



Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Centro de Educação e Humanidades

Faculdade de Comunicação Social

Rosana Alves de Oliveira

Você precisa ver isso!

Fake news e indignação moral na campanha eleitoral de 2022

Rio de Janeiro

2024

Rosana Alves de Oliveira

Você precisa ver isso!

Fake news e indignação moral na campanha eleitoral de 2022

Tese apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Doutor, ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro.

Orientadora: Prof.^a Dra. Leticia Cantarela Matheus

Rio de Janeiro

2024

CATALOGAÇÃO NA FONTE
UERJ / REDE SIRIUS / BIBLIOTECA CEH/A

O48	Oliveira, Rosana Alves de Você precisa ver isso! Fake news e indignação moral na campanha eleitoral de 2022 / Rosana Alves de Oliveira. – 2024. 211 f. Orientadora: Leticia Cantarela Matheus. Tese (Doutorado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Faculdade de Comunicação Social. 1. Comunicação – Teses. 2. Notícias falsas – Teses. 3. Política – Teses. 4. Moral – Teses I. Matheus, Leticia Cantarela. II. Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Faculdade de Comunicação Social. III. Título. br CDU 316.77
-----	--

Autorizo, apenas para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial desta tese, desde que citada a fonte.

Assinatura

Data

Rosana Alves de Oliveira

Você precisa ver isso!

Fake news e indignação moral na campanha eleitoral de 2022

Tese apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Doutor, ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro.

Aprovada em 22 de fevereiro de 2024.

Banca Examinadora:

Prof.^a Dr.^a. Leticia Cantarela Matheus (Orientadora)
Faculdade de Comunicação Social - UERJ

Prof.^a Dr.^a. Ana Regina Barros Rego Leal
Universidade Federal do Piauí

Prof.^a Dr.^a. Juliana Glagardi de Araújo
Universidade Federal Fluminense

Prof.^a Dr.^a. Sonia Virginia Moreira
Faculdade de Comunicação Social – UERJ

Prof.^a Dra. Thaiane Moreira de Oliveira
Universidade Federal Fluminense

Rio de Janeiro

2024

A todos e todas que levantam bandeiras em punho, pela coragem.

AGRADECIMENTOS

O mais especial agradecimento é para meus pais, irmãos e sobrinhos, por todo apoio, incentivo e pela compreensão das ausências e distâncias que persistem desde a minha mudança para Mato Grosso. Muitas lutas e comemorações desde a minha entrada na universidade em 2000, até agora, proporcionando caminho para outros doutores na família.

A Educação Pública, constantemente subjugada e ameaçada, sempre foi o meu lugar.

Aos meus alunos, por me provocarem a buscar todos os dias.

A todos que participaram da minha formação cívico-política: professores da educação básica, professores do ensino superior, líderes religiosos, líderes políticos, amigos, colegas de trabalho. Cada um, até mesmo aqueles com visões díspares, ajudaram a compor a cidadã que sou hoje e estão presentes na tessitura desse texto.

Aos amigos que compartilham as lutas do dia a dia pela presença acolhedora, principalmente na solidão que a pandemia nos impôs. E pelas condutas subversivas que inspiram a revolucionar a vida.

A minha orientadora, Leticia Cantarela Matheus, pessoa singular com a qual ainda quero ter muitas trocas.

Às professoras e pesquisadoras membros da banca examinadora, Ana Regina Rego, Juliana Gagliardi, Sonia Moreira e Thaiane Moreira, pela disponibilidade em participar desse momento no qual apresentamos os esforços da investigação realizada ao longo de mais de quatro anos e com o qual selamos compromisso.

Aos professores e professoras do PPGCom/UERJ, por continuarem acreditando na Ciência mesmo nos momentos obscuros pelos quais passamos e seguem dividindo seus saberes com outros pesquisadores em formação.

Aos meus colegas de curso, pelas reiteradas conversas e por todo aprendizado desenvolvido nesse período.

À Universidade do Estado de Mato Grosso (Unemat) e à Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), pela celebração do acordo de cooperação para a promoção do Projeto de Doutorado Interinstitucional em Comunicação, possibilitando a realização desta investigação.

À equipe da Secretaria Acadêmica do PPGCom/UERJ, por toda gentileza e cuidado.

A Deus, Nossa Senhora e ao Divino Espírito Santo, pela força da minha fé e determinação em perseguir meus objetivos.

As rosas da resistência nascem no asfalto.

Marielle Franco

RESUMO

OLIVEIRA, Rosana Alves de. *Você precisa ver isso! Fake news e indignação moral na campanha eleitoral de 2022*. 2024. 211 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2024.

A tese estuda a conexão entre fake news e indignação moral a partir do contexto político, analisando como bolsonaristas e lulopetistas utilizam discursivamente fake news para chamar atenção a violações ou supostas violações de normas morais e acentuar identificação política durante as eleições majoritárias de 2022. A pesquisa parte da pergunta: como se constroem estruturas discursivas em torno de fake news voltadas a amplificar as discussões políticas, e, sobretudo, como são usadas como estratégia de contágio moral durante a campanha presidencial de 2022? A problematização teórica constrói abordagens sobre fake news, indignação moral, contágio moral, identificação político-partidária e antagonismo político. O corpus empírico é composto de comentários recolhidos nas páginas de fãs (fanpage) do Facebook dos dois candidatos à presidência melhor avaliados nas pesquisas de intenção de votos na campanha de 2022 (Bolsonaro, PL, e Lula, PT), no período oficial da campanha eleitoral (16 de agosto a 30 de outubro), totalizando 78 dias de recolhimento de material, nos quais foram registrados 640 posts na fanpage de Bolsonaro e 826 na fanpage de Lula. Para compreender os efeitos de sentido dos discursos dos sujeitos partidários de ambos os grupos políticos, partimos de uma abordagem qualitativa em que os comentários (comments) são entendidos como formas discursivas capazes de traduzir o contexto histórico-político do país (eleições presidenciais 2022) e de autoafirmação de identificação partidária. Assim, a Análise do Discurso como ferramenta teórico-metodológica de investigação permitiu conhecer algumas pautas prioritárias dos grupos políticos alinhados com o bolsonarismo e com o lulopetismo e reveladoras da multiplicidade de ideias morais que sustentam o discurso dos dois grupos. O exercício analítico revelou que, para defender os valores morais, os dois grupos de partidários valorizam crenças que correspondam às suas expectativas e, para que um maior número de pessoas saiba que ocorreu uma transgressão contra o conceito de certo e errado, eles buscam o engajamento e a amplificação de fake news pelas mídias sociais. Desse modo, as fake news mobilizadas nos discursos dos bolsonaristas e lulopetistas, além de serem identificadas e contextualizadas, tornam-se sinalizadoras de ‘tempestades de indignação’ que marcam as conversas políticas entre partidários e opositores nas fanpages dos dois presidentiáveis e constituem estímulo ao compartilhamento no processo de contágio moral. Como conclusão, a investigação aponta conjecturas que reforçam proposição de que a difusão do conteúdo moral em ambientes de mídia social captura a atenção e é amplificada por fake news, corroborando com a proposição de que fake news e indignação moral se reforçam mutuamente. Além disso, a identificação política, intervindo para moldar as percepções de fatos, serviu aos partidários dos dois grupos políticos não apenas para promoção de retórica hostil, mas para ativar antinomias político-partidárias pela ótica da moralidade, colocando a defesa de valores morais como um forte marcador dessa identificação.

Palavras-chave: *Fake News*. Indignação Moral. Identificação Político-Partidária. Antagonismo Político. Bolsonaristas e Lulopetistas.

ABSTRACT

OLIVEIRA, Rosana Alves de. *You need to see this! Fake news and moral outrage in the 2022 election campaign*. 2024. 211 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2024.

The thesis studies the connection between fake news and moral outrage within the political context, analyzing how Bolsonarists and Lulopetists discursively employ fake news to draw attention to violations or alleged violations of moral norms and accentuate political identification during the 2022 major elections. The research starts from the question: how are discursive structures constructed around fake news aimed at amplifying political discussions, and, above all, how are they used as a strategy of moral contagion during the 2022 presidential campaign? The theoretical problematization builds approaches on fake news, moral outrage, moral contagion, political-party identification, and political antagonism. The empirical corpus consists of comments collected on the Facebook fan pages of the two highest-rated presidential candidates in the 2022 election polls (Bolsonaro, PL, and Lula, PT), during the official campaign period (August 16 to October 30), totaling 78 days of data collection, during which 640 posts were recorded on Bolsonaro's fan page and 826 on Lula's fan page. To understand the meaning effects of the discourses of partisan subjects from both political groups, we adopt a qualitative approach in which comments are understood as discursive forms capable of translating the country's historical-political context (2022 presidential elections) and self-affirmation of partisan identification. Thus, Discourse Analysis as a theoretical-methodological tool of investigation allowed us to identify some priority agendas of the political groups aligned with Bolsonarism and Lulopetism and revealing the multiplicity of moral ideas that sustain the discourse of both groups. The analytical exercise revealed that, in order to defend moral values, the two groups of partisans value beliefs that correspond to their expectations and, for a greater number of people to know that a transgression against the concept of right and wrong has occurred, they seek engagement and amplification of fake news through social media. Thus, the fake news mobilized in the discourses of Bolsonarists and Lulopetists, besides being identified and contextualized, become indicators of 'storms of outrage' that mark political conversations between supporters and opponents on the fan pages of the two presidential candidates and constitute stimuli for sharing in the process of moral contagion. As a conclusion, the research points out conjectures that reinforce the proposition that the diffusion of moral content in social media environments captures attention and is amplified by fake news, corroborating with the proposition that fake news and moral outrage mutually reinforce each other. Furthermore, political identification, intervening to shape perceptions of facts, served the partisans of both political groups not only for the promotion of hostile rhetoric but also to activate political-party antinomies from the perspective of morality, placing the defense of moral values as a strong marker of this identification.

Keywords: Fake News. Moral Indignation. Political-Party Identification. Political Antagonism. Bolsonarists and Lulopetists.

RESUMEN

OLIVEIRA, Rosana Alves de. *¡Necesitas ver esto! Noticias falsas e indignación moral en la campaña electoral de 2022*. 211 f. 2024. Tese (Doutorado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2024.

La tesis estudia la conexión entre las noticias falsas y la indignación moral dentro del contexto político, analizando cómo los bolsonaristas y los lulopetistas emplean discursivamente las noticias falsas para llamar la atención sobre violaciones o supuestas violaciones de normas morales y acentuar la identificación política durante las elecciones principales de 2022. La investigación parte de la pregunta: ¿cómo se construyen estructuras discursivas en torno a las noticias falsas con el objetivo de amplificar las discusiones políticas, y, sobre todo, cómo se utilizan como estrategia de contagio moral durante la campaña presidencial de 2022? La problematización teórica desarrolla enfoques sobre las noticias falsas, la indignación moral, el contagio moral, la identificación político-partidaria y el antagonismo político. El corpus empírico consiste en comentarios recopilados en las páginas de fans de Facebook de los dos candidatos presidenciales mejor clasificados en las encuestas electorales de 2022 (Bolsonaro, PL, y Lula, PT), durante el período oficial de la campaña (del 16 de agosto al 30 de octubre), totalizando 78 días de recolección de datos, durante los cuales se registraron 640 publicaciones en la página de fans de Bolsonaro y 826 en la página de fans de Lula. Para comprender los efectos de significado de los discursos de los sujetos partidarios de ambos grupos políticos, adoptamos un enfoque cualitativo en el que los comentarios se entienden como formas discursivas capaces de traducir el contexto histórico-político del país (elecciones presidenciales de 2022) y la autoafirmación de la identificación partidaria. Así, el Análisis del Discurso como herramienta teórico-metodológica de investigación nos permitió identificar algunas agendas prioritarias de los grupos políticos alineados con el bolsonarismo y el lulopetismo, y revelar la multiplicidad de ideas morales que sustentan el discurso de ambos grupos. El ejercicio analítico reveló que, para defender valores morales, los dos grupos de partidarios valoran creencias que correspondan a sus expectativas y, para que un mayor número de personas sepa que ha ocurrido una transgresión contra el concepto de lo correcto y lo incorrecto, buscan el compromiso y la amplificación de noticias falsas a través de las redes sociales. Así, las noticias falsas movilizadas en los discursos de bolsonaristas y lulopetistas, además de ser identificadas y contextualizadas, se convierten en indicadores de 'tormentas de indignación' que marcan las conversaciones políticas entre partidarios y opositores en las páginas de fans de los dos candidatos presidenciales y constituyen estímulos para compartir en el proceso de contagio moral. Como conclusión, la investigación señala conjeturas que refuerzan la proposición de que la difusión del contenido moral en entornos de medios sociales captura la atención y es amplificada por las noticias falsas, corroborando con la proposición de que las noticias falsas y la indignación moral se refuerzan mutuamente. Además, la identificación política, interviniendo para moldear las percepciones de los hechos, sirvió a los partidarios de ambos grupos políticos no solo para la promoción de retórica hostil, sino también para activar antinomias político-partidarias desde la perspectiva de la moralidad, colocando la defensa de los valores morales como un fuerte marcador de esta identificación.

Palabras clave: Noticias Falsas. Indignación Moral. Identificación Político-Partidaria. Antagonismo Político. Bolsonaristas y Lulopetistas.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Pautas do discurso bolsonarista.....	44
Figura 2 – Print do post Bolsonaro de 16 de agosto	58
Figura 3 – Print do post Bolsonaro de 23 de outubro.....	102
Figura 4 – Print da publicação “Exclusivo: Marcos Valério delata relação do PT com o PCC”	116
Figura 5 – Print do post Lula de 06 de julho	117
Figura 6 – Comentário em imagem na postagem de Bolsonaro de 28 outubro 2022.....	142

LISTAS DE TABELAS

Tabela 1 – Principais temáticas do discurso bolsonarista.....	44
Tabela 2 – Características do discurso de Jair Bolsonaro.....	55
Tabela 3 – Principais temáticas do discurso lulopetista.....	85
Tabela 4 – Fake news repercutidas por partidários bolsonaristas.....	115
Tabela 5 – Fake news repercutidas por partidários lulopetistas.....	163

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	13
1 BOLSONARISMO E BOLSONARISTAS	37
1.1 O que seria o bolsonarismo?	37
1.2 Bolsonarismo nas redes	42
1.2.1 <u>Bolsonaro, o mito</u>	45
1.2.2 <u>Cidadão de bem</u>	52
1.2.3 <u>Deus, pátria, família</u>	56
1.2.4 <u>Patriotismo e o resgate dos símbolos nacionais</u>	57
1.2.5 <u>Aversão à esquerda/antipetismo</u>	61
1.2.6 <u>Desqualificação da imprensa tradicional</u>	67
1.2.7 <u>Ataque à educação e à cultura</u>	69
2 LULOPETISMO E LULOPETISTAS	74
2.1 O que seria o lulopetismo?	74
2.2 Lulopetismo nas redes	81
2.2.1 <u>O PT resiste</u>	86
2.2.2 <u>Lula é um estadista</u>	90
2.2.3 <u>Desgoverno</u>	92
2.2.4 <u>Resgate da democracia, Lula, o redentor</u>	107
3 FAKE NEWS E INDIGNAÇÃO MORAL BOLSONARISTA	111
3.1 Terreno adubado: eleições presidenciais de 2022	113
3.1.1 <u>PT e PCC</u>	115
3.1.2 <u>Ameaça comunista</u>	121
3.1.3 <u>Fraude nas eleições/urnas</u>	129
3.1.4 <u>Pesquisas eleitorais fraudadas/Data Povo</u>	135
3.1.5 <u>Ampliação da legalização do aborto</u>	139
3.1.6 <u>Banheiro unissex</u>	145
3.1.7 <u>Guerra santa bolsonarista: satanismo e fechamento de igrejas</u>	148
4 FAKE NEWS E INDIGNAÇÃO MORAL LULOPETISTA	155
4.1 Precisamos falar de 2018 para entender 2022	155
4.2 O lulopetismo e o uso político de <i>fake news</i>	160
4.2.1 <u>Guerra santa lulopetista: forças ocultas</u>	164
4.2.2 <u>Canibalismo e pedofilia</u>	168

CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	175
REFERÊNCIAS	182
APÊNDICES	199
APÊNDICE A- Postagem – Bolsonaro/ 16 de agosto de 2022.....	200
APÊNDICE B - Informações postagens – Bolsonaro/Planilha 16 de agosto de 2022.....	203
APÊNDICE C - Postagem – Lula/ 16 de agosto de 2022.....	205
APÊNDICE D - Informações postagens – Lula/Planilha 16 de agosto de 2022.....	210

INTRODUÇÃO

Um clima de extrema animosidade se instaurou no país nos últimos seis anos em razão de uma crescente identificação de afiliação política. As divergências se expressam sobretudo entre os grupos políticos denominados bolsonaristas e lulopetistas. A exemplo, em 2022, durante o pleito, os partidários e simpatizantes dos dois principais presidenciáveis rivalizaram para além dos habituais bate-boca entre eleitores. A incongruência entre as atitudes políticas dos dois grupos expandiu-se para casos de violência, com ocorrências de crimes apontados como motivados por intolerância, ódio e desacordo de posicionamentos, como os casos noticiados pelo Correio Brasiliense sobre a morte do dirigente do PT em Foz do Iguaçu (PR), em julho¹, e o esfaqueamento de um bolsonarista, também registrado como sendo por questões políticas, em um bar em Santa Catarina, em setembro.²

Logo após as eleições, em dezembro de 2022, o Instituto Datafolha³ divulgou um levantamento mostrando que 32% dos brasileiros se veem como petistas e 25% como bolsonaristas. Em 2023, no pós-eleição, o índice continuou similar, embora tenha havido queda de 2% entre o grupo que declara identificação com o Partido dos Trabalhadores (PT). Pela amostra de dezembro de 2023⁴, 30% dos eleitores se definem como apoiadores do presidente eleito Luiz Inácio Lula da Silva (PT), enquanto 25% se identificam com o ex-presidente Jair Bolsonaro (PL).

A indignação moral, uma combinação de raiva, nojo e desprezo (Brady et al., 2023), também parece alimentar as emoções de bolsonaristas e lulopetistas que, para expandir a indignação que sentem pelos desviantes e seus apoiadores, mostraram ao longo da campanha uma predisposição em espalhar para mais pessoas a ação moralmente transgressora percebida. Nessa dinâmica, como forma de confirmar suas crenças, recorreram ao fluxo das redes sociais e, como identificado na pesquisa, ao uso de *fake news*, apropriadas por estes sujeitos como uma tática para impulsionar o contágio moral entre os partidários presentes nas discussões das páginas de fãs (*fanpages*) dos presidenciáveis.

¹ Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/politica/2022/09/5039729-casos-de-violencia-politica-disparam-na-reta-final-da-campanha.html>. Acesso em: 19 dez. 2023.

² Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/brasil/2022/09/5039691-bolsonarista-e-esfaqueado-e-morre-apos-briga-de-bar-em-santa-catarina.html>. Acesso em: 19 dez. 2023.

³ Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/12/datafolha-32-se-veem-como-petistas-e-25-como-bolsonaristas.shtml>. Acesso em: 19 dez. 2023.

⁴ Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2023/12/datafolha-polarizacao-entre-petistas-e-bolsonaristas-e-hoje-a-mesma-do-pos-eleicao.shtml>. Acesso em: 19 dez. 2023.

Motivada por essas provações, neste estudo, lanço o olhar analítico sobre as *fake news* (notícias falsas), partindo do entendimento de que o fenômeno existe há muito tempo. Entretanto, o avanço tecnológico desencadeou novas possibilidades de engano e fabricação, tornando-se mais recorrente na cena política e intelectual desde 2016, coincidindo com as eleições dos EUA, e, no Brasil, com a campanha presidencial de 2018, na qual foi eleito Jair Bolsonaro⁵ (PL), período marcado por uma onda de *fake news* espalhadas, principalmente, via redes sociais e aplicativos de mensagens.

As *fake news*, enquanto conteúdos que induzem ao erro e contribuem para a desordem da informação, são posicionadas neste contexto como elementos propulsores e conflitantes do debate público, agindo para alavancar divergências e polêmicas entre grupos políticos que encontram vozes nas redes sociais. Nesse sentido, tomamos as *fake news* como instrumentos que cooperam para o antagonismo político.

Embora a propagação de notícias falsas como estratégia política seja uma prática antiga – como já apontado por Darnton (2017), Burkhardt (2018), Posetti e Matthews (2018) – a preocupação com esse fenômeno cresce à medida que essas notícias passaram a ser produzidas em escala industrial, tornando-se parte do debate público e acadêmico a partir de 2013, com a entrada mais acentuada em sites de rede social. Inúmeras *fake news* – inclusive encampadas pela imprensa de todo o mundo como grandes “barrigadas” internacionais – já davam o alerta para os riscos da livre circulação de informações não apuradas (Matheus; Gilard, 2016), como o caso da armadilha elaborada pelo site “Não Salvo”⁶.

A popularização do uso do *WhatsApp*, ainda em 2013, impulsionou o uso político das *fake news*, especialmente com campanhas antipetistas, o que demonstra o quanto a marca do partidário negativo (antipartidarismo) no Brasil está centrada no discurso antipetista (Fuks; Borba, 2021) e como os agentes públicos que representam a sigla partidária (PT) tornaram-se alvo constante de conteúdos propagados para indução de crenças que geram indignação moral e sentimento de revolta em parte da sociedade. Alguns disparos se tornaram histórias clássicas, como a alegação de que o filho do Lula era dono da indústria de alimentos Friboi, do grupo JBS⁷, e da operadora de Telecomunicações GVT⁸. Além disso, eram frequentes anúncios

⁵ 38.º presidente do Brasil, de 1.º de janeiro de 2019 a 31 de dezembro de 2022, eleito pelo Partido Social Liberal (PL).

⁶ Site de humor.

⁷ Empresa brasileira do setor de alimentos fundada em 1953 em Goiás. A companhia opera no processamento de carnes bovina, suína, ovina, de frango, de peixe e *plant-based*, além de atuar no processamento de couros.

⁸ Operadora de telecomunicações brasileira encerrada em abril de 2016.

semanais de que o ex-presidente seria preso a qualquer momento, sobretudo após deflagrada a Operação Lava Jato⁹.

Entretanto, a historiografia produzida pela academia brasileira decidiu tomar como marco fundador das *fake news* a popularização do termo durante a eleição norte-americana de 2016, na qual os candidatos Donald Trump (Partido Republicano) e Hillary Clinton (Partido Democrata) disputaram a corrida para suceder a Barack Obama (Democrata). Neste pleito, uma onda de conteúdos desinformativos pró-Trump se espalhou, cujas histórias, em sua maioria, eram manchetes que atacavam a imagem da candidata Hillary Clinton, ou que favoreciam a reputação de Trump (Allcott; Gentzkow, 2017).

A motivação dos produtores das *fake news* sobre as eleições americanas podia não ter relação direta com política (sendo de natureza financeira), mas mudou para sempre a forma de fazer campanha eleitoral, não só nos EUA, mas em vários países. Políticos, particularmente populistas, viram nas *fake news* uma estratégia comunicacional, conforme descrito por Empoli (2019), e Bernardi e Costa (2020). Além de utilizarem notícias hiperpartidárias, passaram a atacar a imprensa, atribuindo o selo de ‘*fake news*’ a notícias e veículos que não atendem a seus interesses políticos. Desde então, o termo passou a ser empregado com conotação de ‘notícia’ criada para manchar a imagem de político e/ou partido. Tão usual que foi escolhida como a palavra do ano de 2017 pelo Dicionário Collins¹⁰.

O candidato eleito nas eleições americanas de 2016, Donald Trump¹¹, também é personagem central dos capítulos que constituem a fase recente da genealogia das *fake news*. Durante seu mandato (2017-2020), em recorrentes ataques à imprensa norte-americana, chamada por ele de ‘inimiga do povo’¹², Trump a acusou de espalhar notícias falsas sempre que conteúdos divergentes a seu governo eram noticiados. Sua famosa frase dirigida ao repórter da CNN, durante pronunciamento após o resultado das eleições: *You are Fake News*¹³, virou bordão em suas declarações e entre seus apoiadores. Os ataques aos meios de comunicação

⁹ Deflagrada em 2014 pela Justiça Federal, a **Operação Lava Jato** investiga um grande esquema de lavagem e desvio de dinheiro no país.

¹⁰ Disponível em: <https://www.independent.co.uk/news/uk/home-news/fake-news-word-year-2017-collins-dictionary-donald-trump-kellyanne-conway-antifa-corbynmania-gender-fluidity-fidget-spinner-a8032751.html>. Acesso em: 20 ago. 2021.

¹¹ 45.º Presidente dos Estados Unidos – Período: 20 de janeiro de 2017 até 20 de janeiro de 2021.

¹² Disponível em: <https://exame.com/mundo/trump-chama-imprensa-de-inimiga-do-povo-e-critica-reporter-em-coletiva/>. Acesso em: 20 ago. 2021.

¹³ Disponível em: <https://www.diariodepernambuco.com.br/noticia/mundo/2017/01/trump-acusa-reporter-da-cnn-de-mentir-e-se-recusa-responder-perguntas.html>. Acesso em: 20 ago. 2021.

levaram Trump a criar em 2018 o ‘Prêmio Fake News’¹⁴. Entre os ‘vencedores’, profissionais de jornais e redes de notícias, como *The New York Times*, *The Washington Post* e *CNN*.

Diante do exposto, até o exame de qualificação desta tese, em fevereiro de 2022, pretendia desenvolver a pesquisa aprofundando o posicionamento crítico a partir de dois objetos de estudo: *fake news* e ódio, em razão da percepção da manifestação de ódio, sobretudo de teor político-partidário, acionado e reforçado pelo uso de *fake news*, apontando um recorte com várias possibilidades. No entanto, logo após essa etapa, em conversa com a professora orientadora, tive um *insight* ao perceber que não era o ódio e as antinomias que mais avivavam a identificação política e explicavam o contexto de antagonismo político que vivenciamos.

Antes do ódio, o cidadão ávido por punição ou responsabilização de quem violou ou possivelmente violou uma norma social pautada em princípios políticos-morais expressa outra emoção: a indignação moral. De maneira similar ao sujeito que odeia, o indignado político também apela para várias estratégias para expor conteúdo moral-emocional na rede, incluindo o compartilhamento de informações falsas (*fake news*), questão que estava implícita em toda a estrutura da pesquisa e, nessa etapa, tornou-se evidente.

Dessa forma, como parte de um processo em evolução, o objeto de estudo “ódio” deslocou-se para “indignação moral”, mudança que exigiu um redirecionamento nos rumos da investigação. Uma vez que as *fake news* já estavam posicionadas teoricamente na proposta investigativa, passei a buscar leituras para construir o argumento sobre a indignação moral como categoria analítica.

Os primeiros referenciais sobre indignação moral - conjecturado a partir da identificação política e contágio moral - que posteriormente passaram a constituir a base teórica para problematização do objeto, foram encontrados nas investigações de psicólogos da Universidade de Nova York e da Universidade de Yale (Brady et al., 2017; Brady; Crockett, 2019; Brady; Gantman; Van Bavel, 2019a, 2019b; Brady; Crockett; Van Bavel, 2020; Brady et al., 2021; Brady; Van Bavel, 2021; Carpenter et al., 2021; Brady et al., 2023; entre outros parceiros), que, desde 2014, vêm se dedicando ao estudo da indignação moral nas redes sociais.

Brady et al. (2021) entendem que a indignação moral, por ser uma emoção com consequências importantes para a sociedade, como motivar a punição de transgressões morais; promover a cooperação social; e catalisar a ação coletiva para a mudança social, atua para moldar aspectos fundamentais da vida social. Em razão disso, e por estar cada vez mais presente nas redes sociais digitais, veem como uma necessidade premente entender a natureza dessa

¹⁴ Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/trump-da-premio-fake-news-a-vencedor-do-nobel-cnn-e-ny-times.ghml>. Acesso em: 20 ago. 2021.

emoção no ambiente *on-line*, no que diz respeito à expressão da indignação moral no texto da mídia social, e não à emoção em si, pois esta, como explicam, não conseguem medir diretamente.

A difusão da indignação moral em ambientes *on-line*, esclarecem, acontece sobretudo em razão do *feedback* social positivo a essa expressão funcionar como princípio de reforço, levando a probabilidade de o usuário mostrar continuamente seu ponto de vista indignado a uma situação. Nessa abordagem, manifestar emoção moral pode aumentar o *status* daquele que se posiciona entre os membros do grupo, indicando que indivíduos que estão mais fortemente identificados com seu grupo político são mais propensos a compartilhar emoções nas redes sociais *on-line* durante as comunicações políticas, o que é uma característica do contágio moral, conforme apontam estudos recentes de Brady, Crockett e Van Bavel (2020), e Brady e Van Bavel (2021).

Assim, esta pesquisa concentra-se em compreender se e como o conteúdo de *fake news* amplifica a indignação moral em discussões políticas *on-line*. Em 2019, quando foi apresentada como proposta de estudo, a discussão sobre *fake news* estava no debate público brasileiro de maneira acalorada, em parte pela repercussão das eleições presidenciais ocorridas no ano anterior. Como fenômeno, causa e sintoma de uma problemática social, sentia-me provocada a discutir as questões atreladas ao fato de as pessoas serem supostamente influenciadas por informações falsas. Para além da participação na formação da opinião, interessava-me investigar como esses conteúdos, projetados para gerar cliques e compartilhamentos, impulsionando um amplo espectro de emoções, eram usados para reforçar expressões de emoção moral e satisfazer as motivações de identificação partidária (BRADY et al., 2021) entre usuários das redes sociais *on-line*.

Sendo delineada gradualmente, era possível ir percebendo cada vez mais como a apropriação das *fake news* cria conexões com pautas político-ideológicas destinadas atender a interesses não tão ocultos: conectar as pessoas em torno da indignação moral, sendo esta uma emoção despertada por conteúdos falsos (Van Bavel; Pereira, 2018; Pereira, Harris; Van Bavel; 2018) revelava-se proeminentemente como uma estratégia.

O ano de 2018 foi particularmente marcante para o contexto de incubação deste estudo, sustentado pela conexão entre *fake news* e indignação moral *on-line*. Como dito, naquele ano aconteceu a escolha do novo presidente da República, que sucederia o governo provisório de Michel Temer¹⁵ (PMDB), elevado ao cargo após o processo de *impeachment* que destituiu

¹⁵ 37.º Presidente do Brasil (31 de agosto de 2016 a 1 de janeiro de 2019), empossado após o *impeachment* de Dilma Rousseff.

Dilma Rousseff¹⁶ (PT) em seu segundo mandato. Durante o pleito, a divisão partidária, rotulada polarização política, se intensificou (Borges; Vidigal, 2018; Machado; Miskolci, 2019; Fuks; Araújo, 2020; Goldstein, 2020) e os posicionamentos romperam os espectros clássicos: direita e esquerda. Manifestações de ataque a oponentes políticos mostraram que a corrente conservadora ganhava cada vez mais força no cenário sociopolítico do Brasil (Almeida; Toniol, 2018; Lacerda, 2019).

A disseminação de conteúdos fabricados ou enganosos, distribuídos estrategicamente durante a campanha, acentuou-se, sendo apontada como fator influenciador no resultado da eleição majoritária. A influência que *fake news* pode causar na tomada de decisões dos eleitores (Dourado, 2020; Vasconcelos, 2021) chamou atenção devido à apropriação dessas notícias como elementos polarizadores capazes de ativar antinomias político-partidárias e acirrar o antagonismo entre opositores e/ou sua sigla ou corrente partidária, o que tem sido instrumentalmente útil para incitar, entre outras emoções, indignação moral, uma combinação entre raiva, nojo e desprezo, desencadeando a percepção de que houve violação de uma norma moral, intensificando o envolvimento emocional dos receptores (Carpenter et al., 2021).

Diante dessa conjuntura, compreendi que a conexão entre *fake news* e indignação moral seria objeto de pesquisa a partir do contexto político. E, uma vez que as questões-problema apresentadas buscam respostas na Ciência da Comunicação, este estudo se inscreve na subárea “Comunicação e Política”.

Considerando a cronologia dos acontecimentos, reconhecemos o período que se inicia na disputa de 2018, quando foi observada uma onda de produção, distribuição e consumo de *fake news* com fins político-partidários, mas concentramos o estudo empírico na eleição de 2022. O debate político no meio digital, especificamente na plataforma de mídia social *Facebook*, iniciado em pré-campanha e intensificado ao longo do pleito em 2022, constitui o principal guia para realizar de maneira sistemática e analítica a coleta da amostra que vai compor o *corpus* empírico e responder às inquietações abertas desde as eleições de 2018.

Em um momento que tem sido instigante a adoção das *fake news* como objeto de estudo em diversas áreas do conhecimento, incluindo o campo da comunicação/jornalismo, propusemo-nos estudar em profundidade a apropriação de notícias falsas para impulsionar um amplo espectro de emoções, particularmente a indignação moral, configurando nesta problemática a originalidade da pesquisa.

¹⁶ 36.^a Presidente do Brasil (1º de janeiro de 2011 a 31 de agosto de 2016), afastada entre 12 de maio de 2016 a 31 de agosto de 2016 em virtude da abertura de processo de *impeachment* no Senado Federal.

Atendo-se ao uso das redes sociais para fazer campanha política (Santana, 2018; Machado; Steibel; Konopacki, 2018; Penteado; Cruz Júnior, 2019; Alves; Tavares; Albuquerque, 2019) e ao fato de elas se apresentarem como ambientes para ampliar o debate público, possibilitando a expressão de opiniões e ideias (Ruediger; Grassi, 2021), esta pesquisa se concentra em observar a apropriação de *fake news* pelos partidários bolsonaristas e lulopetistas para expressar e amplificar indignação moral em discussões políticas nas redes sociais *on-line*. Dessa maneira, parte da pergunta central: como se constroem estruturas discursivas em torno de *fake news* voltadas a amplificar as discussões políticas e, sobretudo, como são usadas como estratégia de contágio moral durante a campanha presidencial de 2022?

A noção de que valores de identidade partidária moldam a crença em *fake news* para cumprir objetivos de pertencimento, epistêmicos, de *status*, entre outros, e reforçam a vontade de compartilhar no ambiente de interação social *on-line* (Van Bavel; Pereira, 2018; Pereira; Harris; Van Bavel, 2018) ampara a hipótese desta investigação, sustentada pela proposição: se a difusão do conteúdo moral em ambientes de mídia social capturam a atenção e são amplificados por *fake news*, e, se partidários expressam indignação moral, então, *fake news* e indignação moral se reforçam mutuamente.

Ao longo da investigação, procuramos aprofundar as nuances desta hipótese, partindo da perspectiva na qual *fake news* reforçada por discursos com conteúdo moral acarreta várias consequências, entre elas o aumento do antagonismo político e a própria propagação da *fake news*, tal qual percebemos no atual cenário de radicalização política no Brasil.

Assim, definimos como objetivo geral desta tese estabelecer a relação entre partidários engajados em expor indignação moral por meio da repercussão de *fake news*, analisando como eles utilizam discursivamente esses conteúdos para chamar atenção a violações ou supostas violações de normas morais e acentuar identificação política durante as eleições majoritárias de 2022.

Conforme o calendário eleitoral de 2022, publicado pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE), as convenções partidárias e registros de candidatura para escolha de candidatos à presidência da República, aos governos de Estado, e aos cargos de deputado federal, estadual e distrital deveriam acontecer entre 20 de julho e 5 de agosto, e as solicitações do registro de candidatura até 15 de agosto, com início oficial da propaganda eleitoral em 16 de agosto, incluindo divulgação na internet. Mas, na prática, os pré-candidatos que almejavam concorrer nas eleições marcadas para o dia 2 de outubro em primeiro turno e 30 de outubro, em caso de segundo turno, começaram a se movimentar em eventos políticos bem antes de terem os nomes confirmados pelas legendas partidárias.

O esquentar, esquentar das eleições sempre foi uma prática comum no Brasil, e, com a reforma eleitoral de 2015¹⁷, algumas mudanças permitiram a chamada pré-campanha antes das convenções partidárias, ficando, no entanto, ainda estabelecida a proibição do pedido de voto explícito e propagandas por meio de *outdoors*, showmícios e propaganda política em eventos religiosos.

Até o final do mês de maio, cerca de 75 dias antes do início oficial da campanha, doze nomes apareciam como postulantes ao cargo de chefe do executivo para o mandato 2023 - 2026¹⁸, sendo, por ordem alfabética: Ciro Gomes (Partido Democrático Trabalhista - PDT); Constituinte Eymael (Democracia Cristã - DC); Felipe D'Avila (Novo); João Doria (Partido da Social Democracia Brasileira - PSDB); o candidato à reeleição, Jair Bolsonaro (Partido Liberal - PL); Leonardo Péricles (Unidade Popular - UP); Luciano Bivar (União Brasil); o ex-presidente, Luiz Inácio Lula da Silva (Partido dos Trabalhadores - PT); Pablo Marçal (Partido Republicano da Ordem Social - Pros); Simone Tebet (Movimento Democrático Brasileiro - MDB); Sofia Manzano (Partido Comunista Brasileiro - PCB); e Vera Lúcia (Partido Socialista dos Trabalhadores Unificado - PSTU).

Durante esse preâmbulo, houve momentos marcantes, mesmo antes de se configurar o primeiro quadro de pré-candidatos, como a desistência de Sérgio Moro em 31 de março. O ex-juiz federal e ex-ministro da Justiça do governo Bolsonaro anunciou a desistência após deixar o Podemos, partido ao qual se filiou em novembro de 2021, para assinar filiação junto ao União Brasil, criado em outubro de 2021, a partir da fusão de ex-membros do Democratas (DEM) e do PSL. Enquanto mantinha sua pré-candidatura, Moro aparecia com 9% das intenções de voto¹⁹.

Outro a retirar o nome da corrida eleitoral foi João Doria, que chegou a deixar o governo de São Paulo para concorrer à Presidência. Filiado ao PSDB, havia sido escolhido nas prévias do partido, mas não conseguiu o apoio interno esperado para a disputa e anunciou a desistência em 23 de maio, quando aparecia com 4% das intenções de votos²⁰, e, assim como Moro, se apresentava como o candidato da terceira via²¹.

¹⁷ Lei 13.165/2015.

¹⁸ Disponível em: <https://www.jota.info/eleicoes/candidatos-a-presidencia-em-2022-quem-sao-23032022>. Acesso em: 20 set. 2022.

¹⁹ Pesquisa Exame/Ideia publicada em 24 de março. Disponível em: <https://exame.com/brasil/lula-tem-40-bolsonaro-29-ciro-e-moro-tem-9-cada-diz-exame-ideia/>. Acesso em: 5 set. 2022.

²⁰ Pesquisa XP/Ipespe publicada em 20 de maio. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/pesquisa-ipespe-lula-tem-44-bolsonaro-32-ciro-8-doria-4-tebet-e-janones-2/>. Acesso em: 5 set. 2022.

²¹ Considerando a existência de uma parcela da população que rejeitava tanto a reeleição de Jair Bolsonaro quanto a volta do ex-presidente Luís Inácio “Lula” da Silva, partidos políticos passaram a buscar um nome que atendesse aos interesses desses eleitores, alegando uma proposta de renovação política e econômica e intensificando o discurso de uma “**terceira via**”.

Entre os pré-candidatos, Pablo Marçal também se retira da disputa, posto que o empresário e *coach* teve a candidatura indeferida pelo TSE em razão da disputa interna no partido (Pros), que decidiu apoiar a chapa Lula/Alckmin (PT/PSB).

O Partido Trabalhista Brasileiro (PTB) pretendia lançar Roberto Jefferson como candidato, mas a candidatura do ex-deputado foi impugnada por ele estar inelegível até o fim de 2023 devido à condenação no julgamento do mensalão. Seu vice, Padre Kelmon foi substituído na chapa.

No União Brasil, o presidente do partido, deputado federal Luciano Bivar (PE), desistiu da candidatura em 02 de agosto de 2022 quando anunciou que tentaria a reeleição como parlamentar e confirmou que o partido iria lançar a senadora pelo Mato Grosso do Sul, Soraya Thronicke, como candidata à presidência da República.

Assim, após as convenções partidárias, onze candidaturas foram registradas na Justiça Eleitoral pelos partidos políticos para disputar a presidência da República, apresentadas aqui por ordem alfabética com os respectivos vices e coligações: 1. Ciro Gomes – PDT /Ana Paula Matos – PDT (Sem Coligação); 2. Constituinte Eymael – DC / Professor Bravo – DC (Sem Coligação); 3. Felipe d'Avila – Novo / Tiago Mitraud – Novo (Sem Coligação); 4. Jair Bolsonaro – PL / General Braga Netto – PL (Coligação ‘Pelo Bem do Brasil’ PL, Republicanos e PP); 5. Leonardo Péricles – UP / Samara Martins – UP (Sem Coligação); 6. Luiz Inácio Lula da Silva – PT / Geraldo Alckmin – PSB (Coligação ‘Brasil da Esperança’ PT, PCdoB, PV, PSOL, REDE, PSB, Solidariedade, Avante, Agir e PROS); 7. Padre Kelmon – PTB / Pastor Gamona – PTB (Sem Coligação); 8. Simone Tebet – MDB / Mara Gabrilli – PSDB (Coligação ‘Brasil para Todos MDB’, PSDB, Cidadania e Podemos); 9. Sofia Manzano – PCB / Antonio Alves – PCB (Sem Coligação); 10. Soraya Thronicke – União Brasil / Marcos Cintra – União Brasil (Sem Coligação) e 11. Vera Lúcia – PSTU / Raquel Tremembé – PSTU (Sem Coligação).

Considerando os resultados das principais pesquisas de intenção de votos divulgados ao longo da pré-campanha (período de abril a julho de 2022), em que o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT) e o atual presidente e candidato à reeleição Jair Bolsonaro (PL) apareciam como os dois principais candidatos ao Palácio do Planalto, optei por acompanhar os fatos políticos relacionados a esses presidenciáveis e a repercussão entre os partidários dos acontecimentos em suas *fanpages* (página de fãs do *Facebook*) ao longo da campanha oficial (16 de agosto a 30 outubro de 2022).

