessa rede de apoio, aponto no trabalho que Lula não adotou integralmente as mesmas especificidades quanto ao manejo das plataformas digitais se comparado a Jair Bolsonaro, buscando preservar a institucionalidade de seus atores políticos.

Além disso, é importante ressaltar que esta pesquisa é ancorada principalmente no contexto eleitoral de 2022, ainda que o processo de observação tenha dialogado com períodos adjacentes, e evidencia um recorte temporal que compreende dinâmicas específicas de um momento histórico. Especialmente após as eleições de 2022, o cenário das disputas políticas nas plataformas digitais passou por reconfigurações significativas. Entre elas, pode-se destacar as ações do judiciário brasileiro no combate à desinformação, que resultaram no bloqueio temporário de diversas plataformas e provocaram tensões envolvendo o governo brasileiro e o governo norte-americano¹¹⁷.

Além disso, mudanças no campo político, como a prisão de Jair Bolsonaro, primeiro em regime domiciliar e, posteriormente, em regime fechado, impactaram diretamente as disputas nas plataformas digitais, sobretudo diante das restrições impostas à sua comunicação nesses espaços após sua responsabilização pela tentativa de Golpe de Estado que ocorreu em 2023. Somado a isso, após a vitória eleitoral de Lula, o Partido dos Trabalhadores retomou à máquina pública e reorganizou sua comunicação política.

Atualmente, é possível notar maior presença digital ao acompanhar momentos privados de Lula, como suas caminhadas para comer jabuticaba pelo Palácio do Planalto, bem como mudanças significativas no manejo das mídias sociais do governo, a exemplo das publicações realizadas pelo Ministério da Saúde e pelo vice-presidente Geraldo Alckimin. Isso sugere que essa reorganização não passa

¹¹⁷Parte desse tensionamento repercutiu diretamente sobre ministros do Supremo Tribunal Federal, em especial Alexandre de Moraes, que foi incluído em 2025 na lista de sanções do governo dos Estados Unidos com base na Global Magnitsky Act.

apenas pela imagem do presidente, mas faz parte de uma estratégia institucional mais ampla. Isso se estende, também, ao fortalecimento de uma rede de apoio dentro das plataformas digitais, uma vez que, desde o início do mandato, o terceiro governo de Lula realiza reuniões com influenciadores digitais que formam uma espécie de linha de frente nas disputas que ocorrem nas redes sociais.

Os pontos apresentados acima não configuram uma desatualização do trabalho apresentado, ao contrário, evidenciam o caráter dinâmico do objeto estudado, demonstrando que as disputas políticas nas plataformas digitais configuram um fenômeno em constante transformação e sensível às mudanças sociais, políticas e tecnológicas.

Com isso, a tese central deste trabalho é a de que as plataformas digitais se articulam como ambientes de disputa política orientadas por lógicas econômicas que visam ao lucro, favorecendo, a partir dessa estrutura, a extrema-direita, o que produz uma assimetria em tais espaços. Diante desse cenário, a esquerda brasileira realiza um enfrentamento marcado pelo manejo das mídias guiado por uma maior profissionalização, sem aderir de forma integral às práticas comunicacionais bolsonaristas. Esse esforço, principalmente do Partido dos Trabalhadores, é fruto de uma reconstrução política após as derrotas da última década.

Por fim, ainda que este trabalho configure a conclusão de um ciclo, a presente pesquisa não está fechada para futuros desdobramentos. A partir dela, é possível delinear uma agenda de pesquisa que possibilite o aprofundamento de aspectos tratados ao longo do texto. Uma das questões que podem ser exploradas parte de uma perspectiva comparativa voltada à compreender como essa disputa política vêm se alterando no decorrer dos anos, especialmente diante da ocorrência da alternância de poder, considerando as diferenças entre a atuação quando atores ocupam a máquina pública ou a oposição. Além disso, é possível ampliar o estudo para outras plataformas, refletir sobre os impactos das regulações nas disputas que ocorrem nesses espaços e aprofundar as estratégias adotadas pela esquerda no período posterior às eleições de 2022.

REFERÊNCIAS

- ABILIO, Ludmila Costhek. Uberização: do empreendedorismo para o autogerenciamento subordinado. **Psicoperspectivas**, Valparaíso, v. 18, n. 3, p. 41-51, nov. 2019.
- AGGIO, Camilo de Oliveira. **Campanhas políticas e sites para redes sociais: um estudo sobre o uso do Twitter na eleição presidencial brasileira de 2010**. 2015. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2015.
- AGGIO, Camilo de Oliveira. Comunicação eleitoral “desintermediada”, mas o quão realmente interativa? Jair Bolsonaro e o Twitter nas eleições de 2018. **E-Compós**, v. 23, p. 1-18, 2020.
- ALMEIDA, Ronaldo de. Bolsonaro presidente: conservadorismo, evangelismo e a crise brasileira. **Novos Estudos CEBRAP**, São Paulo, v. 38, n. 1, p. 185–213, 2019. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/nec/a/rTCrZ3gHfM5FjHmzd48MLYN/?lang=pt>. Acesso em: 05 jan. 2026.
- AMADO, Guilherme. Mesas de café da manhã de Jair Bolsonaro na eleição eram fakes. **O Globo**, Rio de Janeiro, 26 fev. 2020. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/epoca/guilherme-amado/mesas-de-cafe-da-manha-de-jair-bolsonaro-na-eleicao-eram-fakes-1-24265281>. Acesso em: 16 dez. 2025.
- ARTHUR, Brian W. **The second economy**. McKinsey & Company, 2011. Disponível em: <https://www.mckinsey.com/capabilities/strategy-and-corporate-finance/our-insights/the-second-economy>. Acesso em: 16 dez. 2025.
- BARBABELA, Eduardo. Os campos lulista e bolsonarista no Facebook e no Instagram nas eleições de 2022. In: AVRITZER, Leonardo; SANTANA, Eliara; BRAGATTO, Rachel Callai (org.). **Eleições 2022 e a reconstrução da democracia no Brasil**. Belo Horizonte: Autêntica, 2023.
- BARLOW, John Perry. **A declaration of the independence of cyberspace**. Electronic Frontier Foundation, 1996. Disponível em: <https://www.eff.org/cyberspace-independence>. Acesso em: 16 dez. 2025.
- BARREIRA, Irllys. **Chuva de papéis: ritos e símbolos de campanhas eleitorais no Brasil**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1998.
- BARREIRA, Irllys. A política de perto: recortes etnográficos de campanhas eleitorais. **Novos Estudos CEBRAP**, São Paulo, n. 74, p. 177-194, mar. 2006.
- BARTKOWIAK, Jaqueline Zandona *et al.* A Primavera Árabe e as redes sociais: o uso das redes sociais nas manifestações da Primavera Árabe nos países da Tunísia, Egito e Líbia. **Cadernos de Relações Internacionais**, Rio de Janeiro, v. 10, n. 1, p. 66-94, 2017.

BBC BRASIL. Entenda o escândalo de uso político de dados que derrubou valor do Facebook e o colocou na mira de autoridades. **BBC News Brasil**, 20 mar. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/entenda-o-escandalo-de-uso-politico-de-dados-que-derrubou-valor-do-facebook-e-o-colocou-na-mira-de-autoridades.ghtml>. Acesso em: 11 jul. 2023.

BEUD, Stéphane; WEBER, Florence. **Guia para a pesquisa de campo**: produzir e analisar dados etnográficos. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2014.

BEZERRA, Marcos. **Em nome das “bases”**: política, favor e dependência pessoal. Rio de Janeiro: NUAP/Relume-Dumará, 1999.

BOLSONARO afirma que torturador Brilhante Ustra é um “herói nacional”. **Veja**, São Paulo, 8 ago. 2019. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/politica/bolsonaro-afirma-que-torturador-brilhante-ustra-e-um-heroi-nacional/>. Acesso em: 16 dez. 2025.

BONIN, Robson. Popularidade de Lula bate recorde e chega a 87%, diz Ibope. **G1**, Brasília, DF, 16 dez. 2010. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2010/12/popularidade-de-lula-bate-recorde-e-chega-87-diz-ibope.html>. Acesso em: 16 jun. 2023.

BORGES, André; DE PAULA, Carolina; SILVA, Adriano da Nóbrega. Eleições legislativas e a geografia do voto. **Revista de Sociologia e Política**, Curitiba, v. 24, n. 58, p. 31-58, 2016.

BOURDIEU, Pierre. **Choses dites**. Paris: Minuit, 1987.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas linguísticas**. São Paulo: Edusp, 2022.

BOURDIEU, Pierre. Escritos de educação. *In*: NOGUEIRA, Maria Alice; CATANI, Afrânio (org.). **Escritos da educação**. Petrópolis: Vozes, 2015.

BOURDIEU, Pierre. O campo político. **Revista Brasileira de Ciência Política**, Brasília, DF, n. 5, p. 193-216, 2011.

BOYLE, Karen. **#MeToo, Weinstein and feminism**. Cham: Palgrave Pivot, 2019.

BRAGA, Thallys; GORZIZA, Amanda; BUONO, Renata. O rombo no orçamento da cultura. **Revista Piauí**, 19 dez. 2022. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/o-rombo-no-orcamento-da-cultura/>. Acesso em: 16 dez. 2025.

BRAMBILA, Barbara; FERNEDA, Gabriel. Jair Bolsonaro foi o político com maior engajamento nas redes sociais em 2022. **CNN Brasil**, São Paulo, 5 jan. 2023. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/jair-bolsonaro-foi-o-politico-com-maior-engajamento-nas-redes-sociais-em-2022/>. Acesso em: 16 jun. 2023.

BRAUN, Julia. Eleições 2022: fake news sobre perseguição a evangélicos chegam a milhões via filhos e aliados de Bolsonaro. **BBC News Brasil**, 27 set. 2022. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-62985337>. Acesso em: 17 set. 2024.

BRASIL. **Pedido de direito de resposta – Lula**. 2022. Disponível em: <https://static.poder360.com.br/2022/10/Pedido-direito-de-resposta-Lula.pdf>. Acesso em: 12 set. 2024.