A opção em eleger as nomenclaturas bolsonaristas, para denominar o grupo com afiliação ao presidenciável, candidato à reeleição, Jair Bolsonaro; e lulopetista, para denominar o grupo com afiliação ao presidenciável Luiz Inácio Lula da Silva, foi uma escolha proposital, com a intenção de evidenciar o uso pejorativo das terminologias por parte dos adversários e a hostilidade fixada nessas denominações por ambos os grupos. Para além da depreciação que intencionam ao denominar o oponente, há ainda o emprego dos termos, ao mesmo modo de desaprovação, e, nesse caso, de tentativa de colocar em equivalência os grupos opositores e seus líderes políticos, por parte da imprensa nacional, seja ela hegemônica, independente ou mesmo categorizada como hiperpartidária. A exemplo, os artigos assinados por Ricardo Kertzman, colunista da Istoé: “Lulopetismo e bolsonarismo: povo marcado, povo feliz” (28 de janeiro de 2021)²², “O bolsonarismo é como o lulopetismo pestilento” (19 de fevereiro de 2021)²³, “Lulopetismo x Bolsonarismo: que tal virarmos a página?” (03 de julho 2023)²⁴; por Guilherme Macalossi, da Gazeta do Povo: “Lulopetistas, bolsonaristas e o combate seletivo ao antissemitismo” (17 de fevereiro de 2022)²⁵, “O bolsonarismo, o lulopetismo e suas lavanderias de reputações” (18 de outubro de 2022)²⁶, e manchetes no *site* de notícias O Antagonista, como: “O lulopetismo e o bolsonarismo se merecem” (21 de março de 2020)²⁷, “A esquerda mostra-se muito arredia a qualquer comparação entre bolsonarismo e lulopetismo” (3 de outubro de 2021)²⁸. Particularmente, referente ao termo lulopetismo, importante destacar a tentativa sistemática de desmoralização feita por Ciro Gomes, presidenciável pelo Partido Democrático Trabalhista (PDT), que, em inúmeras entrevistas, demarca negativamente a nomenclatura atribuída ao grupo formado pela afiliação entre partido (PT) e figura política (Lula): “Ciro diz que ‘brasileiro mandou o lulopetismo radical e o bolsonarismo boçal embora’ (Carta Capital, 30 de novembro de 2020)²⁹, “Ciro: Será que o Brasil precisa de mais quatro anos de

²² Disponível em: <https://istoe.com.br/lulopetismo-e-bolsonarismo-povo-marcado-povo-feliz/>. Acesso em: 20 jan. 2024.

²³ Disponível em: https://www.em.com.br/app/colunistas/ricardo-kertzman/2021/02/19/interna_ricardo_kertzman,1238962/o-bolsonarismo-e-como-o-lulopetismo-pestilento.shtml. Acesso em: 20 jan. 2024.

²⁴ Disponível em: https://www.em.com.br/app/colunistas/ricardo-kertzman/2023/07/03/interna_ricardo_kertzman,1515270/lulopetismo-x-bolsonarismo-que-tal-virarmos-a-pagina.shtml. Acesso em: 20 jan. 2024.

²⁵ Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/vozes/guilherme-macalossi/lulopetistas-bolsonaristas-e-o-combate-seletivo-ao-antissemitismo/>. Acesso em: 20 jan. 2024.

²⁶ Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/vozes/guilherme-macalossi/bolsonarismo-lulopetismo-lavanderias-reputacoes-moro-debate/>. Acesso em: 20 jan. 2024.

²⁷ Disponível em: <https://oantagonista.com.br/brasil/o-lulopetismo-e-o-bolsonarismo-se-merecem/>. Acesso em: 20 jan. 2024.

²⁸ Disponível em: <https://oantagonista.com.br/brasil/a-esquerda-mostra-se-muito-arredia-a-qualquer-comparacao-entre-bolsonarismo-e-lulopetismo/>. Acesso em: 20 jan. 2024.

²⁹ Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/cartaexpressa/ciro-diz-que-brasileiro-mandou-o-lulopetismo-radical-e-o-bolsonarismo-bocal-embora/>. Acesso em: 20 jan. 2024.

lulopetismo?” (Carta Capital, 08 de março de 2021)³⁰, “Ciro Gomes: ‘Haveria o bolsonarismo se não fosse a contradição do lulopetismo?’” (Carta Capital, 27 de abril 2021)³¹ e “Ciro afirma que lulopetismo alucinou e diz sofrer ameaça”, (Folha de São Paula, 26 de setembro de 2022)³².

O *Facebook*, rede social escolhida para coleta referencial do *corpus* que constitui esta pesquisa, passou, em outubro de 2021, por uma das maiores crises relacionadas a escândalos sobre sua abordagem referente à moderação de conteúdo. O consórcio de veículos de comunicação formado por um total de 17 organizações jornalísticas norte-americanas, publicou denúncias que confirmam que a plataforma digital vem contribuindo para disseminação de *fake news*. A série de reportagens publicadas em jornais dos EUA, chamadas coletivamente de *The Facebook Papers*³³, analisa documentos vazados por uma ex-executiva da rede social, revelando que funcionários do *Facebook* alertaram por anos sobre a desinformação e potencial risco de radicalizar os usuários da rede, por meio principalmente de grupos coordenados que semeiam discurso de ódio e violência. A delação afirma que a *big tech*³⁴ só faz algum tipo de avaliação do que é postado em 30 países, sendo o Brasil, Índia e EUA prioridade na moderação de conteúdo³⁵, por serem países com mais usuários e acessos diários ao *Facebook* e com alto risco de violência política ou instabilidade social.

Conforme apontado na pesquisa *Digital 2023: Global Overview Report*³⁶, da organização Kepios, centrada em informações digitais e estatísticas de mídia, entre 2020 e 2023, o Brasil ganhou 7 milhões de usuários de internet. Em 2022³⁷, ano das eleições, havia 171,5 milhões de usuários de mídias sociais no país (dados de janeiro de 2022), o equivalente a 79,9% da população total. O *Facebook*, a plataforma digital de interação social de maior base de usuários no mundo, com mais de 2,963 bilhões de usuários ativos em 2022, tinha no Brasil um público potencial de audiência de mais de 116,0 milhões de pessoas.

O *Facebook* chegou ao Brasil em 2007 e ocupa o 4º lugar entre as 10 redes sociais mais usadas em 2022, como mencionado, com 116 milhões de usuários. Em primeiro lugar está o

³⁰ Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/cartaexpressa/ciro-sera-que-o-brasil-precisa-de-mais-quatro-anos-de-lulopetismo/>. Acesso em: 20 jan. 2024.

³¹ Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/politica/ciro-gomes-haveria-o-bolsonarismo-se-nao-fosse-a-contradicao-do-lulopetismo/>. Acesso em: 20 jan. 2024.

³² Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/09/ciro-afirma-que-lulopetismo-alucinou-diz-sofrer-ameaca-e-que-fascismo-esta-ganhando-eleicao.shtml>. Acesso em: 20 jan. 2024.

³³ Disponível em: <https://www.washingtonpost.com/technology/2021/10/25/what-are-the-facebook-papers/>. Acesso em: 28 ago. 2021.

³⁴ Big Techs são as grandes empresas de tecnologia que dominaram o mercado nos últimos anos.

³⁵ Disponível em: <https://www.theverge.com/22743753/facebook-tier-list-countries-leaked-documents-content-moderation>. Acesso em: 28 ago. 2021.

³⁶ Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>. Acesso em: 28 ago. 2021.

³⁷ Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-brazil>. Acesso em: 7 abr. 2023.

aplicativo de mensagens *WhatsApp*, com 165 milhões de usuários cadastrados, em segundo o *Youtube*, somando 138 milhões, e em terceiro lugar o *Instagram*, com 122 milhões de usuários.

Embora o *Facebook* tenha caído no *ranking* de redes com mais usuários no Brasil (em 2019 ocupava a terceira colocação), é a rede social em que mais se compartilham vídeos, fotos, local de moradia, localização, família e outras informações da vida pessoal que, em termos de estratégias de *marketing*, ajudam a alcançar consumidores.

Sobre moderação de conteúdo, desde a eleição presidencial dos EUA, em 2016, a plataforma alega estar adotando medidas para combater a disseminação de notícias falsas. Dentre as medidas anunciadas, firmou parcerias com agências de checagem. No Brasil, as agências brasileiras Lupa, Aos Fatos, Estadão Verifica, juntamente com a francesa *Agence France Presse*, são parceiras do site de rede social para averiguar a veracidade de publicações postadas (fotos, vídeos e reportagens). Outra medida foi a mudança no algoritmo³⁸ para priorizar postagens de amigos e familiares no *feed* e diminuir o alcance de notícias.

No entanto, para além das particularidades das redes, como as apresentadas por Allcott e Gentzkow (2017): baixo custo para entrar e produzir, alta lucratividade a curto prazo, o formato da mídia apresentada em fatias finas de informações visualizadas em telefone e *feed* de notícias, tornando mais difícil processar a veracidade, e a segregação na rede de amigos organizados por afiliações ideológicas, o que reduz a necessidade de contra-argumentar, há também o fato de o *Facebook* ser uma rede com arquitetura horizontal que muda a forma de compartilhar e consumir informação em relação às chamadas mídias massivas, o que propicia a propagação de *fake news* neste ambiente informacional, uma vez que os usuários encontram condições simples para produzir, distribuir e consumir conteúdo de toda natureza, incluindo conteúdos falsos, como argumentam Allcott e Gentzkow (2017), Wardle e Derakhshan (2017) e Blackburn et al. (2019). Nessa dinâmica comunicacional, os fatos e sua negação não são mais determinados por qualquer tipo de autoridade, mas, em princípio, por todos os indivíduos, independentemente de seu nível de educação, reputação ou conhecimento cuidadosamente adquirido em um determinado campo.

No ambiente informacional moderno, além de uma maior acessibilidade da tecnologia de edição e publicação, há ainda a mudança no consumo que deixou de ser privado e passou a ser público; a velocidade de disseminação da informação, passada em tempo real entre pares confiáveis, tornando menos provável sua contestação. Todas essas características influenciam,

³⁸ O algoritmo do *Facebook* hackeia o comportamento dos usuários e a interação com o conteúdo disponível na rede social.

assinalam Wardle e Derakshan, (2017), na forma como a informação é produzida, comunicada e distribuída.

Pesquisas voltadas a essa questão mostram o quanto a difusão das *fake news* via redes sociais é preocupante. Em março de 2018, Vosoughi et al. (2018) e outros cientistas do Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT) publicaram na revista *Science*³⁹ um amplo estudo sobre a disseminação de notícias falsas na internet. A pesquisa, considerada mundialmente a maior sobre o tema até então, revela que as informações falsas têm 70% mais chances de viralizar que as notícias verdadeiras e alcançam muito mais pessoas. Outro dado importante indicado é que humanos, e não robôs, são os principais responsáveis pela disseminação de informações enganosas.

Segundo o *Digital News Report 2021*, do Instituto Reuters⁴⁰, o Brasil é o país mais preocupado com notícias falsas. A 10ª edição do estudo, divulgada no primeiro semestre de 2021, ouviu 92 mil pessoas de 46 países, e, dos entrevistados brasileiros, 82% dizem se importar com a veracidade e a possibilidade de informações manipuladas. A desinformação sobre a pandemia da Covid-19 e a polarização política são os principais motivos dessa percepção, de acordo com o levantamento. Um bom indicativo é que, embora ainda seja um alto índice, o percentual do uso das redes sociais como ferramenta para se informar caiu. A pesquisa revela que 47% compartilham notícias por *apps* de mensagens como *WhatsApp* e *Facebook Messenger*, e redes sociais como *Instagram*, *Youtube* e *Facebook*, mas todas as plataformas registraram queda no uso exclusivo para ver notícias.

A preocupação com *fake News*, apontada por grande parte da população na pesquisa da Reuters, não anula e nem mesmo minimiza o fato de que nas páginas ou perfis de brasileiros nas redes sociais - como *Facebook*, espaço de debate público selecionado para este estudo - as *fake news* são difundidas e compartilhadas, seja por motivações pessoais, institucionais, econômicas ou, com mais acuidade, para fins político-partidários, gerando divergências e polêmicas.

Pesquisas recentes, construídas com base teórica e metodológica apoiada em estudos de Comunicação Política, Internet e Redes Sociais, Sociologia das Emoções, ou mesmo de campos como a Psicologia, Ciência Política e da Linguística são passíveis de diálogo, de forma paralela ou transversal, com esta investigação. Os trabalhos se relacionam ora com um dos objetos centrais, ora com os dois e alguns também se estruturam em torno da questão política que

³⁹ Disponível em: <https://science.sciencemag.org/content/359/6380/1146/tab-pdf>. Acesso em: 14 set. 2021.

⁴⁰ Documento completo em: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital_News_Report_2021_FINAL.pdf. Acesso em: 14 set. 2021.

circunda a problemática tanto da indignação moral quanto das *fake news* e, principalmente, da conexão de ambos como instrumentais de ação política no meio digital.

Voltados à problemática das *fake news*, Gomes e Dourado (2019) abordam-nas como um fenômeno cruzado pelas interações entre jornalismo, política e democracia. No âmbito político, argumentam, com base em exemplos de *fake news* propagadas na campanha eleitoral de 2018, que informações falsas criadas para fins políticos ganham projeção principalmente devido ao teor político da história, ou seja, o alcance/engajamento depende dos atores políticos, temática e viés adotado. Considerando essas e outras conjecturas, os autores defendem que as *fake news* devem ser encaradas como um problema que se manifesta no contexto político, e não apenas no campo do jornalismo. Em razão dessa natureza política, Dourado (2020) reforça o potencial das *fake news* para influenciar o clima de opinião hostil durante eleições.

Nessa mesma esteira, porém valendo-se da linguística como abordagem, Silva (2020) demonstra, por meio da análise do discurso, como as *fake news* postadas nas redes sociais pelo ex-presidente da República, Jair Bolsonaro (PL), desde a época em que ocupava um cargo parlamentar; durante a campanha eleitoral de 2018 e, mais recentemente, na função de chefe do Poder Executivo, servem para estruturar um regime de verdade.

Centrado nas questões de plataformação e datificação, os estudos de Alves (2014a, 2014b, 2015, 2016 [2019], 2019) reforçam a capilaridade das redes sociais em circular conteúdo de teor político, constituindo referencial substancial para quem procura compreender as relações entre comunicação, cultura digital e política. Entre os pontos centrais de suas investigações está o apontamento do quanto o impulsionamento da manifestação de sentimentos de revoltas (2019)⁴¹, principalmente por parte da direita brasileira via mídias sociais, acarreta em três aspectos interligados: a polarização das redes, posicionada entre os grupos de direita e esquerda, com acentuada vantagem de visibilidade para a direita; o desarranjo da visibilidade, evidenciado o quanto os conteúdos da imprensa tradicional perdem espaço para as páginas de direita; e a desordem informacional resultante das redes apócrifas que constituem os nichos de apoiadores da gestão governamental de Bolsonaro, retendo alta visibilidade no *Facebook*.

Na perspectiva da Comunicação e Política, Carvalho (2019) se apropria da abordagem das emoções ao dissertar sobre as narrativas políticas emocionais das redes sociais, levantando as correspondências entre emoção e ação política. Tomando o *Facebook* como *lócus*, seus apontamentos expandem o debate sobre internet e política para além das métricas ao indicar, sobretudo, que gerar emoções é tarefa primordial das redes sociais digitais.

⁴¹ O estudo empírico de Alves (2019) foi feito a partir de dados coletados na plataforma *Facebook*.

Hyvärinen e Beck (2018) pontuam o quanto as emoções são uma parte inseparável de como as pessoas usam as mídias sociais e o quanto a forma como se comunicam *on-line* parece ter mudado durante a última década. Atentos à emergência de avaliar o papel das emoções nas mídias sociais, sistematizam as descobertas já feitas sobre o tema e sinalizam a necessidade de se basear em teorias sobre a emoção e fazer a distinção entre sentimento e opinião para melhores apontamento nesse campo de estudos.

Por meio do uso de técnicas de análise de texto automatizadas do *Twitter*, Donoso Ariztía (2020) buscou identificar a existência (ou não) do fenômeno do contágio moral na discussão *on-line* sobre política nessa rede. A investigação focada nos usuários chilenos resgata estudos que mostram o quanto as preferências políticas das pessoas estão associadas a emoções positivas e negativas, e, referente ao sentimentalismo na rede social estudada, apresenta resultados apontando que *tweets* com sentimentalismo positivo tendem a ser mais difundidos do que aqueles com sentimentalismo negativo, mas, quando se trata de notícias, o sentimento negativo parece ser um melhor preditor de difusão do que o sentimentalismo positivo.

As redes sociais como esfera pública para manifestação de indignação moral se tornaram objeto de estudo no Brasil com maior recorrência a partir das manifestações populares ocorridas com as chamadas jornadas de junho de 2013, sucedidas pela ocupação das escolas por alunos secundaristas de São Paulo. Desde então, diversos trabalhos se dedicaram a abordar como as redes sociais digitais são usadas para mobilização; tomada de decisão e manifestação de indignação moral (Minucelli; Nazzari, 2016; Medeiros; Januário, 2017; Melo; Vaz, 2018; Kadooka, 2019). Nessa linha de pesquisa, Côrbo e Gonçalves (2015), em particular, enfatizam o quanto as redes se tornaram locais para o uso político da linguagem, onde é possível manifestar indignação coletiva.

O trabalho dissertativo de Barberino (2017) volta-se ao fenômeno do linchamento virtual em sites de redes sociais, em que a pesquisadora enquadra essa categoria analítica como um sentimento de revolta ou indignação que leva o linchador a fazer a acusação moral e a desejar justiça extralegal. Assim como a indignação moral *on-line*, o linchamento virtual é situado como fenômeno que se expressa e se configura em plataformas digitais.

Colocar as redes sociais como vilãs da radicalização política virou lugar comum e, de acordo com estudo assinado por Brady et al. (2021) da Universidade de Yale⁴², essa pressuposição tem indicativos de ser procedente, visto que, conforme apontado, a arquitetura das plataformas de mídia social é propícia a amplificar as discussões políticas, por meio de

⁴² Disponível em: <https://www.science.org/doi/10.1126/sciadv.abe5641>. Acesso em: 3 mar. 2022.

comentários de teor mais radicais, o que se deve ao fato de os usuários perceberem que quanto mais expressão de indignação moral manifestam, mais recompensas obtêm. No caso, esse sistema de recompensas dentro das plataformas é dado por meio de curtidas e comentários, lembrando a lógica do mundo virtual: publico, logo existo.

O estudo americano feito a partir da análise do comportamento de usuários do *Twitter* mostra que as pessoas tendem a tuitar com mais frequência quando recebem mais *feedback*, e assim reforçam a indignação em tuítes subsequentes, comprovando o potencial das redes em expandir as expressões de indignação moral. Essa reação acontece quando percebem que uma norma moral foi violada e, como tentativa de evitar futuras violações, se expressam *on-line* na intenção de promover a justiça social de forma mais ampla.

Outro apontamento relevante descoberto pela pesquisa é que, embora usuários ideologicamente radicais sejam mais propensos a manifestar indignação, os usuários das redes mais moderadas ao centro são mais atingidos pelo ciclo de recompensas e, por isso, podem se tornar politicamente radicalizados ao longo do tempo, demonstrando o potencial das plataformas em elevar os extremismos dos diferentes espectros políticos.

Além de trabalhos acadêmicos, temos na literatura não científica textos em conversação com o cruzamento estruturado entre *fake news*, ambiente digital e política.

A colunista do Jornal Folha de São Paulo, Patrícia Campos Mello, publicou um livro (2020) em que revela o esquema de distribuição de *fake news* durante as eleições de 2018. Além de denunciar como se estruturou a distribuição de notícias falsas via aplicativo de mensagens *WhatsApp*, o livro-reportagem se volta a apresentar como os conteúdos fabricados servem para o linchamento virtual dos alvos, no caso, políticos e instituições. Conforme acompanhamos o relato da repórter, compomos a dimensão do quanto as *fake news* constituem ameaça à democracia, favorecidas pela fragilidade ou mesmo apagamento entre o real e o virtual.

Outro jornalista que coloca em livro a problemática dos danos causados pelas *fake news* é Leonardo Sakamoto (2016). Diferente de Mello (2020), a publicação do colunista do portal UOL não é uma reportagem, mas um manifesto, em que fala sobre intolerância na internet.

Tema presente em vários debates, uma vez que se tornou pauta de discussão nos últimos anos, sobretudo por questões político-partidária, as *fake news* passam a ser objeto de análise neste estudo pelo enfoque da identificação política e seu caráter instigador de indignação moral.

É importante destacar que nesta investigação seguimos a perspectiva que nos leva a pensar sobre como o público recebe as *fake news*. Concordamos com Levy (2017) que o consumo muitas vezes é consciente, seja para entender o que os crédulos acreditam ou por mero entretenimento. Também concordamos com Silva (2019, p. 43), para quem a “lógica das *fake*

news é antiga: destruir reputações, fomentar o ódio, provocar celeuma, obter vantagens com o prejuízo alheio, gerar confusão, obter prazer com a propagação daquilo que atrapalha o discernimento, etc.”, e para quem os conteúdos carregados de falsificações alimentam dois públicos distintos: aqueles que, mesmo conscientes da falsificação, se apropriam da narrativa por ser útil aos seus fins ideológicos e aqueles que aderem ingenuamente devido à identificação com suas crenças. Consideramos também o que Allcott e Gentzkow (2017) afirmam sobre as duas principais motivações para a produção de *fake news*: financeira, pela chance de se tornarem virais e aumentar a receita, e ideológica, para favorecer candidatos, sendo esta última a relevante para este estudo.

Reconhecemos o risco em adotar *fake news* como terminologia circunscrita, visto que há uma crítica recorrente ao termo por parte de pesquisadores que o consideram insuficiente para explicar o fenômeno (Fallis, 2009, 2015; Wardle, 2017; Wardle; Derakshan, 2017; Ireton; Posetti, 2019; Estrada-Cuzcano; Alfaro-Mendives; Saavedra-Vásquez, 2020; Machado et al., 2020) e optam pelo uso da expressão guarda-chuva, desinformação, sob argumento de melhor essa expressão capturar de forma mais abrangente a complexidade da poluição informacional que envolve a produção, difusão e consumo.

Dentre os pesquisadores que optam em não separar *fake news* e desinformação, e empregam o termo original, encontramos os trabalhos de Rubin, Chen e Conroy (2015), Allcott e Gentzkow (2017), Levy (2017), Rini (2017), Gelfert (2018), Mukerji (2018), Tandoc Jr, Lim e Ling (2018). Em parte, esses pesquisadores apresentam uma proposta de definição baseada em suas características, que, ocasionalmente, se assemelham às de desinformação. No caso de Gelfert (2018), embora ele tente evitar ser restritivo e, por essa razão, trate o significado como estipulativo, a proposta aborda vários temas, alguns dos quais são considerados na abordagem teórica e empírica desta tese:

1. São propositalmente falsas ou enganosas;
2. Devem de fato enganar um público relevante, revelando-se um fenômeno político;
3. São resultados de um processo deliberativo e não acidental, o que implica motivação para atingir uma função; geralmente desviar o receptor da verdade;
4. São constituídas de uma dimensão sistêmica, na qual a propagação se dá, sobretudo, pelas redes sociais, que favorecem a disseminação;
5. São projetadas para gerar cliques e compartilhamentos;
6. Apresentam-se com aparência de notícia.

No tocante a se apresentarem com aparência de notícia, Tandoc, Lim e Ling (2018), em seu estudo revisionista que tenta dar conta das cisões quanto à definição de *fake news*, destacam

que a tática da aparência de notícias reais tem o objetivo de ganhar credibilidade, minando a legitimidade do jornalismo.

Enquanto função epistêmica destinada a oferecer informações factuais confiáveis, a notícia produzida pela mídia noticiosa funciona também como fonte indireta de conhecimento sobre a comunidade epistêmica de alguém. Utilizar a aparência de notícia para produzir *fake news* faz, dessa ocorrência, parte da estratégia de tornar a falsificação eficiente no objetivo de formação de falsas crenças, cooptadas para fins políticos contraditórios, reflete Gelfert (2018).

Esse ‘disfarce’ em se apresentar, muitas vezes, no formato notícia, segundo Jorge (2007, 2019), é uma forma de enganar e influenciar a formação da opinião pública. A pesquisadora classifica as *fake news* como não-notícias, pois suas características se distanciam da notícia em sua categorização de produto cultural vivo, constituído de informações baseadas em fatos. Nesse sentido, como complementa Silva (2019), a distinção elementar entre notícia e *fake news* reside não somente no processo de apuração, mas também no seu caráter de verdade, uma vez que *fake news*, como resultante de algo que se espera ver ou ler, pode se tornar uma verdade pela repetição, tendo como vantagem o uso mais acentuado do sensacionalismo e acelerada difusão e, conseqüentemente, atraindo mais atenção. Assim, o predicativo aproximativo entre notícia e *fake news* (não-notícia) é a aptidão mercadológica, onde a proposição ‘má notícia vende’ se destaca para as *fake news*, mas também se aplica a ambas, por isso mesmo despertam questões que precisam ser revisadas pelos jornalistas, em particular quanto à definição de notícia. (JORGE, 2007).

Ferrari (2018a, 2018b) do mesmo modo concorda com o ponto de vista de que notícias falsas não são notícias na compreensão de enunciados jornalísticos, mas um conjunto de vários tipos de desinformações. Nessas circunstâncias, como aborda Levy (2017), elas se mostram como ameaça real ao jornalismo quando confundidas com uma representação precisa da realidade, em razão da intencionalidade do engano extrapolar a questão epistêmica e envolver muito mais os objetivos financeiros e políticos que elas assumem, diz Rini (2017).

Posto tais observações sobre *fake news* e desinformação, ressaltamos que não pretendemos iniciar uma disputa lexical entre os vocábulos. Para nós, o fundamental não consiste em demarcar a terminologia, mas seu uso político, observando as *fake news* como estratégias cada vez mais capazes de atingir as emoções e as paixões dos indivíduos (SILVA, 2019). Por essa razão, nesta pesquisa optamos pelo uso do termo ‘*fake news*’, considerando que o autor e distribuidor, por motivações ideológicas, políticas e/ou financeiras relacionadas a sua percepção política, cria e compartilha um conteúdo, produto de um planejamento cuidadoso, como reforço à sua identificação partidária. Os termos *fake news* e desinformação são assim

tratados de modo emparelhados e equivalentes, sendo as *fake news* consideradas não somente um tipo de desinformação, mas principalmente como o fenômeno em si, popularizado no debate público e igualmente ao colocado pelos defensores do termo desinformação, posicionadas como deliberadamente compartilhadas com a pretensão de levar a uma falsa crença e ativar emoções, ponto central do debate proposto.

Neste estudo, o *corpus* empírico é composto de comentários produzidos em uma rede social *on-line* (*Facebook*), cuja nossa forma de analisar esse material textual ocorre no sentido de compreender as conversações em seu contexto sociopolítico, de maneira que o comentário se converte no discurso a ser interpretado e os comentaristas (bolsonaristas e lulopetistas) partidários e antipartidários em sujeitos do discurso.

Os comentários (*comments*) do *Facebook* compreendem formas discursivas, processos de interação verbal por meio dos quais os interlocutores interagem entre si, visto que o discurso é um lugar de luta de classes, uma arena na qual sujeitos e antissujeitos estabelecem uma luta ideológica, a qual se materializa pela ação responsiva dos sujeitos (Pêcheux, 2008, 2014), ou seja, seguidores, ou não, de um perfil ou página respondem a uma postagem (*post*). Além de comentar, é possível interagir nessa rede social compartilhando (*shares*) ou curtindo (*likes*) o conteúdo publicado. Por ser uma participação mais visível, comentar é a forma de interação que implica maior risco de conversação, podendo, inclusive, migrar ao ser replicado para outras redes – conjectura Recuero (2014).

A abordagem que considera as narrativas digitais como dispositivos discursivos vem sendo há algum tempo objeto de estudo. Em meados dos anos 2000, Ferrari (2011) correlacionava as mídias sociais com narrativas, no caso, como narrativas digitais, as quais nomeia de narrativas rizomáticas. Carvalho (2016) entendia as textualidades das mídias como metáforas narrativas, as quais não podem ser desprezadas para a análise, ao contrário, devem ser ponto de partida para compreensão dos jogos socioculturais ou mesmo das estratégias de visibilidade/invisibilidade de grupos sociais.

Em nosso estudo, apreciamos as *fake news* (não-notícias) repercutidas nos comentários não propriamente como produto noticioso, ao pensarmos esses conteúdos no sentido de uma metáfora narrativa, tal qual Carvalho (2016).

Para organização e sistematização dos dados, a pesquisa em tela constrói o *corpus* referencial de análise a partir de comentários recolhidos em *posts* das *fanpages* (página criada especialmente para ser um canal de comunicação com fãs dentro da rede social) dos dois candidatos à presidência melhor avaliados nas pesquisas de intenção de votos na campanha de

2022 - Jair Bolsonaro/PL (<https://www.facebook.com/jairmessias.bolsonaro>) e Luiz Inácio Lula da Silva/PT (<https://www.facebook.com/Lula>).

Com esta proposta, para uma postura mais crítica em relação à coleta, tratamento e análise dos comentários, apropriamo-nos da Análise do Discurso pecheuxtiana (PÊCHEUX, 2008, 2014), cuja proposta teórico-analítica entende o sujeito atravessado pela história e pela ideologia. Como ferramenta teórico-metodológica de investigação, a análise do discurso nos serve para sair da contemplação e mergulhar na narração, construindo uma compreensão que parte do entendimento do momento histórico-político do país (eleições presidenciais 2022), ao tempo que vai demudando a estrutura do texto/comentário para então compreender as construções ideológicas (partidárias) presentes nele.

Como uma pesquisa na qual buscamos compreender os efeitos de sentido dos discursos dos partidários e antipartidários de ambas as campanhas, partimos de uma abordagem qualitativa onde o *corpus* é analisado de forma descritiva, não havendo interesse em métricas, ou seja, avaliar o impacto da atividade de mídia por meio do monitoramento do alcance e engajamento, por exemplo. No caso das páginas do *Facebook* dos presidentiáveis, embora considerados como referência, não nos interessou conhecer o desempenho de cada um, como número de seguidores, número e frequência de postagens, número de curtidas por *posts* e o engajamento da postagem, mas como os comentários, entendidos como discursos, revelam a identidade política dos sujeitos da ação social ali estabelecida, no caso, partidários e antipartidários (bolsonaristas e lulopetistas).

Pela amostra, identificamos, inicialmente, a participação dos partidários comentando tanto no perfil de seu grupo interno, ou seja, de seu candidato, quanto no perfil do oponente, o grupo externo, posicionando-se como antipartidários.

Foram analisados os comentários entre os dias 16 de agosto (início oficial da campanha eleitoral de 2022) a 30 de outubro (dia da eleição em segundo turno). Além do período de campanha eleitoral determinado em calendário pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE), optamos por recolher comentários da primeira postagem dos dois presidentiáveis logo após o final do pleito. Na *fanpage* do eleito (Lula/PT), o primeiro *post* foi no dia seguinte, 31 de outubro, enquanto que, na *fanpage* do candidato derrotado (Bolsonaro/PL), a primeira postagem foi após dois dias, em 01 de novembro. Assim, ao todo foram 78 dias de recolhimento de material, da seguinte maneira:

1. Seleção em todos os *posts* publicados em cada *fanpage* (incluindo transmissão ao vivo), não havendo triagem baseada em critérios como engajamento ou tema/assunto;

2. *Print screen* (captura de tela) e seleção manual feita sempre no dia seguinte à postagem, maioria no período matutino, quando o *post* já tinha atingindo entre 24 horas (primeira postagem do dia anterior) a 8 horas (última postagem do dia anterior). A adoção desse protocolo se justifica pela constatação da vida útil limitada das postagens em redes sociais, conforme dados de um estudo monitorado pela *Wisemetric*, empresa especializada em métricas de redes sociais, cujos resultados foram divulgados pelo G1⁴³. Segundo esse estudo, a vida útil média de um *post* no *Facebook* é de aproximadamente 12 horas, contexto em que as primeiras cinco horas registram 75% do engajamento gerado pela publicação, o que significa que, após esse tempo, dificilmente postagens antigas apareçam na *timeline* da audiência.

3. Considerando a grande quantidade de comentários por *post*, eram selecionados primeiramente os ‘mais relevantes’ (comentários de amigos e com maior engajamento primeiro), no entanto, como observado, esses eram compostos por conteúdos de equivalência positiva, sendo de partidários. Em seguida, eram filtrados os ‘mais recentes’ (publicados por último, no entanto, alguns não são exibidos) e nestes estavam tanto comentários de equivalência positiva (partidários), quanto de correspondência negativa (antipartidários).⁴⁴

3. A seleção de quais comentários coletar levava em consideração a proposta de investigar a conexão entre indignação moral e *fake news*, sendo assim, foi composta uma amostra não probabilística (Oliveira, Almeida e Barbosa, 2012), ou seja, feita uma escolha deliberada a partir dos temas relacionados à pesquisa presentes no conteúdo dos comentários. Portanto, foram minerados comentários expressando indignação moral, como: retórica hostil; com demarcação do distanciamento de membros de oposição (grupo externo); demonstrando o desejo de um tratamento preferencial para o próprio candidato; carregados de raiva, nojo e desprezo pelo adversário ou tudo que está ligado a ele; indicando que houve a violação de uma regra moral; e atribuindo culpa e exigindo que o infrator seja responsabilizado ou punido.

Além de comentários carregados de conteúdo moral, foram registrados aqueles que traziam informações falsas ou distorcidas (*fake news*) para reforçar o antagonismo e atribuir características não morais ao adversário político.

4. Era muito comum os comentários não estarem correlacionados com o assunto do *post*, principalmente nas conversações da *fanpage* do candidato Jair Bolsonaro (PL), mesmo assim, tivemos a preocupação em armazenar cada publicação, de modo que o conteúdo publicado pela

⁴³ Disponível em <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2013/08/vida-de-um-post-no-facebook-dura-12-horas-diz-estudo.html>. Acesso em: 20 jul. 2023.

⁴⁴ O *Facebook* dispõe de três formas de apresentação dos comentários: Mais relevantes, Mais recentes e Todos os comentários. Esta última opção mostra todos os comentários, incluindo *spam* e os mais relevantes aparecem primeiro.

página acompanhava seus respectivos comentários. Optamos por explorar os comentários dessa forma pensando no aspecto inteligível da conversação, que prevê a intersubjetividade entre os participantes a partir de proposições e significados que podem estar implícitos ou pressupostos e dão sentido e contexto às mensagens (Manhães, 2014).

Pontuamos que não fizemos correção ortográfica e gramatical nos comentários e mantivemos os textos em caixa alta quando apresentados nessa formatação e também em caixa baixa em início de parágrafos.

Para identificação no texto sobre o autor de cada comentário colocamos entre parênteses a letra (B) para comentarista denominado partidário bolsonarista e a letra (L) para comentarista denominado partidário lulopetista.

Para cada candidato, foram criados dois campos discursivos (marcados pelas divergências ideológicas político-partidárias), os quais foram organizados em dois arquivos no programa *Excel*. No primeiro arquivo, constavam separadamente por planilha a captura da postagem, anotando dia e data da publicação e o conteúdo textual e visual. Abaixo desse *print screen*, eram colados os comentários selecionados, com base em nossa proposta investigativa. Esse modelo foi seguido para cada um dos 640 *posts* de Bolsonaro e 826 de Lula, o que denota obter todo o histórico de publicações dos dois presidenciáveis no período de campanha oficial eleitoral⁴⁵.

Em um segundo arquivo, acrescentávamos informações de cada uma das publicações que facilitariam as correlações no conjunto de dados. Nestas planilhas constavam número do *post*, identificado pela data e sequência, exemplo: a primeira publicação do dia 16 de agosto é numerada de 16(1); legenda, ou seja, o texto que acompanha o material visual, ou em alguns casos, apenas texto; a síntese das temáticas dos comentários de partidários e antipartidários para conhecer qual assunto estavam repercutindo; e um campo para observações.

Considerando o amplo volume de comentários recolhidos, numa estimativa de 1.466 postagens (somadas as postagens das duas *fanpages*), os apêndices apresentados ao final deste trabalho investigativo exemplificam, a partir do primeiro dia de campanha (16 de agosto), como o material empírico foi organizado nas planilhas:

Apêndice 1: Postagem – Bolsonaro 16 de agosto de 2022

Apêndice 2: Informações postagens – Bolsonaro Planilha 16 de agosto de 2022

Apêndice 3: Postagem – Lula 16 de agosto de 2022

⁴⁵ O número de postagens pode variar para mais em decorrência de publicações que por equívoco a autora da pesquisa deixou de catalogar, ou, por terem sido excluídas das *fanpages* antes da mineração, em razão do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) determinar a exclusão do conteúdo.

Apêndice 4: Informações postagens – Lula Planilha 16 de agosto de 2022

Os registros permitiram uma prospecção de dados interpretados ao longo dos quatro capítulos por meio da detecção das temáticas/discursos recorrentes (principais assuntos presentes nas conversações), exploradas nos capítulos 1 e 2; e das *fake news* mais repercutidas (conteúdo propagado em campanha massiva de distribuição multiplataforma, caracterizado pelo grande volume, rapidez, continuidade e repetição), exploradas nos capítulos 3 e 4.

No Capítulo 1, “Bolsonarismo e bolsonaristas”, e no Capítulo 2, “Lulopetismo e lulopetistas”, apresentamos as raízes e as características do movimento denominado bolsonarismo e do grupo político chamado lulopetista (petistas e lulistas), respectivamente, bem como as principais pautas levantadas por esses dois grupos partidários via redes sociais *on-line*, particularmente no local definido para o estudo, as páginas de fãs no *Facebook* de Bolsonaro (PL) e Lula (PT).

Posicionando a indignação como categoria analítica, realizamos um exercício de identificação de desencadeadores de indignação moral a partir de ‘tempestades de indignação’ (Brady; Van Bavel, 2021) que marcaram as conversas políticas no período da campanha eleitoral.

Para melhor percepção dos princípios morais que definem as bandeiras políticas dos dois concorrentes e que ajudam a apreender as manifestações de indignação traduzidas em conteúdos morais de cada grupo de partidários/apoiadores/simpatizantes, traçamos um breve perfil dos candidatos, com a trajetória política e as bases de sustentação de suas candidaturas, bem como desnudamos a face do bolsonarismo e dos sujeitos que veem Bolsonaro como um mito – os bolsonaristas – e igualmente o lulismo, ou lulopetismo (pensando na organicidade entre o político e o partido) e as concepções de seus eleitores – os lulistas/petistas – que em parte são mais que votantes, são militantes e defensores das ideias.

Expostos os candidatos e suas ideias ético-morais antagônicas, avançamos um passo para cruzar o olhar sob o antagonismo entre bolsonaristas e lulopetistas (lulistas/petistas) e, a partir desse ponto, tecer a análise dos comentários/discursos, considerados *feedback*, ou seja, respostas expressas em contágio moral, sejam de congruência ou incongruência às pautas defendidas pelos políticos.

Após a discussão sobre como a relação amigo/inimigo se estende para um marcante antagonismo entre os partidários de Bolsonaro e Lula, e, como esse antagonismo se manifesta em indignação moral expressa em comentários via redes sociais (*Facebook*), podemos compreender melhor as raízes do bolsonarismo e do lulopetismo, o que cada grupo partidário defende e quais temas morais são particularmente mais sensíveis a cada um. Nesse sentido, no

capítulo 3 – “Fake news e indignação moral bolsonarista”, e no capítulo 4 – “Fake news e indignação moral lulopetista” desta tese, trazemos a discussão sobre o uso político das *fake news*, analisado a partir de seu potencial para fomentar narrativas e contranarrativas que contribuem com o antagonismo político, que, no caso do Brasil atual, é marcado, sobretudo, pelo lulopetismo e pelo bolsonarismo.

O *corpus* empírico aponta a correspondência entre as bandeiras prioritárias do discurso de cada grupo político com as *fake news* por eles repercutidas, evidenciando particularmente a prevalência de temas de natureza moral e religiosa como norteadores das *fake news* de maior repercussão durante a campanha.

No exercício analítico, construído a partir dos comentários/discursos, observamos que, para defender os valores morais correspondentes às suas identificações políticas, os dois grupos de partidários valorizam crenças que correspondam às suas expectativas. Para que um maior número de pessoas saiba que ocorreu uma transgressão contra o conceito de certo e errado, eles buscam o engajamento e a amplificação de *fake news* pelas mídias sociais. Dessa forma, esperam que o conteúdo moral e emocional contido nessas *fake news* ajude a aumentar a captura de atenção e, possivelmente, leve a um maior *feedback*, favorecendo uma ‘tempestade de indignação moral’.

1 BOLSONARISMO E BOLSONARISTAS

Em busca da reeleição, o primeiro a lançar a pré-candidatura foi Jair Bolsonaro (PL), em 27 de março (domingo). O evento chamado de “Movimento Filia Brasil” foi anunciado com a finalidade de filiar quadros políticos para as eleições de 2022. A estratégia visou evitar punições da Justiça Eleitoral por uma eventual campanha antecipada, uma vez que, por lei, não configura propaganda antecipada encontros, seminários ou congressos em ambiente fechado e com despesas pagas pelos partidos, para tratar da organização dos processos eleitorais, discussão de políticas públicas, planos de governo ou alianças partidárias.

Com o *slogan* o “o capitão do povo”, Bolsonaro tentou um segundo mandato pelo Partido Liberal (PL), ao qual se filiou em 30 de novembro de 2021, após passar dois anos sem partido. Para o primeiro turno, além do PL, compunham a base de apoio para reeleição de Bolsonaro o Partido Progressista (PP) e o Republicanos, aos quais se somaram, no segundo turno, o Partido Social Cristão (PSC) e Partido Trabalhista Brasileiro (PTB).

Eleito pelo PSL em 2018, do qual se desligou em 2019, Bolsonaro chegou a articular a criação de um novo partido, a Aliança pelo Brasil, que não passou da fase de coleta de assinaturas. Ex-militar, em 37 anos de vida política como vereador, deputado federal pelo Rio de Janeiro, o chefe do executivo na gestão 2019-2022 passou por oito partidos: Partido Democrata Cristão (PDC), Partido Progressista Reformador (PPR), Partido Progressista Brasileiro (PPB), Partido Trabalhista Brasileiro (PTB), Partido da Frente Liberal (PFL), Partido Progressista (PP), Partido Social Cristão (PSC), Partido Social Liberal (PSL) e, por último, para concorrer eleição de 2022 filiou-se ao Partido Liberal (PL).

Após essa breve exposição do perfil político de Jair Bolsonaro, neste capítulo apresentamos as principais temáticas/assuntos explorados pelos partidários de Bolsonaro para construir conversações nas *fanpages* (páginas de fãs) de seu candidato ou na do oponente/Lula, como antipartidários. Os temas de teor moral demarcam a separação do nós/eles, prevalecendo uma relação antagônica entre bolsonaristas e petistas/lulistas (lulopetistas). A análise dos discursos (temáticas) recorrentes nos permite conhecer elementos formadores da identificação política do grupo político a partir da apreensão de como o partidarismo molda os preceitos ideológicos e como esses princípios favorecem a natureza antagonista da política e acendem conveniências para preconceito político e para a indignação moral.

1.1 O que seria o bolsonarismo?

O bolsonarismo não é um partido, nem um grupo e ou ideologia política, mas um movimento que surge nas eleições presidenciais de 2018 (Baldaia; Araújo; Araújo, 2021), quando Jair Bolsonaro foi eleito, assim como o chamado petismo surgiu em décadas atrás. No entanto, mesmo tendo sido um fenômeno novo, as raízes históricas da cultura política dos bolsonaristas (entusiastas das ideias político-culturais de Bolsonaro) estão em curso no país desde a ditadura militar (1964-1985) como herança partidária da ARENA (Aliança Renovadora Nacional), partido criado em 1965 com a finalidade de dar sustentação política à ditadura militar instituída a partir do golpe de Estado no Brasil em 1964 (Romano, 2021). A extinção da ARENA em 1979 deu origem ao Partido Democrático Social (PDS), e em 1985 se fundiu com o Partido Democrata Cristão (PDC) e outros: Partido Progressista Renovador (PPR); Partido Progressista Brasileiro (PPB), que hoje se chama Progressistas (PP); Partido da Frente Liberal (PFL), atual DEM; Partido da República (PR), alterado depois para Partido Liberal (PL), fundado por membros que deixaram o PDS; e ao Partido Trabalhista Brasileiro (PTB).

Assim, como fruto dessas raízes, o bolsonarismo agregou ideologia das legendas oriundas da extinta ARENA, como militarismo, nacionalismo, liberalismo econômico e conservadorismo, somado a princípios ético-políticos próprios, como fundamentalismo cristão, anticomunismo, negacionismo e extremada aversão à esquerda. Como principais bandeiras, o discurso bolsonarista é favorável à facilitação da posse de armas, à prevalência da cultura conservadora, em certos, casos, reacionária, e à soberania nacional, dentro de certa concepção singular.

Em comentário que se espalhou pelas redes bolsonaristas, sendo observado o compartilhamento por um grande número de pessoas (viral) na *fanpage* de Bolsonaro, os partidários acentuam os valores do bolsonarismo e evidenciam o forte orgulho ('Sinto orgulho de fazer parte deste grupo seleta, inteligente, consciente') de se autodenominarem parte deste grupo político, por eles classificados como 'um grupo expressivo de brasileiros cansados da safadeza de políticos sujos, corruptos, gananciosos, Desqualificados'.

(B) O que é ser Bolsonarista?! Bolsonarista nada mais é que um grupo expressivo de brasileiros cansados da safadeza de políticos sujos, corruptos, gananciosos, Desqualificados... Ser Bolsonarista é apoiar uma política limpa, transparente, é lutar por um país melhor para as próximas gerações. Sinto orgulho de fazer parte deste grupo seleta, inteligente, consciente... DEUS, PÁTRIA E FAMÍLIA. #FechadoComBolsonaro2022
Comentário no post: 31ago(7) - Curitiba / Paraná (31/08/22) [...] (Facebook, 2022).

Os valores nos quais se ancoram o discurso expresso no comentário viral indicam que o bolsonarismo, enquanto movimento político, não apresentaria uma natureza homogênea, visto que é composto por uma multiplicidade de grupos capitaneados por valores do militarismo, da religião e/ou da economia. Percebemos, ainda, que os eleitores que apresentam identificação partidária com esse grupo, segundo destacam Avelar (2021) e Romano (2021), se aproximaram do bolsonarismo pelo discurso antissistema, antipolítico, antipartido, anticomunismo, anticongresso, antiSTF, anti-imprensa, antifeminismo, anti-idelogia de gênero, e outras oposições (‘Ser Bolsonarista é apoiar uma política limpa, transparente, é lutar por um país melhor para as próximas gerações’) observadas nos discursos construídos por esses partidários nas conversações das *fanpages*, como no comentário: ‘Minha luta é contra as forças políticas e financeiras’, publicado por um apoiador, em 18 de agosto, na página de fãs de Bolsonaro.

(B) Minha luta é contra as forças políticas e financeiras (e Bolsonaro representa isso) que moldam nossa sociedade hipócrita. Abrir os olhos das pessoas para se ter mudança social. #Bolsonaro
Comentário no post: Bolsonaro 18ago(6) - São José dos Campos [...] (Facebook, 2022).

No comentário acima, ‘luta’ aciona a memória discursiva de combate, em que dois adversários se colocam em enfrentamento, o que remete aos valores propagados pelo bolsonarismo quando inscreve seu dizer nesse espaço discursivo. Nesse sentido, o provável apoiador de Bolsonaro marca seu lugar de pertencimento ao grupo que representa suas crenças e valores sociais, cujo representante “supremo” é Bolsonaro. Assim, levanta a mesma bandeira de luta de seu grupo: o discurso do novo, da transformação, da transparência, do nacionalismo, etc. por julgar as que as gestões do PT cegaram a sociedade, que se tornou “hipócrita”, portanto, precisa mudar, e essa mudança só existiria com Bolsonaro no poder.

Toda relação de pertencimento se ancora numa oposição, de modo que, no caso do exemplo acima, o apoiador do bolsonarismo, ao mesmo tempo que aciona sentimentos de pertencimento aos valores que Bolsonaro representa, também coloca em relação sentimentos de não pertencimento, nesse caso, ao outro polo, ou seja, ao lulopetismo. O pertencimento é da ordem da fixação, de um lugar para “chamar de seu”, enquanto o não pertencimento é da ordem do deslocamento, do “distanciar-se de” (Saraiva, 2019).

Além da herança da ditadura militar e da força das bases políticas (parte da bancada evangélica e da agropecuária) que tornaram a candidatura de Bolsonaro viável (Avelar, 2021), Maitino (2020) e Scerb (2021) compartilham da visão de que a articulação ideológica de uma corrente populista conservadora, não somente no Brasil, mas também em vários países ao redor do globo, resultou na eleição de 2018, na qual Bolsonaro emergiu como vencedor. Nesse contexto, o eleitorado bolsonarista indignado encontrou em seu discurso um reflexo autêntico das pautas típicas do populismo, por representar o homem médio, modelo de ‘cidadão de bem’, ansioso por tomar o poder para si e varrer a elite política corrupta, restabelecendo a imagem de moralidade pública e privada do país. Diversos analistas ponderam sobre a possibilidade de enquadrar o bolsonarismo como um movimento político de natureza populista. Entre esses especialistas, observamos tanto convergências quanto divergências de perspectivas.

Com base nos argumentos de Mouffe (2015, 2019) acerca do populismo, embora conjecturados com base em países da Europa Ocidental, teríamos como resposta que sim, a gestão Bolsonaro vincula-se com um governo populista. Inclusive, para a teórica, a oposição entre populismo de direita e populismo de esquerda colocado como conflito político é algo a ser superado. Conforme percebe a autora, o “momento populista”, vivenciado em vários países, decorreria da capacidade da direita de exprimir de forma mais sagaz as demandas de um povo insatisfeito com a hegemonia neoliberal dominante, que passaria cada vez mais a exigir mudanças políticas e econômicas.

Ao estabelecer um paralelo entre populismo de direita e de esquerda, Mouffe (2019) parte do ponto em comum: ambos constroem uma retórica que agrupa as demandas de insatisfação do povo diante de uma elite corrupta, encenando esse conflito de classes de modos próprios. No entanto, como práticas políticas, carregam características distintas baseadas, sobretudo, no modo como distinguem o ‘nós’ e o ‘eles’. A soberania popular seria convertida em soberania nacional no populismo de direita e não estaria prevista para todos. O caráter excludente é evidente, pois apenas os verdadeiros nacionalistas deveriam usufruir da volta deste poder restaurador da democracia. Antagonicamente, o populismo de esquerda visaria à unificação da sociedade em prol não somente da recuperação da democracia, mas também de seu aprofundamento e ampliação.

Um erro, segundo Mouffe (2019), é classificar os partidos populistas como de ‘extrema-direita’ ou ‘neofascistas’. Para ela, essas designações são formas da centro-esquerda se eximir da responsabilidade pela sua ascensão. Em contestação a esse posicionamento, o filósofo Michael Löwy (2015) defende o uso da tipologia ‘extrema-direita’ como a mais adequada para se referir a partidos que representam ameaça à democracia. Sendo totalmente contrário ao uso

do termo ‘populismo’ para caracterizar partidos diretamente neonazistas ou declaradamente fascistas; aqueles com origens fascistas, mas que tentam se modernizar; e os partidos que não têm ligações correlatas com o nazismo ou fascismo, mas igualmente promovem o racismo, xenofobia, hostilidade anti-imigrante e islamofobia. E em comum, compartilham forte anticomunismo, além de misoginia, homofobia, antissemitismo, entre outros movimentos de segregação.

Assim como Mouffe (2019), Löwy (2015) analisa a realidade de países europeus e encontra não apenas na crise econômica que abala a Europa desde 2008 e traz problemas sociais como o desemprego as razões para explicar a ascensão da extrema-direita conservadora, mas além desse princípio aponta fatores históricos, uma vez que muitos desses países mantiveram antissemitismo latente. No que diz respeito ao cenário brasileiro, Löwy (2020) destaca que entre os traços clássicos do fascismo presentes em parte do discurso alinhado ao bolsonarismo estão o autoritarismo, a preferência por formas ditatoriais de governo e o culto ao líder, que eleva sua imagem ao conceito de ‘mito’, messias e salvador da pátria. Uma característica particular é o desprezo pela ciência, manifesto não apenas, mas de maneira veemente durante o período crítico da pandemia de Covid-19.

Nesse contexto, de acordo com Löwy (2019), em entrevista concedida a Paixão, caracteriza o governo de Jair Bolsonaro não apenas como sendo de extrema-direita, mas principalmente como semifascista ou neofascista, rejeitando qualquer caracterização como populista. Assim, exceto por alguns elementos do Estado totalitário, como a ausência do parlamento e a sua eleição pelo voto popular, sempre houve a intenção de eliminar o “inimigo”, que abrange tudo o que se opõe e representa ameaça, como a esquerda, os movimentos feministas, os indígenas e os grupos de ativismo, como o Movimento Sem Terra (MST).

Seguindo a linha de raciocínio de Löwy (2019), Feres Júnior, Cavassana e Gagliardi (2022) argumentam que Bolsonaro, apesar de possuir características associadas a líderes populistas, não pode ser categorizado como um populista clássico. Ainda que ele levante a bandeira contra a corrupção (no contexto brasileiro, particularmente ligada aos políticos de esquerda e ao antipetismo), não há em seu discurso um apelo significativo ao conceito de povo versus elite, que é um componente central do populismo.

Os pesquisadores explicam que essa postura não ofensiva em relação à elite é resultado do apoio político que Bolsonaro obteve para sua eleição em 2018 e para a sua permanência no governo. Esse apoio veio de setores empresariais, incluindo o setor agrícola, industrial, comercial e financeiro.

O contínuo emprego do discurso anticorrupção, conforme argumentam, tem o propósito de conferir um matiz moralista aos atributos do líder, comprometido em ‘varrer com a velha política’, conferindo-lhe uma índole não apenas de honestidade, mas de combatente de um sistema corrompido. Ademais, junto à batalha contra a corrupção, esse discurso de teor moralista se fundamenta em trazer de forma recorrente à discussão tópicos delicados que refletem os valores conservadores cristãos, como as questões de gênero e o aborto (Feres Júnior; Cavassana; Gagliardi, 2022). Ou seja, o enfoque na luta contra a corrupção integra o apelo moral ao qual estamos nos referindo, e a discussão serve em nosso estudo para contextualizar a gestão Bolsonaro, sendo importante para refletir sobre a relação com o eleitorado, bem como as características e pautas morais do movimento denominado bolsonarismo.

1.2 Bolsonarismo nas redes

A atuação nas redes daquilo que estou chamando de bolsonarismo tem sido objeto de análise (Piaia; Alves, 2020; Dibai, 2021; Dibai e D’Almonte, 2022), revelando o impacto desse discurso ao impulsionar a discussão política em ambientes de interação *on-line* como o *WhatsApp*, *Telegram*, *Twitter* e *Facebook*.

Conforme levantamento feito pela consultoria Bites⁴⁶ (empresa de análise de dados que extrai, cruza e interpreta informações disponíveis na *internet*) no início da campanha de 2022, o presidente Jair Bolsonaro (PL) somava mais de 49,2 milhões de seguidores em seus perfis no *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* e *YouTube*, tendo sido o presidenciável com maior número de seguidores (68,1% do total entre os outros principais cinco postulantes ao Planalto), atrás de Lula apenas no *Twitter*.

Pelos canais oficiais e de aliados, a equipe de comunicação do candidato utilizou estratégias para afogar a opinião pública com mensagens e conseguir firmar a primeira impressão sobre determinados assuntos. Uma das estratégias foram as chamadas ‘missões do dia’, que consistia em orientações das mensagens a serem compartilhadas em grupos ou em redes individuais, de modo a construir uma narrativa favorável a Bolsonaro e de ofensiva a Lula.

Essa notável participação foi observada na página de fãs (*fanpage*) do candidato no *Facebook* durante a campanha eleitoral, apresentando uma interação notavelmente mais elevada em comparação à página de Lula. O monitoramento conduzido pelo projeto M

46 Disponível em: <https://bites.com.br/>. Acesso em: 22 set. 2022.

Facebook, do Manchetômetro (site desenvolvido pelo Laboratório de Estudos de Mídia e Esfera Pública (LEMEP), sediado no Instituto de Estudos Sociais e Políticos (IESP) da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), no qual é feito o acompanhamento da cobertura da grande mídia sobre temas de economia e política), na última semana do pleito (24 a 30 de outubro), revelou que a página dedicada aos fãs do candidato à reeleição experimentou um crescimento de quase 2 milhões de interações e mais de 7 milhões de visualizações. A publicação com o maior engajamento registrou sozinha 709,274 interações, enquanto na *fanpage* de Lula houve uma redução no número de interações em relação à semana anterior da campanha, sofrendo uma queda de aproximadamente 600 mil interações.

Em agosto, o primeiro mês de nossa coleta do *corpus* empírico, o grupo interno de seguidores/fãs (partidários) mantinha um padrão de interação quase ecoante, repetindo elogios a Bolsonaro e proferindo críticas a Lula, à esquerda e ao PT. Nesse estágio, as respostas a cada comentário eram escassas. À medida que a campanha avançava, a partir de meados de setembro, partidários de Lula passaram a interagir de modo mais ativo, respondendo ou provocando debates, o que resultou na construção de um diálogo antagônico dentro da *fanpage* de Bolsonaro.

Diferentemente dos apoiadores de Lula, os bolsonaristas sempre estiveram presentes na *fanpage* do candidato oponente, atuando como opositores, aproveitando a oportunidade para reforçar a narrativa antipetista e defender as pautas de cunho conservador, relacionadas a temas como a não legalização de drogas, o posicionamento contrário ao aborto, a oposição a reconhecimento de casais *gays* e o apoio à liberação do porte de armas. No material gráfico abaixo, compartilhado por partidários de Bolsonaro, é possível identificar as principais bandeiras consideradas prioritárias no discurso desse grupo político:

Figura 1 – Pautas do discurso bolsonarista



Fonte: Fanpage de Bolsonaro, 2022.

Conferindo os comentários produzidos pelos apoiadores de Bolsonaro nas duas *fanpages* (como partidários de Bolsonaro e antipartidários de Lula), no período de 16 de agosto (início oficial da campanha eleitoral de 2022) a 30 de outubro (dia da eleição em segundo turno), somado à primeira publicação feita pela campanha após o segundo turno, em 01 de novembro, verificamos uma constante no tocante aos tópicos abordados. As discussões se mantiveram inalteradas ao longo desse período. Temas de natureza moral e religiosa ocuparam a dianteira das conversas, assim organizadas em blocos:

Tabela 1 – Principais temáticas do discurso bolsonarista

Tema/Assunto	Conceitos-chave
Mito	Mito/salvador da pátria Combate à corrupção Anti sistema Legitimidade sagrada Cidadão e participação política
Cidadão de bem	Bem x Mal Moral e bons costumes Saudosismo ditadura militar Política armamentista (porte de armas, auto defesa)
Deus, Pátria e Família	Valores cristãos Deferência à pátria Família tradicional Conservadorismo

Patriotismo e símbolos nacionais	Resgate do patriotismo Resgate dos símbolos Nacionais Repulsa a bandeira vermelha do PT Comemorações 7 setembros/bicentenário da independência
Aversão à esquerda/Antipetismo	O PT destruiu o país Escândalos de corrupção nos governos petistas Lula é ficha suja Lula é protegido do STF Eleitor de Lula é cúmplice da bandidagem
Desqualificação da imprensa tradicional	A mídia é vendida
Ataque a educação e a cultura	Doutrinação Lei Rouanet/Mamata

Fonte: Dados da pesquisa, 2022.

A seguir, exploramos os tipos temáticos encontrados nos comentários e listados na Tabela 1, referentes ou ao próprio Bolsonaro ou a seus eleitores: o mito, o cidadão de bem, a unidade referencial “família”, o patriota, o antipetista e, por fim, o sujeito avesso às mídias tradicionais, a educação e a cultura, principais eixos discursivos identificados nos comentários.

1.2.1 Bolsonaro, o mito

O “mito Bolsonaro” tem sido alvo de diversas pesquisas nos últimos anos. Por exemplo, Azevedo Jr e Bianco (2019) analisam a presença de elementos míticos nos discursos proferidos pelo político, contribuindo para a construção de sua identidade no imaginário social. Além disso, Dias e Fernandes (2020) examinam como a imagem de Bolsonaro foi moldada a partir de atributos que evocam o discurso do “salvador da pátria”.

No conjunto de comentários em que a defesa da presença e da relevância do “mito” é crucial para a eficácia e eficiência do governo no Brasil, de acordo com os sujeitos que compõem o campo discursivo bolsonarista, é possível observar na prática discursiva desse grupo político que Bolsonaro é visto como a única figura capaz de superar problemas de natureza econômica, social e, principalmente, moral, quando comparado com os atributos de seu oponente petista. A título de ilustração desse discurso, podemos mencionar dois comentários (um respondendo ao outro) publicados por bolsonaristas na página de fãs de Lula em 22 de agosto, com ênfase na governança, que, segundo eles, é exemplar sob a liderança de Bolsonaro (‘O GIGANTE’), em contraposição a uma gestão marcada pela corrupção, como avaliam os governos petistas/Lula (‘O ladrao e organização’).

(B) BOLSONARO O GIGANTE, pegou um país destruído pela quadrilha PT, atravessou a pior PANDEMIA mundial, administrou com genialidade a guerra que trouxe atrasos para as maiores economias mundiais e em apenas 3 anos na PRESIDÊNCIA fez a transposição do rio São Francisco, fechou os maiores acordos com a Europa e Ásia, que darão crescimento ao Brasil como jamais visto, saneou as estatais e os fundos de pensão saqueados pelo PT, está fazendo rodovias, ferrovias, pontes, aeroportos ficaria o dia relacionando tudo que foi feito e a mídia mercenária não mostra. Aí vem o ignorante que não pensa na família e no futuro pedir a volta das malas de dinheiro, dos ladrões que prometem e o imbecil esqueceu que nada fazem ACORDEM..... USE SEU APARELHO CELULAR INÚTIL PARA PESQUISAR todos os integrantes e ladrões do PT

(B) O ladrao e organização deixaram quase 25 milhões comendo lixo, 52 milhões em estado de pobreza, quase 25 milhões de desempregados, milhares de empresas fechadas, estatais quebradas de tanto roubar. Hj o auxílio e três x o bolsa de 2009. Nossa inflação e menor q US e UK. O PIB subindo, desemprego caindo etc. quem sabe ler n vota em ladrão
Comentários no post: Lula 22ago(2) – Oito anos de diplomacia [...] (Facebook, 2022).

Além de inscreverem Bolsonaro na posição-sujeito de salvador da pátria no interior do discurso, único capaz de ter mantido o país em crescimento (‘fez a transposição do rio São Francisco, fechou os maiores acordos com a Europa e Ásia, que darão crescimento ao Brasil...’; ‘Nossa inflação e menor q US e UK. O PIB subindo, desemprego caindo etc’) durante as passagens das crises ocorridas em sua gestão (‘atravessou a pior PANDEMIA mundial, administrou com genialidade a guerra’), teria ele, também, um atributo extremamente importante para agregar ao grupo: não ser corrupto (‘É só não roubar que o dinheiro dá. Bolsonaro é um excelente gestor do dinheiro público’), mas, principalmente, como deixa implícito outro bolsonarista, autor de comentário em postagem sobre economia (deflação) publicado pela campanha de Bolsonaro em 11 de setembro, combater todo e qualquer tipo de corrupção existente no sistema político (‘o dinheiro público não é, mais, sugado pela corrupção dos governos anteriores’):

(B) Como há 16 anos não se via no Brasil. As milhares de obras de Infra-estrutura que o Bolsonaro está fazendo só puderam acontecer porque o dinheiro público não é, mais, sugado pela corrupção dos governos anteriores. De onde vcs acham que sai tanto bilhão para concluir as 1.500 obras inacabadas do PT e para executar novos projetos? É só não roubar que o dinheiro dá. Bolsonaro é um excelente gestor do dinheiro público. Agora já me acostumei a ver dinheiro aparecendo para obras no Brasil. Tudo no Brasil e pelos brasileiros. Nada de bancar ditador socialista da América Latina!
Comentário no post: Bolsonaro 11set(2) - Brasil tem deflação de 0,36% [...] (Facebook, 2022).

Com a confiabilidade que lhe é atribuída, seus apoiadores se tornaram fervorosos na defesa de sua liderança quando ele é acusado de corrupção. Essa defesa foi observada em várias ocasiões em que os seguidores do lulopetismo acusaram Bolsonaro de ser um mau gestor e, principalmente, corrupto. Um exemplo notório foi a repercussão, tanto por parte da imprensa quanto pelos adversários políticos, em relação à compra de imóveis realizada em espécie, noticiado em uma série de reportagens do UOL, publicadas em 30/08/2022⁴⁷ e 09/09/2022⁴⁸. Nesse contexto específico, foi comum a ocorrência de comentários por parte dos bolsonaristas, argumentando que os imóveis não foram adquiridos apenas por Bolsonaro, mas por toda a sua família, o que explicaria o grande número de propriedades. Além disso, houve discursos que buscavam justificar que a origem dos recursos (dinheiro) era completamente lícita (‘conseguiu isso tudocom.muito suor’).

(B) quem trabalha compra mesmo! Narrativas não conta
 (B) Deus abençoe nosso mito pela riqueza de imóveis de luxo, conseguiu isso tudocom.muito suor e comprado dinheiro na mão só alegria nosso mito
 Comentários no post: Bolsonaro 07set(1) - JÁ RAIU A LIBERDADE [...] (Facebook, 2022).

Entre os argumentos mobilizados na retórica do mito, está a ideia de que ele teria sido o único capaz de engajar politicamente cidadãos antes desinteressados. Os comentários refletem uma perspectiva favorável em relação a Bolsonaro, associando sua riqueza à noção de trabalho árduo e desconsiderando narrativas críticas, sugerindo a valorização do mérito individual do líder inspirador, ou seja, constroem sentidos que estão alinhados com a visão positiva do “mito” Bolsonaro, focando na ideia de conquista e sucesso pessoal. Para isso, o dizer amplifica parte

⁴⁷ “Metade do patrimônio do clã Bolsonaro foi comprada em dinheiro vivo”. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2022/08/30/patrimonio-familia-jair-bolsonaro-dinheiro-vivo.htm>. Acesso em: 12 maio 2023.

“Ao menos 25 imóveis do clã Bolsonaro foram objeto de investigação”. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2022/08/30/imoveis-cla-bolsonaro-objeto-de-investigacao-suspeita-dinheiro-vivo.htm>. Acesso em: 12 maio 2023.

“Como foi feito o levantamento dos imóveis da família Bolsonaro”. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2022/08/30/como-foi-feito-o-levantamento-dos-imoveis-da-familia-bolsonaro.htm>. Acesso em: 12 maio 2023.

“Como foi feito o levantamento dos imóveis da família Bolsonaro”. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2022/08/30/como-foi-feito-o-levantamento-dos-imoveis-da-familia-bolsonaro.htm>. Acesso em: 12 maio 2023.

“Metade do patrimônio do clã Bolsonaro foi comprada em dinheiro vivo”. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2022/08/30/patrimonio-familia-jair-bolsonaro-dinheiro-vivo.htm>. Acesso em: 12 maio 2023.

⁴⁸ “Clã Bolsonaro: as evidências de dinheiro vivo em cada um dos 51 imóveis”. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2022/09/09/como-rastreamos-que-o-cla-bolsonaro-pagou-com-dinheiro-vivo-51-imoveis.htm>. Acesso em: 12 maio 2023.

do hino da Independência – JÁ RAIOU A LIBERDADE – para justificar a liberdade de Bolsonaro como sinônimo para “comprar” o que quiser e como quiser.

Além disso, com seu jeito de fazer política, o ‘mito’ trouxe ou devolveu o interesse pela participação política daqueles que viam o sistema político como falido e, por isso, desinteressante, conforme procuram propagar seus apoiadores:

(B) Eu era um “analfabeto político” até te conhecer... Gratidão!
 (B) era dois kkkk só torce pra que ele seja nosso presidente de novo
 (B) vc e muiiiitos de nós por isso nossa gratidão a essa pessoa de Deus nossa estrela
 (B) existe o Brasil antes e depois de Bolsonaro!
 (B) faço das suas palavras as minhas, e acredito que grande parte da população se identifica com isso.
 (B) na verdade acho q toda população brasileira (menos os políticos) era analfabetos da política .so agora aprendemos. Antes tarde do que nunca né rsrs. Assim fica mais difícil ser-mos ludibriados por políticos corruptos
 (B) eu era pior, um militonto da esquerda 🤔
 Comentários no post: Bolsonaro 11set(1) - Sem legenda (Vídeo de Bolsonaro falando sobre fatos que marcam a vida) (Facebook, 2022).

Os comentários acima foram publicados em resposta a postagem de um vídeo de Bolsonaro falando sobre fatos que marcam sua vida no dia 11 de setembro (domingo). Nos comentários, todos publicados por aparentes apoiadores do ex-presidente, observa-se a defesa de que a ascensão de Bolsonaro para o primeiro plano da cena da política nacional a partir de 2013-2016, com o *impeachment* da presidenta Dilma, representou a emergência de um novo e legítimo representante do povo, um ‘Brasil antes e depois de Bolsonaro’. Essa narrativa não se encontra distante do que Scerb (2021) afirma. Segundo esse autor, a imagem calcada no populismo de Bolsonaro catalisou um conjunto de cidadãos que se sentia excluído e desinteressado da política (‘toda população brasileira (menos os políticos) era analfabetos da política’). Esta narrativa, levou uma parcela da população a sentir-se representada e parte de um projeto voltado a aniquilar o sistema corrupto brasileiro, e, esta mesma narrativa é explorada nos comentários, numa tentativa de legitimar a representatividade do candidato, por meio da chave retórica do mito, especificamente o mito político, o qual Girardet (1987) discute a partir dos mecanismos de memória que as narrativas míticas despertam, como perigos a serem evitados (no caso de Bolsonaro, tudo que o antipetismo ressoa, em particular a corrupção sistêmica e a ameaça comunista). Ele seria um mito porque foi capaz de fazer o milagre de promover o engajamento desta parte da sociedade. A qualidade desse engajamento, entretanto, será questionada pelas esquerdas, dentro de uma perspectiva romântica que ignora a íntima relação contemporânea entre mídia e política, como aborda Aldé (2004) ao debater os possíveis

efeitos alienantes da mídia, particularmente quando esse recorte é feito entre pessoas que não colocam a política como pauta de interesse em seu consumo midiático. Segundo essa visão, a "politização" teria que se dar por meio do processo de formação política tradicional - ligada a sindicatos e partidos. O modo do chamado bolsonarismo operar, por outro lado, seria, como dito por Scerb (2021), pela estética do populismo.

Essa dinâmica aciona o mito/herói salvador, ancorado na narrativa ou crença cultural em que um indivíduo, líder ou figura carismática é visto como a solução para resolver problemas complexos, superar crises ou salvar uma comunidade, nação ou sociedade de alguma forma, de modo que essa figura é idealizada como alguém dotado de virtudes extraordinárias, capacidades especiais ou poderes únicos que o tornam capaz de superar desafios que parecem insuperáveis.

Nesse sentido, o “salvador” é frequentemente associado a características como coragem, sabedoria, força, resiliência e carisma, emergindo em momentos de crise, incerteza ou instabilidade, quando as pessoas buscam uma figura que possa trazer esperança, segurança e direção, liderando e guiando o grupo em direção a um futuro melhor, muitas vezes enfrentando adversidades consideráveis no processo.

No contexto político, esse mito pode ser explorado por líderes carismáticos que se apresentam como a resposta para os problemas e desafios enfrentados pela sociedade, contexto em que prometem mudanças radicais, renovação ou restauração de valores considerados importantes, como se configura o percurso traçado por Bolsonaro e seus apoiadores, recorrentemente explorado nos discursos que circularam nas redes sociais e nas mídias de modo geral.

Conforme Girardet (1987), a representação do mito está conectada à presença de fases de maior e menor intensidade, abarcando períodos de agitação e momentos de calma, o que configura, ao longo da história, a irrupção desse tipo de figura. Nesse processo, o conjunto de ideias compartilhadas pela sociedade reforça os fundamentos do mito, fazendo com que eventos inconvenientes sejam relegados ao esquecimento, de modo que os narradores das mitologias correspondentes, por sua vez, recorrem à imaginação para suprir eventuais lacunas, afastando os fatos reais da plausibilidade, aproximando-os de um conjunto de elementos idealizados. Dito de outro modo: “o contexto cronológico é abolido; a relatividade das situações e dos acontecimentos, esquecida; do substrato histórico não restam mais que alguns fragmentos de lembranças vividas, diluídas e transcendidas pelo sonho” (Girardet, 1987, p. 53).

Como os mitos requerem um cenário para ganharem forma, o momento mais propício surge durante períodos de desordem social significativa ou quando as populações não se sentem

identificadas com o ambiente ao seu redor. Dessa forma, a impulsão central por trás do mito político reside na desconfiança em relação à habilidade ou legitimidade de uma estrutura vigente. É nesse ponto que eles desempenham um papel crucial: como ferramentas para recuperar uma identidade comprometida (Girardet, 1987, p. 177-192). Em outras palavras, essas construções, apresentadas de maneira fantasiosa, servem como meio de expressão para uma sociedade em relação às suas aspirações e preocupações, as quais são utilizadas como mecanismos para buscar uma identidade coletiva, estabelecer unidade política e até mesmo para transformar e reconstruir realidades sociais. Esse último aspecto, em particular, torna os mitos essenciais na formação de grupos sociais distintos: seja por meio da identificação com a suposta realidade retratada ou pela negação dela, ponto crucial para entender como determinados períodos e contextos históricos foram moldados, conforme destaca Girardet: “é no sonho da revolução proletária que o proletariado se afirma como classe autônoma” (Girardet, 1987, p. 177-192).

Nesses termos, os discursos legitimando Bolsonaro como uma liderança situam o político cultuado por seus partidários como mito, um líder nacionalista (‘cuidar de nosso País e dos Brasileiros’) e com princípios cristãos, capaz de salvar o país da ameaça comunista (‘possamos ficar livre de comunismo’), da corrupção (‘leva estes corruptos para os país que eles muito defende’), além de garantir a segurança e a manutenção dos valores conservadores importantes para este grupo político, como deixa transparecer parte dos bolsonaristas, entre eles o autor do comentário abaixo, de 02 de setembro, quando faz agradecimento público ao candidato à reeleição.

(B) Agradeço muito a Deus por ter colocado BOLSONARO para cuidar de nosso País e dos Brasileiros para que possamos ficar livre de comunismo da corrupção e deste cachaceiro e leva estes corruptos para os país que eles muito defende que é Cuba Venezuela Nicarágua.
Comentário no post: Bolsonaro 02set(2) – Rio Grande do Sul [...] (Facebook, 2022).

Em nome da segurança e da moral, as ações governamentais do “bolsomito” são sempre respaldadas por seus partidários, que viam suas declarações como evidência de liderança e crítica à elite política e cultural. Mostra dessa postura antissistema é percebida pelos bolsonaristas quando o então Presidente e candidato à reeleição se posiciona contrariamente à jurisprudência exercida pelo STF e em oposição às mídias tradicionais.

(B) O único que bateu de frente com o STF e rede globo

(B) Ele bateu de frente também com esse sistema imundo e corrupto que sempre dominou o Brasil.

Comentário no post: Bolsonaro 13set(2) - Sorocaba / SP (terça-feira) Parte 1 (Facebook, 2022).

A construção do mito em torno de Bolsonaro é grandemente influenciada pela maneira como seus seguidores percebem sua abordagem ao conflito político. Em vez de permitir que esse conflito se desenrole de maneira democrática, ele provoca debates que inevitavelmente se concentram em questões morais. Essa estratégia, conforme destacado por Mouffe (2015, 2016), sustenta o embate entre grupos políticos opostos principalmente por meio da polarização entre certo e errado, ou, como observado nos discursos, no caso da rivalidade entre o bolsonarismo e o lulopetismo, entre o bem e o mal. Nesse cenário, os seguidores bolsonaristas se consideram como representantes do bem, enquanto os adeptos do lulopetismo são associados ao mal. Esse contraste é expresso por um partidário bolsonarista em um comentário compartilhado na *fanpage* de fãs do oponente petista em 18 de agosto.

(B) Bolsonaro o líder mundial que tirou das mãos sujas do pt o povo de bem deste país

Comentário no post: Bolsonaro 18ago(2) - Visita ao Parque Tecnológico [...] (Facebook, 2022).

Os antagonismos mobilizados por Bolsonaro, particularmente os carregados de preceitos morais, são igualmente os ideais almejados por estes cidadãos, como se olhassem para a figura pública e vissem a si mesmo. Diante dos antagonismos que separam Bolsonaro de Lula, segundo a ótica moral do bolsonarista, autor do comentário a seguir, não resta dúvidas com qual presidenciável se identificar ('vote com quem você se identifica').

(B) Nunca foi tão fácil escolher de um lado um Militar, Patriota e cristão e do outro um Sindicalista, Ladrão e Ateu vote com quem você se identifica

Comentário no post: Bolsonaro 22set(1) – SAÚDE/ EDUCAÇÃO [...] (Facebook, 2022).

A identificação, segundo Ricoeur (2014), perpassa tanto a configuração da identidade pessoal quanto a identidade coletiva, operando com base nas conexões que as pessoas estabelecem com os valores, crenças, normas, ideias e assim por diante, com os quais elas se identificam, posto que “o reconhecer-se-em contribui para reconhecer-se-por” (Ricoeur, 2014, p. 122), gerando um sentimento de lealdade, logo, de pertencimento incondicional, o que, por sua vez, assegura a “manutenção do eu”, ao mesmo tempo que assegura os discursos que

alimentam o imaginário social, sustentando os pilares de um determinado grupo, no caso aqui em pauta, combater tudo que afronta os ideais propostos por Bolsonaro na defesa de um Brasil justo e livre de corrupção.

Cabe ao ‘cidadão de bem’, diz outro enunciador bolsonarista, em 02 de setembro, oferecer apoio para Bolsonaro (‘Bolsonaro precisa de muito apoio do povo’; ‘mostrar o apoio incondicional ao presidente’), encontrar as condições para lutar contra o sistema e combater privilégios e só assim tirar o país da crise política, moral e cultural vivenciada pelos governos petistas (‘não se sujeitarmos à vontade mínima mundial de se tornarem absoluto’).

(B) Quatro anos apanhando não é para qualquer um, Bolsonaro precisa de muito apoio do povo porque está combatendo com vontade e firmeza por um Brasil melhor, precisamos fazer a nossa parte, mostrar o apoio incondicional ao presidente, vamos portar bandeiras do Brasil, vamos passear com a camisa do Brasil, vamos protestar de qualquer forma, é inadmissível que a esquerda continue apodrecendo o Brasil e o mundo, vamos mostrar a este que o caminho da liberdade e da dignidade do ser humano tem que prevalecer e não se sujeitarmos à vontade mínima mundial de se tornarem absoluto, o que faz o Brasil acontecer somos nós, pessoas do bem, da família, de Deus, da força e coragem, cada um de nós, temos que fazer acontecer, vamos nos mostrar também, assim como Bolsonaro vem se mostrando que a força e coragem, trabalho e determinação, são fundamentais

Comentário no post: Bolsonaro 02set(7) - Sem legenda (Montagem de manchetes de notícias de 2006: Alckmim acusa PT pelo crescimento do PCC) (Facebook, 2022).

Converter Bolsonaro em um mito vai além da simples atribuição de credibilidade para governar o país com autoritarismo e honestidade. Conforme discutido por Lopes e Fulaneti (2022), envolve uma narrativa que entrelaça o aspecto político e o religioso, conferindo-lhe uma legitimidade de natureza sagrada, o que se tornou evidente em nosso conjunto de dados, composto por comentários, ao longo de toda a campanha eleitoral, em que o grupo político que apoia Bolsonaro reforçou continuamente esse discurso. Um desses comentários afirma que o candidato presidencial se destaca dos demais políticos porque ‘Deus o enviou’, o que reitera a figura do “salvador”.

(B) O povo vai aonde o capitão está, cada dia mais estou convicta e a certeza de que Deus o enviou para direcionar esta Nação. Bolsonaro22.

Comentário no post: Bolsonaro 01set(3) - CEAGESP (01/09/2022 (Facebook, 2022).

1.2.2 Cidadão de bem

Os apoiadores de Bolsonaro enxergam nele um político que defende os valores tradicionais, é contrário ao sistema estabelecido, se opõe aos movimentos de direitos humanos e identitários, e critica os meios de comunicação convencionais. Por meio desses atributos, eles constroem uma conexão de identificação, de modo que, como um grupo político com ênfase na moralidade, eles criam uma separação moral entre os ‘bons’ e os ‘ruins’. Nessa perspectiva moralmente segregadora que divide ‘nós’ e ‘eles’, o bolsonarismo define como ‘cidadão de bem’ aquele que adere aos princípios cristãos, contribui para a nação e preserva os valores familiares. Esse ponto de vista é expresso por um seguidor de Bolsonaro que compartilhou um comentário na segunda postagem do dia 07 de outubro na página de fãs do político.

(B) A Esquerda é suja, Capitão, e a mentira faz parte da manipulação deles, o povo de bem não vai mais cair nessa armadilha do mal. Nós somos Deus, Pátria e Família. Que Deus te abençoe, e a nossa nação e tire as escamas dos olhos daqueles que ainda não conseguem enxergar a verdade! Nossa Bandeira jamais será vermelha! 🇧🇷🇧🇷❤️❤️
Comentário no post: Bolsonaro 07out(2) - Lula agora tenta dizer [...] (Facebook, 2022).

De acordo com Costa (2021), é mais apropriado considerar a expressão ‘cidadão de bem’ como uma figura de linguagem, em vez de uma definição literal. Este ator social, conforme pontuado pelo pesquisador, emerge da necessidade de conferir um julgamento moral ao *status* de cidadania e constitui uma estratégia discursiva ideológica para legitimar determinadas práticas sociais, o que inclui a crítica a políticas identitárias e a defesa da meritocracia, bem como ataques constantes ao sistema político e aos meios de comunicação tradicionais. No contexto da apropriação pelos bolsonaristas, a expressão também engloba a celebração da Ditadura Militar. Podemos perceber essa perspectiva inclusive em um comentário datado de 16 de agosto, compartilhado na página de fãs de Bolsonaro.

(B) Na época do regime militar o Brasil desenvolveu muito, a inflação era baixa o salário mínimo tinha aumento duas vezes por ano, tinha muito emprego a gente podia escolher qual empresa é o salário que você queria, após isso o país não desenvolveu muito, temos muita esperança na reeleição do presidente Bolsonaro....
Comentário no post: Bolsonaro 16ago(10) - Sem guerra e pandemia [...] (Facebook, 2022).

Estando o ‘cidadão de bem’ do lado oposto do ‘bandido’, este merece a proteção policial e não somente a proteção dada pelo Estado, mas também que seja a ele legitimado o direito da autodefesa (‘somos obrigados a ter o porte de armas para defesa’) por meio da liberação de

posse de porte de armas de fogo ('Quem quiser ter arma e for responsável pelas suas ações Ok !'), assim defendem os bolsonaristas que participam da conversa  o na primeira postagem do dia 26 de outubro na página de Bolsonaro.

(B) Quem quiser ter arma e for responsável pelas suas ações Ok! Quem não quer te arma Ok também! Só os bandidos com arma fica difícil! Cada um responde pelas suas ações e pronto!

(B) concordo com você e acrescento,    injusto deixar os bandidos soltos, que possuem armas de forma ilegal, sem impunidade, vivendo nas ruas com as pessoas do bem, ai somos obrigados a ter o porte de armas para defesa, os livros não nos defendem das injustiças que acontecem nesse país. Esperamos que com a reeleição de Bolsonaro as impunidades sejam apontadas para nossa segurança.

(B) exato..eu tirei a minha e passei por vários testes e exames e muitos documentos e taxas Tive que provar que tenho condições e responsabilidade e estou feliz com isso... Minha casa protegida por Deus e por mim... Obrigada Presidente.. o que não pode    só bandido ter e o cidadão não.

(B) Quem defende armas legais, na posse de cidadãos de bens. T   defendendo vidas e reduzindo a violência,.Quem defende armas ilegais nas mãos de bandidos e desarma o cidadão contrib  iram pra o maior número de mortes e violência, v  o vendo a diferença.

Comentários no post: Bolsonaro 26out(1) - NOVO RECORDE [...] (Facebook, 2022).

Quem não apresenta os atributos do 'povo de bem' está no campo do inimigo, no combate, na luta, cujos espaços são bem demarcados - os esquerdistas ('A Esquerda    suja'), o 'eles' ameaçador da moral e bons costumes ('a mentira faz parte da manipulação deles'), ou como diz outro comentador bolsonarista em 06 de setembro: 'gente do mal,comunistas nojentos', 'covarde' e 'demônios'.

(B) Covardes! Malditos....os da esquerda são gente do mal,comunistas nojentos!....

(B) A esquerda    covarde! Nunca prestaram em lugar nenhum do mundo. Sao demônios

Comentários no post: Bolsonaro 06set(6) - Há exatos quatro anos, eu vivia [...] (Facebook, 2022).

Como apresentado até aqui, os comentários são discursos, os quais se ancoram em signos e os signos são ideológicos por natureza, conforme Bakhtin (1995), logo, as palavras não são neutras, posto que configuram uma arena, lugar de luta de classes, de relações opositivas, como analisamos no dizer colocado em funcionamento nas redes por apoiadores tanto de Bolsonaro quanto de Lula, bem como pelos dois políticos.

Vargas et al. (2018) identificou os principais temas abordados nos discursos de Bolsonaro, e, como registrados em nosso *corpus* empírico, repercutidos por seus partidários. Os dados do pesquisador nos ajudam a expandir a compreensão de como é feita a separação entre o ‘nós’ cidadãos de bem e o ‘eles’, esquerdistas do mal.