BRITEZ, Ramiro. Bolsonaristas comemoram falsa prisão de Moraes em Porto Alegre. **Veja**, Brasília, DF, 1 nov. 2022. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/coluna/radar/bolsonaristas-comemoram-falsa-prisao-de-moraes-em-porto-alegre/>. Acesso em: 16 jun. 2023.

BRUZZONE, Andrés. **Ciberpopulismo**: política e democracia no mundo digital. São Paulo: Contexto, 2021.

CARVALHO, Julio; BRONZE, Giovanna. Consumo na pandemia: 71% dos brasileiros preferem compras online. **CNN Brasil**, São Paulo, 17 nov. 2021. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/consumo-na-pandemia-71-dos-brasileiros-preferem-compras-online/>. Acesso em: 16 jun. 2023.

CARVALHO, Nelson Rojas de. **E no início eram as bases**: geografia política do voto e comportamento legislativo no Brasil. Rio de Janeiro: Revan, 2003.

CASIMIRO, Flávio Henrique Calheiros. As classes dominantes e a nova direita no Brasil Contemporâneo. *In*: SOLANO, Esther (org.) **O ódio como política**: a reinvenção das direitas no Brasil. São Paulo: Boitempo, 2018. p. 41-45

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a Sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança**. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2017.

CESARINO, Letícia. Como vencer uma eleição sem sair de casa. **Internet & Sociedade**, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 91-120, 2020.

CESARINO, Letícia: Dez teses (e três oportunidades) sobre a extrema direita no Brasil. *In*: BRITO, Adriane Sanctis de; REIS, Luciana Silva. (org.) **Direitas, radicalismos e as disputas pela linguagem de direitos no Brasil**. São Paulo: Fundação Friedrich Ebert: LAUT Centro de Análise da Liberdade e do Autoritarismo, 2024.

CESARINO, Letícia. **O mundo do avesso**: verdade e política na era digital. São Paulo: Ubu, 2022.

CHAGAS, Viktor. Meu malvado favorito: os memes bolsonaristas de WhatsApp. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, v. 34, n. 72, p. 169-196, 2021.

CHIARINI, Túlio; SILVA NETO, Victo José da; PEREIRA, Larissa de Souza; SZIGETHY, Leonardo. **Plataformas digitais**: mapeamento semissistemático e interdisciplinar do conhecimento produzido nas universidades brasileiras. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, Brasília; Rio de Janeiro: 2023.

CHUN, W. H. K. Crisis, crisis, crisis, or sovereignty and networks. **Theory, Culture & Society**, London, v. 28, n. 6, p. 91–112, 2011.

CHOMSKY, Noam. **Mídia: propaganda política e manipulação**. São Paulo: Martins Fontes, 2013.

CNN BRASIL. Justiça do DF condena Bolsonaro por fala “pintou um clima”. **CNN**, 24 jul. 2025. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/justica-do-df-condena-bolsonaro-por-fala-pintou-um-clima/>. Acesso em: 12 set. 2024.

CNN BRASIL. PT lançará nova estratégia de comunicação digital no aniversário do partido. **CNN**. 8 fev. 2022. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/pt-lancara-nova-estrategia-de-comunicacao-digital-no-aniversario-do-partido/>. Acesso em: 12 set. 2024.

CORMEN, Thomas H.; LEISERSON, Charles. E.; RIVEST, Ronald L.; STEIN, Clifford. **Introduction to Algorithms**. 3. ed. Cambridge: MIT Press, 2009.

D'ERAMO, Marco. Peter Thiel, o sombrio capitalista militante. **Outras Palavras – Outras Mídias**, 19 maio 2023. Disponível em: <https://outraspalavras.net/outrasmidias/peter-thiel-o-sombrio-capitalista-militante/>. Acesso em: 13 abr. 2023.

DESLANDES, Suely; COUTINHO, Tiago. Pesquisa social em ambientes digitais em tempos de Covid-19. **Cadernos de Saúde Pública**, Rio de Janeiro, v. 36, n. 11, 2020.

DIEGUEZ, Consuelo. O QG lulista contra as fake news. **Piauí**, nov. 2022. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/o-qg-lulista-contra-as-fake-news/>. Acesso em: 13 out. 2023.

DI FELICE, Massimo; PEREIRA, Eliete; ROZA, Erick (org.). **Net-ativismo: redes digitais e novas práticas de participação**. Campinas: Papyrus, 2017.

DUFFY, Clare; LEBLANC, Paul. Elon Musk reativa conta de Donald Trump no Twitter. **CNN Brasil**, 20 nov. 2022. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/internacional/elon-musk-reativa-conta-de-donald-trump-no-twitter/>. Acesso em: 16 jun. 2023.

É ENGANOSO que Paulo Guedes anunciou redução em aposentadorias. **CNN Brasil**, 22 out. 2022. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/e-enganoso-que-paulo-guedes-anunciou-reducao-em-aposentadorias/>. Acesso em: 16 jun. 2023.