Tabela 2 – Características do discurso de Jair Bolsonaro

Nós	Eles
Cidadãos de bem: segurança e moral	Esquerdismo: bandidagem, imoralidade e corrupção
Família	Gays e homossexuais
Defensores do controle da natalidade e da redução da maioridade penal	Ativistas de direitos humanos
Defensores dos valores cristãos conservadores	Socialistas e sociais-democratas
Homens	Mulheres
Defensores da Escola sem Partido	Doutrinadores de Paulo Freire e Gramsci
Armamentistas e milícias	Desarmamentistas e defensores dos direitos humanos
Policiais e militares	Intelectuais, jornalistas, protetores de traficantes e estrupadores
Agronegócio e segurança no campo	Indígenas, quilombolas, sem-terra e terroristas do campo
Proprietários e livre iniciativa	Invasores da propriedade privada, movimentos sociais e comunistas
Mérito, jovens que querem subir na vida	Cotistas, bolsistas e refugiados
Patriotas	Políticos corruptos e Fórum de São Paulo

Fonte: Vargas et al., 2018.

Durante a campanha de 2022, essas narrativas, fundamentadas nos princípios morais previamente identificados por Vargas et al. (2018) e respaldadas pela dicotomia entre o ‘bem’ e o ‘mal’, predominaram e foram reforçadas pelos seguidores do bolsonarismo nas *fanpages* do *Facebook*, dinâmica observada tanto nas conversas dentro do grupo interno na página de Bolsonaro, quanto quando esses seguidores participaram na página de fãs do oponente, atuando como um grupo externo.

As pesquisas de Yengar e Westwood (2015), assim como de Westwood et al. (2017) sobre identidade política, oferecem *insights* para compreender esse tipo de discurso hostil, carregado de xingamentos e insultos, de modo que os pesquisadores argumentam que a identidade política se desenvolve em um cenário social sem as restrições e normas que limitam outras divisões sociais, como raça e gênero. Ou seja, ao contrário dessas divisões, não há moderação ou desaprovação quando a hostilidade é direcionada aos oponentes políticos. Para eles, expressões negativas contra apoiadores de partidos rivais são consideradas aceitáveis e até esperadas, comportamento denominado por eles de “documentação afetiva partidária”, e é esse

fenômeno que sustenta a polarização e justifica as demonstrações de hostilidade entre eleitores com diferentes posicionamentos políticos.

Na seleção de comentários abaixo, é possível observar o uso de xingamentos e insultos, com o emprego de expressões hostis e altamente emotivas, tanto por parte dos seguidores bolsonaristas (como ‘cachaceiro’, ‘bandido’, ‘drogado’ ou ‘cego’), quanto por parte dos seguidores do Lula e do PT (como ‘gado alienado’ e ‘nojentos’), o que destaca a intensidade da animosidade entre os opositores ao longo da campanha.

(B) fiz uma análise 99% dos petista são cachaceiro, bandido, drogado ou no cego o 1% que resta tem demência. Você se encaixa em qual dessas ?
Comentário no post: Lula 28set(9) – As famílias estão endividadas, sem conseguir comprar alimentos [...].
(L) voces gado alienado não podem deixar de serem nojentos não? Qual a real necessidade de ir p um comentário incitar o colega??? Na boa que pessoas doentes. Aceitem queridos a esperança do Brasil é lulaaaaaaa a resposta chegará dia 30. Fogo quem tem é vocês. Mentes vazias
Comentários no post: Lula 13out(12) – É DataPovo que chama? (Facebook, 2022).

Conceber uma relação entre moralidade e política implica partir da compreensão de que valores morais são quase sempre inegociáveis. Dessa maneira, a política mediada pelo registro da moralidade coloca ‘nós’ e ‘eles’ ainda mais distantes, dificultando a prevalência do modelo agonístico pensado por Mouffe (2014, 2015), no qual é possível falar em pluralismo, já que o oponente não reconhece a legitimidade de seu concorrente. No entanto, com a interferência de termos morais, o que se vê na relação antagônica entre bolsonaristas, chamados de ‘cidadãos de bem’, e lulopetistas, rotulados como ‘bandidos’, é uma relação em que os dois lados não são simplesmente adversários, mas sim, inimigos, o que faz com que as possibilidades de consenso se desfaçam, assemelhando-se ao modelo antagonista de política.

1.2.3 Deus, pátria, família

Durante a disputa pela reeleição, a campanha de Jair Bolsonaro começou a reforçar o *slogan* que já havia sido utilizado ao longo de sua carreira política: ‘Deus, Pátria, Família’. Reproduzido por seus apoiadores em materiais de divulgação e em discursos de apoio, o lema não é uma novidade na história da política brasileira. O movimento bolsonarista simplesmente resgatou o *slogan* que reflete as propostas do Movimento Integralista, criado na década de 1930. Conhecido como o fascismo brasileiro, a Ação Integralista Brasileira (AIB) foi fundada pelo

escritor e jornalista Plínio Salgado, que promovia um discurso de oposição ao comunismo, a exaltação de símbolos ultranacionalistas e a ênfase em Deus, Pátria e Família (Dias, 2022).

Como um movimento nacionalista e autoritário, o Integralismo buscava inspiração em símbolos e expressões fascistas e nazistas, como a saudação feita com o braço direito estendido. O movimento existiu de 1932 a 1937, quando o Estado Novo foi estabelecido por Getúlio Vargas (Dias, 2022). No entanto, como observado, seus ideais ainda encontram apoiadores até os dias de hoje.

A campanha de Bolsonaro retomou esse lema e o transformou na síntese de seus valores e ideias. Em suas transmissões ao vivo semanais no *Facebook*, Bolsonaro frequentemente repetia essa frase. Além disso, aproveitava as oportunidades dos debates e sabatinas presidenciais organizadas pelas emissoras de rádio e televisão para propagar o *slogan*. Da mesma maneira, seus apoiadores frequentemente repercutiam o *slogan* em seus comentários, como um apoiador compartilhou em 12 de outubro, reforçando a ideia de um país onde a influência religiosa cristã deve ter destaque, de uma pátria unificada pela sociedade e da importância da família como uma unidade conservadora de valores tradicionais ('Estou do lado que preza pela Família, Deus, Brasil, Armamento e Liberdade de Expressão.').

(B) Estou do lado que preza pela Família, Deus, Brasil, Armamento e Liberdade de Expressão. Tenho fidelidade, constância e firmeza no que acredito, isso é base para o conservadorismo. Por isso sou Bolsonaro
#Deus #Família #Patria #vida #Liberdade
Comentário no post: Bolsonaro 12out (1) – IPCA cai 0,29% em setembro [...]
(*Facebook*, 2022).

O apelo moral-religioso na declaração: 'Tenho fidelidade, constância e firmeza no que acredito, isso é base para o conservadorismo' marca a estratégia discursiva para mobilizar o público conservador que nega a diversidade religiosa e o princípio laico do Estado, no qual há a separação administrativa entre Estado e Igreja e a liberdade e proteção de crença; teme o "perigo vermelho" do comunismo (Sá Motta, 2002); e estar atento à defesa dos valores tradicionais da família conservadora, que é contra o aborto, ideologia de gênero e liberação de drogas.

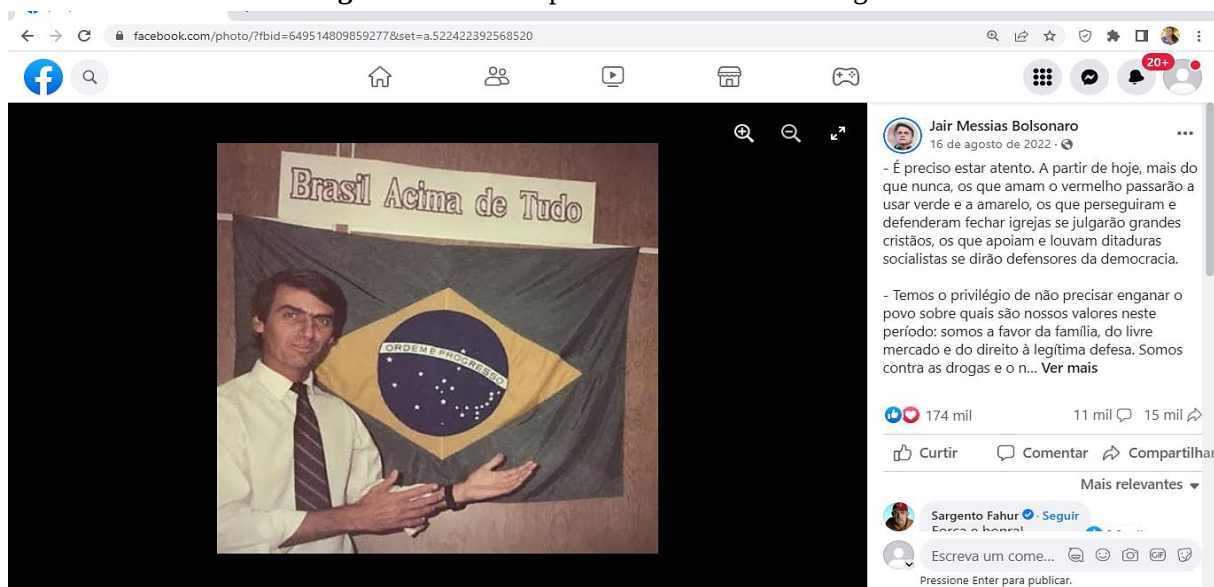
1.2.4 Patriotismo e o resgate dos símbolos nacionais

O lema 'pátria', um dos três pilares do slogan da campanha bolsonarista, foi reforçado pelos partidários por meio do uso político dos símbolos nacionais. Essa apropriação do discurso

por parte dos apoiadores também é algo que tem sido alimentado pela figura pública de Jair Bolsonaro. De acordo com Silva e Noronha (2022), já no início da década de 1990, o político apareceu em uma foto empunhando a bandeira nacional e, ao longo de sua trajetória política, procurou consolidar o sentimento de nacionalismo e patriotismo ao demonstrar veneração exacerbada pelos símbolos representativos da nação.

Em uma das postagens da campanha de Bolsonaro no *Facebook*, datada de 16 de agosto, o primeiro dia oficial da campanha, ele é retratado em uma foto de arquivo do início de sua vida pública, ao lado da bandeira nacional, com o lema ‘Brasil acima de tudo’ acima. O texto da legenda traz um alerta sobre falsos patriotas que fingem devoção à pátria apenas para conquistar votos.

Figura 2 – Print do post Bolsonaro de 16 de agosto



Fonte: *Fanpage* de Bolsonaro, 2022.

Ao modo do líder, o verde e amarelo, as cores nacionais, foram então apropriadas pelos seus partidários como plataforma política de autoafirmação identitária de verdadeiros patriotas. Em conversação na página de fãs do presidenciável em 29 de outubro, os bolsonaristas reforçam o discurso de que o amor à pátria é demonstrado pela exaltação à bandeira nacional (‘comprei uma bandeira do Brasil’; ‘também comprei uma bandeira do Brasil’; ‘Uso a bandeira em camiseta, boné, desde sempre!’).

(B) Hoje a tarde , comprei uma bandeira do Brasil , enorme e coloquei na minha varanda ... estou muito confiante no presidente Bolsonaro ! 22
(B) também comprei uma bandeira do Brasil acetinada, mto linda!Está no vidro da minha janela por dentro!

(B) Uso a bandeira em camiseta, boné, desde sempre! Vamos amar mais nossa pátria, não só em tempos de eleição e copa.
Comentário no post: Bolsonaro 29out(17) - Meu obrigado a Donald [...] (Facebook, 2022).

Outro bolsonarista, em comentário também publicado em 29 de outubro na *fanpage* de Bolsonaro, corrobora o discurso de que a apropriação de símbolos, como a bandeira nacional, mostra-se como afirmação da retórica de valorização da pátria e divisão entre a quem ela pertence ('quem respeita a bandeira e a história de liberdade') e a quem ela não pertence (comunistas).

(B) bandeira do Brasil é pra patriota, pra quem respeita a bandeira e a história de liberdade... É pra quem não se dobra pra bandeira que representa o comunismo no mundo!
Comentário no post: Bolsonaro 29out(10) – Belo Horizonte [...] (Facebook, 2022).

Nessa lógica de pertencimento, os símbolos nacionais, como a bandeira, não podem ser apropriados pelos lulopetistas, pelo menos na concepção de bolsonaristas que expressam seus pontos de vista em uma conversa respondendo a um apoiador do PT em uma postagem datada de 16 de agosto, na página de fãs do candidato petista - comunistas ('A bandeira do Lula é a vermelha, símbolo do comunismo'; 'A bandeira do Brasil não pertence aos comunistas').

(L) A bandeira do Brasil é nossa, a conquista está próxima, queremos o resgate de nossas cores. #LulaPresidente13
(B) o Lula apoia quem pisa na bandeira do Brasil. A bandeira do lula é a vermelha, do comunismo
(B) A bandeira do Brasil não pertencem aos comunistas. Aí só se vê a cor vermelha da bandeira comunista. Caí na real, e sai desse coma e dessa lavagem cerebral. Misericórdia SENHOR JESUS.
Comentários no post: Lula 16ago(4) – Lula dá início a campanha em porta [...] (Facebook, 2022).

Os lulopetistas começaram a perceber o uso dos símbolos nacionais pelos bolsonaristas não tanto como uma expressão de identidade nacional, mas sim, nessas situações, como uma afirmação de identidade partidária ('utilizar a bandeira do Brasil como se fosse um símbolo de partido político'). Nesse contexto, eles procuram esclarecer a distinção entre os símbolos que representam a nação e os símbolos que representam os partidos políticos, como evidenciado pelo comentário de um apoiador de Lula, publicado em resposta ao pronunciamento feito por Bolsonaro em 02 de outubro, após as eleições no primeiro turno.

(L) usar a bandeira do Brasil como se fosse de partido político isso não democracia todo partido tem sua bandeira qual e mesmo a bandeira e partido político..... Eu voto no partido do PT a bandeira do partido e vermelha
Comentário no post: Bolsonaro 02out(3) - Pronunciamento à nação [...] (Facebook, 2022).

As celebrações do Bicentenário da Independência ampliaram as discussões em torno da bandeira e das cores que simbolizam o Brasil. Durante as cerimônias do 7 de setembro, os bolsonaristas elaboraram narrativas para enfatizar a ideia de que os verdadeiros defensores da nação exaltam os símbolos nacionais, como o hino e a bandeira. Essa valorização, conforme expressaram os bolsonaristas envolvidos na discussão em uma postagem de 04 de setembro, derivou do fervor nacionalista manifestado por Jair Bolsonaro (‘Voltei a amar minha bandeira por sua causa’; ‘esse amor, pelo meu querido Brasil... Graças a você, meu querido Presidente’; ‘Bolsonaro fez com que o povo olhasse para a nossa bandeira’). Foi a figura política de Bolsonaro que incentivou seus apoiadores a reavivarem o amor pela pátria, que estava sendo esquecido ou até mesmo negligenciado pelos ‘inimigos da pátria’ (esquerdistas, lulopetistas, comunistas).

(B) Voltei amar minha bandeira por sua causa . Obrigada presidente!
Bolsonaroreeleito2022 BRBRBRBR Deus abençoe o Brasil !!!!!
(B) não se via mais ninguém falar em bandeira do Brasil o povo tomou gosto por ela
(B) Vdd.. eu tbm me vi torcendo e lutando, conforme posso, pelo meu país. Há muitos anos não sentia esse orgulho, esse amor, pelo meu querido Brasil..Graças a vc meu querido Presidente Jair Messias Bolsonaro "BRASIL ACIMA DE TUDO, DEUS ACIMA DE TODOS " 
(B) e isso mesmo o presidente Bolsonaro fez com que o povo olha se para nossa bandeira e que ela jamais seja vermelha
Comentários no post: Bolsonaro 04set(3) - Sem legenda (Trecho de entrevista a radio) (Facebook, 2022).

Na disputa entre os dois campos discursivos em 23 de outubro, na página de fãs de Lula, observamos entre o grupo político lulopetista, oposto aos ideais do bolsonarismo, a retórica que visa resgatar os símbolos do país (‘iremos reconquistar nossa bandeira, soberania e democracia’; ‘Usurparam nossos símbolos nacionais’). Para os lulopetistas, os símbolos foram retirados de todos os brasileiros, como se esse direito fosse exclusivamente deles, resultando em confrontos frequentes nos quais os lulopetistas argumentam que não é prudente associar a bandeira nacional a um partido (‘a bandeira não tem partido político’; ‘a bandeira representa o povo brasileiro, não um partido’), enquanto os bolsonaristas afirmam que os lulopetistas (comunistas) não valorizam os símbolos pátrios (‘essa bandeira é dó Brasil e brasileiro patriotas

diguino de exemplo ok e não dó pt e pcc piscopatas bandidos'; 'Sua bandeira é vermelha essa aí e do povo brasileiro d vdd'). Nesses termos, temos os discursos antagônicos entre o resgate dos símbolos nacionais (bolsonaristas) e o suposto sequestro dos símbolos (lulopetistas).

(L) 13. Essa bandeira é nossa!!!   

(B) essa bandeira é dó Brasil e brasileiro patriotas diguino de exemplo ok e não dó pt e pcc piscopatas bandidos. Vcs gosta vermelho. Abraço companheiro. 22neles tds

(B) Sua bandeira é vermelha essa aí e do povo brasileiro d vdd

(L) a bandeira é do povo brasileiro de quem nasceu aqui e vive aqui, a bandeira não tem partido político, vcs querendo ou não, a opinião de vcs é irrelevante.

(L) isso aí a bandeira é de todos nós   Lula 13

(B) mano tua bandeira é vermelha

(L) com certeza é nossa temos que resgatar porque a turma do bozo estão usando ela como pano de chão copiaram este estilo de campanha do ugo chaves da Venezuela que por sinal ele também era militar um abraço amigo

(L) a bandeira representa o povo brasileiro, não um partido, e qual o lema dela Ordem e Progresso, não é o que aconteceu durante esses 4 anos de desgoverno, ho   

(B) nossa bandeira nunca será vermelha

Comentários no post: Lula 23out(4) – Conversa com a imprensa em São Paulo (Facebook, 2022).

Em um comentário datado de 07 de outubro na *fanpage* de Bolsonaro, também observamos a alegação por parte do bolsonarista de que os lulopetistas rejeitam a bandeira nacional em favor da bandeira vermelha do Partido dos Trabalhadores ('pisotearam, queimaram, cagavaram e jogaram a bandeira no canto'), ao que os partidários de Lula procuram explicar a diferença ('A nossa bandeira verde amarelo azul e branco é intocável, é do Brasil!!').

(L) A bandeira vermelha é do partido dos trabalhadores sigla PT. A nossa bandeira verde amarelo azul e branco é intocável, é do Brasil!!

(B) ninguém falou que não é! Quando o cachaceiro corrupto e sua quadrilha governavam, pisotearam, queimaram, cagavaram e jogaram a bandeira no canto. O presidente Jair Messias Bolsonaro resgatou nossa bandeira e patriotismo.

Comentários no post: Bolsonaro 07out(2) - Lula agora tenta dizer [...] (Facebook, 2022).

1.2.5 Aversão à esquerda/antipetismo

Entre abril e maio de 2022, às vésperas das eleições presidenciais, os professores de Ciência Política César Zucco (da Fundação Getúlio Vargas de São Paulo), Fernando Mello (Universidade da Califórnia) e David Samuels (Universidade de Minnesota) conduziram uma pesquisa, cujos dados estão em processo de análise, sobre o eleitorado brasileiro e sua

identidade partidária. Dados preliminares já divulgados pela BBC News (Prazeres, 2022) revelam que as eleições no país gravitam em torno de um único partido, o PT, seja devido à composição do eleitorado da sigla ou aos chamados antipetistas. Dos 5 mil entrevistados, 24% se declararam petistas e 29% antipetistas, totalizando 53% do eleitorado. Os outros 47% são denominados de não-partidários ou simpatizantes de outros partidos.

O levantamento corrobora o que já havia sido observado por Ribeiro e Ortellado (2018), ou seja, a chamada ‘polarização política’ na esfera pública do Brasil está centralizada em narrativas pró e contra o Partido dos Trabalhadores (PT)⁴⁹, bem como no processo de *impeachment* que destituiu Dilma Rousseff⁵⁰, da Presidência, ela própria eleita pelo PT. Os autores justificam que liberais e conservadores começaram a organizar o campo antipetista desde a fundação do PT na década de 1980, com um aumento do sentimento de ódio de classe e rejeição ao partido, algo que se intensificou após a primeira eleição de Lula em 2003 e se aprofundou nas manifestações de junho de 2013 (Souza, 2016). A partir desse momento, o PT passou a ser associado a escândalos de corrupção, resultando em uma identificação partidária negativa para parte dos eleitores brasileiros (Ribeiro; Carreirão; Borba, 2016).

Porém, o antipetismo assume novos contornos com a disseminação das redes sociais e aplicativos de comunicação interpessoal, como o *WhatsApp*, que efetivamente opera como uma forma de rede social. De acordo com Alves (2019 [2016]⁵¹), para expandir o discurso antipetista nas mídias sociais, um ecossistema foi criado nos últimos anos, operando com grande potencial de visibilidade como espaço para debates políticos no meio digital, com o objetivo de criticar e desacreditar o PT (Rede Antipetista), o que é alcançado por meio de canais de produção de conteúdo voltados para desconstruir a imagem do partido e sua ideologia.

Aproveitando o sentimento de insatisfação presente em parte da sociedade, grupos organizados agem para manipular a opinião pública na internet, empregando técnicas de controle de narrativa. Com uma abordagem sistemática, esses grupos utilizam recursos tecnológicos e o anonimato para disseminar *fake news*, e, como observado por Menezes e Silva (2020), desestabilizar identidades pessoais e coletivas, enquanto minam o sistema democrático e promovem disfunções sociais.

⁴⁹ O Partido dos Trabalhadores ficou à frente do comando do país por 14 anos: oito anos do presidente Luiz Inácio Lula da Silva (2003-2006 / 2007-2010) e seis anos da presidente Dilma Rousseff (2011-2014 / 2015 – interrompido em 2016).

⁵⁰ Disponível em: <http://g1.globo.com/politica/processo-de-impeachment-de-dilma/>. Acesso em: 15 maio 2023.

⁵¹ Editado e publicado em livro em 2019 “#vaipracuba!: a gênese das redes de direita no facebook”.

Como se observa, o antipartidarismo direcionado ao PT resulta em uma constante promoção de retórica hostil em relação a esse grupo político, mesmo durante o período em que esteve afastado do poder (após a destituição de Dilma Rousseff e a eleição de Jair Bolsonaro). Como evidenciado pelo comentário de um apoiador bolsonarista em 25 de outubro na *fanpage* de Lula, o PT, referido como o ‘partido do Lula’, continua sendo rotulado como o ‘partido de bandidos’ (‘O Lula tem muitos casos de corrupção provados pela justiça’), acusado de ter causado a quebra econômica do país por meio de desvios em casos que se transformaram em escândalos de corrupção (‘pelo motivo de inúmeros bilhões de reais serem desviados em corrupção e também pela má administração dos órgãos públicos e empresas do governo’), e também investindo em outros países. Quando mencionados pelo enunciador bolsonarista, esses aspectos são acompanhados de sentimentos de repulsa, desprezo e raiva.

(L) Que absurdo! Precisamos urgentemente do nosso presidente Lula de volta!
(B) Olá, tudo bem? Devo resaltar que o governo Lula do PT foi um dos responsáveis pela corrupção na diretoria da Petrobras, Correios, Petrolão, mensalão e outras empresas privadas. Lula foi condenado em 3 instância por vários juízes diferentes por corrupção e lavagem de dinheiro. Hoje nossa dívida está em torno de 5 trilhões de reais, grande parte por causa do Governo Lula, Dilma e PT pelo motivo de inúmeros bilhões de reais serem desviados em corrupção e também pela má administração dos órgãos públicos e empresas do governo. Você já se perguntou por que o Bolsonaro está vendendo as empresas públicas?

Por que caso PT volte ao poder não tem muitos meio para praticar corrupção. Já se perguntou por que as empresas do governo como Petrobras e correios começaram a dar lucro e até distribuir os lucros ? Por causa da boa administração, investimento, falta de corrupção. Você já se perguntou por que o Brasil conseguiu ser reconhecido pela OMS como referência em vacinação? Pela boa administração do governo federal. Você já se perguntou por que o Brasil conseguiu voltar para as 10 maiores economias do mundo ultrapassado Coreia do Sul, Austrália e Rússia ? Pela boa administração do governo e investimentos corretos. Por que o bolsa família aumentou tanto de 180 reais para 600 reais ? Pela taxaço nos ricos e a distribuição para as pessoas mais necessitadas. O governo federal do Brasil, cujo o presidente nesse atual momento se chama Jair Bolsonaro tem se saído muito bem e com grande valor e respeito. O Lula tem muitos casos de corrupção provados pela justiça, empresários denunciam ele pela lavagem de dinheiro e corrupção, há gravações e 3 mil evidências de crimes que ele comenteu, isto é grave e uma vergonha para nossa nação.

Comentários no post: Lula 25out(3) – URGENTE! Bolsonaro quer acabar [...] (Facebook, 2022).

Assim, pela régua moral bolsonarista, quem apoia o candidato do partido que ‘destruiu o país’ é igualmente responsável pelos prejuízos, sendo então ‘cúmplice’ e pela ‘cumplicidade’ são tratados com alto grau de hostilidade (‘burro, desonesto, Mal Caráter, Lixo Podre, Nojento

e Jumento ladrão’), tal qual faz o bolsonarista autor de postagem compartilhada na página de fãs do oponente durante campanha para o segundo turno das eleições (06 de outubro).

(B) Apoiar esse LULADRAO encantador de Serpentes é ser cúmplice e se tornar tão burro, desonesto, Mal Caráter, Lixo Podre, Nojento e Jumento ladrão como ele!

Comentário no post: Lula 06out(10) – O Brasil é um país único [...] (Facebook, 2022).

Tem ainda os que tentam o apelo para que os eleitores revejam o apoio à Lula com a eloquência da narrativa antipetista alicerçada no quanto a volta do PT à presidência pode ser ruim para o Brasil (‘foi 16 anos de governo, do PT de destruição da famílias e economia’).

(B) Cabe a todo brasileiro de bem, apoiadores de bolsonaro mostrar para o petista, e difícil mais muitos, não tem culpa de não ter, uma visão e mentalidades, de crescimento e prosperidade, foi 16 anos de governo, do PT de destruição da famílias e economia, mais não custa nada tentar dizer quer a melhor solução é bolsonaro 2022, espriçar por quer para o bem do Brasil e das próximas gerações, mesmo com guerra da Ucrânia quer afetar o mundo todo e covid os números da economia e empregos estão aí cada dia melhor, a vista de muitos pais do mundo.

Comentário no post: Bolsonaro 22ago(2) - Nossa política de reduzir [...] (Facebook, 2022).

Azevedo Jr e Bianco (2019) constataam, por meio de um estudo empírico, a tendência de Bolsonaro em recorrer à mitologia da conspiração para alcançar dois objetivos simultâneos: desconstruir a imagem dos candidatos do PT, enquanto constrói sua própria identidade envolta na moldura de herói. Assim como esses pesquisadores, também notamos em nosso *corpus*, composto por comentários, a persistência em manter no imaginário dos partidários a crença de que somente Bolsonaro (‘nos conceda por misericórdia e moratória mais 4 anos do governo Bolsonaro’) em sua luta incansável contra a esquerda, é capaz de livrar o país da ameaça que o PT e Lula representam para a nação.

(B) Senhor Deus, eu clamo por Seu Nome, o que parece fanatismo por Bolsonaro, não é pela pessoa dele, mas ao que significa pela liberdade da nossa Nação. Suplico Senhor não apenas por meus netos, mas para todas as crianças do Brasil, nos conceda por misericórdia e moratória mais 4 anos do governo Bolsonaro. Que assim seja

Comentário no post: Bolsonaro 01out(22) – Israel também está [...] (Facebook, 2022).

Para o sentimento antipetista o PT é considerado um partido corrupto e, como tal, seus dirigentes são vistos como ladrões que prejudicaram a economia do país. Lula - apelidado de ‘nove dedos’, ‘nine’, ‘rato’, ‘cachaceiro’ - sendo seu principal representante, como ressaltam, teria se aproveitado do cargo para benefício próprio e de sua família, envolvendo-se em escândalos de corrupção e direcionando dinheiro público para obras em países governados por ditadores aliados. De acordo com as investigações da Operação Lava Jato (conduzida pela Polícia Federal entre 2014-2020), ele foi condenado e cumpriu pena de 580 dias em regime fechado, mas, por decisão de ministros do Supremo Tribunal Federal (STF), foi posteriormente anulada a condenação, levando a sua liberação, o que tem gerado forte indignação entre o grupo político bolsonarista, como é possível perceber pela amplificação do discurso registrado por dois opositores na página do *Facebook* de Lula em 21 de setembro.

(B) Lula nunca foi inocentado. ele está acobardado pelo seus comparsas do StF..acorda!! 🤔🤔🤔🤔🤔

(B) Vai pesquisar Descondenado ã é inocente .

Comentários no post: Lula 21set(10) – Filho de um motorista [...] (*Facebook*, 2022).

‘Lula descondenado’ é a síntese do discurso capitalizado pelo grupo bolsonarista nas *fanpages* durante a campanha, sempre usado para desqualificar Lula e infringir a ele culpas (‘robram o país’, ‘Lixo, Luladrão’, ‘o pior bandido’, ‘Ladrão nojento’) pelas quais deve ser responsabilizado (não vamos descançar , enquanto vêmos você cadêia, prá nunca mais sair’), como observamos neste diálogo que marca os dois campos discursivos em 17 de agosto na *fanpage* de Lula.

(B) Novamente.... Lula só está solto graças ao partido político STF..... correto????

(L) Está livre pq tem competência para gestar o país. Vai lá discutir com quem lhe deu a liberdade e o direito de concorrer a Presidência. Kkkkk

(L) porque não teve um julgamento correto , sem provas , etc

(B) Sua corja foi presa, porque robram o país, inclusive você. Lixo ,Luladrão Logo você vai sêr elêito o pior bandido na prisão das cadêias de todo o mundo .não vamos descançar , enquanto vêmos você cadêia, prá nunca mais sair

(B) Volta p cadeiaaaa

(B) Ladrão nojento

Comentários no post: Lula 17ago(1) – Lula fala com a Rádio Super [...] (*Facebook*, 2022).

A polêmica em torno da participação de Lula, um ‘ex-presidiário, condenado e posteriormente tido como não condenado pelo STF’, nas eleições e na eventual ocupação de

cargos públicos, tem sido argumento recorrente utilizado pelos bolsonaristas para expressar sua rejeição, fundamentada na Lei da Ficha Limpa (Lei Complementar nº. 135 de 2010), que impede a eleição de candidatos condenados por órgãos colegiados a cargos políticos. Muitos desses bolsonaristas argumentam que Lula não deveria concorrer à presidência e, caso eleito, assumir o cargo, sustentando que isso seria uma afronta à ética e uma situação vergonhosa para o país (‘e se ele for presidente será a maior vergonha do mundo!’), posicionamento que reflete a rejeição expressa pelo sentimento de nojo em relação a Lula e suas possíveis ações políticas (‘é nojento ter que ver isso, é vergonhoso’).

(B) Só no Brasil vivemos o absurdo de ter um candidato ao cargo mais alto do Executivo um ex presidiário, condenado e descondenado pelo STF. É terrível ter que aguentar ve-lo falando, é nojento ter que ver isso, é vergonhoso.

(B) e se ele for presidente será a maior vergonha do mundo!

Comentários no post: Bolsonaro 29ago(5) - Fui talvez o único líder [...] (Facebook, 2022).

Dibai (2021) identificou elementos semelhantes acerca das estratégias discursivas e práticas comunicativas adotadas por apoiadores de Bolsonaro em um grupo do *Telegram*, com o propósito de amplificar a discussão sobre a libertação de Lula. A análise da conversa *on-line* nesse grupo pró-Bolsonaro, conduzida pela estudiosa, revelou a utilização de desinformação deliberada, linguagem ofensiva, disseminação de teorias conspiratórias, exaltação exagerada de sua causa/líder e repetição de jargões e *slogans*.

O tema do combate à corrupção, já presente no discurso antipetista desde os primeiros anos de oposição ao partido, tem se mesclado recentemente com as pautas relacionadas a valores e costumes. Para os bolsonaristas, como evidenciado pelos participantes de uma conversa na *fanpage* de Bolsonaro em 16 de setembro, o PT é associado à favorabilidade da legalização do aborto, promoção da ideologia de gênero, reconhecimento do casamento entre pessoas do mesmo sexo, defesa da legalização da maconha e outras causas que, aos olhos deste grupo, transcendem as diferenças ideológicas (‘nós sabemos quem não protege a vida inocente no ventre, quem estimula a sexualização da infância, quem doutrina a nossa Juventude nas salas de aula, nós sabemos quem quer a liberação das drogas, quem quer a soltura em massa de bandidos e quem defende os interesses dos criminosos.’). Este grupo assimilou e propagou amplamente esse discurso.

(B) Gente vcs que são a favor da vida e da família votem só em quem apoia o nosso mito já chega de Pt não podemos deixar nosso Brasil virar uma Venezuela se não estamos todos perdidos

(B) Não vamos acreditar em narrativas nem falsas promessas, nós conhecemos a verdade e a verdade já nos libertou. Hoje nós sabemos quem promove o atraso no Brasil, nós sabemos quem não protege a vida inocente no ventre, quem estimula a sexualização da infância, quem doutrina a nossa Juventude nas salas de aula, nós sabemos quem quer a liberação das drogas, quem quer a soltura em massa de bandidos e quem defende os interesses dos criminosos. Não vamos acreditar em narrativas nem falsas promessas, nós conhecemos a verdade e a verdade já nos libertou. Nós sabemos quem é contra a legítima defesa, quem não respeita a propriedade privada e quem menospreza a nossa Liberdade Religiosa. Nós sabemos quem quer controlar as mídias e as redes sociais, quem se alinha a ditaduras e quem protege terroristas. Nós sabemos quem aparelhou o estado, quem deu prejuízo nas companhias estatais e quem aparelhou os setores públicos, nós sabemos quem subornou o Congresso, quem colocou os militantes nos tribunais e quem comprou a imprensa. Nós sabemos quem trancou o povo em casa na pandemia, quem tirou o sustento dos trabalhadores e quem se recusa a baixar impostos. Nós sabemos quem joga a cidade contra o agro, o funcionário contra o empresário, o cidadão de bem contra o policial, o negro contra o branco, a mulher contra o homem, o gay contra o hétero, o filho contra o pai, o jovem contra o idoso. Nós sabemos de tudo isso e por isso eles não voltarão à cena do crime. Numa corrente do bem, cada Patriota pode doar um pouco do seu tempo e se comprometer a conquistar um voto por semana a favor da Liberdade, com empatia, paciência e sem rancor no coração, vamos abrir os olhos da nação com fé, vamos espalhar a verdade e a verdade libertará a nossa Pátria amada”. Nós agora sabemos de tudo isso e por isso eles não voltarão à cena do crime”. vamos reeleger Bolsonaro
Comentários no post: Bolsonaro 16set(3) - Paraná parte 2 (*Facebook*, 2022).

Contrariando essa oposição de parcela significativa da população brasileira, que encontra representação, em parte, no bolsonarismo e no sentimento conservador desse grupo, o ex-presidente ‘descondenado’ pelo STF conseguiu ser eleito. Porém, é importante ressaltar que a eleição de 2022 foi a mais acirrada desde a redemocratização do país. Lula emergiu vitorioso com uma margem de apenas 2,1 milhões de votos (50,9% contra 49,1% dos votos válidos), marcando seu pior desempenho em 18 estados no segundo turno, o que ilustra, em parte, a persistência do antipetismo.

1.2.6 Desqualificação da imprensa tradicional

De acordo com o Relatório sobre Violência contra Jornalistas e Liberdade de Imprensa no Brasil de 2022, ano das eleições majoritárias, foram registrados 87 casos de ataques genéricos e generalizados, visando desqualificar a informação jornalística. Os dados foram divulgados pela Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ). De acordo com a entidade representativa, o então presidente e candidato à reeleição, Jair Bolsonaro, assim como nos três anos anteriores do levantamento, foi o principal agressor. Sozinho, ele foi responsável por 80

episódios de descredibilização da imprensa, além de 24 agressões diretas a jornalistas (10 agressões verbais e 14 hostilizações) (FENAJ, 2023).

Para os lulopetistas, a descredibilização da imprensa é mais uma estratégia de aniquilação adotada por Bolsonaro que passa a fazer parte do repertório discursivo de seus apoiadores. Em diversos comentários, eles amplificam discursos depreciativos em relação ao trabalho jornalístico (‘mídia podre que distorce as informações’), como podemos observar no diálogo entre dois bolsonaristas em 09 de outubro na página de fãs do candidato à reeleição.

(B) Uma mídia podre que distorce as informações nem dá para acompanhar.
 (B) A mídia agora somos nós, o povo vai atras da informação correta kkkk chega e barra as entrevistas kkkkkk
 Comentários no post: Bolsonaro 09out(3) - MINAS GERAIS [...] (Facebook, 2022).

Durante o pleito eleitoral, os insultos direcionados a jornalistas e veículos de comunicação contribuíram para criar um clima de ódio e desconfiança em relação aos profissionais de notícias. Um exemplo disso foi o dia da sabatina realizada com Bolsonaro no Jornal Nacional em 22 de agosto. Na opinião dos partidários que interagiram no grupo, o presidenciável considerou que o compromisso de campanha foi desrespeitado pelos entrevistadores (‘Estavam interessados em fazer futricas e derrubar o governo’; ‘Não estavam deixando nem o presidente responder as perguntas de forma coerente’; ‘dois militantes disfarçados de repórteres’).

(B) Muito mal educados esses jornalistas da globolixo, não deixavam o candidato falar e nem expor suas propostas de governo. Estavam interessados em fazer futricas e derrubar o governo
 (B) Entrevista ridícula! A Globo esgoto só fez atacar! Não estavam deixando nem o presidente responder as perguntas de forma coerente. Força presidente que deus te abençoe
 (B) Não foi uma entrevista foi um ataque de ódio dos dois militantes disfarçados de repórteres. Parabéns ao Bolsonaro22 respondeu com maestria.
 Comentários no post: Bolsonaro 22ago(5) - Projac [...] (Facebook, 2022).

Um dos principais argumentos que sustentam as críticas recorrentes é exemplificado em dois comentários feitos em 22 de agosto na página de fãs de Bolsonaro, precisamente de que a imprensa brasileira é parcial (‘militantes raivosos que sofreram desmame’) e que ‘mentir faz parte da estratégia’ por estar a serviço de Lula (‘para tentar eleger o molusco’).

(B) A mídia está desesperada, mentir faz parte da estratégia para tentar eleger o molusco.

(B) Infelizmente hj não temos jornalismo PR, apenas militantes raivosos que sofreram desmame, e que agora aceitam votar até no condenado que quer regular a mídia. B2022.

Comentários no post: Bolsonaro 22ago(3) - Se a mídia divulgasse [...] (Facebook, 2022).

Dentro da perspectiva dos bolsonaristas, há uma apreciação positiva por veículos de comunicação e profissionais que eles consideram agir de maneira ‘ética’, o que se estende especialmente a programas jornalísticos veiculados na rádio Jovem Pan e na Rede TV, além de programas de entretenimento oferecidos por *youtubers* e *podcasters* independentes. Essa visão é claramente refletida no discurso do grupo político, onde se valoriza e enaltece o jornalismo praticado por essas mídias (expressões como ‘isto é uma entrevista!’, ‘jornalismo profissional e ético’, ‘jornalismo sério!’, ‘aula de jornalismo’ e ‘Dignidade jornalística’). Essa apreciação foi notada de maneira evidente em uma postagem na *fanpage* de Bolsonaro durante a sabatina realizada pela REDE TV em 01 de setembro.

(B) Parabéns REDE TV, isto é uma entrevista! O Presidente BOLSONARO está respondendo às perguntas, está sendo respeitado como merece.

(B) RedeTV Lacombe e Erica show de jornalismo profissional e ético os brasileiros merecem esse nível de entrevista.

(B) Isso é que podemos chamar de jornalismo sério! Sem julgamentos, sem preconceito e caras e bocas. Parabéns aos jornalistas. Deram uma aula de jornalismo. Quanto ao candidato se comportou à altura dos entrevistadores.

(B) Vi e revi. Dignidade jornalística ainda existe! Só não ser globotomizado.

(B) Que diferença de entrevista deles com a globo. Parabéns Lacombe

Comentários no post: Bolsonaro 01set(6) – Assista nossa sabatina [...] (Facebook, 2022).

1.2.7 Ataque à educação e à cultura

Da mesma forma que a imprensa, outros dois alvos designados pela gestão Bolsonaro e respaldados pelos seus apoiadores bolsonaristas são a educação e a cultura. Um dos principais exemplos desse ataque é o corte nos orçamentos das universidades públicas, o que colocou em risco o funcionamento dessas instituições desde os primeiros anos do governo. De acordo com a Andifes (Associação Nacional dos Dirigentes das Instituições Federais de Ensino Superior), as universidades federais tiveram um bloqueio de R\$ 763 milhões em 2022, ocorrências que não passaram despercebidas pelos seguidores de Lula e do PT, que forneceram *feedback* na página de Bolsonaro no dia 01 de setembro.

(L) Uma piada pronta. Corte de verbas para universidades federais e me fala em apoio a ciência.

(L) Na campanha, tá tudo lindo. Nem parece que cortou bolsas de mestrado e doutorado e não investiu nada a mais em ciência e tecnologia

Comentários no post: Bolsonaro 01set(1) - Aberta mais uma chamada [...] (Facebook, 2022).

É importante ressaltar que os partidários de Lula e do PT destacam, ainda, que, além dos prejuízos decorrentes dos cortes orçamentários, o Governo Bolsonaro não promoveu a criação de novas universidades. Todavia, esse ponto de discussão foi prontamente rebatido pelo grupo de apoiadores de Bolsonaro, como evidenciado no discurso compartilhado na postagem que repercutiu a participação de Lula no Programa do Ratinho, veiculado pelo SBT em 22 de setembro.

(B) Vagabundo corrupto satanás. Cale a boca satanás. Pare de mentir e enganar os jumentos. Vc só engana sua legião de demônios. Vagabundo vc criou universidades para fazer lavagem de dinheiro. Vc satanás. Enriqueceu os banqueiros e donos de universidades. Vc satanás. Para roubar vc precisava fazer acordo. Ladrão vagabundo maldito.

Comentário no post: Lula 22set(9) – #FalaLula #LulaNoRatinho [...] (Facebook, 2022).

Alvo de acusações por parte do grupo político bolsonarista, as instituições públicas de ensino, representadas por seus professores, são repetidamente alvo de criminalização por esses apoiadores, atitude que se reflete nos discursos gerados durante uma conversa na postagem do dia 06 de outubro, divulgada pela campanha de Bolsonaro no *Facebook*. Nesses discursos, os apoiadores afirmam que os professores ‘ESTÃO TENTANDO COLOCAR OS JOVENS CONTRA O NOSSO PRESIDENTE’, retratando os jovens como ‘zumbis’, ou seja, indivíduos desprovidos de opiniões próprias, sendo ideologicamente influenciados por terceiros, no caso, os próprios professores.