EM vídeo, secretário da cultura parafraseia Goebbels e provoca onda de repúdio nas redes. **Globo**, São Paulo, 17 jan. 2020. Disponível em: <https://valor.globo.com/politica/noticia/2020/01/17/em-vdeo-secretrio-da-cultura-de-bolsonaro-cita-goebbels-e-provoca-onda-de-repdio-nas-redes-sociais.ghtml>. Acesso em: 16 jun. 2023.

ENTENDA o escândalo de uso político de dados que derrubou valor do Facebook e o colocou na mira de autoridades. **BBC**, 20 mar. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/entenda-o-escandalo-de-uso-politico-de-dados-que-derrubou-valor-do-facebook-e-o-colocou-na-mira-de-autoridades.ghtml>. Acesso em: 8 ago. 2023.

EMPOLI, Giuliano da. **Os engenheiros do caos**. São Paulo: Vestígio, 2022.

FARIA, Flávia. Bolsonaro lidera com folga popularidade digital em 2020, seguido por Huck e Lula; Dória é 8º. **Folha de S. Paulo**, 28 dez. 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/12/bolsonaro-lidera-com-folga-popularidade-digital-em-2020-seguido-por-huck-e-lula-doria-e-8o.shtml>. Acesso em: 16 jun. 2023.

FERRAZ, Cláudia Pereira. A etnografia digital e os fundamentos da antropologia. **Aurora**: revista de arte, mídia e política. São Paulo, v.12, n. 35, p. 46-69, jun-set. 2019.

FERRAZ, Lucas. Opositores ao governo Lula no Congresso têm mais força nas redes, mostra pesquisa Genial/Quaest. **Valor**, São Paulo, 3 abr. 2023. Disponível em: <https://valor.globo.com/politica/noticia/2023/04/03/opositores-ao-governo-lula-no-congresso-tm-mais-fora-nas-redes-mostra-pesquisa-genialquaest.ghtml>. Acesso em: 16 jun. 2023.

FILHO, Eduardo Tomasevicius. Marco civil da internet: uma lei sem conteúdo normativo. **Estudos Avançados**. São Paulo, n. 30. v. 86. Jan-Apr 2016.

FISHER, Max. **A máquina do caos**: como as redes sociais reprogramaram nossa mente e nosso mundo. São Paulo: Todavia, 2023.

FOLHA DE S. PAULO. **Veja a linha do tempo da norma da Receita Federal sobre fiscalização do Pix**. jan. 2025. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2025/01/veja-a-linha-do-tempo-da-norma-da-receita-federal-sobre-fiscalizacao-do-pix-que-sera-derrubada.shtml>. Acesso em: 12 jan. 2025.

FRANCESCHINI, Gustavo; MONTES, Luis Paulo. Manifestantes pedem "mais pão e menos circo" no caminho para o Castelão. **UOL**, Fortaleza, 19 jun. 2013. Disponível em: <https://copadomundo.uol.com.br/noticias/redacao/2013/06/19/manifestantes-pedem-mais-pao-e-menos-circo-no-caminho-para-o-castelao.html>. Acesso em: 16 jun. 2023.

FRAZÃO, Felipe; BAZAR, Alexandre. Deputado bate recorde em live do Facebook sobre auxílio emergencial. **UOL**, Brasília, DF, 3 set. 2020. Disponível em: <https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2020/09/03/deputado-bate-recorde-em-live-do-facebook-sobre-auxilio-emergencial.htm>. Acesso em: 16 jun. 2023.

FURLANETO, Audrey; CALCAGNO, Victor. Entenda o que é 'golden shower', prática sexual questionada por Bolsonaro em rede social. **Globo**, 6 mar. 2019. Disponível

em: <https://oglobo.globo.com/brasil/entenda-que-golden-shower-pratica-sexual-questionada-por-bolsonaro-em-rede-social-23502670>. Acesso em: 16 jun. 2023.

GARZA, Alicia. **A herstory of the #BlackLivesMatter movement**. Complex Systems Laboratory, 2016.

GILLESPIE, Tarleton; BOCZWOSKI, Pablo J.; FOOT, Kirten A. **Media Technologies: Essays on Communication, Materiality and Society**. MIT Press, 2013.

GOMES, Wilson. **Crônica de uma tragédia anunciada: como a extrema-direita chegou ao poder**. Salvador: Sagga Editora e Comunicação, 2020.

GONÇALVES, Danyelle Nilin. **Jovens na política: Animação e agenciamento de Voto em Campanhas Eleitorais**. Campinas: Pontes Editora, 2012.

GRUPO denuncia Carla Zambelli por racismo em caso que ela apontou arma para homem em SP; 'Eles usaram um negro pra vir em cima de mim', diz a deputada. **G1**, 29 out. 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2022/10/29/grupo-denuncia-carla-zambelli-por-racismo-em-caso-que-ela-apontou-arma-para-homem-em-sp-eles-usaram-um-negro-pra-vir-em-cima-de-mim-diz-a-deputada.ghtml>. Acesso em: 8 ago. 2023.