(B) ESTÃO TENTANDO COLOCAR OS JOVENS CONTRA O NOSSO PRESIDENTE, NAS ESCOLAS, FACULDADES, CURSINHOS, MEU DEUS PÔE A MÃO

(B) Infelizmente tiveram 16 anos para já fazerem isso, nossos jovens muitos deles parecem zumbis...

(B) os 16 anos de PT foi utilizado para colocar conteúdo padre nas instituições de ensino. Quando o Bolsonaro se elegeu para presidente na primeira gestão, o PT colocou adesivos em todas universidades estaduais e federais assim: "fora Bolsonaro". Até no chão tinha esses adesivos para os alunos pisarem no mito

(B) Verdade, é uma tristeza isso.

Comentários no post: Bolsonaro 06out(4) - Deputados Federais eleitos [...] (Facebook, 2022).

Para os lulopetistas, o descaso com a educação como política estratégica de afirmação de direitos e construção de cidadania foi confirmado pela atuação dos cinco ministros que ocuparam o Ministério da Educação (MEC), cujas gestões foram marcadas pela defesa da Escola sem Partido, do ensino domiciliar (conhecido como *homeschooling*) e, sobretudo, das escolas cívico-militares, projetos de caráter ideologizante, respaldados pelo grupo político bolsonarista (‘Que venham mais escolas militarizadas, assim teremos educação com formação de caráter e patriotismo’).

(B) Quando Bolsonaro assumiu, pegou o Brasil com a escola brasileira, só melhor que a escola da Etiópia. A forma de ensino baseada em Paulo Freire, foi um fracasso, aliás era doutrinação, é não ensino de matérias. Que venham mais escolas militarizadas, assim teremos educação com formação de caráter e patriotismo.

Comentário no post: Bolsonaro 20out(1) - Desfazendo as fakenews [...] (Facebook, 2022).

Assim como ocorreu com a educação, a cultura como política pública, de acordo com o lulopetista, autor do comentário abaixo de 19 de agosto, começou a ser aniquilada já no primeiro dia do governo Bolsonaro (‘gestão do ódio’), com a extinção do Ministério da Cultura (MinC), substituído pela Secretaria Especial da Cultura. Para o lulopetista, abalar o setor artístico é uma guerra ideológica voltada à desarticulação total da cultura (‘a classe cultural penou e vem com necessidades sérias e graves de subsistência!’).

(L) Os artistas na gestão do ódio ficaram desamparados, os cineastas e produtores a ver navios, a classe cultural penou e vêm com necessidades sérias e graves de subsistência! Lula boto fé, para reverter este quadro caótico! Comentários no post: Lula 19ago(9) – Nós já provamos que o povo [...] cultura não é algo menor [...]

Embora nos três primeiros anos do governo Jair Bolsonaro, conforme levantamento do Movimento Brasileiro Integrado pela Liberdade de Expressão Artística (Mobile)⁵², tenham sido registrados no Brasil pelo menos 211 casos de censura, desmonte institucional do setor cultural e autoritarismo contra a cultura, o discurso dos bolsonaristas, ao se replicar e amplificar, está continuamente focado em criticar a Lei Rouanet (Lei Federal de Incentivo à Cultura nº 8.313/1991, sancionada em 1991).

Criada para financiar as artes e a cultura em geral por meio do incentivo a empresas que destinam parte dos recursos que seriam pagos como Imposto de Renda para o financiamento de

⁵² Disponível em: <https://movimentomobile.org.br/>. Acesso em 20 set. 2023.

obras artísticas, a Lei Rouanet é constantemente utilizada pelo grupo partidário bolsonarista, como demonstrado em um comentário datado de 24 de agosto. Nesse discurso, a lei é apresentada como um meio de beneficiar artistas ‘esquerdistas’ que supostamente perderam a ‘mamata’.

(B) Os artistas e cantores esquerdista estão com fio fó na mão de medo. A mamata acabou comecem a dobrar os joelhos se o Bolsonaro se reeleger vcs artistas estão fudidos kkkkkk
Comentário no post: Bolsonaro 24ago(6) - Belo Horizonte [...] (Facebook, 2022).

Neste embate entre os dois campos discursivos, também ocorre a divisão entre os ‘bons’ (‘Só cantores de verdade’), que são os apoiadores declarados de Jair Bolsonaro, e os ‘maus’ (‘Anita e os outros comunistas que comia da lei rouaney’), que são aqueles do ‘outro lado’, o lado considerado como ‘inimigo’.

(B) É só comparar as músicas desses q estão cm o presidente e os que estão contra! Meu Deus do céu é muito fácil escolher! Bolsonaro 22
(B) Só cantores de verdade..... Chupa Anita e Cia 🤪🤪🤪
(B) plano a Anita e os outros comunistas que comia da lei rouaney
Comentários no post: Bolsonaro 17out(5) - Conversa com Sertanejos [...]. (Facebook, 2022).

Diante do exposto, pudemos, por meio dos comentários, identificar algumas pautas prioritárias do grupo político alinhado com o bolsonarismo, revelando a multiplicidade de ideias morais que sustentam o discurso desse movimento.

Entre os discursos frequentes veiculados pela página de fãs do *Facebook* desses eleitores durante a campanha presidencial de 2022, destacamos principalmente o discurso fundamentado na cultura conservadora, perspectiva percebida como uma reação contra uma suposta ameaça representada pelo inimigo político (o PT, Lula, a esquerda, o comunismo), que, na visão dos bolsonaristas, ameaça destruir valores considerados cruciais, como os cristãos (em oposição, especialmente, às religiões de matriz africana), os valores tradicionais, como a família, e o que pode representar uma ameaça a essa instituição, como a ideologia de gênero, o aborto, as drogas, o casamento homoafetivo e outras questões relacionadas aos “costumes”. Além disso, abrange tudo o que é percebido como um perigo iminente à Pátria, incluindo o comunismo, os movimentos sociais, a mídia tradicional, a doutrinação escolar e a cultura.

Os discursos dos bolsonaristas que exaltam a figura política de Bolsonaro, seja como um líder nacionalista incorruptível e combatente da corrupção, capaz de revigorar o interesse pela participação política e reacender o espírito patriota, ou como uma figura legitimada como enviada de Deus para salvar o país, são discursos que reforçam a aversão à esquerda. Esse sentimento alimenta particularmente o antipetismo, caracterizando o partido como responsável não apenas por um quadro econômico insatisfatório, mas também como uma força que repudia, menospreza e inibe os princípios do “cidadão de bem”. Os bolsonaristas destacam que esse cidadão é orientado por julgamentos morais e é regido pela defesa do mérito, reivindicando para si o direito de desfrutar da soberania popular. Portanto, defendem a separação entre os ‘bons’ e os ‘ruins’, bem como a punição e responsabilização de todos que ameaçam as normas morais consideradas essenciais por eles.

O discurso de indignação moral expresso pelos bolsonaristas é alimentado pela raiva em relação a uma esquerda que ocupou um espaço de poder que, na perspectiva deles, não lhe cabe por mais de uma década. Esse sentimento também envolve o nojo em relação às bandeiras políticas da esquerda e o desprezo pelos resultados socioeconômicos atribuídos a ela.

2 LULOPETISMO E LULOPETISTAS

O ex-presidente e principal líder político do Partido dos Trabalhadores (PT), Luiz Inácio Lula da Silva (governou de 2003 a 2006 e de 2007 a 2010), buscou seu terceiro mandato como Presidente da República pelo Partido dos Trabalhadores (PT), sigla pela qual concorreu outras três vezes (1989, 1994 e 1998) antes de ser eleito pela primeira vez em 2002. A pré-candidatura do principal antagonista de Bolsonaro na tentativa de reeleição foi lançada em um evento realizado em 07 de maio, com a participação de lideranças políticas dos sete partidos até então reunidos no movimento “Vamos Juntos pelo Brasil”: PT, Partido Socialista Brasileiro (PSB), Partido Comunista do Brasil (PC do B), Solidariedade, Partido Socialismo e Liberdade (PSOL), Partido Verde (PV) e Rede Sustentabilidade. O evento também reuniu centrais sindicais e movimentos sociais, como o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), Movimento dos Trabalhadores Sem Teto (MTST) e a Central Única dos Trabalhadores (CUT), além de artistas e personalidades.

Da mesma forma que realizamos com o grupo identificado como bolsonarista, observando a página de fãs no *Facebook*, conforme exposto no primeiro capítulo, neste segundo capítulo, analisamos e debatemos as principais temáticas e assuntos abordados pelos apoiadores associados ao movimento lulopetista. Por meio da identificação de temas, pudemos construir uma análise estruturada que explora os valores que fundamentam a perspectiva moral desse grupo político, que oferece apoio ao candidato presidencial concorrente do PT.

2.1 O que seria o lulopetismo?

Lulopetismo é um termo que desponta na imprensa e, segundo descrito por Gagliardi (2018), apareceu pela primeira vez em 2005, no jornal Folha de São Paulo, sendo posteriormente adotado pelas páginas de opinião de outros grandes jornais. Segundo a pesquisadora, a utilização do vocábulo serve para construir narrativas sobre a gestão do Partido dos Trabalhadores (PT), por meio da desqualificação e criminalização dos governos de Lula e Dilma Rousseff. Com essa narrativa negativa, busca-se sustentar “a formulação de uma agenda de notícias cujo propósito é contar uma história única sobre desvio e corrupção” (Gagliardi, 2018, p. 142).

O termo, formulado para expandir o antipetismo na agenda pública, acabou sendo adotado por setores de centro e da direita política como crítica ao petismo, que teria como característica o culto à personalidade de Luiz Inácio Lula da Silva, o lulismo.

Análogo ao vocábulo “lulopetismo”, quando a referência é direcionada diretamente aos partidários e simpatizantes do partido e/ou da liderança política, aparecem com frequência outras duas expressões: ‘petralha’ e ‘esquerdopata’. Termos também popularizados pela imprensa, particularmente por meio do colunista político Reinaldo Azevedo, que por muitos anos foi um dos propagadores do antipetismo na grande mídia, inclusive com a organização de seus textos publicados em colunas no formato livro (O país dos petralhas volumes 1, de 2008, e 2, de 2012).

Magenta (2022) destaca dois significados distintos atribuídos à alcunha petista, referente aos membros do Partido dos Trabalhadores, seus apoiadores e simpatizantes (denominados aqui como partidários). O primeiro é o uso pejorativo, empregado como insulto, associando a esse grupo político características de radicalismo e corrupção. O segundo é utilizado de forma inversa ao primeiro significado, por pessoas que desejam enaltecer ou defender sua identidade política.

Aqueles que apoiam Lula, mas optam por não se autodenominarem petistas, são chamados de lulistas e constituem um grupo numericamente superior aos petistas, indicando que a ascensão do PT é amplamente atribuída à influência de Lula (Singer, 2012; Samuels; Zucco, 2014, 2018).

Sob essa perspectiva, Samuels e Zucco (2014, 2018), Rocha (2018) e Medeiros (2021) afirmam que, no âmbito do petismo, surgiu o conceito de lulismo, de modo que não se observa um deslocamento de ideias entre o partido político e sua principal liderança, uma vez que a relação entre ambos é desenvolvida de maneira orgânica. Para os eleitores, as ideias que caracterizam o lulismo são semelhantes às do petismo, conforme sugerido implicitamente pelo comentário publicado na página de fãs de Lula em 23 de setembro.

(L) Se candidatar um milhão de vzs eu voto LULA, sempre tive o prazer em dizer que sou petista e acima de tudo, lulista, vamos a vitória, dia 2 de outubro é 13 no primeiro turno.
Comentário no post: Lula 23set(12) – Até o dia 2, falem por telefone [...] (Facebook, 2022).

Esse tipo de interpretação política é compartilhado por muitos dos seguidores, que explicam a adesão a sua candidatura em razão do histórico político de Lula (‘meu voto nasceu no mesmo ano da mega greve no ABC Paulista’; ‘Lembro do movimento sindical, como os trabalhadores eram bem representados’), cuja trajetória se inicia como sindicalista e líder de greves de trabalhadores, chegando à sua participação na fundação do PT, como é mencionado

pelos dois apoiadores lulopetistas na conversa de uma das postagens de 26 de setembro na página de fãs de Lula.

(L) Nunca tive dúvidas sobre meu voto, meu voto nasceu no mesmo ano da mega greve no ABC Paulista, esta eu lá em Santo André, sou Lula desde quando ele deu a cara a tapa. E nada nem ninguém me faz mudar. ❤️❤️❤️❤️
(L) Eu também nessa época morava em Santo André no Bairro Campestre. Meus irmãos são metalúrgicos. Lembro do movimento sindical, como os trabalhadores eram bem representados. Viva Luis Inácio Lula da Silva.
Comentários no post: Lula 26set(1) – Bom dia. #FalaLula (Facebook, 2022).

Outra forte explicação para a adesão à candidatura de Lula é fundamentada em um sentimento de gratidão. Os partidários lulopetistas relembrem, nos comentários, as políticas públicas que proporcionaram acesso ao ensino superior, moradia, combate à fome e à miséria, dentre outras ações implementadas com o objetivo de reduzir as desigualdades sociais, discurso que se localiza nos comentários compartilhados como *feedback* na *fanpage* de fãs de Lula em 21 de agosto.

(L) Eu vi : Me aposentei com 30 anos de contribuição e c, no plano "Minha casa minha vida" tudo do plano do meu Presidente #Lula gratidão 🙏
(L) Isso aí a elite não suporta vendo que a empregada sente ao lado dela no avião ou frequente os mesmos lugares.
(L) Tínhamos educação, emprego, o país havia saído do mapa da fome. Hoje é um verdadeiro desastre. Saudades meu velho. 😭
Comentários no post: Lula 29ago(7) – O trabalhador e a trabalhadora [...] (Facebook, 2022).

Chamado por um dos comentaristas de ‘meu velho’, numa demonstração de afetividade, os seguidores manifestam uma grande expectativa com o retorno de Lula à Presidência, pois veem nessa possibilidade a chance de serem novamente beneficiados por políticas públicas que garantam direitos em diversas áreas, como saúde, educação e lazer, o que contribuiria para a melhoria da qualidade de vida e do bem-estar da população.

Nos comentários datados de 24 de agosto, carregados de emotividade, os partidários lulopetistas expressam o desejo de ver Lula novamente ocupando a posição de Chefe do Executivo, marcando o sentimento deles por dias mais promissores, como evidenciado nas mensagens: (‘o Brasil precisa de esperança novamente’; ‘A Gratidão que eu sinto por vc ainda querer lutar por nós’; ‘o coração cheio de esperança’; ‘tire o Brasil desta situação’; ‘o Brasil tá pedindo socorro’; ‘O Brasil precisa de ti’).

(L) Volta Lula o Brasil precisa de esperança novamente.

(L) A Gratidão que eu sinto por vc ainda querer lutar por nós!! Que Deus lhe proteja imensamente. Lula 2022 

(L) Seguimos na luta, companheiro!! Hoje, mais do que nunca, com o coração cheio de esperança e pronto pra fazer a mudança!! Vamos juntos nessa!!

(L) Bom dia!!Espero que você vença estas eleições!!E tire o Brasil desta situação que o bozo colocou!!

(L) Temos certeza meu rei lula o Brasil tá pedindo socorro em todos lugares saúde natureza trabalho liberdade diretos que so o PT pode nos dar e 13 brasileiro brasileiro

(L) O Brasil precisa de ti. Cada brasileiro de bem, que viu a vida ficar melhor, com melhores condições, dignidade e inclusão, tem um compromisso com você amado Presidente!!  

Comentários no post: Lula 24ago(1) – Bom dia. #FalaLula (Facebook, 2022).

Converter os lulistas em petistas é um desafio central para o partido, como apontado por Samuels e Zucco (2014), uma vez que a afiliação partidária implica uma identidade política mais profunda e duradoura. Como um fenômeno, o lulismo ganha força a partir do primeiro governo de Lula em 2003 e se justifica, de acordo com Singer (2012), pelas mudanças econômicas, sociais, políticas e culturais que passaram a ocorrer no país durante a gestão lulista/petista, notavelmente marcada pela redução da desigualdade econômica. Por essa razão, Singer argumenta que o lulismo não se trata tanto de uma polarização entre esquerda e direita, mas entre ricos e pobres.

A renda, inclusive, emerge como um fator determinante na configuração da base eleitoral de Lula. A pesquisa Datafolha⁵³ divulgada em 23 de junho, a 100 dias do primeiro turno das eleições de 2022, revelou uma marcante discrepância nas preferências de candidato de acordo com o nível de estabilidade financeira e renda. Dentro dessa amostra, a maioria dos eleitores que manifestaram apoio ao candidato petista eram aqueles considerados vulneráveis — indivíduos de baixa renda e com ganhos instáveis, que recebiam até dois salários (56% a 22%). Além disso, os mais jovens (54% a 24%) e os menos escolarizados (56% a 22%) também compunham as bases sociais das preferências partidárias pelo Partido dos Trabalhadores.

Segundo Samuels e Zucco (2014), os petistas são impulsionados por motivos que vão além de ideologias, priorizando uma abordagem participativa da política. Eles utilizam essa participação para reivindicar políticas públicas e avaliar o desempenho do governo em exercício, o que os classifica de forma adequada como “pragmatistas ativistas”. Por meio do envolvimento político, esse grupo enfatiza a importância do crescimento econômico para o país, bem como a necessidade de reduzir as disparidades sociais. Um exemplo desse tipo de discurso,

⁵³ Disponível em: <https://oglobo.globo.com/blogs/pulso/post/2022/07/datafolha-voto-em-lula-e-bolsonaro-se-inverte-conforme-situacao-economica-do-eleitor.gh.html>. Acesso em: 12 jan. 2023.

classificado por Samuels e Zucco (2014) como um posicionamento “pragmatista”, foi observado na página de fãs de Lula em 06 de outubro (‘A Luta do Lula é a nossa luta’).

(L) A Luta do Lula é a nossa luta, quero ver o povo não passando fome, quero ver nosso Filhos na universidade gratuita, quero ver a revitalização do INSS para os benefícios e as aposentadorias dos cidadãos brasileiros e serem tratados com dignidade pelos dirigentes deste órgão, quero ver o povo com dignidade e vida. Por isso Lula.
Comentários no post: Lula 06out(2) – De propina no pneu [...] (Facebook, 2022).

Secco (2015) sintetiza as características petistas em oito fases: *Basismo*, influência das comunidades eclesiais de base e dos movimentos sociais; *Obreirismo*, sustentado pelo discurso sindicalista; *Discurso religioso*, a influência da Teologia da Libertação e seus núcleos de base na ética política do partido; *Cultura anticapitalista*, por meio de uma atuação socialista e democrática; *Programa democrático-popular*, visando mudanças das estruturas do Estado e da economia; *Lulismo*, baseado na liderança de Lula e sua capacidade de evitar conflitos; *Modo petista de governar*, a rede de representação política do partido em municípios; e a *Participação popular na gestão de recursos públicos*, inicialmente conselhos populares e orçamentos participativos e, por último, em plenárias consultivas.

Com base nessas fases, que por vezes podem se fundir, o pesquisador identifica três momentos do discurso petista: inicialmente radical ou socialista nos primeiros dez anos, seguido por um enfoque ético na década subsequente, e posteriormente uma abordagem de busca pelo poder ou pragmática a partir de 2002.

Em um comentário datado de 31 de agosto, na página de fãs de Lula, novamente observamos um apoiador lulopetista com características do discurso “pragmatista ativista” (‘Eu quero um Brasil melhor!’) estabelecendo uma comparação entre o presente e o passado, destacando os feitos dos governos petistas: ‘o Brasil era melhor na época do Lula’, comparação que reforça sua identidade política de esquerda, demonstrando que o último tipo de discurso petista identificado por Samuels e Zucco (2014) e por Secco (2015) ainda se mantém presente.

(L) Vamos aos fatos: O Brasil era melhor na época do Lula. O Brasil piorou com Bolsocaro. Eu quero um Brasil melhor! #LulaPresidente13
Comentários no post: Lula 31ago(3) – O Fome Zero rendeu a Lula [...] (Facebook, 2022).

Com uma gênese formada por núcleos de base (Secco, 2021), ao longo de mais de quatro décadas e 14 anos de ocupação da Presidência, os petistas e/ou lulistas testemunharam uma

trajetória de *transformismo* (conceito de Gramsci), um processo que foi analisado por Vieira (2012), para quem o caráter inicialmente anticapitalista, antimonopolista e anti-imperialista do partido precisou ser reconsiderado para atender a interesses e conquistar o apoio das camadas mais conservadoras.

Na campanha de 2022, vimos esse ‘*transformismo petista*’ (Vieira, 2012) se acentuar e o projeto político do partido se modificar mais uma vez para buscar apoio para além da esquerda e criar um campo progressista mais fortalecido por meio de uma frente ampla⁵⁴. Exemplo dessa proposta foi a aliança para composição da chapa com Geraldo Alckmin (ex-PSDB, atual PSB) adversário nas eleições presidenciais de 2006, numa tentativa de refluir o antipetismo.

Em demonstração de oposição a Lula e ao PT, a nomeação de Alckmin como vice de Lula provocou uma série de críticas por parte de ex-apoiadores desiludidos com o ex-membro do PSDB. Para eles, essa escolha representava uma associação com alguém que compartilhava do mesmo perfil político, expresso por meio de comentários como: (‘tenho vergonha de um dia ter votado numa pessoa desqualificada como você’; ‘que pena te considerava’). Entre aqueles mais incisivos, houve a tentativa de recordar confrontos passados entre os dois políticos, evidenciando uma aparente contradição na união (‘Você era mais um que criticava o governo do PT. Agora é vice’; ‘não tem vergonha das coisa que vc falava do pt que era ladrao’).

A escolha de Alckmin como parte da chapa foi frequentemente usada de forma retórica para acusá-lo de incoerência, como demonstram os comentários de bolsonaristas na página do *Facebook* de Lula em 10 de setembro. Nesse processo, ao atribuir-lhe o rótulo de ladrão, os bolsonaristas buscaram fortalecer a ideia de que o PT estava associado à corrupção, o que era evidenciado pela trajetória questionável, conforme a visão desses opositores, mesmo do seu vice. Nesse sentido, a decisão de incluir Alckmin, que parecia uma tentativa de tornar a imagem do PT mais “moderada” e pragmática, foi empregada retoricamente pelos bolsonaristas como uma maneira de desacreditar ainda mais o PT como um partido de “ladrões” (‘aliar a esse verme que destruí o meu país mostra que é farinha do mesmo saco’).

(B) Geraldo Alckmin tenho vergonha de um dia ter votado numa pessoa desqualificada como você. Eu sou patriota defendo o nosso Brasil e você se aliar a esse verme que destruí o meu país mostra que é farinha do mesmo saco.
(B) Geraldo Alckmin , para o Inferno , que pena te considerava , porra sempre te apoiei , que Geraldo

⁵⁴ Grupo político formado por representantes dos principais partidos progressistas do país para combater a gestão bolsonarista.

(B) Geraldo Alckmin hipócrita. Você era mais um que criticava o governo do PT. Agora é vice. E ainda quer pregar que haverá mudança, não dá pra confiar nesse partido.

(B) Geraldo Alckmin tu é falso hem ladrão de merenda kkkkkkkkkkkkkkk

(B) Geraldo Alckmin eu vivi pra ver isso. Kkkkk que patético!

(B) Geraldo Alckmin vai voltar a cena do crime Sr Geraldo?

(B) Geraldo Alckmin não tem vergonha das coisa que vc falava do pt que era ladrao

(B) Geraldo Alckmin juntos aonde com o lula? Voltar para a cena do crime? Ou para a cadeia com Delubio, Dirceu, Vaccari, Palocci, Guido Mantega, Genoino, cerveró, João Paulo Cunha, o cara do dólar na cueca?

Comentários no post: Lula 10set(4) – O papel do governo é garantir [...] (Facebook, 2022).

Existem também opositores que temem a possibilidade de um ‘novo golpe’, seguindo a linha do que consideram ter ocorrido com o ex-vice de Dilma Rousseff, Michel Temer (do Movimento Democrático Brasileiro – MDB). Após o afastamento de Dilma por meio de um processo de *impeachment* em 2016, Temer assumiu a presidência. Esse tipo de discurso pode ser observado no diálogo entre os três bolsonaristas que publicaram comentários na página de Lula em 05 de outubro.

(B) Esse Geraldo tá com uma cara de Michel temer... Cuidado Lula

(B) é realmente tá com. Uma cara..... novo golpe.....?

(B) pois é

Comentários no post: Lula 05out(10) – Vamos, no Brasil inteiro [...] (Facebook, 2022).

No segundo turno, quando apenas os dois candidatos mais votados passam a disputar o comando do Palácio do Planalto também foi o momento para ambos os candidatos agregarem alianças com partidos e candidatos que anteriormente concorreram em chapa própria. O apoio ao PT mais comentado nas postagens foi o de Simone Tebet, pleiteante a presidência pelo MDB. A aliança comemorada pelos apoiadores de Lula (‘Políticos que presam a Democracia, são adversários e não inimigos!’) foi amplamente repreendida pelos bolsonaristas, que fizeram questão de lembrar as críticas dirigidas pela emedebista (‘Ela falou horrores dele’; ‘Detonou o luladrão’; ‘os dois são mal caráter’), ligada ao espectro político denominado de centro, à Lula e ao Partido dos Trabalhadores em geral.

(L)A luta pela DEMOCRACIA cada vez mais forte! Políticos que presam a Democracia, são adversários e não inimigos! #LulaPresidente13

(B) Como assim? Ela falou horrores dele ..

(L) se eu estiver errada, pode me corrigir, o que eu vi foi Tebet falando da gestão e do PT, ela pontuou os erros mas tbm falou dos acertos. Houve respeito.

(B) para de falar besteiras. Detonou o luladrão. Bando de canalhas sem caráter. Hoje é A amanhã por interesse é B. Não tem o mínimo de vergonha na cara. (B) isso demonstra o quanto os dois são mal caráter e só querem o poder. Comentários no post: Lula 07out(9) – Quero parabenizar a grandeza [...] (Facebook, 2022).

Além da candidata que alcançou o terceiro lugar na corrida presidencial, outros políticos de partidos historicamente opostos endossaram a candidatura de Lula, incluindo o ex-presidente Fernando Henrique Cardoso (PSDB). Assim como no caso de Tebet, o apoio de FHC gerou comentários negativos por parte dos antipetistas, o que pode ser exemplificado por meio da conversa entre comentaristas dos dois grupos de partidários (bolsonaristas e lulopetistas) sobre o tema na postagem do dia 07 de outubro, que repercutia o encontro entre os dois políticos.

(L) Dois gigantes da Democracia! Estamos juntos! Ninguém larga a mão de ninguém!
 (B) até respeitava Fernando mas depois desta o buraco é o melhor destino para os dois
 (B) Eu tinha ele como um exemplo de político...que decepção!!!
 (B) sou muito fã dele, melhor eu era... Depois de velho sem noção apoiar safado... Não deve prestar igual a vc...não lhe desejo a paz de Deus quando vc vota no capeta...boa sorte...
 (L) com essa o Bozo pira
 (L) a senhora acha mesmo que o ex-presidente FHC apoiaria o louco do Bolsonaro?
 Comentários no post: Lula 07out(12) – Um reencontro democrático [...] (Facebook, 2022).

A campanha petista, avalizada por muitos de seus partidários, como visto nos comentários, desde o início do pleito indicou a intenção de promover a ideia de uma frente ampla, envolvendo a participação de partidos e políticos que historicamente foram opositores.

2.2 Lulopetismo nas redes

A participação da esquerda nas redes sociais é frequentemente considerada menos impactante quando comparada à habilidade da direita em utilizar esses espaços como instrumento de comunicação política, o que se tornou particularmente evidente desde a campanha de 2018 (Santos; Ciocari; Moraes, 2020), quando a direita começou a mobilizar a *internet* para envolver sua militância e tentar quebrar o isolamento ideológico.

No entanto, na campanha de 2022, notou-se que o PT, em especial Lula, seu principal representante e candidato à Presidência, passou a estar mais presente e organizado nas plataformas digitais, numa tentativa de superar a supremacia da direita nesse território.

Lula começou a “crescer” nas redes sociais após a anulação das condenações na Lava Jato em março de 2021, aproximadamente 17 meses antes do início oficial da campanha, crescimento que se intensificou após o Supremo Tribunal Federal (STF) reconhecer a suspeição do ex-juiz Sergio Moro no caso do tríplex⁵⁵. Embora não tenha superado Bolsonaro em número de seguidores, o PT e Lula realizaram uma campanha mais agressiva visando ganhar engajamento e aumentar a interação, estratégia que se mostrou especialmente eficaz no *Twitter*, onde o candidato petista obteve melhores resultados que Bolsonaro. Em outubro, às vésperas do segundo turno, o perfil de Lula na rede acumulou 9,6 milhões de interações, em comparação com os 7 milhões de Bolsonaro, de acordo com uma análise da consultoria *Bites*.

Consciente da importância das redes sociais como influenciadoras da opinião pública e das escolhas eleitorais, a equipe da campanha petista adotou estratégias específicas. Em reuniões com apoiadores, o partido enfatizou a necessidade de responder rapidamente a *fake news* e mentiras, impedir que conteúdos que pudessem causar medo nos eleitores ganhassem repercussão e promover uma comunicação constante destacando as propostas e realizações dos governos petistas (Xavier, 2022).

Analisando apenas o uso do *Facebook*, fica claro que Lula chegou à última semana da eleição como o candidato que mais publicou, com 90 *posts*, enquanto Bolsonaro publicou 60 no mesmo período. Além disso, na semana decisiva, Lula também liderou em ganho de seguidores, conquistando cerca de 65 mil, uma diferença de 10 mil em relação a Bolsonaro, que conquistou 55 mil novos seguidores.

Enquanto a *fanpage* de Bolsonaro enfatizava as motocicletas, mostrando a passagem do político por várias cidades do país e a adesão popular à sua candidatura, a página de Lula priorizava publicações com fotografias acompanhadas de textos (legendas), muitas vezes repercutindo a agenda de campanha ou destacando ações realizadas nos governos anteriores do petista.

Na página de Lula, houve uma forte presença de bolsonaristas participando nos comentários e expandindo o diálogo, frequentemente provocando conversas com retórica hostil para expressar o antipetismo, mobilizando termos como ‘Lula ladrão’, ‘nove dedos’ (em referência à deficiência de Lula, que perdeu um dos dedos), ‘presidiário’, ‘descondenado’ (argumento de que ele não foi absolvido pelo STF nas condenações da Lava Jato, mas sim libertado por favorecimento). Além disso, eles mencionavam diversos escândalos políticos

⁵⁵ Disponível em: <https://portal.stf.jus.br/noticias/verNoticiaDetalhe.asp?idConteudo=468086&ori=1>. Acesso em: 18 jan. 2023.

envolvendo os governos petistas, como o escândalo dos Correios⁵⁶, o “Mensalão”⁵⁷, e o “Petrolão”⁵⁸. Os seguidores de Bolsonaro explicavam essa participação frequente na *fanpage* de seu oponente nos comentários, a exemplo:

(B) Quer bater a audiência do flow!
 (B) muitos que estavam na live eram bolsonaristas xingando o ladrão.
 (B) por exemplo eu entro la live do LADRÃO 9 dedos para dizer de boca cheia ladraaaaao
 Comentários no post: Bolsonaro 19out(5) -
<https://m.youtube.com/watch?v=4DHk9KZ01HM>. (Facebook, 2022).

Da mesma forma, a presença dos apoiadores de Lula também é notada na *fanpage* de Bolsonaro. Acionando o discurso de denúncia, eles apontam principalmente a incapacidade política de governar, rotulando o político como um ‘desgoverno’, além de tentar desconstruir a ideia de Bolsonaro como incorruptível. No bloco sequencial abaixo, podemos observar a presença de lulopetistas na página de fãs de Bolsonaro:

(B) Estou preocupado! Ouvi dizer que o presidente vai no debate da #Globolixo quinta-feira! Vai parecer que está acreditando no Datafoice comunista! Sabemos que ele tem 60% dos votos! E ano que vem vamos fechar o congresso e o STF! Chega desses vagabundos sugando o Brasil!
 (L) TEU PRESIDENTE TEM QUE ESTAR É PRESO, E TRANCAFIADO, E RESPONDENDO PELAS 31 MANSÕES, RESPONDENDO PELO OURO DESVIADO DO MEC, PELA REDUÇÃO DE PESQUISAS, PELA COMPRA SUPERFATURADA DE MEDICAMENTOS CONTRA EFICÁCIA, ENTRE OUTRAS COISAS COMO GENOCÍDIO ISSO SIM
 (B) oxente ! Tu está na página errada , aqui não é a página de lulalarapio e sua prole sanguessuga do dinheiro público
 (B) cai fora mortadela estragada!
 (B) genocídio, desvios do MEC, Desvios da saúde, desvios na pesquisa, diminuição dos recursos de crimes contra mulheres, 51 imóveis sendo +30

⁵⁶ O escândalo dos Correios refere-se as denúncias de irregularidades praticadas na Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (Correios). O esquema de corrupção, que consistia na negociação de propina com empresas interessadas em participar de licitação foi denunciado a partir da publicação da revista Veja em 2005. Para investigar as denúncias foi instaurado inquérito (CPI dos Correios), que posteriormente passou a investigar o escândalo do mensalão.

⁵⁷ O escândalo do mensalão consistiu na denúncia de repasses de fundos de empresas, que faziam doações ao Partido dos Trabalhadores (PT) para conquistar o apoio de políticos. O esquema de corrupção começou em 2002 e só em 2005 foi descoberto, por meio de uma gravação secreta. Em agosto de 2007 o STF acatou denúncia da Procuradoria Geral da República e abriu processo contra quarenta envolvidos, entre políticos do PT, PP, PL e PTB, publicitários e executivos do Banco Rural. Por falta de evidências de participação, Lula não chegou a ser denunciado como integrante do esquema.

⁵⁸ O escândalo do petrolão é referente as denúncias de um esquema de corrupção na Petrobras relacionado aos governos Lula e Dilma que consistia no desvio de recursos da estatal por meio de pagamentos superfaturados a empreiteiras em obras como construção de refinarias. Esse esquema foi alvo de investigações da Polícia Federal por meio da operação denominada “Lava Jato”. O dinheiro desviado da Petrobras e de outras obras públicas teria beneficiado políticos de diferentes partidos, como PT, MDB, PP e PSDB. O Ministério Público apontou Lula como chefe do esquema, já que ele, como presidente, indicava os diretores da estatal.

pagos em dinheiro vivo de 2018 pra cá É TUDO CRIAÇÃO DO PT
 KKKKKKKKKKKKKKKKKKKKKKKKKKKKK

(B) ou isenção deixa de ser fake! Sai de cima do muro e deixa de ser cartomante com Alzheimer! Estava no seu mundo de Nárnia, quando o Lulosco e seus asseclas arrombava o Brasil?

(B) oi papagaio da globolixo, deixa de bostear aqui

(L) AHHH E LEMBRANDO ELE TEM SÓ NPOR OU SEJA NÃO TEM CURSO SUPERIOR, NA AMAM ELE FOI REPROVADO, E OUTRA, FOI EXPULSO DO EXÉRCITO VIIIU, E NÃO APOSENTADO!!! SÃO FATOS E CONTRA FATOS BOSTAMINIONS NENHUM PODE DEFENDER

Comentários no post: Bolsonaro 26 set (3) - Sem legenda (Reprodução de tweet criticando o PT, Lula no dia da Super Live do PT) (Facebook, 2022).

O sigilo de 100 anos decretado por Bolsonaro para algumas informações — segundo o levantamento da ONG Transparência Brasil, repassado com exclusividade ao UOL⁵⁹ — compreendeu 1.108 sigilos, o que representa 80% dos sigilos decretados pelo governo federal entre 2015 e 2022. Esses sigilos incluem o seu cartão de vacinação, acessos ao Palácio do Planalto e reuniões presidenciais, tornando-se um dos temas mais recorrentes entre os lulopetistas.

O assunto ganhou ainda mais destaque quando Lula declarou que, se eleito, revogaria as decisões de Bolsonaro, “promessa” que animou os eleitores lulopetistas, e, a partir desse momento, os bolsonaristas começaram a argumentar em contrapartida que a Lei de Acesso à Informação, que inclui o sigilo de 100 anos, foi apresentada pelo governo Lula e sancionada durante o mandato de Dilma Rousseff (PT 2011 – 2014 e 2015 – 2016), em 2011.

(B) vamos festejar a quebra de sigilo desse trevosos que vive no escuro. 🤪

(L) que a Dilma criou

(B) não importa quem criou, o foco é o que está em sigilo. Queremos saber!!!

(B) lembrando que o sigilo de 100 anos foi criado pela Dilma... Só pesquisar aí pra ver o que ela escondia.

(B) e pra que continuou escondendo???? Botar a culpa no outro é fácil neh

Comentários no post: Lula 16out(13) – Eu vou ganhar as eleições [...]. (Facebook, 2022).

O artigo 31 da Lei de Acesso à Informação estabelece que o sigilo deve ser aplicado para proteger informações consideradas pessoais, relacionadas à vida privada ou à intimidade de um cidadão, por exemplo. Todavia, a lei também estabelece regras para impor o sigilo, uma vez que prevê a restrição de informações consideradas pessoais, mas também especifica que nem todos os dados se encaixam no direito ao sigilo, especialmente quando o seu uso pode

⁵⁹ “Governo Bolsonaro impôs 1.108 sigilos de cem anos, diz Transparência Brasil”. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2023/01/16/sigilo-de-100-anos-jair-bolsonaro-recorde.htm>. Acesso em: 9 ago. 2023.

prejudicar a apuração de irregularidades envolvendo a pessoa a quem o documento se refere ou está relacionado a fatos históricos relevantes.

Da mesma forma que foram organizadas para a análise das temáticas bolsonaristas, as temáticas lulopetistas foram analisadas a partir dos comentários compartilhados por esse grupo político entre os dias 16 de agosto (início oficial da campanha eleitoral de 2022) e 30 de outubro (dia da eleição em segundo turno), além da primeira postagem publicada pela campanha petista após o final do pleito, em 31 de outubro, e a primeira postagem na *fanpage* de Bolsonaro, publicada em 01 de novembro.

Os comentários dos petistas/lulistas e seus simpatizantes, tanto na página de fãs do grupo interno (como partidários de Lula) quanto na página do grupo externo (como antipartidários de Bolsonaro), estão mais focados em questões políticas e de governabilidade. Eles destacam os programas de distribuição de renda criados durante os governos petistas (Lula e Dilma), as políticas públicas implementadas para combater as desigualdades sociais e a fome, os investimentos em saúde e educação, e a urgência de retirar Bolsonaro da Presidência para restaurar a democracia, atribuindo a Lula essa missão.

As temáticas detectadas entre os lulopetistas são as seguintes:

Tabela 3 – Principais temáticas do discurso lulopetista

Tema/Assunto	Conceitos-chave
O PT resiste	Reconhecimento partidário Fidelidade partidária
Lula é um estadista	Preso para não concorrer em 2018 Absolvido pelo STF Competência para governar Estabelece relações internacionais
Bolsonaro é um desgoverno	Incompetência Corrupção Aporofobia Misoginia Culto à violência Banditismo Xenofobia
Resgate da democracia, Lula, o redentor	Resgate da democracia Derrotar o bolsonarismo

Fonte: Dados da pesquisa, 2022.

Da mesma forma que organizamos os comentários predominantes dos bolsonaristas, também optamos por analisar os discursos dos petistas/lulistas (lulopetistas) com base nas expressões que buscam evidenciar a identificação partidária pela marcação do distanciamento entre os dois grupos políticos e as demonstrações de hostilidade: resistência, Lula estadista, desgoverno (este tema atribuído ao adversário, não a si mesmos), e resgate da democracia.

Observa-se que os frequentadores do perfil de campanha de Lula no *Facebook* dedicam boa parte dos comentários a definições sobre o adversário Bolsonaro, não apenas a enaltecer as qualidades do candidato petista. Como pontuado mais adiante, número significativo dos comentários configura uma tentativa de desqualificar Bolsonaro e os bolsonaristas.

2.2.1 O PT resiste

Embora o Partido dos Trabalhadores tenha enfrentado uma grave crise de imagem, acentuada a partir de junho de 2013, quando manifestações populares se espalharam pelo país, motivadas contra o sistema político, e intensificada após a cassação de Dilma Rousseff em 2016, bem como pelas investigações da Lava Jato, ainda mantém uma posição favorável entre o eleitorado brasileiro.

A pesquisa do instituto Datafolha⁶⁰ de outubro de 2022 mostrou que 35% dos entrevistados têm o PT como partido favorito. Na segunda colocação apareceu o PL com 20% das menções. Em seguida, na terceira colocação, estavam MDB, PSDB e PSOL, todos com 3% de preferência entre os entrevistados.

Além de liderar a preferência dos eleitores, em maio de 2022, o PT era o segundo maior partido brasileiro em número de filiados, com 1.607.225 membros registrados perante o Tribunal Superior Eleitoral (TSE), ficando atrás apenas do MDB, que vinha registrando uma diminuição nos últimos anos, e contava com 2.131.875 filiados. No exterior, o PT também era o partido brasileiro com mais filiados, segundo dados atualizados em julho de 2022, com um total de 11.816 filiados morando em outros países.

Esse crescimento no número de filiações ao Partido dos Trabalhadores ocorreu durante o governo de Jair Bolsonaro (PL) e após o fim da Lava Jato, obtendo mais de 62 mil novas filiações em apenas um ano, entre 2020 e 2021, que confirma que o PT continua a ser um partido de massa popular em termos de militância, como já indicado por Samuels e Zucco (2018).

Nos primeiros meses de 2022, a sigla de Lula continuou a crescer, inclusive em números absolutos e percentuais. O crescimento foi maior do que o alcançado pelo Partido Liberal (PL), sigla à qual o então presidente se filiou em novembro de 2021. Enquanto o índice do PT foi de 1,5%, o do PL foi de 1,2%, de acordo com dados do TSE.

⁶⁰ Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/10/datafolha-pt-tem-mais-simpatizantes-mas-tambem-e-o-partido-mais-rejeitado.shtml>. Acesso em: 14 ago. 2023.

O orgulho pela filiação partidária ou mesmo por ser simpatizante do Partido dos Trabalhadores foi recorrentemente declarado em comentários, como este de 20 de outubro, no qual o partidário lulopetista confirma sua identificação e participação política.

(L) E ainda tem quem pergunte, onde andam os PeTistas!? Tamos juntos aqui! É #Lula13 para presidente! 
Comentário no post: Lula 20out(4) – Lula caminha com o povo [...].
(Facebook, 2022).

Concentrados na questão da polarização afetiva, que se refere ao grau em que os membros de um grupo expressam *animus* e desconfiança em relação aos membros de grupos oponentes, Westwood et al. (2017) destacam o senso de identidade partidária como uma forte forma de preconceito. Iyengar e Westwood (2015), na mesma perspectiva, explicam que o preconceito partidário arraigado nos cidadãos se manifesta de modo a demarcar polarização, chegando a dividir mais do que as divisões sociais, como preconceitos regionais, linguísticos, étnicos ou de afiliações religiosas. Eles reforçam que a ausência de normas sociais para regular o partidarismo permite que o partidário cresça e floresça na consciência pública, tornando a filiação partidária uma fonte consequente de preconceito e desconfiança entre os cidadãos em democracias representativas.

Como exemplo do que dizem Iyengar e Westwood (2015) sobre preconceito partidário, identificamos comentários saturados de animosidade produzidos por lulopetistas, nos quais admitem desprezo pelo movimento bolsonarista, incluindo não somente as ações governamentais, mas os reflexos da ideologia do grupo político na sociedade, o que transparece nos discursos contidos nos comentários em resposta a uma postagem publicada pela campanha de Lula em 15 de outubro, nos quais, entre outras adjetivações, acusam os apoiadores de Bolsonaro de serem ‘demagogos, cruéis, hipócritas e mentirosos, todos os que conheço são infieis, maus pagadores, mentirosos’, e ainda recriminam o discurso moral-cristão adotado pelo grupo como sendo apropriado ‘em vão’, bem como o espírito de patriotismo que exaltam, classificando-o como um disfarce (‘MILICIANOS DISFARÇADOS DE PATRIOTAS!!!’).

(L) Excelente propaganda!! Bolsonaroistas são em sua maioria demagogos, cruéis, hipócritas e mentirosos, todos os que conheço são infieis, maus pagadores, mentirosos, pelo visto é pré requisito pra ser bolsonarista.
(L) Adorei a sua resposta é isso mesmo, só que agora, a máscara de muita gente caiu! O feitiço está sendo desfeito porque um Presidente Estadista está voltando com muito amor e dignidade para ajudar o povo sofrido do Brasil! #LulaPresidente13

(L) Esses são os cidadãos de bem as famílias tradicionais que usam o nome de Deus em vão. Deus é mais esse bozo nunca mais. Sou 13.

(L) MILICIANOS DISFARÇADOS DE PATRIOTAS!!! NOSSO PAÍS ESTÁ NAS MÃOS DE UMA ORGANIZAÇÃO CRIMINOSA DA PIOR ESPÉCIE...

Comentários no post: Lula 15out(1) – Diga-me com quem andas [...] (Facebook, 2022).

O conceito de consciência de classe, mesmo sem uma explicação teórica no âmbito da sociologia, como a proveniente da teoria política marxista, de se enxergar dentro de um sistema, é frequentemente apropriado pelos lulopetistas para criticar os apoiadores do governo de Jair Bolsonaro. No entendimento do lulopetista em resposta ao comentário de um partidário oponente em 17 de outubro na *fanpage* de Lula, os bolsonaristas não se veem separados em diferentes níveis sociais, ou seja, não assumem a consciência de classe na estrutura de estratificação capitalista que divide a classe trabalhadora (a força de trabalho) e os donos dos meios de produção. Nessa direção, os bolsonaristas são por eles chamados de ‘pobres de direita’ (‘vc precisa se informar melhor ou ter consciência de classe! Se vc é um simples trabalhador’).

(B) Com um histórico podre, acorda povo, esse camarada aí não é uma boa opção para governar o país

(L) o histórico do Bozo é saudável pra vc??? Cai na real! Lula é o melhor para o Brasil, pode não ser pra ricos! Vc é rico, do agro negócio, é pastor enriquecido com o dízimo ou é político sugando o nosso dinheiro? Ora se não é nada disso, vc precisa se informar melhor ou ter consciência de classe! Se vc é um simples trabalhador e apoia o genocida tem que procurar um terapeuta porque a doença do bolsonarismo te afetou!

Comentários no post: Lula 17out(6) – Encontro de Lula com religiosos [...] (Facebook, 2022).

Os apontamentos de Lelkes e Westwood (2017) também indicam a animosidade partidária como a única sem restrições entre as divisões sociais, reforçando que fortes normas sociais restringem preconceitos abarcados em divisões raciais, étnicas e de gênero. Segundo os investigadores, o preconceito partidário reprime discursos negativos direcionados ao próprio partido. Em contrapartida, há evidências de que os cidadãos tratam os co-partidários de maneira diferente do que tratam membros de fora do partido, mesmo em questões não políticas, o que instaura uma animosidade refletida em uma sensação constante de ameaça ou medo de perder para os rivais.

A rivalidade entre grupos partidários, segundo explicam Lelkes e Westwood (2017), cria incentivos para discriminar com base na filiação partidária, incluindo o engajamento

espontâneo em comportamentos que podem acidentalmente causar danos à oposição, como distanciamento ou mesmo discurso negativo.

Como notamos, em relação a essa animosidade partidária, no mesmo sentido em que os bolsonaristas chamam os partidários de Lula de cúmplices (discutido no capítulo 1), os lulopetistas também veem os posicionamentos ideológicos do grupo apoiador de Bolsonaro como reflexo das ações e retóricas promovidas pelo líder político que seguem ('quem apoia o bolsonarismo se identifica com a má pessoa covarde que só quer assim mesmo não pensa e nem tem amor ao próximo'; 'só governa para ricos homenageia ditador despreza os pobres e homofóbico e quer acabar com as classes trabalhadoras').

(L) Lula governa para todos e não exclui nenhuma pessoa por ser negros ou pobres nem acha que os trabalhadores temos que ser capacho de patrão eu e minha família somos todos 13

(L) verdade concordo mas quem apoia o bolsonarismo se identifica com a má pessoa covarde que só quer assim mesmo não pensa e nem tem amor ao próximo infelizmente essas são ruins por natureza porque todos vemos que nem temor a Deus eles não tem

(L) sou pai de família com o atual presidente que só governa para ricos homenageia ditador despreza os pobres e homofóbico e quer acabar com as classes trabalhadoras meu voto e da minha família e consciente

Comentários no post: Lula 24out(5) – Enquanto Bolsonaro governa [...] (Facebook, 2022).

E na mesma esfera moral em que os bolsonaristas se veem como o 'bem' que vai vencer o 'mal' (discutido no capítulo 1), para os lulopetistas, como o autor do comentário abaixo, de 10 de setembro, o projeto político e ideológico que defendem é baseado no 'amor', enquanto eles veem os bolsonaristas como semeadores do 'ódio' ('Ódio só se vence com amor'), revelando a mesma estratégia de transformar o conflito em uma luta entre o certo e o errado, conforme discutido por Mouffe (2015, 2016).

(L) Ódio só se vence com amor,. Troque o rancor pelo amor e vamos ser feliz! Esperança e fé na caminhada para um Brasil com dignidade para todos sem acepção de pessoas. Todos com oportunidade para ser ou tentar ser feliz!! Deus abençoe onde você está! Deus nos abençoe 🙏🙏

Comentário no post: Lula 10set(10) – Os números confirmam [...] (Facebook, 2022).

Westwood et al. (2017), da mesma forma que Iyengar e Westwood (2015), destacam que, ao contrário das afiliações atribuídas ou herdadas no nascimento, o partidarismo é adquirido por escolha, ou seja, é voluntário. Por essa razão, as pessoas estão mais propensas a serem responsabilizadas e culpadas por seu partido, o que não acontece com a afiliação a grupos

baseados em características imutáveis (como raça). Nesse sentido, conhecer o posicionamento partidário de uma pessoa se torna um bom diagnóstico de quem ela é, seus valores e o que ela pensa.

2.2.2 Lula é um estadista

Lula⁶¹, como é popularmente conhecido Luiz Inácio Lula da Silva, é um ex-metalúrgico, ex-sindicalista e um dos fundadores do PT. Sua trajetória política se entrelaça com a história do partido de esquerda, criado em 1980 como oposição à Ditadura Militar e em prol da redemocratização do Brasil, a partir da coalizão entre movimentos sindicais, intelectuais e setores progressistas da Igreja Católica, ligados à Teologia da Libertação. Antes de ser eleito como chefe do executivo, ele ocupou um cargo eletivo como deputado federal (1987 – 1991) pelo Estado de São Paulo.

Após dois mandatos consecutivos, Lula deixou a Presidência em janeiro de 2011 com 87% de popularidade⁶², a maior aprovação já registrada por um chefe de Estado em fim de governo. Em 2011 transferiu a faixa presidencial para sua sucessora, Dilma Roussef, primeira mulher eleita como autoridade máxima do Executivo. Sob acusação de crime de responsabilidade fiscal (pedaladas fiscais), Roussef não terminou sua segunda legislatura, tendo o mandato cassado em agosto de 2016. Com o afastamento, seu vice MDBista, Michel Temer (MDB), assumiu o cargo.

A partir de 2016, o PT passou por um período de crise agravado pela Operação Lava Jato (Polícia Federal 2014-2020) e pela promoção do antipetismo, impulsionado pelo discurso de corrupção nos 14 anos em que o partido esteve no governo federal. Em setembro desse ano, Lula foi denunciado pelos crimes de corrupção passiva e lavagem de dinheiro, tornando-se réu em uma ação penal resultante dessa investigação. Em julho de 2017, o então juiz federal Sérgio Moro condenou Lula a nove anos e seis meses de prisão em regime fechado. A sentença também o proibiu de assumir cargos eletivos ou funções públicas por dezenove anos. Após a condenação, Lula se declarou pré-candidato nas eleições presidenciais de 2018 e liderou as pesquisas de intenção de voto. Em janeiro de 2018, sua condenação foi confirmada em segunda

⁶¹ Em 1982, é deferido o pedido para acrescentar “Lula” ao nome original, passando a chamar Luiz Inácio Lula da Silva.

⁶² Segundo pesquisa divulgada pelo Instituto *Sensus*, encomendada pela Confederação Nacional do Transporte (CNT), em dezembro de 2010.

instância, resultando em uma pena de doze anos e um mês de prisão. Lula se entregou à polícia em 07 de abril de 2018 e foi levado para a carceragem da Polícia Federal em Curitiba, no Paraná.

Com a condenação, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) rejeitou a candidatura de Lula em 2018 com base na Lei da Ficha Limpa, considerando-o inelegível. Em resposta, o PT anunciou Fernando Haddad como candidato à Presidência da República. No entanto, a campanha de Haddad não conseguiu ganhar impulso, e Jair Bolsonaro foi eleito presidente, encerrando o ciclo de governança do PT, que havia ocupado o Palácio do Planalto desde 2003.

Para os partidários de Lula, como mencionado por um comentador em 31 de agosto, assim como outros apoiadores e simpatizantes do líder petista expressam em seus comentários, a condenação e prisão dele foram vistas como uma “armação” para impedir sua candidatura, o que, segundo eles, resultou na vitória de Bolsonaro.

(L) Bolsonaro só ganhou pq prenderam o Lula, tudo armação.
Comentário no post: Lula 31ago(1) – A gente acredita [...] (*Facebook*, 2022).

Após 580 dias de prisão, Lula foi solto em 08 de novembro de 2019 com base na proibição de prisão imediata após condenação em segunda instância. Em março de 2021, suas condenações na Operação Lava Jato foram anuladas e posteriormente os processos foram arquivados devido à prescrição. Com a anulação das condenações, Lula recuperou seu direito de ser elegível e pôde concorrer à Presidência da República pela sétima vez. Ele venceu a eleição e assumiu o cargo pela terceira vez em janeiro de 2023. Com o resultado final em 30 de outubro, os partidários de Lula passaram a comemorar o retorno dele à Presidência nas redes sociais, frequentemente destacando a capacidade de governabilidade do político, como evidenciado no comentário abaixo publicado na página de *Facebook* do petista.

(L) O amor sempre vence o ódio. Parabéns Lula. Creio que fará um colossal governo 🇧🇷❤️🙏 Que Deus abençoe e de sabedoria para governar essa país.. Viva a liberdade e a democracia brasileira..... #gratidao
Comentários no post: Lula 30out(3) – No que depender de nós [...] (*Facebook*, 2022).

Para seus partidários, Lula é um ‘verdadeiro estadista’ que ‘governa p o povo e não p uma minoria’. Eles destacam de forma contundente o quanto, nos anos em que esteve na Presidência, ele atuou para implementar políticas públicas importantes, como demonstrado pelo lulopetista neste comentário de 23 de setembro.

(L) Lula é um verdadeiro estadista, um Estadista governa p o povo e não p uma minoria,um Estadista busca políticas publicas pra educação,emprego, saúde,renda , cultura e assim sucessivamente,um Estadista governa p o preto,o branco,os mais veneráveis e Lula mais do que ninguém sabe conduzir isso muito bem,por isso dia 02/10 LI_____ILA novamente 13

Comentário no post: Lula 23set(3) – Lula criou o Bolsa Família [...] (Facebook, 2022).

Outro discurso mobilizado pelos apoiadores de Lula diz respeito à capacidade dele de dialogar com chefes de Estado de outros países e criar relações amistosas e parcerias internacionais importantes para o crescimento do país. Ou seja, é o discurso da competência, uma estratégia de combate na arena eleitoral. Essa expectativa foi nutrida ao longo de toda a campanha para justificar a volta do líder petista ao Palácio do Planalto, como exemplificado por este comentário de um lulopetista em 28 de outubro.

(L) O Brasil precisa de Lula, O Brasil precisa recuperar o respeito perdido a nível mundial. Vota 13, Vota democracia, respeito e justiça social, Vota Lula. Comentários no post: Lula 28out(3) – Domingo, vote com amor [...] (Facebook, 2022).

Para reiterar Lula como uma referência de estadista, eles apresentam em contraponto o que consideram a irrelevância da política externa de Bolsonaro, colocando-o como responsável pelo que consideram a perda de prestígio internacional e o isolamento do país nos últimos anos, como afirma outro lulopetista em um comentário na *fanpage* de Bolsonaro em 19 de setembro.

(L) vocês não sabem o que falam Brasil no exterior é um país isolado deixado de lado pelo comportamento desse chinelão
Comentário no post: Bolsonaro 19set(2) - Na Abadia de Westminster [...] (Facebook, 2022).

2.2.3 Desgoverno

Enquanto Lula é posicionado por seus apoiadores como um estadista, Bolsonaro em contraposição é situado por este grupo como um político sem predicados para conduzir os negócios de um governo. O discurso da “competência” (Lula) e da “incompetência” (Bolsonaro) atravessa os lulopetistas para marcarem seu lugar de pertencimento ideológico e partidário. Em um comentário de 16 de setembro, em resposta a uma publicação sobre o cenário econômico do Brasil na gestão de Bolsonaro, postada pela página de Lula, o lulopetista enumera os motivos pelos quais classifica o governo como incompetente.

(L) Nesses 4 anos do governo Bolsonaro, a Constituição foi desrespeitada, a democracia ameaçada, a Economia descontrolada, o patrimônio dilapidado, os trabalhadores desempregados, a inflação elevada, os salários defasados, a saúde pública abandonada, a miséria e a fome resgatadas, Educação ignorada, os alimentos envenenados, os direitos dos trabalhadores prejudicados, os indígenas desprezados, a violência aumentada, o meio ambiente devastado. Mas as mentiras, a incompetência, o desvio de dinheiro público, as piadas e o deboche continuam desenfreados. #LulaNoPrimeiroTurno
Comentário no post: Lula 10set(6) – Com Bolsonaro, Brasil despencou [...].
(Facebook, 2022).

Em diversos comentários publicado por lulopetistas, como um de 26 de agosto na página de Bolsonaro, o candidato à reeleição é adjetivado a partir de vários termos de equivalência negativa ('NAZISTA'; 'FALSO RELIGIOSO'; 'MENTIROSO'; 'ADULTERO'; 'MILICIANO' e 'LADRAO'), todos relacionados a polêmicas e usados para conferir a Bolsonaro a inabilidade política para governar uma nação, como o cuidado com patrimônio natural da Amazônia ('DESTRUIDOR AMAZONIA'), o enfrentamento da pandemia ('GENOCIDA') e a aprovação da Reforma da Previdência ('COLOCOU IDADE MINIMA 65 ANOS APOSENTADORIA'). Ou seja, mais uma vez se reitera o discurso da "incompetência" política de Bolsonaro, segundo a visão dos apoiadores de Lula.

(L) FORA BOZO
NAZISTA DESTRUIDOR AMAZONIA
GENOCIDA
COLOCOU IDADE MINIMA 65 ANOS APOSENTADORIA
FALSO RELIGIOSO
MENTIROSO
ADULTERO
SUPERFATUROU PREÇOS GASOLINA
MILICIANO E LADRAO
SO ENTRA?na mente de pessoas ingenuas..hipnotizaveis....fracas ou mal carater mesmo. Para bozoloides nada é verdade a não ser a Jovem Pan!!!!
Comentário no post: Bolsonaro 26ago(1) – As obras da Transnordestina [...]
(Facebook, 2022).

Nesses comentários, podemos observar a presença de expressões hostis que retratam o outro como um inimigo, visto como uma ameaça à nossa existência. Ao negar o outro, esses comentários também evidenciam a identificação política (Mouffe, 2014, 2015), no caso dos lulopetistas.

Corrupção

O discurso de combate à corrupção adotado por Bolsonaro é frequentemente usado como justificativa pelos seus apoiadores, que alegam estar reavivando um sentimento cívico e um senso de dever moral para com o país. Porém, os lulopetistas consideram esse argumento falacioso e estão dispostos a destacar os escândalos de corrupção envolvendo o presidente da República, como demonstrado nos comentários abaixo, publicados na *fanpage* de Bolsonaro em 04 de outubro, em resposta a um apoiador do atual Presidente.

(B) Presidente, os políticos decentes irão lhe apoiar nesta luta contra a volta da corrupção desenfreada do PT. Esta luta é do povo brasileiro, que está ao seu lado.

(L) corrupção tem no MEC propina com Barras de ouro o ministro do bolsonaro foi preso até. A quase compra da vacina covaxin que foi impedida o ministério da saúde tava cobrando 1 dólar por vacina e o esquema foi impedido. Orçamento secreto que é pior do que o mensalão e ninguém fala nada. Liberação de armas que podem estar ganhando comissão. 39 kg de cocaína no avião da comitiva presidencial que ninguém esclareceu

(L) vocês omitem o fato do bolsonaro e família comprou 107 imóveis sendo 51 comprados a vista. Todos moram em mansão incompatível com a renda deles.

Comentários no post: Bolsonaro 04out(6) - Agradeço ao Governador [...] (Facebook, 2022).

Aporofobia

Um acontecimento que ganhou repercussão e entrou nos *trending topics*⁶³ no Twitter no intervalo entre o primeiro e o segundo turno da campanha foi a associação feita pelo grupo de partidários bolsonaristas da sigla CXP ilustrada no boné usado por Lula durante um evento de campanha no Complexo do Alemão, já que muitos adversários de Lula propagaram a ideia de que essa sigla seria uma abreviação de uma facção criminosa formada por “cupinchas”⁶⁴ do crime (‘ele se sente bem no ninho das facções’; ‘fazendo apologia ao crime, com boné do traficante!’), a exemplo dos comentários abaixo, compartilhados por bolsonaristas na página de fãs de Lula em 12 de outubro.

(B) Eitaaaa que ele se sente bem no ninho das facções

(B) Lu no alemão fazendo apologia ao crime, com boné do traficante!

Comentários no post: Lula 12out(3) – Caminhada de Lula com o povo [...] (Facebook, 2022).

⁶³ No Twitter, uma palavra, frase ou tópico mencionado em uma taxa maior do que outros é considerado um “trending topic” ou simplesmente uma “tendência”.

⁶⁴ Cupinxa, cupincha ou compincha significa amigo, parceiro, comparsa, companheiro.

A indignação se intensificou quando os apoiadores de Lula interpretaram que o presidente da República e candidato à reeleição estava endossando essa ideia. Em um vídeo da campanha de Bolsonaro compartilhado nas redes sociais no dia 15 de outubro, incluindo sua *fanpage* no *Facebook*, no qual declarou: “[Lula] não olhou para o seu povo, não olhou para os mais pobres. [...] Olhou apenas para os seus amigos, os seus cupinchas, os seus CPX e nada fez pela nossa pátria”, em discurso a apoiadores, em Teresina, no Piauí. O assunto repercutiu em diversos veículos de comunicação, como o site Metrôpoles, com a publicação da notícia “Em ato no Piauí, Bolsonaro usa sigla “CPX” para atacar Lula: “Ladrão”⁶⁵.

Os lulopetistas alegaram que o mandatário estava relacionando os moradores do conjunto de favelas carioca ao tráfico de drogas e ao crime organizado, o que se tornou o ponto de partida para uma série de conversações que registraram a disputa de narrativas entre os dois campos discursivos. No diálogo construído na postagem de Lula de 17 de outubro, em referência a este assunto, podemos observar como essa disputa se desenrolou, confirmando como a identificação partidária é uma fonte de preconceito e desconfiança.



(L) Deixa ele falar a resposta vai ser na urna dia 30 é
 (B) Ele não falou isso mal interpretação da esquerda como sempre.
 (L) Comunidades do Brasil, povo trabalhador guerreiro vota 13
 (L) Ele entra em contradição com esse comentário infeliz... onde fica a pátria amada, família e Deus acima de tudo? Em favelas não há famílias...??? Que ele continue se contradizendo, deixando as máscaras caírem...
 (L) ele não entra em contradição ele tem esses pensamentos mesmo, fico triste quando vejo pessoas assalariadas dizerem que vão votar nesse ser.
 (B) Lula só entrou na. Comunidade por fecho com o tráfico. Só quem mora na comunidade sabe como é.
 Comentários no post: Lula 17out(8) – QUEM MORA NA FAVELA [...] (Facebook, 2022).

Misoginia

Outra questão particular para os lulopetistas refere-se ao tratamento dispensado por Bolsonaro às mulheres. Ofensas, posicionamentos, projetos de lei e ações de governo que atacam as mulheres como indivíduos e como um grupo foram destacados por esse grupo como motivos para afirmar que Bolsonaro ‘odeia as mulheres’. No diálogo intragrupo em 10 de outubro, eleitores de Lula revelam o desprezo em razão da percepção em vê-los como misóginos.

⁶⁵ Disponível em: <https://www.metropoles.com/brasil/eleicoes-2022/em-ato-no-piaui-bolsonaro-usa-sigla-cpx-para-atacar-lula-ladrao>. Acesso em: 20 mar. 2022.

(L) Eu ã esqueço ele falou td isso. Vamos valorizar somos Mulheres batalhadora. Ele já falou q Mulheres e na cozinha. Mulheres ã somos objeto. Vcs esqueceu td isso.
 (L) verdade.. não respeita nem a filha que chamou de FRAQUEJADA.. eu não entendo como mulheres podem apoiar um ser abominável como esse
 (L) O Brasil merece um presidente que respeite as mulheres. #ForaBolsonaroeSuaQuadrilha
 (L) Por esto que as mulheres tem que da a resposta no dia 30
 (L) Eu ã entendo com existem mulheres q ainda defendem este ser.
 (L) As mulheres que tem respeito por si e pelas outras, não vota no Bozo!
 (L) Mais o inacreditável é que tem muita mulher és defendendo e apoiando o sujeito desse, só no Brasil mesmo.
 (L) Que absurdo as mulheres que vota nesta pessoa é sem vergonha
 Comentários no post: Lula 10out(1) – Bolsonaro não respeita as mulheres [...] (Facebook, 2022).

Para situar Bolsonaro como misógino, os lulopetistas amplificam nos comentários acima as ofensas dirigidas por ele a mulheres, como quando, por exemplo, em 2014, ainda como deputado, Bolsonaro disse em discurso na Câmara que a também deputada federal Maria do Rosário (PT-RS) não merecia ser estuprada por ser “muito feia” e porque ela “não faz seu tipo”⁶⁶ (‘Eu ã esqueço ele falou td isso’) e a fala sobre sua quinta filha ser resultado de uma fraquejada (‘não respeita nem a filha que chamou de FRAQUEJADA’), declaração feita em 2017, durante palestra na sede do Clube Hebraica, uma associação cultural de pessoas da religião judaica, do Rio de Janeiro⁶⁷.

Mas, focando apenas nos eventos de 2022, ano eleitoral, os dois grupos políticos competiram em narrativas antagônicas sobre episódios como o que ocorreu no debate promovido pela Band, em 28 de agosto, quando Bolsonaro, ao ser questionado sobre a cobertura vacinal no Brasil, chamou a jornalista Vera Magalhães (TV Cultura, CBN e O Globo) de a “vergonha do jornalismo brasileiro”, pedindo em seguida que a profissional não se colocasse como vítima (“sem vitimismo”) e complementando: “Você deve ter uma queda por mim”⁶⁸. Esse episódio foi considerado uma ‘vergonha’ pelo lulopetista que compartilha mensagem sobre o assunto em 28 de agosto.

⁶⁶ “Para rebater deputada, Bolsonaro diz que não a 'estupraria'”. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2014/12/1559815-para-rebater-deputada-bolsonaro-diz-que-nao-a-estupraria.shtml>. Acesso em: 25 nov. 2023.

⁶⁷ Bolsonaro diz que teve filha mulher por "fraquejada". Disponível em: <https://www.opovo.com.br/noticias/politica/2017/04/bolsonaro-diz-que-teve-filha-mulher-por-fraquejada.html>. Acesso em: 25 nov. 2023.

⁶⁸ “Bolsonaro ataca Vera Magalhães durante debate: Vergonha para o jornalismo”. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/politica/2022/08/5032711-bolsonaro-ataca-vera-magalhaes-vergonha-para-o-jornalismo.html>. Acesso em: 25 nov. 2023.

(L) Que vergonha ter no nosso Brasil um presidente descontrolado que agride uma jornalista em um debate. Que vergonha meu Deus! #LULAPRESIDENTE
Comentário no post: Lula 28ago(10) – Mais dinheiro para o povo [...] (Facebook, 2022).

Outra ofensa dirigida por Bolsonaro a uma jornalista mulher que ganhou muita repercussão foi a forma como ele respondeu a uma pergunta de Amanda Klein (RedeTV News e Jovem Pan) durante uma entrevista na Rádio Jovem Pan, em 06 de setembro. A jornalista questionou-o sobre suspeitas de corrupção envolvendo seus familiares, e Bolsonaro, visivelmente irritado, acusou-a de fazer “acusações levianas”. Demonstrando machismo, o presidenciável também fez uma referência ao casamento de Amanda com uma pessoa que declara apoio à sua candidatura, dizendo: “Você é casada com uma pessoa que vota em mim, não sei como é seu convívio com ele na sua casa, mas eu não tenho nada a ver com isso, não responde, por favor”⁶⁹.

Mais uma vez, seus apoiadores reagiram com uma contraofensiva, com narrativas de adesão a postura do presidente, como evidenciado nos dois comentários abaixo de 06 de (‘Colocou a Amanda no lugar dela’; ‘não para de ser chata’).

(B) Nosso presidente foi maravilhoso hoje na JP. Colocou a Amanda no lugar dela, foi bom demais!!!!
(B) Amanda Klein,, não para de ser chata,, kkkkkk
Comentários no post: Bolsonaro 06set(1) - Alvorada 06/09/2022 (Facebook, 2022).

Em oposição à acusação de que Bolsonaro é machista e misógino, muitos bolsonaristas, incluindo mulheres, reproduzem insultos associados ao discurso do presidente, alegando não se sentirem ofendidos. Por exemplo, uma apoiadora afirmou: ‘Sou mulher e não me sinto ofendida pelo Presidente’, como expresso em uma conversa na *fanpage* em 24 de setembro, em um *post* sobre o debate realizado pela CNN em conjunto com um *pool* de veículos. Durante o diálogo, além de expressar apoio à postura de Bolsonaro, foram direcionados insultos a duas das mulheres que concorreram à Presidência (Simone Tebet/MDB e Soraya Thronicke/União Brasil).

⁶⁹ “Bolsonaro ataca jornalista Amanda Klein após pergunta sobre rachadinha e compra de imóveis com dinheiro vivo: 'Seu marido vota em mim'”. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2022/09/06/bolsonaro-ataca-jornalista-amanda-klein-apos-pergunta-sobre-rachadinha-e-compra-de-imoveis-com-dinheiro-vivo-seu-marido-vota-em-mim.ghtml>. Acesso em: 25 nov. 2023.

(B) E uma vergonha essas candidatas vergonha
 (B) Simone e Soraia. Dupla O que é o que é?
 (B) ainda bem que vc falou...candidatas...não sabem organizar uma casa vão ...nem vou terminar...#BolsonaroReeleito2022NoPrimeiroTurno
 (B) Sou mulher e não me sinto ofendida pelo Presidente. Quem é Soraya e Simone para falar em nome das mulheres. Elas não me representam. #Mito22
 Comentários no post: Bolsonaro 24set(10) - Sem legenda (Entrevista na chegada para o debate debate da CNN em conjunto com um pool de veículos) (Facebook, 2022).

De modo geral, os comentários considerados pelos lulopetistas como machistas e misóginos proferidos pelo grupo bolsonarista são direcionados a mulheres posicionadas por eles como ‘esquerdistas’ e ‘esquerdopatas’, como a deputada pelo PT/RS, Maria do Rosário, e ao movimento feminista. Como exemplo: ‘São as feministas do "primeiro as damas’; ‘não devem se fragilizar quando são confrontadas’; ‘a esquerdalha so pensa em lacração’; ‘mimizenta vermelha! Tchutchuca de ladrão!’, conforme observado nos discursos contidos nos comentários publicados em 02 de setembro na *fanpage* de Bolsonaro.

(B) "Elas" não querem igualdade, querem ser superiores com direito de falar o que pensam, agredir, ofender e até partir para cima sem que sejam impedidas ou contrariadas...São as feministas do "primeiro as damas", afff...o canseira!!
 (B) Infelizmente fazem isso mesmo, quem me chamou a atenção para este desvio de caráter foi a Deputada Maria do Ros@rio. E tantas outras seguem!
 (B) o nome perfeito prá ela é Maria do "Loucário" ! Kkkkkkkkkk
 (B) Acima de tudo, a igualdade que as mulheres tanto pedem. Assim, não devem se fragilizar quando são confrontadas. Parabéns, Presidente!
 (B) Eu sempre escrevo que a Bíblia não é contra mulheres. Aquelas que mereceram, tiveram destaques: Deborah, Ester, Abigail, Jael, Ruth, Raabe, e outras. É ridículo uma mulher achar que pode desrespeitar quem quer que seja e não poder receber o troco por ser mulher. Ela terá que se explicar. Terá que apresentar justificativa para merecer tanto privilégio.
 (B) Boa Presidente, só que a esquerdalha so pensa em lacração, respeito e democracia isso eles desconhecem, posam sempre de vítima, mas não cola mais, chega! Agora e partir pra cima deles e dar mesmo a resposta que merecem.
 (L) não espere igualdade para as mulheres vinda de um sujeito abertamente misógino.
 (B) mimizenta vermelha! Tchutchuca de ladrão!
 (B) perda de tempo, tentar convencer a mosca varejeira que o MEL é melhor que 🐜 Deixa curtir o que ela gosta. #BolsonaroReeleito2022 #BolsonaroMelhorPresidenteDoBrasil
 Comentários no post: Bolsonaro 02set(9) - Igualdade é tratar a todos [...] (Facebook, 2022).

Culto à violência

Outro tema sensível aos lulopetistas diz respeito à política armamentista de Bolsonaro. Pelos comentários, esse grupo político evidencia sua oposição à flexibilização das regras para que cidadãos civis tenham a posse e o porte de armas de fogo. Nessa divergência de posicionamentos, eles apelam ao discurso cristão para repudiar os apoiadores dessa política, como podemos ver no comentário deixado por um lulopetista na página de Bolsonaro em 06 de setembro, ao afirmar que ‘Jesus não induziu os seus a usarem armas’.

(L) Triste é ver cristão apoiando esse senhor . Não leram o evangelho de Jesus Cristo. Jesus não induziu os seus a usarem armas e deixar passar fome
Comentário no post: Bolsonaro 06set(4) - Paróquia São Miguel Arcanjo [...] (Facebook, 2022).

De acordo com dados do Exército, obtidos pelo Portal G1 (Stabile, 2023), durante os quatro anos de mandato, o governo de Jair Bolsonaro (PL) concedeu, em média, 691 registros de novas armas por dia para CACs (grupo formado por caçadores, atiradores e colecionadores). Ao todo, foram emitidos 904.858 registros para aquisição de armas entre 2019 e 2022, contexto em que 47% dos registros ocorreram em 2022, último ano do governo e período das eleições majoritárias.

Os lulopetistas baseiam seus discursos sobre o tema, principalmente, no argumento levantado por especialistas acerca de como a política armamentista pode favorecer o aumento de crimes e acidentes com armas de fogo (‘arma só serve p tirar vida’), como expressam os dois comentários na página de Lula em 27 de outubro.

(L) É VERDADE ANTES AS ARMAS FICAVAM NAS MÃOS DOS POLICIAIS E DOS CRIMINOSOS...AGORA FICA NAS MÃOS DE NOSSAS CRIANÇAS É TRISTE VER ESSE PAÍS DESSE JEITO
(L) é Isso mesmo, quem se arma está Armando o inimigo do seu filho...do seu neto... arma só serve p tirar vida, nada mais.
Comentários no post: Lula 27out(7) – Simone Tebet [...] (Facebook, 2022).

O tema recorrente serviu em muitas ocasiões para que ambos os grupos confrontassem discursos e consolidassem visões completamente antagônicas sobre a pauta.

(L) Eu prefiro minha casa minha vida essas armas so destrói lares e vidas
(B) se for para defender sua vida ,seus familiares e seu patrimônio NÃO!!!
ESSA É A INTENÇÃO DO BOLSONARO!!!
(B) Você vai mudar de opinião se por ventura no futuro invadir sua casa para roubar o que vc tem e ainda ameaçar de morte as pessoas que vc ama.
(B) Diz isso aos bandidos assassinos que seu candidato ladrão apoia, quando for assaltado, se eles te deixarem vivo, faz o L talkei!

(B) vou entrar na sua casa vou te roubar , fazer sua família refém quero que me receba com flores e café tá ok ?
 (B) quando for assaltado n chame a policia chame o lula pra te defender
 (B) nunca foi assaltado não é companheiro Boa sorte
 (B) nas mão de bandidos sim,veja oque é as comunidades do Rio de Janeiro,as famílias de bem não aguenta mais!
 (B) fala isso para milhões de famílias que tiveram um ente querido morto por criminosos ARMADOS!!!!!!! sem ter como se defender ESQUERDISTA IMBECIL
 (B) acorda essas armas São para sua proteção, um povo desarmada fica submisso a um governo corrupto como do PT
 (B) quem destrói vidas e lares são os bandidos que sempre teve armas , acorda
 Comentários no post: Lula 15out(4) – Lula fez uma verdadeira revolução [...] (Facebook, 2022).

No conjunto de comentários acima, é possível observar uma dinâmica discursiva que se desdobra a partir da argumentação inicial de um partidário apoiador de Lula e que recebe um *feedback* mais expressivo do grupo externo (postagem publicada na *fanpage* de Lula em 15 de outubro). Nessa dinâmica, no campo discursivo lulopetista, prevalece a argumentação, já mencionada, de que o uso de armas tem como motivação principal a resolução de conflitos pessoais, os quais podem resultar em situações de violência banal, com potencial para se tornarem letais, fenômeno compreendido sob a ótica da ‘banalização da violência’.

Por outro lado, no campo discursivo bolsonarista, observa-se uma narrativa distinta, na qual a principal justificativa para que cidadãos comuns obtenham o registro ou porte de arma de fogo é a autodefesa em situações de ameaça iminente, como um assalto. Esses discursos, embora tratem do mesmo tema, refletem perspectivas e ênfases distintas, revelando a maneira como diferentes grupos interpretam e se posicionam frente à questão do uso de armas de fogo.

Banditismo

O episódio envolvendo o ex-deputado Roberto Jefferson (PTB), quando ele atirou em policiais federais que estavam cumprindo um mandado de prisão determinado pelo ministro do STF Alexandre de Moraes em 23 de outubro de 2022, desencadeou uma disputa de narrativas entre os dois campos discursivos (grupos políticos). Como podemos observar no diálogo abaixo, nas primeiras horas após o episódio, os bolsonaristas manifestaram apoio e admiração pela atitude de Jefferson (‘você é forte. Resista’; ‘se aquiete em qualquer lugar bem escondidinho e aguarde passar as eleições’), ao que os lulopetistas viram como uma contradição (‘Mas bandido bom não era bandido morto? Tô.confusa.’; ‘não entendi essa também’).

(B) Roberto Jefferson você é forte. Resista.

(B) Roberto Jeferson se aquiete em qualquer lugar bem escondidinho e aguarde passar as eleições. Depois tudo se resolverá . Confie ! Rumo à Reeleição do nosso querido Presidente Bolsonaro 22 Brasil Acima de Tudo e Deus Acima de Todos

(L) dando cobertura pra bandido? Mas bandido bom não era bandido morto? Tô.confusa.

(L) pois é também tou confuso, se aquietar que depois da eleição tudo se resolverá, não entendi essa também.

Comentários no post: Bolsonaro 23out(2) – Conversa com Gustavo Lima [...] (Facebook, 2022).

No mesmo dia (23/10), porém, após o pronunciamento do presidente Bolsonaro sobre o ocorrido, via redes sociais, o discurso do grupo bolsonarista mudou, sugerindo que Jefferson agiu para manchar a imagem de Bolsonaro e favorecer a esquerda na reta final das eleições ('Ele sabia que se atirasse contra a polícia prejudicaria a imagem de Bolsonaro! Foi estratégia!'; 'só quer conturbar as eleições'; Nenhum bolsonarista apoia a insanidade do Roberto Jeferson').

(B) Por que ele atirou contra os policiais sabendo que Bolsonaro nunca apoio quem atira em policiais? Todo tempo Bolsonaro foi contra atirar em policiais e se agora ele vinhesse defendendo o Roberto Jefferson os esquerdistas chamariam Bolsonaro de mentiroso! Eu achei muito estranho uma pessoa que diz ser do lado do Bolsonaro e ao mesmo tempo reagir de forma a prejudicar o presidente! Ele sabia que se atirasse contra a polícia prejudicaria a imagem de Bolsonaro! Foi estratégia!

(B) Concordo plenamente com o presidente. Roberto Jeferson é um mensaleiro, que só quer conturbar as eleições.

(B) Roberto Jeferson nunca foi aliado do presidente. Chamou o presidente para o seu partido, mas quando o presidente disse que queria o cofre do partido aberto, entrou com uma representação contra o mesmo. Nenhum bolsonarista apoia a insanidade do Roberto Jeferson, como os petistas apoiaram o irmão do Ciro de passar de trator por cima de policiais.

Comentários no post: Bolsonaro 23out(4) – Prisão do criminoso [...] (Facebook, 2022).

Com o reforço do discurso dos bolsonaristas vinculando a figura de Jefferson a Lula, os partidários petistas passaram a contra-argumentar, alegando associação entre o ex-deputado e o então presidente ('o bandido do Roberto Jefferson se aliou com Bolsonaro').

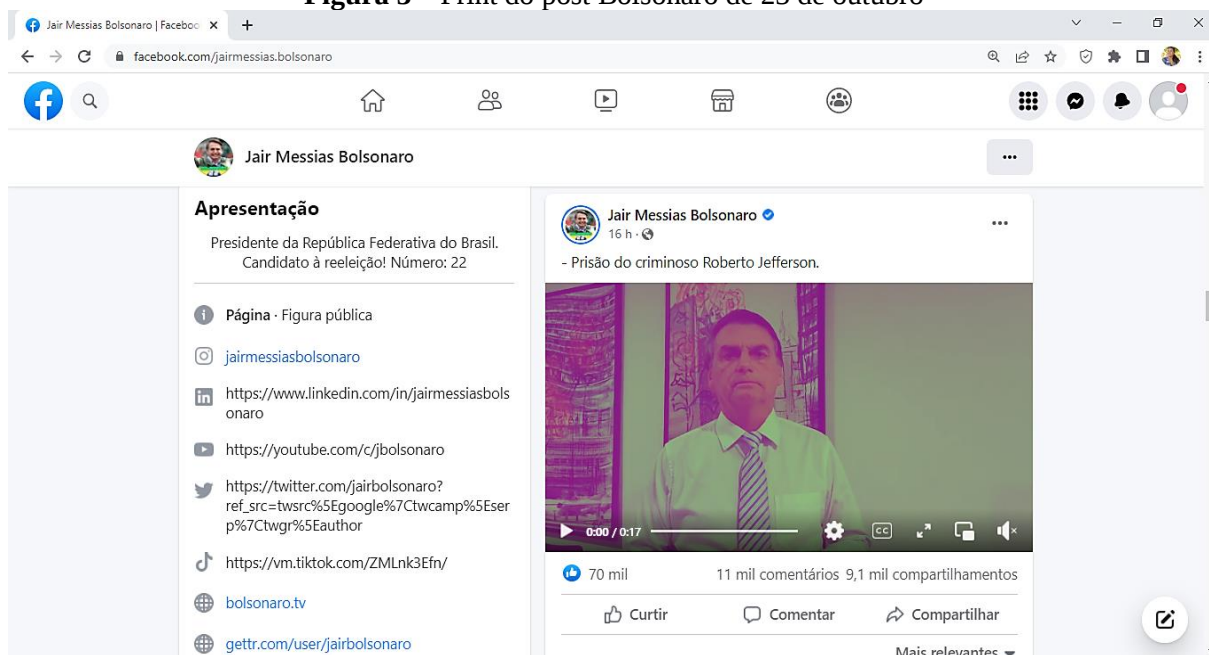
(L) depois que o bandido do Roberto Jefferson se aliou com Bolsonaro ficou mais agressivo agora já sei de onde que ele pegou esse dom

(B) ACORDA TIAZINHA, não foi o presidente que atirou, mal informada, como todo petralha...

Comentários no post: Bolsonaro 23out(5) – Coletiva: quem atira [...] (Facebook, 2022).

Roberto Jefferson estava cumprindo prisão domiciliar após ser preso em agosto de 2021 pela Polícia Federal no contexto de uma investigação sobre a organização e o funcionamento de uma milícia digital voltada para ataques à democracia. Na época, ele estava impedido de possuir armas, apesar de ter registro de CAC, pois seu documento estava suspenso. No entanto, ele costumava exibir armas em suas redes sociais. Durante a prisão, Jefferson resistiu atirando com um fuzil e lançando três granadas contra agentes da PF.

Figura 3 – Print do post Bolsonaro de 23 de outubro



Fonte: Fanpage de Bolsonaro, 2022.

Bolsonaro e bolsonaristas tentaram se distanciar da imagem de Roberto Jefferson, repudiando suas declarações ofensivas contra a ministra do STF, Carmen Lúcia, a quem ele chamou de “Bruxa de Blair” e “prostituta arrombada”⁷⁰, bem como sua reação violenta contra a Polícia Federal. Bolsonaro emitiu uma declaração intitulada “Prisão do criminoso Roberto Jefferson” para esclarecer publicamente que, além de não apoiar as ações do político, não mantinha qualquer relacionamento com ele.