GRAEFF, Antonio. **Eleições 2.0: A internet e as mídias sociais no processo eleitoral**. Corprint, 2009.

HINE, Christine. Internet research and the sociology of cyber-social-scientific knowledge. **The Information Society**, v. 21, n. 4, p. 239–248, 2005.

JANONES, André. **Janonismo cultural: o uso das redes sociais e a batalha pela democracia no Brasil**. São Paulo: Civilização Brasileira, 2023.

JONES, S. (org.). **Cibersociedade**. Newbury Park, CA: Sage Publications, 1995.

JONES, S. (org.). **Cibersociedade 2.0: revisitando a comunicação e a comunidade mediada por computador**. Newbury Park, CA: Sage Publications, 1998

JUNIOR, José Luiz de Moura Faleiros; PEREIRA, Laurance Duarte Araújo Pereira. Regulação das plataformas digitais no Brasil e a defesa da soberania nacional. **Revista de Ciências do Estado**, Belo Horizonte, v. 9, n. 1, 2024.

KELLER, Clara Iglesias. Exceção e harmonização: três debates teóricos sobre regulamentação da internet. **Série de Documentos de Discussão HIIG**, n. 2, Alexander von Humboldt Institut für Internet und Gesellschaft, 2019.

KELLOGG, Katherine C.; VALENTINE, Melissa A.; CHRISTIN, Angèle. "Algorithms at Work: The New Contested Terrain of Control". **Academy of Management Annals**, New York, n. 1, v. 14, 2020. p. 366–410.

KENNEY, Martin; ZYSMAN, John. The rise of the platform economy. **Issues in Science and Technology**, Tempe, AZ, v. 32, n. 3, p. 61–69, 2016.

KERCHE, Francisco W.; FERREIRA, Maria Alice Silveira. Cada plataforma, um universo: os temas de debate entre lulistas e bolsonaristas nos dois turnos das eleições presidenciais. *In*: AVRITZER, Leonardo; SANTANA, Eliara; BRAGATTO, Rachel Callai (org.). **Eleições 2022 e a reconstrução da democracia no Brasil**. Belo Horizonte: Autêntica, 2023.

KUSCHNIR, Karina. **O cotidiano da política**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

LEMOS, Iara; PASSARINHO, Nathalia; MENDES, Priscilla. No 7 de Setembro, grupo faz marcha contra a corrupção em Brasília. **G1**, Brasília, 7 set. 2012. Disponível em: <https://g1.globo.com/distrito-federal/noticia/2012/09/no-7-de-setembro-grupo-faz-marcha-contra-corrupcao-em-brasilia.html>. Acesso em: 16 jun. 2023.

LEMOS, Renato de Lyra. Guerrilha digital e produção de contranarrativas: resistindo aos impactos dos mecanismos de dominação de memória na internet. **Cadernos de Campo**, São Paulo, vol. 29, n.2, p. 1-17

LEVITSKY, Steven; ZIBLATT, Daniel. **Como as democracias morrem**. Rio de Janeiro: Zahar, 2018.

LOPES, Monalisa Soares. O lulismo sem Lula: os caminhos que levam a uma eleição presidencial. **História e Culturas**, Fortaleza, v. 7, p. 135-160, 2019.

MCDERMOTT, Rose. Leadership and the strategic emotional manipulation of political identity: an evolutionary perspective. **The Leadership Quarterly**, New York, v. 31, n.2, 2018.

MARTELETO, Regina Maria. Análise de redes sociais: aplicação nos estudos de transferência da informação. **Ciência da Informação**, Brasília, DF, v. 30, n. 1, 2001.

MARTINS, Helena. A desinformação em meio à crise do capitalismo e à configuração de uma nova estrutura de mediação social. **Revista Eco-Pós**, Rio de Janeiro, v. 27, p. 330-352, 2024.

MARTINS, Helena. A disputa na internet: plataformas, desinformação e impactos na democracia. *In*: AVRITZER, Leonardo; SANTANA, Eliara; BRAGATTO, Rachel Callai (org.). **Eleições 2022 e a reconstrução da democracia no Brasil**. 1. Ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2023, v. 1, p. 111-118.

MARTINS, Maria Clara Ribeiro. **Entre confiança e retribuição**: o papel das redes de apoio na construção das votações ao Legislativo Federal no Ceará. 2020. 144 f. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-graduação em Sociologia, Centro de Humanidades, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2020.

MARQUES, Francisco Paulo Jamil Almeida.; AQUINO, Jakson Alves de; MIOLA, Edna. Deputados brasileiros no Twitter: um estudo quantitativo dos padrões de adoção e uso da ferramenta. **Revista Brasileira de Ciência Política**, v. 14, p. 201-225, 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/0103-335220141408>. Acesso em: 16 jun. 2023.

MAZULI, Guilherme. Lula admite culpa por extrema direita ter mais força na rede social e critica comunicação digital do governo. **G1**, 6 dez. 2024. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2024/12/06N/lula-admite-culpa-por-extrema-direita-ter-mais-forca-na-rede-social-e-critica-comunicacao-digital-do-governo.ghtml>. Acesso em: 3 mar. 2026.

MELLO, Patrícia Campos. **A máquina do ódio**. São Paulo: Companhia das Letras, 2020.

MIGUEL, Luis Felipe. A reemergência da direita brasileira. *In*: SOLANO, Esther (org.). **O ódio como política: a reinvenção das direitas no Brasil**. São Paulo: Boitempo, 2018. pp. 17-26.

MILLS, C. Wright. **A imaginação sociológica**. Rio de Janeiro: Zahar, 1982.

MORAES, Alexandre de. **O direito eleitoral e o novo populismo digital extremista: liberdade de escolha do eleitor e a promoção da democracia**. 2024, 298 f. Tese (Concurso para Provimento de Cargo de Professor Titular no Departamento de Direito do Estado) — Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2024.

MORAES, Roque. Análise de conteúdo. **Revista Educação**, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7–32, 1999.

MORAIS, Fernando. **Lula: biografia**. São Paulo: Companhia das Letras, 2021.

NASSIF, Tamara; SOARES, Gustavo. Nova regra da Receita, fake news, vídeo de Nikolas, revogação: veja como foi a crise do Pix. **Folha de S. Paulo**, 1 jan. 2025. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2025/01/veja-a-linha-do-tempo-da-norma-da-receita-federal-sobre-fiscalizacao-do-pix-que-sera-derrubada.shtml>. Acesso em: 3 mar 2026.

NERY, Natuza. Janja mostra os danos que encontrou no Palácio da Alvorada; veja vídeos e fotos. **G1**, 5 jan. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/blog/natuza-nery/post/2023/01/05/janja-mostra-os-danos-que-encontrou-no-palacio-do-alvorada.ghtml>. Acesso em: 16 jun. 2023.

NEVES, Rafael. Janones adota tática bolsonarista e espalha fake news; veja principais. **UOL**, São Paulo, 22 out. 1922. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/eleicoes/2022/10/12/tatica-eleitoral-janones-redes-sociais.htm>. Acesso em: 16 jun. 2023.

NICOLAU, Jairo. **O Brasil dobrou à direita**. Rio de Janeiro: Zahar, 2020.

NOBLE, Safiya U. **Algorithms of oppression: how search engines reinforce racism**. New York: New York University Press, 2018.

NOBRE, Marcos. **Limites da democracia**. São Paulo: Todavia, 2022.

NOVELLO, Fabiana. Após assassinato de tesoureiro do PT, cantora Anitta declara voto em Lula. **Globo**, São Paulo, p. 1-2, 11 jul. 2022. Disponível em: <https://valor.globo.com/politica/noticia/2020/01/17/em-vdeo-secretrio-da-cultura-de-bolsonaro-cita-goebbels-e-provoca-onda-de-repdio-nas-redes-sociais.ghtml>. Acesso em: 16 jun. 2023.

NUNES, Rodrigo. **Do transe à vertigem**: ensaios sobre bolsonarismo e um mundo em transição. São Paulo: Ubu Editora, 2022.

OECD. The OECD Truth Quest Survey: methodology and findings. **OECD Digital Economy Papers**. Paris: OECD Publishing, 2024. n. 369. DOI: 10.1787/92a94c0f-en.

OLIVEIRA, André de. André Janones, a meteórica ascensão do ‘porta-voz’ da greve que nunca foi caminhoneiro. **El país**, São Paulo, 30 maio 2018. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/05/30/politica/1527634765_190558.html. Acesso em: 16 jun. 2023.

OLIVEIRA, Joana. Aprovação ao Governo Bolsonaro cai para 19%, nível mais baixo desde que chegou ao Planalto. **El País**, São Paulo, 29 nov. 2021. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2021-11-29/aprovacao-a->. Acesso em: 12 jul. 2024.

OLIVEIRA, Murilo. CARELLI, Rodrigo. GRILLO, Sayonara. Conceito e crítica das plataformas digitais de trabalho. **Revista Direito e Prax.**, Rio de Janeiro, v. 11, n.4, 2020.

O POVO. **Campanha em Fortaleza é a campeã nacional de gastos com impulsionamento nas redes sociais**. 13 set. 2024. Disponível em: <https://www.opovo.com.br/noticias/politica/eleicoes/2024/09/13/campanha-em-fortaleza-e-a-campea-nacional-de-gastos-com-impulsionamento-nas-redes-sociais.html>. Acesso em: 17 set. 2024.

PAIVA, Vera Lúcia Menezes de Oliveira e. A pesquisa narrativa: uma introdução. **Revista Brasileira de Linguística Aplicada**, Belo Horizonte, v. 8, n. 2, p. 261-266, 2008.

PALMEIRA, Moacir G. S.; HEREDIA, Beatriz M. A. M. A. Os comícios e a política de facções. **Anuário Antropológico**, Brasília, DF, v. 19, n. 1, p. 95–125, 1995.

PARLAMENTARES bolsonaristas foram os mais influentes nas redes sociais em 2021. **Isto É**, 11 fev. 2023. Disponível em: <https://www.istoedinheiro.com.br/parlamentares-bolsonaristas-foram-os-mais-influentes-nas-redes-sociais-em-2021/>. Acesso em: 16 jun. 2023.