Os seguidores de Bolsonaro lembraram que Roberto Jefferson foi o delator do esquema de compra de votos no Congresso Nacional durante o primeiro mandato do ex-presidente Lula, conhecido como ‘mensalão’. Em contrapartida, os partidários de Lula argumentaram que

⁷⁰ “De tornazeleira, Roberto Jefferson chama Cármen Lúcia de prostituta arrombada”. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/10/de-tornazeleira-roberto-jefferson-chama-carmen-lucia-de-prostituta-arrombada.shtml>. Acesso em: 30 nov. 2023.

Jefferson se tornou aliado de Bolsonaro e refutaram a declaração dele de não estar associado ao político, apresentando fotos em que os dois aparecem juntos.

A primeira pesquisa realizada após o ataque de Roberto Jefferson à PF mostrou um impacto negativo na campanha do presidente Jair Bolsonaro. O levantamento Genial/Quaest⁷¹ e divulgado dois dias após o episódio, a apenas quatro dias do segundo turno, indicou uma oscilação positiva na intenção de voto para o ex-presidente Lula, que subiu de 47% para 48% dos votos totais. Já o presidente Jair Bolsonaro manteve os mesmos 42% de votos que tinha na pesquisa anterior, divulgada pelo mesmo instituto em 19 de outubro. Porém, o impacto mais significativo foi registrado na rejeição do candidato à reeleição, que aumentou três pontos percentuais.

Xenofobia

Durante o período eleitoral, o Presidente Jair Bolsonaro (PL) buscou uma maior aproximação com o eleitorado nordestino, intensificando as postagens relacionadas à concessão de titulações de terras agrárias e, principalmente, divulgando as obras de transposição do rio São Francisco.

A distribuição de títulos de terra pelo governo de Bolsonaro foi um tema recorrente nas atividades de campanha, e isso permitiu aos apoiadores do presidente destacar, por meio de comentários, como a entrega desses títulos aos assentados poderia contribuir para o enfraquecimento do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra (MST). Esse argumento é claramente expresso nas conversas registradas em 16 de agosto entre os bolsonaristas

(B) Excelente, Presidente, o MTST em breve será extinto!

(B) Enquanto o presidente realmente trabalha em favor da agricultura e dos produtores agrícolas, temos um certo candidato que quer trazer de volta os arruaceiros militantes travestidos de sem-terra. Seguiremos com Bolsonaro!

(B) Esse sim é um trabalho voltado para as famílias do campo, investindo para colher bons frutos. ForaMST. #BolsonaroTemRazao

Comentários no post: Bolsonaro 16ago(1) – O assentamento Salubrinho [...] (Facebook, 2022).

O Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra (MST), fundado em 1984, tem como objetivo a ocupação de latifúndios e é frequentemente alvo de críticas por parte do

⁷¹ Disponível em: https://media-blog.genialinvestimentos.com.br/wp-content/uploads/2022/10/25202522/genial-nas-eleicoes_pesquisa-para-presidente-2022_resultado-outubro-20221026.pdf. Acesso em: 14 mar. 2023.

bolsonarismo. Esse grupo político demonstra forte resistência à proposta de ordenar a propriedade de terras para promover a agricultura familiar ou cooperativa.

Nos comentários acima, em resposta à primeira postagem na página de Bolsonaro em 16 de agosto, que destacava ações relacionadas à reforma agrária na Bahia, podemos observar um discurso que retrata os participantes do MST como invasores de terras ou, como afirmam, ‘arruaceiros militantes travestidos de sem-terra’. Ao mesmo tempo, esses comentários enaltecem as ações do governo no sentido de proteger o direito à propriedade privada, destacando que ‘o presidente realmente trabalha em favor da agricultura e dos produtores agrícolas’.

A pauta da titulação de terras *versus* MST também serviu para levantar polêmicas sobre os investimentos de Lula no agronegócio, colocando em conflito a legitimidade do MST e a importância do setor agropecuário para o país, o que fica evidente no diálogo registrado em 25 de agosto, que marca as posições divergentes dos dois campos discursivos na página de Lula.

(B) E tem um infeliz querendo acabar com o agro. Que o agro é fascista, direitista. O agro gera empregos, alimenta o povo do país inteiro. Diz que o povo vai voltar a comer carne. Carne é agro. Chopp é agro. A roupa é agro.

(L) você não entendeu, talvez por desconhecer o que foi feito para aumentar a produção de alimentos e baratear os produtos no governo Lula. Fortaleceu a agricultura familiar e oportunizou o agronegócio para exportação. Os que destroem simplesmente o meio ambiente são apenas criminosos.

(B) O que foi feito continua feito ou será que venderam? Não abastece 1 dia no ano. E os outros 364 quem abastece? Entenda de uma vez por todas, não vivemos sem o agro.

(B) nos lutamos para que o Brasil seja o maior produtor de alimentos do mundo e para que o nosso povo, bem alimentado, possa crescer social, moral e espiritualmente. Entendeu?

Comentários no post: Lula 25ago(14) – Obrigado a todos [...] (Facebook, 2022).

A frase do bolsonarista: ‘E tem um infeliz querendo acabar com o agro. Que o agro é fascista, direitista’ é uma referência a Lula (chamado de ‘um infeliz’) e expressa indignação com a declaração do candidato petista em entrevista ao Jornal Nacional em 25 de agosto, quando declarou que o ‘agro é fascista, direitista’. Essa alegação de Lula foi feita em relação ao segmento mais conservador do setor agrícola, que, segundo ele, estaria avançando sobre áreas protegidas na Amazônia.

A conversa ganha impulso com a intervenção do lulopetista, que busca explicar as políticas de produção e distribuição de alimentos implementadas por Lula, afirmando que ‘fortaleceu a agricultura familiar e oportunizou o agronegócio para exportação’, justificativa

contestada pelos bolsonaristas, que argumentam que o setor agropecuário é capaz de abastecer o país e, ao mesmo tempo, contribuir para o crescimento econômico.

Entre as pautas direcionadas diretamente ao eleitorado nordestino, também aparece com frequência a reivindicação da autoria da obra da transposição do Rio São Francisco por parte do movimento bolsonarista. Eles defendem que a maior parte da obra, que tem como objetivo levar água para 12 milhões de pessoas nos estados de Pernambuco, Paraíba, Ceará e Rio Grande do Norte, foi realizada sob o governo de Bolsonaro. Além disso, destacam que recursos teriam sido desviados para investimentos, o que apontam como demonstração de corrupção petista. Esse discurso é reiteradamente reforçado por seus partidários.

Na disputa discursiva, os lulopetistas defendem que a obra iniciada em 2007 foi quase totalizada durante os mandatos de Lula e Dilma, restando ao governo provisório de Michel Temer e aos quatro anos de Bolsonaro uma pequena porcentagem, como tentam ‘esclarecer’ na sequência de comentários registrados na sétima postagem da página de Lula em 19 de setembro, cuja legenda diz: No Nordeste, todo mundo sabe: foi Lula quem fez a obra da transposição do São Francisco. Bolsonaro fez só 4%, mas quer levar a fama. Com o povo nordestino, essa história não se cria.

(L) Todos nós Nordeste sabemos que a Transposição é uma obra do Lula o melhor presidente da história do Brasil

(L) Tanto é que ele não vai ter nem a metade dos votos dos nordestinos.

(L) Bolsonaristas acham que todo mundo é lerdo é, Lula fez 80% das obras mesmo com o congresso atrapalhando, são os mesmos que querem enganar o povo falando que "Bolsonaro fez". Se você foi enganado tenha ciência que essa obra se não fosse por Lula não estaria pronta, se você é bolsonarista enganador então tenha vergonha na cara e fique quieto.

(L) parece que o tão com aminezia, Não entendo esses brasileiros, O Lula foi o melhor presidente do Brasil

Comentários no post: Lula 19set(7) – No Nordeste, todo mundo sabe [...] (Facebook, 2022).

Segundo relatório do Ministério da Integração Nacional⁷², divulgado em abril de 2016 (gestão de Dilma Rousseff - PT), 86,3% das obras da transposição estavam concluídas. Em 2017, o presidente à época, Michel Temer (MDB), inaugurou o eixo leste do projeto de transposição⁷³, de modo que apenas cerca de 3,6% das obras couberam a Bolsonaro.

⁷² Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/atividade-legislativa/comissoes/comissoes-temporarias/externas/55a-legislatura/transposicao-rio-sao-francisco/documentos/outros-documentos/documentos-tcu/SumrioExecutivoAbr2016.pdf>. Acesso em: 8 mar. 2023.

⁷³ ‘Temer inaugura nesta sexta no Nordeste eixo leste da transposição do São Francisco’, notícia publicada em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/temer-inaugura-nesta-sexta-no-nordeste-eixo-leste-da-transposicao-do-sao-francisco.ghtml>. Acesso em: 8 mar. 2023.

As contestações pela autoria da transposição têm explicações bem plausíveis. O Nordeste sempre foi um reduto eleitoral do PT nas disputas presidenciais. Na campanha de 2022, as primeiras pesquisas de intenção de voto mostravam a região como a única com um cenário cristalizado a favor de um dos líderes da corrida presidencial. Por exemplo, a pesquisa PoderData⁷⁴, realizada de 3 a 5 de julho de 2022, revelou que o candidato petista ganharia com 34 pontos percentuais de vantagem sobre Bolsonaro (PL) na região. Esses números foram confirmados nas urnas. No primeiro turno, Lula conquistou mais de 66% do eleitorado nordestino, em comparação com os 27% de Bolsonaro. No segundo turno, foram 69,34% dos votos para o petista e 30,3% para Bolsonaro. O Piauí foi o estado onde o presidenciável pelo PT obteve mais votos. Quase 77% dos piauienses votaram em Lula no segundo turno.

Os votos dos eleitores nordestinos foram decisivos para a vitória de Lula. A região foi a única onde o petista superou Bolsonaro. Sem o apoio desse eleitorado, Bolsonaro, que venceu em todas as outras regiões do país, não teria sido reconduzido ao cargo. O impacto do voto do eleitorado nordestino no resultado do primeiro turno tornou-se um assunto debatido entre os dois campos discursivos.

Temos, nessa disputa pelo eleitorado nordestino, dois momentos distintos por parte dos bolsonaristas. Antes do primeiro turno, os partidários de Bolsonaro tentaram conquistar votos dos nordestinos com o argumento de que o governo petista não ‘cuidou’ do povo nordestino.

(B) Meus irmãos nordestinos não se deixem enganar pelo 9 dedos, vocês estão tendo a chance de se tornarem em condições de vida bem melhores e reais sem enrolação e aproveitamento. Vamos de 22 e muita coisa melhor vai vim para o nordeste e todo nosso Brasil ao qual vocês fazem parte.

(B) Vdd....eu sou Nordestina e voto com minha família em Bolsonaro de todo coração, tenho orgulho do meu presidente, sou grata até o último dia de minha vida , em ele ter concluído a transposição do Velho Chico. Deus te cubra de bênçãos.

Comentários no post: Bolsonaro 25set(2) - Sem legenda (Vídeo de Bolsonaro falando da conclusão da obra da transposição do Rio São Francisco) (Facebook, 2022).

A ideia de irmandade (‘Meus irmãos nordestinos’) se dissipou após o primeiro turno, dando lugar a uma onda de ataques xenofóbicos contra os eleitores ‘responsáveis’ pela vitória de Lula. Os bolsonaristas lançaram ataques veementes aos lulopetistas por seu direito de escolha política, usando como argumento principal que ‘nordestinos gosta de ficar nas custas do

⁷⁴ Disponível em: <https://static.poder360.com.br/2022/07/PoderData-59-5jul22-2-1.pdf>. Acesso em: 8 mar. 2023.

governo’, como expresso pelo autor do comentário abaixo, datado de 02 de outubro e deixado por um opositor na página de Lula.

(B) Os nordestinos gosta de ficar nas custas do governo, vai trabalhar.
Comentário no post: Lula 02out(4) – A partir de amanhã, já estaremos [...] (Facebook, 2022).

Além de corrupto, misógino, xenofóbico, averso à pobreza, indiferente às mazelas sociais, propagador de ódio e violência, e disseminador de informações falsas, os lulopetistas classificam Bolsonaro como ‘desgoverno’ pela má gerência ou mesmo omissão com as políticas de meio ambiente e contrário aos direitos dos povos indígenas, como dizem em comentários de 05 de setembro na *fanpage* de Lula.

(L) #LulaPresidente13 Para cuidar da natureza brasileira e dos povos originais!
(L) Estamos juntos presidente...vamos tirar essa fassa do nosso Brasil.. esse desgoverno acabou com milhares de brasileiros..no dia 2 de Outubro essa máscara dele vai cair, ele e as cambadas q quer ele novamente. Parece q esse povo q esta há favor desse maldito bozó está cego ou é muito ricos...
Comentários no post: Lula 05set(1) – Bom dia. (Facebook, 2022).

2.2.4 Resgate da democracia, Lula, o redentor

O principal discurso “pragmático” (Samuels; Zucco, 2014; Secco, 2015) conforme denotado nas conversas *on-line* da amostra da pesquisa, indica o desejo de recuperar, com o retorno de Lula, não apenas o prestígio do Brasil perante o mundo e a derrota do ódio e da mentira, mas também a expectativa de políticas de desenvolvimento socioeconômico que sejam cruciais para a redução das desigualdades sociais. Para eles, isso representa, acima de tudo, o resgate da democracia (‘Nossa luta é em defesa da democracia’), que consideram enfraquecida pela política de aniquilação que veem no governo de Bolsonaro. O comentário abaixo, datado de 23 de outubro, ilustra esse discurso

(L) Nossa luta é em defesa da democracia e dos direitos, por uma vida melhor para todos. Vamos juntos com #LulaPresidente13 é o nosso esperar 
Comentário no post: Lula 23out(8) – Bolsonaro cortou para menos [...] (Facebook, 2022).

Para o grupo político lulopetista, o país atravessou, nos anos de governo de Bolsonaro, uma grave crise antidemocrática, com tentativas de ruptura institucional por parte do chefe do

executivo, que incita a população a pedir o fechamento do STF, por intervenção militar e promove ataques ao processo eleitoral e às instituições públicas, quadro que se assemelha a um processo moderno de destruição da democracia, à semelhança do *modus operandi* de líderes autoritários que chegam ao poder por meio de eleições, como discutido por Levitsky e Ziblatt (2018).

Essa discussão, centrada em apontar o esfacelamento da democracia, foi iniciada por um apoiador de Lula na página de seguidores de Bolsonaro, quando uma postagem sobre esse tema foi publicada em 25 de agosto. No comentário o lulopetista acusa Bolsonaro de agir contra o Estado Democrático de Direito, em que o poder do Estado é limitado (‘Tu és um INCONSTITUCIONALISMO AMBULANTE, SEU CANALHA. TU NÃO DEFENDE LIBERDADE E CONSTITUIÇÃO COISA NENHUMA’).

(L) Tu movimentou a PF pra tentar censurar um cara por te chamar de PEQUI RUÍDO. Tu movimentou a polícia pra perseguir o Felipe Neto. Tu tentou instaurar Estado de sítio fira da previsão CONSTITUCIONAL. Tu insitastes Golpe ao STF, ISSO FERE A SEPARAÇÃO DOS TRÊS PODERES, Tuas mudanças sem motivações do Delegados da PF Fer o Art. 37 da Constituição, a reunião ministerial em que o Weintraub propõe prender os governadores fere nossa forma de federação (autonomia dos Estados). Tua influência sobre as eleições da Presidência do Senado e da Câmara ferem a separação dos poderes. Tu és um INCONSTITUCIONALISMO AMBULANTE, SEU CANALHA. TU NÃO DEFENDE LIBERDADE E CONSTITUIÇÃO COISA NENHUMA.

Comentário no post: Bolsonaro 25ago(3) – Respeitar a democracia [...] (Facebook, 2022).

Para reconduzir o Brasil a uma democracia plena, os apoiadores de Lula enfatizam o discurso da necessidade de vencer o extremismo que dominou o país durante o governo de Jair Bolsonaro e, após derrotá-lo nas urnas, combater as ideias disseminadas pelo bolsonarismo, discurso que foi expresso por um apoiador de Lula em 27 de setembro.

(L) é isso aí vamos derrotar o bolsonarismo, o bolsonarismo mata e destrói o Brasil

Comentário no post: Lula 27set(10) – “Sem Medo de Ser Feliz: o doc” [...] (Facebook, 2022).

No atual contexto em que o populismo de direita está em ascensão, Mouffe (2019) destaca a urgência para a esquerda empreender uma resposta por meio de lutas democráticas, o que começa pela não exclusão dos eleitores dos partidos políticos de direita, compreendendo suas demandas e identificando suas origens como passos iniciais. Em seguida, é necessário

construir um vocabulário diferente, capaz de alcançar eleitores que, mesmo não sendo necessariamente reacionários, foram persuadidos a acreditar que suas demandas foram ouvidas nesses partidos. Para a teórica, embora as paixões impulsionem as ações políticas, um eleitor inclinado às ideias do populismo de direita pode ser conduzido a se envolver na luta progressista, que se baseia na defesa da igualdade e justiça social.

Löwy (2015), e também Löwy (2019)⁷⁵, destaca a negligência por parte da esquerda em relação a uma mobilização antifascista, o que abriu espaço para o avanço da extrema-direita. Ele argumenta que considerar a extrema-direita apenas como um efeito da crise econômica levou a esquerda a não combater efetivamente fatores ideológicos, como o racismo, a xenofobia e o nacionalismo. Esse sociólogo marxista enfatiza que não há uma ‘receita mágica’ para conter a extrema-direita, sugerindo que essa ofensiva pode ser liderada por movimentos culturais e sociopolíticos, enquanto a resistência mais significativa deve ser centrada no combate ao racismo e na mobilização da juventude.

O discurso do grupo político denominado lulopetista apresenta princípios morais acionadores de indignação que diferem, em parte, do bolsonarismo (constituído por valores religiosos e conservadores). Foram identificadas quatro principais temáticas recorrentes nas conversas online dos lulopetistas: resistência (do PT e de Lula), Lula como um estadista (a competência política de Lula), Bolsonaro como um desgoverno (este tema atribuído ao adversário, não a si mesmos e amplamente explorado pelo grupo) e resgate da democracia (para eles corroída nos anos de governo de Bolsonaro). São temas indicadores de um expressivo partidarismo, no qual a identificação, em sua maioria, é revelada pelo constante resgate da memória da própria trajetória do partido (PT) e, em particular, com o reavivamento das gestões de Lula.

Além da expressiva identificação política, os lulopetistas expõem um posicionamento de críticas e cobrança quanto às responsabilidades do Executivo (projetado em Bolsonaro) sobre a garantia dos direitos sociais e fundamentais para a dignidade humana, como segurança, educação e saúde. E fazem isso apontando as falhas na gestão de Jair Bolsonaro, que, para eles, foi inoperante em vários aspectos, como nas ações para garantir o equilíbrio da economia e na redução da inflação, garantindo o poder de consumo da população.

Classificado como desgoverno, Bolsonaro aparece reiteradamente no discurso lulopetista como contrário aos direitos de grupos minoritários e vulneráveis, e avesso à formação de um Estado de bem-estar social. Essas pautas mostram-se de expressivo valor para

⁷⁵ Entrevista concedida a Paixão, em 2019.

os lulopetistas, que atribuem como principal bandeira política a superação de todas as formas de relação social desigual, prezando pela igualdade.

Em consequência das ações políticas e ideológicas do bolsonarismo, o grupo de partidários lulopetistas manifesta acentuada preocupação com a corrosão da democracia. Para eles, existe a atuação de forças antidemocráticas, sobretudo com a negação de políticas afirmativas, o aumento da violência política e a desconfiança nas instituições legitimadas.

Além de menosprezar a governabilidade de Bolsonaro, os lulopetistas também acentuam o clima social do país com o crescimento do movimento bolsonarista. O grupo político apoiador de Lula aponta desvios de caráter nos adeptos e simpatizantes do bolsonarismo, classificando-os como pessoas com padrões de agressividade, que empregam linguagem violenta e apresentam condutas antissociais. Esse conjunto de atributos conferidos à moral pessoal de Bolsonaro e dos bolsonaristas mostra que os lulopetistas nutrem sentimentos como raiva, nojo e desprezo (definidores da indignação moral) e reivindicam como responsabilização às violações a eles atribuídas não apenas a retirada da presidência (penalidade política), mas também que sejam reprimidos na vida em sociedade (penalidade social), demonstrando um antagonismo marcante, no qual prevalece fortemente a ideia de certo e errado (ou de bom e ruim).

3 FAKE NEWS E INDIGNAÇÃO MORAL BOLSONARISTA

Em agosto de 2022, no primeiro mês da campanha oficial para as eleições gerais, segundo dados do TSE (2022), 16.158.470 pessoas optaram pela filiação partidária como método de atuação política no Brasil. Em nosso estudo, consideramos como partidários não apenas os eleitores filiados a um partido, mas também aqueles que se identificam com um partido ou político específico. Seguimos a abordagem de Iyengar e Westwood (2015), os quais afirmam que partidários discriminam os partidários opostos, e não há normas que moderem demonstrações de hostilidade contra oponentes, tornando o partidarismo uma divisão política e social, a qual influencia não apenas nas decisões políticas, mas também em outras esferas. Conforme alertado por Van Bavel e Pereira (2018), é urgente compreender e abordar como o partidarismo molda as crenças dos eleitores. Os pesquisadores explicam como o partidarismo interfere nos julgamentos políticos, como preferências de voto ou apoio a políticas específicas, e também buscam compreender como as afiliações políticas podem moldar as percepções de fatos.

Para Van Bavel e Pereira (2018), a influência das identidades partidárias nas percepções leva os afiliados a valorizarem as ideologias do partido acima dos fatos, tornando-os propensos a acreditar em informações contraditórias. Segundo sugerem, isso ocorre porque a identidade partidária afeta a memória, levando as pessoas a lembrarem incorretamente de falsidades que apoiam sua identidade partidária. Nessas condições, os cidadãos ficam mais expostos a conhecimentos menos confiáveis, o que prejudica a participação no debate público e reduz as chances de fazer escolhas informadas.

E ainda, segundo os pesquisadores, devido às preferências políticas, os partidários tendem a tomar uma ampla gama de decisões, mesmo quando confrontados com fatos que contradizem suas posições, abandonando seus valores e crenças em favor da lealdade partidária, processo em que a fonte da mensagem desempenha um papel determinante na forma como os partidários constroem suas intervenções, visto que eles resistem à influência de grupos externos para proteger sua identidade dentro do grupo, tornando menos propensos a confiar em membros de grupos políticos externos. Em outras palavras, críticas provenientes de membros do próprio grupo são recebidas com menos defensividade do que quando vêm de estranhos, pois as intenções do crítico são percebidas como construtivas. Dessa maneira, os fatos não importam e sim a percepção, logo, com distorção de percepções e crenças é difícil encontrar soluções para uma visão compartilhada, isolando os partidários em bolhas ideológicas.

Eles também destacam a identificação com um partido político (e acrescentamos, com o político isoladamente, como no caso de Bolsonaro) como um processo voluntário e de autoseleção, levando as pessoas a se identificarem com partidos políticos (e políticos) que estão alinhados com sua ideologia pessoal, o que faz com que o partidarismo seja considerado um dos preditores mais fortes do comportamento eleitoral. Em síntese, as observações de Van Bavel e Pereira (2018) mostram que, quando as pessoas sentem a necessidade de pertencer, elas se tornam mais propensas a adotar crenças partidárias.

Em nossa pesquisa, que tem como objetivo investigar a relação entre indignação moral e a disseminação de notícias falsas, analisamos como partidários utilizam esses conteúdos para ativar antinomias político-partidários e acentuar tensões. Nesse sentido, abordamos questões que, em conjunto, permitem refletir sobre a identificação política e a natureza antagonista da política, de modo que, neste capítulo, construímos uma análise dos comentários, portanto discursos, ancorados em notícias falsas de partidários bolsonaristas, explorando a perspectiva de como a necessidade de afirmar a identificação política engaja os usuários das redes sociais no consumo e na disseminação de notícias falsas como resposta aos interesses e afetos partidários, podendo usá-las para reforçar crenças e expressar indignação com motivações político-partidárias.

Ancoramos o estudo empírico dos comentários/discursos sustentados em *fake news* nas características associadas ao que chamamos de indignação moral. Dessa forma, nos esforçamos para analisar se, ao ampliarem os comentários/discursos com conteúdo moral e emocional para expressar indignação, os partidários fazem uso de informações falsas/*fake news*. Nessa perspectiva, foi necessário abordar as características e os desencadeadores da indignação moral, a fim de compreender como esse tipo de emoção é expressa (sentimentos em resposta a uma violação moral, emoções de raiva/nojo/desprezo, e querer culpar/responsabilizar/punir).

Desse modo, as *fake news* mobilizadas nos discursos dos partidários, além de serem identificadas e contextualizadas, tornam-se sinalizadoras de ‘tempestades de indignação’ (Brady; Van Bavel, 2021, *preprint*) que marcam as conversas políticas entre partidários e opositores nas *fanpages* dos dois presidentiáveis e constituem estímulo ao compartilhamento no processo de contágio moral (Brady et al., 2017; Brady, Crockett; Van Bavel, 2020).

3.1 Terreno adubado: eleições presidenciais de 2022

Em junho de 2022, a pouco mais de quatro meses do primeiro turno das eleições, o *site* de *fact-checking* Boatos.org (Matsuki, 2022a) divulgou uma lista das *fake news* mais prováveis de serem exploradas durante o pleito. A identificação foi feita com base em mais de cem *fake news* previamente checadas e desmentidas, e indicou que notícias falsas relacionadas a temas sensíveis (morais) e religião seriam exploradas, o que de fato ocorreu, conforme constatamos na análise dos dados empíricos discutida nos capítulos 1 e 2 .

Além dessa previsão em relação à exploração de questões de teor moral e religiosos, o trabalho de jornalismo em *fact-checking* também antecipou outras *fake news* que seriam amplamente divulgadas, e, por nós igualmente identificadas com base no *corpus* empírico levantado no estudo. Tais *fake news* incluíam ataques ao processo eleitoral, com histórias falsas sobre fraudes nas urnas eletrônicas, e a colocação sob suspeita dos resultados das pesquisas eleitorais.

O Laboratório de Estudos de Internet e Redes Sociais (NetLab) da Universidade Federal do Rio de Janeiro divulgou estudo (NETLAB, 2022) no qual apontam que desinformação consiste em campanha permanente e repetitiva, o que leva a uma familiarização do público com as narrativas e aumenta a resistência de usuários à correção e à checagem. O relatório apresentado pelo Grupo de Pesquisa apontou cinco temas predominantes nas mensagens em mídias de massa, alternativas, hiper partidárias, *sites* de *junk news* e mídias sociais das plataformas onde foram feitas as coletas (*WhatsApp*, *Telegram*, *Youtube*, *Twitter*, *Facebook* e *Instagram*) durante a campanha eleitoral: integridade eleitoral, valores cristãos, descredibilização da imprensa, questões socioambientais, gênero e família.

Os temas coincidem com aqueles por nós identificados nas páginas de fãs no *Facebook* dos dois principais presidenciáveis (conforme tabelas 1 e 3). A ‘descredibilização da imprensa’ e as questões socioambientais (Agronegócio e MST) foram antecipadamente discutidos no capítulo 1, quando também apresentamos nosso mapeamento de temáticas que compõem os dois campos discursivos. Os outros temas coincidentes: valores cristãos (discutido por nós como guerra santa), integridade eleitoral (como fraude nas urnas e voto auditável) e gênero e família (aborto e ideologia de gênero majoritariamente) devido a permanência e repetição são discutidas neste capítulo, assim como os demais identificados em nosso levantamento (descritos na tabela 4), no qual tratamos com mais acuidade como se dá entre os partidários a difusão de *fake news* para amplificar a indignação moral em discussões políticas, utilizando essas

narrativas como um reforço para reafirmar pontos de vista baseados em princípios morais e demarcar a identificação partidária.

Ainda pudemos observar, e já discutimos na análise do capítulo 1, que os discursos propagados pelo grupo político bolsonarista possuem interlocutores específicos para produzir efeitos específicos, ou seja, tentativa do ‘assassinato’ de reputação, processo construído por meio de uma campanha difamatória voltada à destruição da representação moral dos alvos, no caso, Lula, o Partido dos Trabalhadores e a esquerda, retratados nesses discursos como um grupo comunista. Nosso diagnóstico também coincide com o levantamento feito pela Boatos.org, que listou os principais alvos das *fake news* eleitorais até junho de 2022 (Matsuki, 2022b), e identificou os mesmos alvos no topo da lista.

A identificação das Boatos.org também indicou que quase 100% das fakes news produzidas nos meses que antecederam às eleições eram provenientes do grupo de partidários simpatizantes de Jair Bolsonaro, aspecto que se confirmou em nosso estudo. Ainda em 2021, ano anterior às eleições, e Bolsonaro ocupando o cargo de chefe do executivo, o pesquisador Barreto Júnior (2021) discutiu a tática da desinformação política no Brasil, e sua pesquisa desnudou estratégias que compunham um verdadeiro ecossistema conectado por gabinetes anexos ao poder executivo, parlamentares, redes sociais, influenciadores digitais e plataforma de vídeo, e, por esta razão formavam uma rede com profunda capilaridade social empenhados em disseminar conteúdo ideologizado disfarçado de notícias, denúncias ou teor informativo para manter um *status* de guerra permanente.

A pesquisa de Pretus et al. (2021, *preprint*) busca entender os processos sociais e neurais subjacentes ao compartilhamento de *fake news* entre os partidários de extrema-direita, já que esse grupo apresenta um compartilhamento desproporcionalmente maior desse tipo de conteúdo nas redes. Os experimentos exploraram como a devoção política, em termos de valores sagrados e fusão de identidade, impacta o compartilhamento de desinformação usando uma abordagem comportamental e neural. No tocante à abordagem comportamental, o estudo com partidários da extrema-direita da Espanha e dos Estados Unidos evidenciou que apelar para valores sagrados (no caso dos países participantes do estudo: imigração, nacionalismo, mulheres e valores familiares) em mensagens políticas aumenta a probabilidade de compartilhamento de desinformação nas mídias sociais, mesmo depois de controlar a atitude de força, familiaridade e saliência. Tais descobertas corroboram com a hipótese de que a disseminação de *fake news* é impulsionada por partidários politicamente dedicados, tornando-se resistentes a verificações de fatos, além de sugerirem que partidários extremistas têm um forte impulso para compartilhar

informações relevantes para sua identidade, independentemente de serem informações intuitivas ou analíticas.

Considerando nosso mapeamento ser constituído de comentários produzidos por partidários bolsonaristas exclusivamente nas *fanpages* dos presidentiáveis (e não em múltiplas mídias e de diversos atores sociais), encontramos outros temas, além de ataque ao processo eleitoral e fraude nas pesquisas eleitorais, que são analisados em nossa pesquisa. Na tabela abaixo (4), temos as *fake news* repetidas e reiteradas nos discursos do grupo de partidários bolsonaristas, tanto na página de fãs de seu presidentiável (Jair Bolsonaro) quanto na do presidentiável oponente (Luiz Inácio Lula da Silva).

Tabela 4 – Fake news repercutidas por partidários bolsonaristas

Fake News	Conceitos-chave
PT e PCC	O PT é comprometido com as facções criminosas O PT tem associação com o tráfico Comemoração de presidiários pelo resultado do 1º turno
Ameaça Comunista	O comunismo é uma ameaça Bolsonaro vai livrar o país dos comunistas
Fraude nas eleições/urnas	Urnas adulteradas; Voto auditável; Voto impresso Proibição uso celular na urna Interferência do STF e TSE Participação do Exército contra fraudes nas urnas
Pesquisas eleitorais fraudadas/Data Povo	As pesquisas são forjadas Data Povo é a verdadeira pesquisa
Ampliação da legalização do aborto	O Lula/PT é a favor do aborto
Banheiro unissex	Ideologia de gênero
Guerra santa	Satanismo Pacto com o diabo Fechar igrejas

Fonte: Dados da pesquisa.

3.1.1 PT e PCC

Conteúdos relacionando o Partido dos Trabalhadores e ao Primeiro Comando da Capital (PCC) são recorrentemente explorados pelos oponentes políticos do PT. Desde a pré-campanha, esse discurso foi recuperado pela oposição na tentativa de desgastar a imagem de Lula, principal adversário político do candidato à reeleição Jair Bolsonaro.

A polêmica ganhou maior repercussão a partir da publicação na versão *on-line* da revista Veja em 1º de julho de 2022, cuja reportagem apresentava trechos da delação premiada de

Marcos Valério⁷⁶ acusando o PT de manter relações com a facção criminosa. O periódico jornalístico usava trechos do depoimento concedido à Polícia Federal em 2018, no qual o publicitário investigado no caso conhecido como ‘mensalão’⁷⁷ afirmava que o PT tinha recebido dinheiro de empresas de ônibus, de operadores de transporte clandestino e de bingos, lavando, portanto, dinheiro para a facção criminosa, dinheiro que, segundo a reportagem, teriam financiado campanhas do PT ilegalmente.

Figura 4 – Print da publicação “Exclusivo: Marcos Valério delata relação do PT com o PCC”



Fonte: Marques, 2022.

A publicação reacendeu também as suspeitas de que a morte do prefeito de Santo André (PT-SP), Celso Daniel, em janeiro de 2002, estaria diretamente relacionada ao esquema de propina envolvendo o PT e o PCC. Segundo a reportagem da Veja, assinada por Marques (2022), o delator apontava que o assassinato do prefeito foi um crime político, em razão do petista, que na ocasião tinha sido escolhido para coordenar a campanha de Lula para a Presidência (eleições de 2002), ter elaborado um dossiê com os nomes dos beneficiários dos repasses de dinheiro dos bingos, que teriam sido usados para lavar dinheiro do PCC e financiar ilegalmente campanhas.

⁷⁶ Disponível em: <https://veja.abril.com.br/politica/exclusivo-marcos-valerio-delata-relacao-do-pt-com-o-pcc/>. Acesso em: 15 nov. 2022.

⁷⁷ Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/jornalismo/coberturas/mensalao/>. Acesso em: 15 nov. 2022.

A direção do PT emitiu nota oficial assinada pela atual presidência do partido, rebatendo as denúncias⁷⁸ e levantando críticas ao jornalismo praticado pela revista Veja. No *Facebook*, a campanha petista fez uma postagem no dia 06 de julho com a legenda: “*Tudo que o bolsonarismo mais quer é algo para desviar o foco do fracasso dessa gestão #equipeLula*”, acompanhada de uma imagem gráfica de Bolsonaro com o texto: “*Desesperado, Bolsonaro usa PCC, Marcos Valério e qualquer coisa para tentar se salvar*”.

Figura 5 – Print do post Lula de 06 de julho



Fonte: Facebook de Lula, 2022.

A gravidade da acusação a respeito da morte de Celso Daniel⁷⁹, reativada a partir da notícia da *Veja*, traz à tona um fator-chave apontado por Wilson, Parker e Matthew (2020) em relação ao fenômeno da polarização política. Para os pesquisadores, a proliferação de mídia cada vez mais partidarizada contribui diretamente para o aumento da polarização, ao se apresentar como ‘indústria da indignação’, ampliando seletivamente incidentes relacionados a adversários partidários, colaborando, desse modo, para percepções errôneas dos oponentes e à falsa polarização.

Os pesquisadores advertem ainda o quanto a linha entre a mídia tradicional e a mídia social é tênue, e um bom número de pessoas recebem suas notícias das mídias sociais e não da mídia tradicional. Além disso, o julgamento do que recebem *on-line* pode estar muito mais

⁷⁸ Disponível em: <https://pt.org.br/bolsonarismo-e-sua-imprensa-criam-armacao-em-vespera-de-eleicoes/>. Acesso em: 15 nov. 2022.

⁷⁹ Descartada pelo inquérito da Polícia Civil de São Paulo, concluído em abril do mesmo ano, apontou que uma quadrilha da favela Pantanal, da zona sul de São Paulo, havia cometido o sequestro seguido de assassinato, configurando um crime comum, sem motivações políticas.

comprometido, e muitas vezes é amplificado e repassado, o que faz da mídia social e sua capacidade de multiplicar conteúdo indignado um fator-chave para acentuar a polarização.

As acusações da suposta relação entre o partido político e o crime organizado levaram à produção de discursos em que apoiadores do presidente Jair Bolsonaro passaram a atacar os apoiadores do ex-presidente Lula. Para reforçar a memória de seus partidários e alcançar os antipartidários, os discursos veiculados pela campanha de Bolsonaro nas redes sociais reiteram o tempo todo o assunto. Na *fanpage* do *Facebook*, o discurso do pré-candidato à reeleição evoca a ideia de lados opostos, em que ele e seus apoiadores representam o ‘bem’ e Lula e partidários da esquerda política representam o ‘mal’, de modo que seu papel social seria combater a criminalidade, enquanto “o crime tem Lula como aliado”. A postagem publicada no dia 01 de julho sobre este assunto alcançou 291.198 interações em apenas 15 dias, ficando em quarto lugar entre os *posts* com mais interação dentre todos dos presidenciais, conforme levantamento do ‘M Facebook’ do Manchetometro referente a quinzena de 01 a 15 de julho de 2022⁸⁰.

Em 19 de julho, via *Twitter*, a campanha oficial de Bolsonaro publicou um vídeo da RecordTV com um áudio de interceptação da Polícia Federal, no qual um suposto líder do PCC menciona um “diálogo cabuloso” entre o PT e a facção criminosa. Em outra postagem, no dia 22 do mesmo mês, sem citar o nome de Lula diretamente, a campanha de Bolsonaro insinuava que o candidato petista era aliado de facções criminosas, em contraposição à proposta de Bolsonaro de combate ao crime organizado. E, ainda em julho (23), a campanha publica na *fanpage* do candidato o texto:

Em 2018, o apontado de Lula venceu disparado nos presídios; Em 2019, um líder do PCC reclamou de nossa postura para com o grupo e disse que com o PT o diálogo era bem melhor. Não sou eu, mas o próprio crime organizado que demonstra tê-lo como aliado e a mim como inimigo. (*Facebook*, 2022)

A partir dessas e outras declarações, novas *fake news* circularam nas redes sociais reforçando esse discurso, como o vídeo publicado por um *youtuber* e candidato a deputado federal por Goiás, intitulado ‘*TSE admite que o PCC tem sim uma ligação com o PT de LULA*’⁸¹, discurso insustentável, já que o TSE nunca fez essa admissão, conforme checagem

⁸⁰ Dados do relatório ‘M Facebook’ do Manchetometro referente a quinzena de 01 a 15 de julho de 2022. Disponível em: <http://manchetometro.com.br/2022/08/02/de-1-a-15-de-julho-de-2022/>. Acesso em: 18 nov. 2022.

⁸¹ Disponível em: <https://www.terra.com.br/noticias/e-falso-que-tse-admitiu-ligacao-entre-pt-e-pcc,7c0db7257788ecb484ed98c1866a7d548xvhr4f.html>. Acesso em: 18 nov. 2022.

realizada pela Aos Fatos em 23 de agosto de 2022⁸². O discurso-boato pega ‘carona’, no fato de a ministra da Corte, Maria Claudia Bucchianeri, negar um pedido do PT para obrigar o presidente Jair Bolsonaro (PL) a excluir algumas postagens no *Twitter* em que o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva e o PT são associados ao PCC, matéria na qual a ministra não faz julgamento do mérito quanto à veracidade da associação aventada.

No início de setembro, o TSE decidiu multar Jair Bolsonaro em R\$ 5 mil por ter publicado no *Twitter* conteúdo considerado *fake news* relacionando Lula ao PCC. Além da multa, foi determinada a exclusão do conteúdo das redes sociais⁸³. De acordo com notícia publicada pelo Portal UOL⁸⁴, em 1º de outubro, às vésperas do primeiro turno, a coligação de Lula acionou o TSE contra Jair Bolsonaro, o senador Flávio Bolsonaro e outras 16 pessoas, solicitando a remoção de mais de 300 *links* que divulgavam a notícia sobre o suposto áudio de um traficante chefe do PCC, em uma interceptação feita pela Polícia Federal (PF), no qual ele teria defendido o voto em Lula. Novamente, foi ordenada a remoção dos conteúdos sob alegação de fraude na tentativa de vinculação do candidato Lula e do Partido dos Trabalhadores ao PCC.

Essa pauta, resgatada ainda na pré-campanha, foi mantida e reforçada ao longo de todo o período oficial de campanha. Observamos, a exemplo, os discursos produzidos a partir da postagem publicada na *fanpage* de Lula em 15 de outubro, acerca da suposta relação entre o partido político e a facção criminosa, contexto em que há clara separação entre os dois campos discursivos, pois, enquanto os lulopetistas argumentam que a associação é baseada em fatos contestáveis e afirmam que se trata de *fake news*, os bolsonaristas se apoiam em dados divulgados pelo *site* Antagonista⁸⁵, que indicam que Lula recebeu 80,6% dos votos dentro das prisões brasileiras, enquanto Bolsonaro recebeu 15,8%. Amparado no discurso do *site*, tomado como fonte segura de informação pelos bolsonaristas, seu discurso produz o efeito de sentido de que Lula possui preferência entre a massa carcerária brasileira em razão de ‘defender’ o crime organizado, e ser ‘comprometido com as facções criminosas’.

(L) Meu Eterno Presidente

⁸² Disponível em: <https://www.aosfatos.org/noticias/e-falso-que-tse-admitiu-ligacao-entre-pt-e-pcc/>. Acesso em: 18 nov. 2022.

⁸³ Disponível em: <https://valor.globo.com/politica/eleicoes-2022/noticia/2022/09/01/tse-multa-bolsonaro-por-disseminar-fake-news-relacionando-lula-ao-pcc.ghtml>. Acesso em: 5 dez. 2022.

⁸⁴ Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/eleicoes/2022/10/02/campanha-de-lula-vai-ao-tse-contrabolsonaro-sobre-audio-de-voto-de-marcola.htm>. Acesso em: 18 nov. 2022.

⁸⁵ Disponível em: <https://oantagonista.uol.com.br/brasil/exclusivo-lula-teve-4-em-cada-5-votos-de-presos-brasileiros/>. Acesso em: 21 nov. 2022.

(B) seu, de todo o contingente carcerário do país e de regiões dominadas pelo tráfico de drogas
 (B) 98% de todo o contingente carcerário do país votou no Lula. Melhor rever seus conceitos
 (L) onde que tá escrito isso?
 (L) Fake News da pior qualidade. Nós queremos saber do sigilo de 100 anos... e sobre os 51 imóveis da família.
 (B) não é fake News, é vc que não consegue sair dessa bolha pra se informar direito
 (B) vc é mais um papagaio de esquerda que repete frases e palavras repetidas incansavelmente, mas sequer consegue explica las
 Comentários no post: Lula 15out(6) – Eu tenho uma razão [...] (Facebook, 2022).