PATRIOLINO, Luana. Moraes unifica inquéritos sobre milícias digitais à investigação de fake news. **Correio Brasiliense**, 10 maio 2022. Disponível em: 63 <https://www.correiobraziliense.com.br/politica/2022/05/5006960-moraes-unifica-cerco-a-milicias-e-fake-news.html>. Acesso em: 13 out. 2023.

PAULO Pimenta rebate Janones sobre comunicação: 'Secom não é lacração'. **UOL**, Salvador, p. 1-2, 6 jun. 2023. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2023/06/02/paulo-pimenta-rebate-janones-sobre-comunicacao-secom-nao-e-lacracao.htm>. Acesso em: 16 jun. 2023.

PICHONELI, Matheus. Bolsonaro adiciona mais uma fala homofóbica à lista; relembre todas. **Terra**, 14 jul. 2022. Disponível em: <https://www.terra.com.br/nos/bolsonaro-adiciona-mais-uma-fala-homofobica-a-lista-relembre-todas,99d67075400b02b8af744716573a7af295z8zjd6.html>. Acesso em: 16 jun. 2023.

PICHONELI, Matheus. Caso Gabriel Monteiro: a perversão atrás da fantasia de youtuber justiceiro. **UOL**, 16 ago. 2022. Disponível em: <https://tab.uol.com.br/colunas/matheus-pichonelli/2022/08/16/caso-gabriel-monteiro-a-perversao-atras-da-fantasia-de-YouTuber-justiceiro.html>. Acesso em: 16 jun. 2023.

PINHEIRO-MACHADO, Rosana; SCALCO, Lucia Mury. Da esperança ao ódio: a juventude periférica bolsonarista. In: SOLANO, Esther (org.) **O ódio como política: a reinvenção das direitas no Brasil**. São Paulo: Boitempo, 2018. p. 53-59.

PIRES, Breno. O SHOW DE JAIR: Como o PT enfrentou a mílfia digital bolsonarista. **Piauí**, n. 195, dez. 2022. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/materia/o-show-de-jair/>. Acesso em: 16 jun. 2023.

POHLE, Julia; THIEL, Thorsten. Digital sovereignty. **Internet Policy Review**, v. 9, n. 4, 2020. DOI: 10.14763/2020.4.1532.

PUENTE, Beatriz. Candidatos gastaram mais de R\$ 147 milhões em impulsionamento na internet. **CNN**, Rio de Janeiro, 28 set 2022. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/candidatos-gastaram-mais-de-147-milhoes-em-impulsionamento-na-internet/>. Acesso em: 16 jun. 2023.

RAMALHO, Renan. Supremo proíbe doação de empresas para campanhas eleitorais. **G1**, Brasília, 17 set. 2015. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2015/09/supremo-decide-proibir-doacoes-de-empresas-para-campanhas-eleitorais.html>. Acesso em: 16 jun. 2023.

RECUERO, Raquel; BASTOS, Marco; ZAGO, Gabriela. **Análise de redes para mídia social**. Porto Alegre: Sulina, 2020.

RECUERO, Raquel; ZAGO, Gabriela. A economia do retweet: redes de difusão de informações e capital social no Twitter. **Revista Contracampo**, Niterói, v. 24, n. 1, p. 19-43, 2012.

RIBEIRO, Márcio Moretto. Antipetismo e conservadorismo no Facebook. In: SOLANO, Esther (org.) **O ódio como política: A reinvenção das direitas no Brasil**. São Paulo: Boitempo, 2018. pp. 85-90

RIBEIRO, Renato Janine. **A boa política: ensaios sobre a democracia na era da internet**. São Paulo: Companhia das Letras, 2017.

ROCHA, Camila. 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, 2018. p. 47-52

ROBERTO Jefferson descumpre decisão da Justiça e atira contra PF: leia perguntas e respostas sobre prisão de ex-deputado. **G1**, 24 out. 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2022/10/24/roberto-jefferson-descumpre-decisao-da-justica-e-atira-contr-pf-leia-perguntas-e-respostas.ghtml>. Acesso em: 8 ago. 2023.

SACKS, David O.; THIEL, Peter A. **The diversity myth: multiculturalism and political intolerance on campus**. Oakland, CA: Independent Institute, 1998.

SAKAMOTO, Leonardo. Musk mente ao dizer que Moraes libertou Lula; voto de ministro o manteria na cadeia. **UOL Notícias**, 9 abr. 2024. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/colunas/leonardo-sakamoto/2024/04/09/musk-mente-que-moraes-libertou-lula-voto-de-ministro-o-mantencia-na-cadeia.html>. Acesso em: 12 set. 2024.

SAMPAIO, Rafael Cardoso *et al.* O campo da democracia digital brasileira: uma análise cientométrica de artigos publicados entre 1999 e 2020. **Rev. Bras. Ciênc. Polít.**, v. 37, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/0103-3352.2022.37.250615> Acesso em: 16 jun. 2023.

SANTOS, João Guilherme Bastos dos; SANTOS, Karina Silva dos. Das bancadas ao WhatsApp: redes de desinformação como arma política. *In*: SOLANO, Esther (org.). **Brasil em colapso**. São Paulo: Editora Unifesp, 2019.

SCALA, Dante. J.; JOHNSON, Kenneth M. Political polarization along the rural-urban continuum? The geography of the presidential vote, 2000–2016. **Annals of the American Academy of Political and Social Science**, 2017, 162–184. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/0002716217712696>. Acesso em: 16 jun. 2023.

SECRETÁRIO nacional da Cultura, Roberto Alvim faz discurso sobre artes semelhante ao de ministro da Propaganda de Hitler. **G1**, 17 jan. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/01/17/secretario-nacional-da-cultura-roberto-alvim-faz-discurso-sobre-artes-semelhante-ao-de-ministro-da-propaganda-de-hitler.ghtml>. Acesso em: 16 jun. 2023.

SENADO FEDERAL. Instituto de Pesquisa DataSenado. **Redes sociais, notícias falsas e privacidade de dados na internet**. Brasília: Senado Federal, 2019. Disponível em: <https://www2.senado.leg.br/bdsf/handle/id/603465>. Acesso em: 02 mar 2026.

SILVA, Tarcízio. **Racismo algorítmico**. São Paulo: Edições Sesc, 2022.

SILVA, Tarcízio. Racismo algorítmico em plataformas digitais: microagressões e discriminação em código. *In*: SIMPÓSIO INTERNACIONAL LAVITS, 6., 2019,

Salvador. **Anais** [...]. Salvador: LAVITSS, 2019. Disponível em: <https://lavits.org/wp-content/uploads/2019/12/Silva-2019-LAVITSS.pdf>. Acesso em: 20 ago. 2025.

SILVEIRA, Daniel; BOECKEL, Cristina. Guedes confirma plano de desvincular salário-mínimo da inflação, mas nega que objetivo seja reajuste menor. **G1**, Rio de Janeiro, 20 out. 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2022/10/20/guedes-confirma-plano-de-desvincular-salario-minimo-da-inflacao-mas-nega-que-objetivo-seja-reajuste-menor.ghtml>. Acesso em: 8 ago. 2023.

SINGER, André. **O lulismo em crise: o quebra-cabeça do período Dilma** (2011-2016). São Paulo: Companhia das Letras, 2018.

SINGER, André. **Os sentidos do lulismo**. Reforma gradual e pacto conservador. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.

SHIFMAN, Limor. Memes in a digital world: reconciling with a conceptual troublemaker. **Jornal of computer-mediated communication**, v. 18, 2013, p. 362-377. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/jcc4.12013>. Acesso em: 16 jun. 2013.

SOLANO, Esther (org.). **O ódio como política: A reinvenção das direitas no Brasil**. São Paulo: Boitempo, 2018. pp. 85-90

SRNICEK, Nick. **Platform capitalism**. Cambridge: Polity Press, 2017.

TAROUCO, Gabriela da Silva; MADEIRA, Rafael Machado. Esquerda e direita no sistema partidário brasileiro. **Revista Debates**, v. 7, n. 2, p. 93–114, 2013.

TAYLOR, Keeanga-Yamahtta. **From #BlackLivesMatter to Black liberation**. Chicago: Haymarket Books, 2016.

TORRES, Ton. O fenômeno dos memes. **Ciência e Cultura**, v. 68, n. 3, p. 60-61, set 2016.

UOL NOTÍCIAS. Sem provas, Musk diz que Moraes colocou dedo na balança para eleger Lula. **UOL**. 8 abr. 2024. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2024/04/08/sem-provas-musk-diz-que-moraes-colocou-dedo-na-balanca-para-eleger-lula.html>. Acesso em: 12 set. 2024.

VALENTE, Jonas. Apresentação do dossiê temático “Plataformas digitais, economia e poder”. **Revista EPTIC**, v. 22, n. 1, 2020.

VALENTE, Jonas. Brasil tem 134 milhões de usuários de internet, aponta pesquisa. **Agência Brasil**, Brasília, 26 maio 2020. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2020-05/brasil-tem-134-milhoes-de-usuarios-de-internet-aponta-pesquisa>. Acesso em: 16 jun. 2023.

VEJA quem é André Fernandes, o mais votado para deputado federal no Ceará em 2022. **G1**, Ceará, p. 1-2, 3 out. 2022. Disponível em:

<https://g1.globo.com/ce/ceara/eleicoes/2022/noticia/2022/10/03/veja-quem-e-andre-fernandes-o-mais-votado-para-deputado-federal-no-ceara-em-2022.ghtml>. Acesso em: 16 jun. 2023.

WILLIAMS, Jamillah Bowman. Maximizing #MeToo: intersectionality and the movement. **Boston College Law Review**, v. 62, n. 6, p. 1797–1840, 2021. Disponível em: <https://scholarship.law.georgetown.edu/facpub/2281>. Acesso em: 17 set. 2024.

ZUBOFF, Shoshana. **A era do capitalismo de vigilância**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2021.