Os comentários se organizam e se constroem ancorados na tática de alimentar deliberadamente com incivilidade diante do adversário, tal qual discutem Wilson, Parker e Matthew (2020), ao refletirem sobre os fatores-chave de nível social adotados como estratégia política para contribuir com a polarização entre os grupos. Assim, relacionar o PT com o PCC, como reiterado nos discursos bolsonaristas no *post* da *fanpage* de campanha do dia 25 de agosto, em que a foto ilustrativa apresenta o presidenciável assistindo à sabatina de Lula no Jornal Nacional, porém, no lugar do candidato petista aparece a montagem em referência ao PCC, serve tanto para alimentar antipatia, desconfiança e demonizar os oponentes, quanto para ativar a raiva e a animosidade e marcar com mais ênfase a divisão entre os grupos partidários (Wilson; Parker; Matthew, 2020).

(B) O PT está para o PCC assim como o PCC está para o PT! A matemática é simples!
 (B) PT Partido Terrorista !!!!! aliadíssimo com o crime organizado no Brasil e Colombia !!!!!
 (B) PT e PCC é tudo igual. Só tem bandido
 Comentários no post: Bolsonaro 25ago(6) – Sem legenda (Na foto do post Bolsonaro assiste a sabatina de Lula no JN e no lugar de Lula aparece a montagem do PCC) (Facebook, 2022).

Notamos que os discursos são formados a partir de analogias direcionados para a prática discursiva da denúncia, ao mesmo tempo que alimenta o antipetismo deflagrado pela constante memória da ‘bandidagem’ nos governos petistas, discursos exaustivamente destacados nas expressões ‘terrorista’, ‘crime organizado’ e ‘bandido’, para referenciar o partido (PT) e seus membros e culpabilizá-los por infrações.

Os discursos dos partidários bolsonariatas, nos comentários, reforçam a polêmica de uma possível relação entre o PT e o PCC, trazendo à tona o quanto defender os valores sociais e morais é um motivo central, por isso partidários preferem notícias que reforçam seus valores

e visões de mundo (valores ideológicos); buscam ou interpretam novas informações de maneira que se alinhem com seus conhecimentos e expectativas preexistentes, e, assim, estão mais propensos a acreditar em notícias que confirmem suas expectativas ou estereótipos preexistentes (viés de confirmação).

Pereira, Harris e Van Bavel (2023) explicam que esta predisposição em valorizar as ideologias do partido acontece em razão dos partidos políticos representarem não apenas um conjunto de valores, ideologias e atitudes, mas são também grupos sociais com os quais as pessoas se identificam. E, ainda, em razão dos partidos políticos serem grupos sociais com os quais as pessoas se identificam, os afiliados tornam-se mais predispostos a acreditar nas informações que se alinham com seus objetivos de identidade em comparação com as informações que ameaçam seus objetivos de identidade política.

Além da disposição para acreditar e compartilhar notícias consistentes com sua identidade política, Pereira, Harris e Van Bavel (2023) mostram que também há uma disposição em compartilhar essas notícias nas redes sociais, com a expectativa de que elas ajudem o grupo interno a alcançar status moral, ao mesmo tempo em que minam os valores de um membro do grupo externo.

3.1.2 Ameaça comunista

A capacidade de atrair o envolvimento e espalhar conteúdo moralizado por meio de redes *on-line* corresponde ao que Brady, Crockett e Van Bavel (2020) classificam como contágio moral, funcionando para incorporação de expressões morais-emocionais de outras pessoas e como entrada informacional por meio do entendimento que uma transgressão contra o conceito de certo e errado ocorreu. No contexto do discurso político nas mídias sociais, a combinação de expressão moral e emocional pode ser particularmente importante para o compartilhamento, por contribuir diretamente para o fortalecimento da identidade do grupo, cooperando para manter ou melhorar o *status* social em relação ao grupo. Sendo assim, expressar emoções morais que depreciam o grupo externo (motivação de identidade intergrupar) ou reforçam o grupo interno (motivação de identidade intragrupo) pode melhorar a reputação de alguém e aumentar o pertencimento ao grupo.

Além das motivações de identidade grupal, a difusão do conteúdo moral-emocional em ambientes de mídia social amplifica a desindividualização, conceito usado por Le Bon (Le Bon, 1954 *apud* Jesus, 2013) para explicar a hipótese de no ambiente grupal a identidade individual se tornar uma identidade de grupo, ou seja, a personalidade consciente individual se desvanece

e a personalidade inconsciente grupal predomina. Ainda conforme Brady, Crockett e Van Bavel (2020) destacam, a comunicação mediada por computador, incluindo as mídias sociais, é feita por meio de uma máquina, o que necessariamente reduz a natureza pessoal da comunicação e diminui a autoconsciência, associado à possibilidade de opções de respostas rápidas, onde os usuários podem curtir, compartilhar, comentar ou retweetar.

Outra evidência dos motivos da disseminação do contágio moral *on-line* deve-se ao fato do conteúdo moral e emocional ser particularmente propenso a capturar atenção porque é motivacionalmente relevante e forneceria informações sociais importantes para o bem-estar, como informações sobre pessoas ou grupos que agem de maneiras que podem nos ajudar ou prejudicar.

Um exemplo de *fake news* reforçada em campanha política como forma de capturar atenção em contágio moral refere-se à propagação da teoria conspiracionista de ameaça comunista. A campanha de Lula lançou nas redes sociais do presidencialismo um vídeo para desmentir essa conhecida *fake news* relacionando o candidato e o partido (PT) a uma conspiração comunista. Na peça audiovisual, o personagem ‘fantasma do comunismo’ tenta assustar uma pessoa com frases, como: “Com Lula o Brasil vai virar comunista!” e “O PT vai quebrar o Brasil de novo!”, porém, a pessoa que escuta não acredita e ainda rebate as informações.

Na página de fãs do *Facebook*, o vídeo foi publicado dia 09 de setembro, período no qual a *fake news* sobre o PT fechar igrejas⁸⁶ estava em maior circulação. No entanto, esta não é a primeira vez que discursos conspiratórios associam o PT e outros partidos de esquerda de tornar o Brasil um país comunista, posto que a memória política do país tem em seus rastros a tentativa de instalar entre a população o medo de um regime comunista desde o governo de Getúlio Vargas (Governo Provisório 1930-34 e Governo Constitucional 1934-37), que, entre outras ideias de retratar o comunismo como inimigo público, utilizou o Plano Cohen⁸⁷ para convencer a população de um plano comunista em curso, de modo que, na época, as eleições foram canceladas e o Estado Novo (Governo Ditatorial de Getúlio Vargas 1937-1945) instaurado. Posteriormente, o mesmo discurso anticomunista é utilizado para dar o golpe em João Goulart (1961 a 1964) e impor a Ditadura Militar a partir de 1964 (governo de militares

⁸⁶ Disponível em: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/eleicoes/noticia/2022/10/07/e-fake-mensagem-que-diz-que-lula-declarou-que-ira-fechar-igrejas-em-2023.ghtml>. Acesso em: 7 jan. 2023.

⁸⁷ O Plano Cohen foi uma suposta tentativa de tomada do poder por parte dos comunistas, em 1937. Ele foi denunciado por Vargas pela rádio e foi utilizado como justificativa para o golpe de Estado que instalou a ditadura do Estado Novo, em 10 de novembro de 1937. Anos depois, comprovou-se a falsidade do plano e que sua real intenção era servir de justificativa para Getúlio Vargas instalar uma ditadura no Brasil.

que perdurou até 1985). E o uso do mito da conspiração comunista nas eleições acontece de forma efetiva em 1989, quando o então candidato Fernando Collor de Mello (candidato à presidência pelo PTB) utiliza em sua campanha narrativas para associar o também presidenciável Luiz Inácio Lula da Silva (PT) como defensor das ideologias pregadas pelo comunismo.

O fantasma cochila por alguns anos, sempre em sono leve, e é acordado nas eleições de 2018, com as narrativas construídas na campanha que elegeu Bolsonaro presidente da República. Neste pleito, um dos conteúdos enganosos⁸⁸ afirmava que militares cubanos faziam a segurança do presidenciável pelo PT, Fernando Haddad, durante evento de campanha⁸⁹. A foto manipulada usada para avivar a teoria conspiracionista que evoca frequentemente o fantasma do comunismo se referia a um registro de simpatizantes do partido, em que um dos homens em destaque aparece com boné estampado com a bandeira da ilha caribenha e estrelas vermelhas, vestido com camiseta verde-oliva, semelhante ao uniforme dos guerrilheiros de Sierra Maestra, Cuba⁹⁰.

De acordo com a revisão feita por Popolin (2019), o mito do comunismo surge no Brasil como fruto da propaganda anticomunista do governo Vargas e da Ditadura Militar, por serem períodos marcados por momentos de incerteza e angústia, que, segundo explica, tornam propício reatualizar mitos. Assim, o mito da conspiração ganha novo fôlego a partir da crise política e econômica de 2013 (manifestações de junho), intensificada em 2014 (ano de eleição presidencial), quando os movimentos de direita aparecem mais massivamente, manifestando pelas redes sociais o anticomunismo e antipetismo, segundo o pesquisador.

Na concepção de Trivinho (2022), o discurso mantido por grupos de extrema direita nas redes sociais tornou o Brasil refém de um delírio político amparado pelo que ele chama de “comunismo imaginário”. Tal delírio, por sua vez, constitui uma estratégia neofascista, que, segundo o pesquisador, conduziu ao cenário em que Jair Bolsonaro foi eleito em 2018 e a outros fatos, como a destituição de Dilma Rousseff e uma série de *fake news* ancoradas pelo próprio aparelho do Estado.

Trivinho (2022) apresenta segmentações sociais que servem como apoio para avançar o “delírio do comunismo imaginário”, como: os idólatras das Forças Armadas; as classes detentoras de grandes fortunas e heranças, temerosos da desapropriação estatal; o discurso das

⁸⁸ Uso enganoso de informações para enquadrar uma questão ou indivíduo (Wardle, 2017).

⁸⁹ Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/blogs/estadao-verifica/nao-ha-evidencias-de-que-segurancas-de-haddad-sejam-militares-cubanos/>. Acesso em: 2 set. 2021.

⁹⁰ Disponível em: <https://oglobo.globo.com/mundo/sierra-maestra-origem-da-revolucao-cubana-20546375>. Acesso em: 2 set. 2021.

mídias tradicionais; o sistema financeiro; lideranças neopentecostais e evangélicas reacionárias; camadas da população civil em geral impelidas pelo moralismo conservador; e ainda pelo segmento que o pesquisador denomina de ralé, que embarca no delírio político sem qualquer questionamento. No entanto, conforme ressalta, todos os segmentos agem movidos pela mentalidade (ultra)conservadora e nos últimos anos deram destaque a essa narrativa com *fake news* em grande escala, inclusive com o reaquecimento de *fake news* antigas.

A memória coletiva do medo de um regime comunista continuou a ser avivada a partir da figura de Bolsonaro e seus colaboradores, durante seu período na presidência e na campanha de 2022, na qual tentou a reeleição, contexto em que essa narrativa foi ampliada.

Em várias publicações no *Facebook* do presidencialista, discursos são veiculados para tentar mobilizar a opinião pública para um posicionamento anticomunista (nesse processo, os discursos assumidos pelo presidencialista e seus apoiadores produzem o equívoco, ao se confundir comunismo e socialismo, ou mesmo tomá-los como regimes iguais). As postagens continham conteúdo similar, com pouca variação semântica. As palavras e frases mais comuns utilizadas nas legendas referentes ao discurso anticomunista são: *Lula e o PT apoiam ditadura e países de regimes comunistas e socialistas* (21ago(2)) – Legenda: Vídeo sem legenda com Bolsonaro criticando Lula e o PT de apoiar ditaduras); *Perseguição* (20set(3)) – Legenda: O Brasil não assistirá de braços cruzados a mais um episódio dessa perseguição diabólica contra cristãos promovida pela ditadura socialista da Nicarágua. Estamos prontos para acolher padres e freiras perseguidos, facilitando ainda mais seu ingresso e instalação em nosso país; *Venezuela/Venezuelanos* (01out(21)) – Legenda: Os venezuelanos acompanharão com apreensão a eleição brasileira, pedindo a Deus para que o Brasil siga sendo um refúgio e uma esperança e também para que não voltemos nunca mais a eleger políticos que apoiam e financiam a ditadura que os massacra. Obrigado, Juan Guaidó! Lutaremos sempre por aquilo que vale mais do que as nossas próprias vidas: a liberdade. O Brasil seguirá sendo uma luz para os que sonham com um futuro mais livre na nossa América Latina e seguirá acolhendo nossos irmãos flagelados pelo socialismo; *Inimigo do povo* (17out(1)) – Legenda: Entendo o Lula tentar fugir. A verdade incomoda, mas precisa ser dita! Quem é amigo do crime e de ditadores socialistas, é inimigo do povo!

Essa constante indignação alimentada entre os antipetistas/antilulistas, embora motive o comportamento coletivo do grupo de estar sempre alertando contra o ‘perigo do Brasil nas mãos dos comunistas’, pode se tornar cada vez menos eficaz no cumprimento das metas do grupo em longo prazo, uma vez que a tomada de decisões estratégicas é comprometida pela raiva, um componente-chave da indignação, como lembram Brady e Crockett (2019). No

comentário abaixo, postado por um sujeito bolsonarista em 21 de agosto, observamos como funciona a indignação alimentada pela raiva e pela pretensão de atribuir culpa.

(B) Uma verdade que deve ser repetidas muitas vezes. O mal quer se instalar na américa latina, transformando todos escravos da miséria e da destruição das famílias e da liberdade. Diga não aos projetos de ditadores e corruptos esquerdistas. A nossa liberdade dependem exclusivamente do nosso simples ato no dia 02 OUT 2022. Bolsonaro na cabeça e no coração.
Comentários no post: Bolsonaro 21ago(2) - Vídeo sem legenda (Bolsonaro criticando o PT e Lula). (*Facebook*, 2022).

Como uma pauta fixa, os partidários, como deve ocorrer com o produtor do comentário acima, tiveram contato com informações relacionando o PT a um plano de conspiração comunista há muitos anos e, de maneira reiterada, durante todo o período de pré-campanha e campanha, seus discursos são carregados de expressões morais-emocionais extenuantes, tais como ‘mal’, ‘miséria’, ‘destruição’, ‘ditadores’ e ‘corruptos’. Além das expressões, os discursos produzem o efeito de sentido de que Bolsonaro é o único capaz de livrar o país dessa ameaça.

(B) Este homem é a única barreira que está impedindo o Comunismo no Brasil! Vamos todos lutar contra o sistema que libertou o Ladrão! Pela Pátria, pela Liberdade! É hoje
Comentário no post: Bolsonaro 07set(4) - Bicentenário da Independência [...]

O argumento ‘lutar contra o sistema’, presente nos discursos dos sujeitos bolsonaristas, é contradito pelos lulopetistas, que afirmam não existir tal ameaça. Por exemplo, em um *post* da *fanpage* de Bolsonaro, em 10 de outubro, as pessoas que discordam do discurso de ‘perigo’ e ‘ameaça armada’ para ‘implementar o comunismo desde a queda do regime militar’ apresentam contradiscursos, como: ‘Lula já foi presidente e nunca fez o que fizeram na Venezuela’, ‘não existe doutrinação nas escolas’, ‘o PT nunca foi comunista, ele ficou 13 anos no poder e o capitalismo nunca lucrou tanto como durante esse período’.

(B) Temos que divulgar isto e mostrar a todos o perigo que corremos. Nossa Liberdade não tem preço.
(L) o Brasil não é a Venezuela, Lula já foi presidente e nunca fez o que fizeram na Venezuela. #LulaPresidente13
(L) queria te lembrar que quem está propondo aumentar as vagas do STF para ter poder absoluto é Bolsonaro.
(B) PRIMEIRO o que vc ta fazendo aqui , ja que vota em lula ? E segundo , seu candidato esta armando isso a tempos , por que você acha que estão doutrinando os alunos em escolas públicas e em faculdades? Isto está sendo

plantado no Brasil, por que seu candidato não tem plano de governo? Por que Ele não tem já as pessoas que vão ficar nos ministérios? Vocês estão votando no escuro. Estão confiando a vida de vocês e da sua família em um corrupto . E ainda quer dar lição de moral em quem não concorda com vocês, faz um favor , nos poupe de ler seus posts e saia daqui. Vai lá lamber seu candidato e chamar ele de pai, depois quando acontecer alguma coisa , faz o L e chora , por que o choro é livre

(L) você nunca deve ter entrado em uma escola, não existe doutrinação em escolas. Ele tem um plano de governo sim, apenas falta alguns detalhes que ele precisa primeiro ter acesso as contas para saber o que fazer

(B) Existe sim uma doutrinação nas escolas e faculdades, é uma doutrinação de esquerda, de emburrecimento, quebra de valores, promiscuidade e do socialismo. O Lula quer implementar o comunismo desde a queda do regime militar, e pra isso ele precisava preparar a população e aparelhar completamente o sistema, só faltou as forças armadas pra ele conseguir se infiltrar. No regime comunista, o estado tira a liberdade das pessoas e obriga a todos a crença ateísta, além de sujeitar as pessoas fome e miséria! Pesquise e descobrirá! Deus há de abrir os olhos! Veja o canal "Brasil Paralelo" e o canal "Te Atualizei" no YT. Abraços, TMJ!

(B) Existe sim meu amigo....talvez ai no Sul ...por existir raízes do conservadorismo vinda do povo europeu....jamais o comunismo petista iria bater de frente....mas tenha por verdade...uma vez mais no poder e sabendo o poder que a internet tem nos tempos de hoje...seriamos calados....põe a mão na consciência...pense em seus filhos...se caso tenha....

(B) Vc esta correta sim, estão doutrinando as crianças sim, e o Bolsonaro não falou nada de colocar mais ministros para ter poder isso foi apenas uma narrativa criada pela imprensa marrom do nosso país

(L) PT nunca foi comunista, ele ficou 13 anos e o capitalismo nunca ganhou tanto dinheiro como com ele. No comunismo não existe empresa privada, bancos, terras, empresas e até sua casa são do governo. O PT é socialista democrata como França, Espanha, Portugal e Alemanha.

Comentários no post: Bolsonaro 10out(6) – FUGA DO SOCIALISMO [...] (Facebook, 2022).

Acerca da exposição prévia como um dos determinantes para compreender como as pessoas definem se uma informação é verdadeira ou falsa, Pennycook e Rand (2019), diferentemente dos estudos já mencionados, nos quais apontam a hipótese dos usuários serem segregados com base no partidarismo e pela valorização das ideologias do partido acima dos fatos (Van Bavel; Pereira, 2018; Nikolov; Flammini; Menczer, 2021; Pretus et al., 2021, preprint; Pereira; Harris; Van Bavel, 2023), assinalam que a crença em notícias falsas está atrelada a processos cognitivos básicos. Dessa forma, a familiaridade com uma notícia falsa sobre um determinado político pode aumentar a probabilidade de as pessoas perceberem a notícia como real, independentemente de o conteúdo do artigo ser congruente ou incongruente com a inclinação política do leitor. Em outras palavras, para tais pesquisadores do campo da Psicologia Social, há evidências de que a identidade política e o raciocínio politicamente

motivado não são os principais fatores que impulsionam a incapacidade de distinguir a verdade da falsidade nas notícias *on-line*.

De acordo com o ponto de vista da determinante “exposição prévia”, a crença em notícias falsas é vista como resposta a um pensamento analítico insuficiente, classificado como pensamento preguiçoso, e não propriamente pelo preconceito partidário (Pennycook; Rand, 2019). Em outras palavras, segundo essa linha de estudo, a reflexão cognitiva desempenha um papel maior na forma como as pessoas julgam a precisão de notícias falsas do que o partidismo. Os pesquisadores concentram sua atenção nos mecanismos cognitivos que contribuem para a força das notícias falsas, e nessa perspectiva também percebem que as *fake news* são uma tática comum para impulsionar o engajamento entre os criadores de conteúdo altamente partidário.

Pennycook e Rand (2021) argumentam que a crença em notícias falsas está conectada a diversos fatores associados ao pensamento analítico (cognitivo), como delírios, dogmatismo, fundamentalismo religioso, receptividade a besteiras e superexposição. Retomando o ponto de vista de que pessoas mais reflexivas não apenas têm menos probabilidade de acreditar no conteúdo de notícias falsas, mas também são melhores em distinguir entre verdade e falsidade, mesmo quando as notícias são inconsistentes com suas inclinações partidárias.

A propagação do medo do fantasma comunista, estratégia presente nos discursos da campanha bolsonarista, recupera e/ou faz renascer com ela o mito do comunismo para marcar sua própria posição: anticomunista, processo que se constrói a partir de exemplos de países que enfrentam crises políticas, como se observa no discurso bolsonarista como resposta ao lulopetista, na *fanpage* de Lula, em 23 de outubro.

(L) Dia 30 é dia de restabelecermos o diálogo democrático neste país e em vencermos analisarmos como sempre deixamos a direita ter um peso favorável na balança da justiça com relação à esquerda. Por muito, muito menos Dilma foi injustamente impeachmada. Mas esse comportamento permitiu a extrema direita ser alimentada a tal ponto de nunca termos passado por eleições tão baixas. Dia 30 é 13!

(B) dia 30, será o dia em que o Brasil, assinará o passaporte, onde terá o mesmo destino, da Venezuela, Nicarágua, Cuba, Argentina e todos os países comunistas, se o Lula ganhar. Agora vai pesquisar, e veja como estão esses países.

Comentários no post: Lula 23out(2) – Bom dia. #FalaLula (Facebook, 2022).

O discurso ‘Brasil vai virar uma Venezuela’, ameaça vastamente revisitada no discurso bolsonarista, tornou-se recorrente no debate político e foi utilizado como estratégia de produção do medo. Ao compartilhar o discurso “Venezuela, Nicarágua, Cuba, Argentina e todos os países

comunistas”, o discurso bolsonarista aciona os atalhos mentais usados para julgar manchetes de notícias. Os atalhos mentais são fatores a serem considerados por Pennycook e Rand (2019, 2021), como a influência da familiaridade (exposição prévia), bem como a fonte de onde a notícia foi fornecida (conforme debatido por Van Bavel e Pereira, 2018), sendo relevante para as pessoas sentirem confiança no conteúdo. Além disso, o caráter emocionalmente evocativo das manchetes de notícias falsas, capazes de provocar diversas emoções, como medo, raiva e indignação moral, também é considerado pelos estudiosos, pois, segundo eles, a carga emocional torna as pessoas mais propensas a acreditar em notícias falsas.

Além das publicações do próprio candidato (Bolsonaro), cujos sentidos mobilizam a produção de um discurso anticomunista, o espaço de debate nelas era utilizado para fomentar conversas baseadas em *fake news* sobre o tema em circulação, com a adição de *links* para conteúdos falsos, apelando, por exemplo, para a manchete: LULA FALANDO QUE VAI IMPLANTAR COMUNISMO NO BRASIL.

(L) Pra mim vc é um ser humano iluminado Luiz Inácio Lula da Silva ,simplesmente ! homem sem diploma universitário, chegar aonde vc chegou , só sendo obra de Deus. É por isso que vou de 13

(B) lula amigo de maduro e Ortega e apoiador de ditaduras da Venezuela e Nicarágua , lula pretende implementar o seu modelo de governo ditador comunista no Brasil , promete picanha mais só se for picanha de cachorro assim como o povo da Venezuela que acreditou no governo ditador apoiado por lula é hoje pagam o preço da miséria

(B) Lula disse: NINGUÉM PRECISA TER MEDO QUE NÃO VAI SER AGORA QUE VAMOS IMPLANTAR O COMUNISMO!
<https://youtube.com/shorts/3V9eq0IAjkQ?feature=share> LULA FALANDO QUE VAI IMPLANTAR COMUNISMO NO BRASIL

Comentários no post: Lula 28out(9) – Como eu, um cara nascido [...].
 (Facebook, 2022).

Nessa direção do determinante referente à exposição prévia, Effron e Raj (2020) realizaram experimentos com voluntários para testar como as pessoas se comportam diante de notícias que são previamente rotuladas como falsas. Os resultados revelaram que, independentemente de alguém acreditar ou não em uma notícia falsa, encontros anteriores com esses conteúdos tornam as pessoas propensas a espalhá-los, pois encontrar a notícia sabidamente falsa repetidas vezes reduz a condenação moral e faz parecer menos antiético compartilhá-la. Nesse sentido, os testes indicaram a existência de uma relação entre julgamentos morais e comportamentos em mídias sociais, em que a exposição repetida a uma manchete de notícias falsas, além de levar as pessoas a julgar menos antiético publicar ou

compartilhar, também diminui a inclinação para bloquear ou deixar de seguir alguém que a publicou.

Cerca de quatro meses após o final do pleito de 2022, no qual Jair Bolsonaro foi derrotado, o Inteligência em Pesquisa e Consultoria Estratégica (Ipec) realizou uma pesquisa de opinião pública sobre assuntos políticos/administrativos (coleta de 2 a 6 de março de 2023)⁹¹. Entre os dados, há uma mostra do quanto o medo de parte da população brasileira de que o país se torne comunista é real. Os dados indicam que 44% dos brasileiros achavam que o presidente eleito realmente pretende implantar o regime político no Brasil. Desses, 31% disseram acreditar “totalmente” nessa possibilidade.

3.1.3 Fraude nas eleições/urnas

A indignação moral manifestada pelo sentimento de revolta em resposta a uma violação moral passa diretamente pelo autorreforço das câmaras de eco (*echo chambers*, em inglês) e faz das redes sociais terrenos férteis para as *fake news*, por serem adequadas para alavancar uma narrativa sobre tópicos específicos. Tudo isso, agregado às características da ecologia das mídias digitais, as quais, entre outras, como explicam Bakir e McStay (2018), são voltadas para a capitalização financeira e a natureza cada vez mais emocionalizada do discurso *on-line*, fazem das *fake news* produtos diretamente relacionados à economia das emoções, por serem constituídas para gerar atenção e tempo de visualização, e, assim, tornam as pessoas suscetíveis a ficarem mal informadas em câmaras de eco.

Esse autorreforço, esclarece Sunstein (2001), é alimentado a partir de um sistema algorítmico e cognitivo, funcionando para ampliar e sustentar ideias e crenças de modo repetitivo. E, conforme Cinelli et al. (2021), esse processo faz das câmaras de eco ambientes nos quais a opinião, inclinação política ou crença dos usuários sobre um tópico, obtém aderência devido a interações reiteradas com semelhantes ou fontes com tendências e atitudes homeomórficas.

Exemplificando como ocorre o processo de reforço de determinados tópicos, conforme discutido por Sunstein (2001) e Cinelli et al. (2021), a revista Piauí (2022) analisou 181 *lives* realizadas pelo presidente Jair Bolsonaro entre 7 de março de 2019 até 8 de setembro de 2022. O estudo revelou que, por meio de estratégias retóricas e discursos radicalizados, combinados com a imagem de um presidente que se opõe ao sistema, o discurso do mandatário direcionava

⁹¹ Dados disponíveis para consulta em: 22192503_list.spv [Documento25] (poder360.com.br). Acesso em: 12 abr. 2023.

seus eleitores a desacreditar o processo eleitoral, incluindo críticas às urnas eletrônicas, ao Supremo Tribunal Federal e às pesquisas eleitorais. A análise mostrou que durante os quatro anos em que ocupou o cargo de Chefe do Executivo, foram registrados pelo menos 50 discursos que questionavam a segurança das urnas eletrônicas.

Dentre as declarações que colocaram em desconfiança o processo eleitoral e colaboravam para ampliar o antagonismo entre os partidários, especificamente durante a campanha de 2022, o sujeito Bolsonaro levantou dúvidas sobre o sistema de segurança do TSE em uma reunião realizada em 18 de julho com um grupo de embaixadores no Palácio da Alvorada⁹², e transmitida pela TV Brasil (emissora pública), contexto em que falou sobre um inquérito aberto pela Polícia Federal em 2018, que apurou uma invasão cibernética aos sistemas do TSE.

Por não serem (quase sempre) corrigidas, ou mesmo que sejam, a correção não alcançar o mesmo público, de modo que informações enganosas ou distorcidas como essas levam os cidadãos a se manterem mal informados pelo princípio de autorreforço das câmaras de eco. A correção da informação não costuma chegar ao mesmo consumidor e, mesmo quando chega, provoca uma confusão na qual as duas versões passam a se equivaler e o cidadão acaba decidindo, passionalmente, em qual acreditar. Isto é, a *fake news* pode ser contestada com a posterior versão verdadeira, porém o efeito disruptivo permanece ou até mesmo se acentua. A verdade, nesses casos, pode inclusive amplificar o engano. Em circulação, as *fake news*, as quais Santos (2016) chama de lugares de engano, transformam-se em pontos de engano em circulação, não mais fixados em *sites* de paródia de jornalismo (*The Onion*, Sensacionalista etc), mas ancorando o engano em diferentes pontos do processo comunicacional. O efeito de conjunto é a produção de um território de incertezas, disruptivo.

Observando a postura de Bolsonaro sob a mesma perspectiva de Levitsky e Ziblatt (2018), acerca de líderes antidemocráticos, percebe-se que o questionamento sobre a legitimidade do processo eleitoral é um exemplo de falta de compromisso do político com as regras do jogo democrático. Conforme abordado por Tenove et al. (2018), vários tipos de atores, com diferentes capacidades e intenções, utilizam técnicas digitais para influenciar eleições ou minar a democracia. Os pesquisadores dizem que a interferência no resultado das eleições é destacada como um dos principais impactos da junção de uma variedade de técnicas digitais, que incluem o compartilhamento de notícias falsas, no entanto, concluem que os impactos

⁹² Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/eleicoes/2022/bolsonaro-questiona-seguranca-do-sistema-eleitoral-brasileiro-reuniao-embaixadores/>. Acesso em: 17 mar. 2023.

atingem não somente o resultado de eleições, mas também as atividades práticas de participação, pois podem colocar em risco a validação do voto, devido à interferência digital; ou mesmo a capacidade de votar é ameaçada por informações incorretas sobre como e onde as pessoas podem votar; ou ainda desencorajar os eleitores a irem às urnas, por exemplo.

O discurso de imprecisão, que colocava em questionamento a segurança das urnas eletrônicas, era reforçado pelo presidencialismo por meio de insinuações sobre fraudes cometidas devido à parcialidade dos ministros do TSE, em favor do candidato petista. Um exemplo de declaração nesse sentido é: “Estava tendo fraudes nas eleições de 2018. Quando se apertava o número 1, já aparecia o 13 [número do PT] na tela e concluía a votação”. (Jair Bolsonaro, 07 de junho de 2022, em cerimônia no Palácio do Planalto)⁹³. E outras mais direcionadas, revelando, também, o ataque ao STF.

Os partidários bolsonaristas, imersos em um contágio moral, absorveram o discurso propagado por Bolsonaro, classificando as declarações do presidente e candidato à reeleição como um alerta, como se observa no diálogo ocorrido no segundo dia da campanha oficial (17 de agosto), na *fanpage* de Bolsonaro.

(B) Se as urnas eletrônicas não tiverem vontade própria nessa eleição, com certeza o Presidente Bolsonaro será reeleito no primeiro turno. 🇧🇷🇺🇸🇩🇪
 (B) Verdade esse é o meu medo
 (B) não vai ter vontade própria, pois o brasileiro está ligadissimo!
 (B) Não confio nessas urnas. E o TSE não aceita um duplo check. Nesse mato tem coelho. Mas todo mal que está escondido será revelado
 (B) Esse é o meu medo..as urnas 🤖
 Comentários no post: Bolsonaro 17set(11) - PERNAMBUCO (17/09/22) (10)
 (Facebook, 2022).

O alerta para uma possível fraude no registro e validação dos votos é complementado pela ameaça de levante popular para denunciar ter ocorrido uma transgressão contra o conceito de certo e errado, no caso, a lisura do processo eleitoral. Para capturar maior atenção nessa discussão, apropriaram-se retoricamente da linguagem moral e emocional, como fazem nesses comentários em *feedback* a um bolsonarista advertindo que não aceitam resultado nas urnas desfavorável à reeleição de Bolsonaro.

(B) Se acontecer algo ao contrário. Nas eleições os Brasileiros tem que se juntar neste País não podemos asceitar isto a mídia não mostra na TV as pessoas não sabem
 (B) QUE NÃO OUSEM NOS ROUBAR. QUE NÃO OUSEM.)

⁹³ Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2022/06/07/bolsonaro-repete-em-evento-oficial-fake-news-que-levaram-a-cassacao-de-deputado-aliado.ghhtml>. Acesso em: 17 mar. 2023.

(B) concordo plenamente, se acontecer ao contrário nós povo brasileiros honestos do bem temos que tomar uma atitude drástica contra os fraudadores pós eu não vejo nenhum motivo pro nosso presidente Jair messias Bolsonaro não ser reeleito no primeiro turno. Os outros não chegam nem a 13%
 (B) O CARECA NÃO É DEUS, A MULTIDÃO BUSCARÁ MUITOS FOGOS QUEM TEM. TEM MEDO, UNIÃO DE BRASILEIROS HONESTOS DERRUBA TUDO, JÁ FOI AVISADO BEM ANTES.
 Comentários no post: Bolsonaro 02set(5) – Rio Grande do Sul [...] (Facebook, 2022).

A mobilização de frases de impacto como ‘não podemos asceitar’, ‘QUE NÃO OUSEM NOS ROUBAR. QUE NÃO OUSEM’, ‘tomar uma atitude drástica contra os fraudadores’, e JÁ FOI ‘AVISADO BEM ANTES’ expressam sentimentos negativos e de alta excitação dos partidários que avaliam uma possível derrota de Bolsonaro como fraude, revelando como tal violação é percebida pelo senso de moralidade dos produtores do discurso.

Além das declarações do presidente com ataque às urnas e ao STF, surgiram *fake news* deslegitimando o processo eleitoral brasileiro. Segundo noticiado pela agência especializada em *fact-checking* Lupa⁹⁴, em setembro, por exemplo, circulou amplamente pelo *WhatsApp* um vídeo no qual um homem alega que a urna eletrônica realiza contagem secreta dos votos e registra ‘o que quer’ durante votação, e outro no qual é dito haver urnas eletrônicas dentro do Sindicato do PT, em Itapeva/SP, sugerindo a fraude e alimentando a ideia das “urnas prenhas”, ou seja, com votos já registrados⁹⁵. Ambos os vídeos foram checados e classificados como *fake news* não apenas pela Lupa, mas por outras agências de *fact-checking*. No entanto, mesmo desmentidos, foram usados pelo grupo político bolsonarista como estratégia discursiva para reforçar a suspeita de eleições fraudadas em favor do Partido dos Trabalhadores, como fazem em comentários do dia 28 de setembro, na página de fãs de Bolsonaro.

(B) Bolsonaro o senhor tinha que se preocupar com as urnas olha aonde acharam urnas eletrônica no prédio do sindicato do PT abre o olho Presidente
 (B) Concorde plenamente
 (B) Pois vi um vídeo a respeito disso aqui no interior de SP!!
 (B) eu também vi... Só temos que saber a procedência dele
 (B) As emissoras de televisão não comentam nada sobre o assunto, só comentam quando envolve o nome Bolsonaro!
 Comentários no post: Bolsonaro 28set(1) - Ultrapassamos a marca [...] (Facebook, 2022).

⁹⁴ Disponível em: <https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2022/09/16/urna-eletronica-contagem-secreta-votos>. Acesso em: 20 mar. 2023.

⁹⁵ Disponível em: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/eleicoes/noticia/2022/09/27/e-fake-que-video-mostre-fraude-em-urnas-em-sindicato.ghml>. Acesso em: 20 mar. 2023.

Os argumentos baseados em *fake news*, como os exemplos mencionados, foram utilizados pelos partidários para alegar irregularidades no processo eleitoral e defender a implementação do voto impresso ou auditável. Segundo eles, esses métodos proporcionam maior credibilidade do que o uso da urna eletrônica adotada no Brasil desde 1996 e reconhecida mundialmente, conferindo ao Brasil o título de país com a maior eleição informatizada do mundo⁹⁶.

O discurso que já vinha sendo capitalizado pelo grupo bolsonarista foi intensificado após o resultado do primeiro turno, no qual Bolsonaro ficou em segundo lugar na corrida presidencial. Ao trazerem essa discussão em comentários no *post* do dia 04 de outubro, eles são contrapostos por lulopetistas que consideram a proposta dos adversários de ‘voltar ao passado’ e utilizam o deboche com expressões como ‘meu ovo’ e ‘outra taca’ para rebater o argumento de fraude.

(B) Tem que ter fiscalização das urnas, se o voto fosse impresso não ia ter essas fraudes

(B) Não precisa ser foto impresso ...Mas que a urna eletrônica gerasse um comprovante dos votos onde a pessoa pudesse conferir em quem votou e depositar na urna...Tendo dúvidas no resultado essa urna seria aberta para conferência.

(B) Pois é, todas essas pessoas que apoiam o presidente deveria ir pra rua e pedir para fazerem algo sobre a fraude das urnas, não adianta só o presidente falar temos que se manifestar também

(L) voltar ao passado não né

(L) fraude e meu ovo rapaz. Você tenqui aceitar a derrota. No segundo turno vai ser outro taca. Dale 13

Comentários no post: Bolsonaro 04out(4) – Atual Governador [...]. (Facebook, 2022).

Em maio de 2022, há pouco menos de 4 meses para o primeiro turno das eleições, o instituto Datafolha (Grupo Folha) divulgou o resultado de pesquisa sobre o índice de confiança da população nas urnas eletrônicas⁹⁷. Naquele período, o índice mostrou que a grande maioria dos brasileiros confiava plenamente no equipamento usado pela Justiça Eleitoral, sendo 73% da amostra, enquanto 24% disseram não confiar e 2% não souberam responder. Chama atenção no levantamento que a maioria dos eleitores que declaram voto em Bolsonaro não confiam nas urnas eletrônicas, parcela que corresponde a 40% desse eleitorado. Outros 38% disseram confiar pouco, enquanto 20% afirmaram confiar muito.

⁹⁶ Disponível em: <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2021/Maio/urna-eletronica-25-anos-lancado-em-1996-equipamento-e-o-protagonista-da-maior-eleicao-informatizada-do-mundo>. Acesso em: 20 mar. 2023.

⁹⁷ Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/05/datafolha-55-dizem-ver-chance-de-bolsonaro-tentar-invalidar-eleicao.shtml>. Acesso em: 22 mar. 2023.

Além de medir a confiança nas urnas eletrônicas, o instituto identificou a possibilidade, por parte da população, de haver alguma chance de fraude nas eleições, relacionada ao sistema de votação. Novamente, o grupo de eleitores que declararam voto em Bolsonaro mostrou-se o mais cético. Os que dizem haver muita chance de fraude (60%) e o que veem algum risco (21%) somavam 81% dos eleitores do candidato à reeleição.

Baseados no argumento de possível fraude nas eleições, por meio de manipulação das urnas eletrônicas, os partidários bolsonaristas também defenderam maior participação das Forças Armadas. A ‘exigência’ do grupo era de que a instituição atuasse como mediadora do processo eleitoral, cabendo a ela a fiscalização durante e após a votação, como um partidário deixa registrado em comentário de 14 de setembro na *fanpage* de Bolsonaro.

(B) Se não houver falcaturia nas urnas,, (o que eu duvido, que não haja), , Bolsonaro vence no primeiro turno, Se quisermos LIZURA NAS ELEIÇÕES, vamos pedir que as Forças Armadas acompanhe as eleições efetivamente, ai não tem pra ninguém. O Juiz eleitoral não os convidou? Então ... é só deixar os militares trabalhar!!!
Comentário no post: Bolsonaro 14set(19) - Natal/RN (14/09/2022) (Facebook, 2022).

Como demonstração do ataque ao STF e ao TSE, também foram divulgados factoides a respeito da proibição do uso de aparelho celular, máquinas fotográficas e filmadoras na cabine de votação, medida implementada para evitar que esses equipamentos pudessem ser usados para expor o conteúdo do voto. Na mesma resolução (Resolução nº 23.669), foram acrescentadas alterações determinando a proibição de porte de armas nos locais de votação, nas seções eleitorais e em outras localidades eleitorais no dia das eleições, nas 48 horas que antecedem e nas 24 horas que sucedem o pleito, no perímetro de 100 metros. As proibições foram aproveitadas por partidários para reforçar o discurso de estratégia de fraude nas eleições, conforme observado em comentário do dia 22 de agosto, no qual o bolsonarista alerta antecipadamente que será ‘roubado’ e se revolta pela proibição do aparelho eletrônico na cabine de votação, sugerindo um plano (‘uma armação’) do Supremo Tribunal Federal para fraudar o processo eleitoral.

(B) Você vai ser roubado, agora não pode nem levar celular pra privar em quem vice votou. Mais uma armação do STF pra fraudar as urnas
Comentário no post: Bolsonaro 22ago(1) - Graças a legislação [...]. (Facebook, 2022).

A proibição do uso de celular e armas é um fato baseado na resolução que dispõe sobre os atos gerais do processo eleitoral para as Eleições 2022, no entanto, paralelo a essa informação surgiu a mensagem de que o TSE proibiu o uso da camisa da seleção brasileira de futebol no dia da votação das eleições, informação falsa, uma vez que a manifestação individual e silenciosa do eleitor é livre, ou seja, é permitido o uso de camisetas, bandeiras, *bottons* e adesivos.

Os discursos sobre fraude eleitoral apresentam o potencial antideliberativo dos efeitos das notícias falsas e de todo o seu ecossistema. O anonimato das mídias sociais, conforme explicado por McKay e Tenove (2020), reduz a responsabilidade da fala e substitui a mídia de notícias e outros *gatekeepers*, impondo maiores desafios à supervisão democrática. Esse conjunto de fatores, conforme afirmam, cria muitas vulnerabilidades estruturais, como a disseminação de informações falsas, difamação moral e inclusão injustificada, vulnerabilidades que representam riscos para a democracia, uma vez que enfraquecem o sistema deliberativo, responsável por cumprir funções epistêmicas (garantir que opiniões e decisões sejam informadas por fatos e lógica), éticas (promover o respeito mútuo entre os cidadãos) e democráticas (garantir a inclusão e oportunidades iguais de participação).

Os indicadores de natureza empírica apresentados por McKay e Tenove (2020) são relevantes para embasar a nossa proposta de estudo, uma vez que eles argumentam que, quando um sistema deliberativo se apresenta disfuncional, isso contribui para a distorção de fatos, incentivando os cidadãos a adotarem formas de pensamento e ações que são prejudiciais tanto para eles quanto para o governo como um todo.

3.1.4 Pesquisas eleitorais fraudadas/Data Povo

Somado ao discurso de fraude nas urnas, os discursos bolsonaristas também questionaram a credibilidade das pesquisas eleitorais realizadas por institutos registrados no TSE (Tribunal Superior Eleitoral), ancorados no argumento, principalmente, de que os institutos foram comprados por Lula (PT) e pelo Partido dos Trabalhadores (PT), como figura nos discursos do quinto *post* do dia 28 de setembro na página bolsonarista.

(B) estou com muito medo toda pesquisa que vejo o Lula tá na frente eu estava tranquila pois achei que era só no globo que o Lula ganha sempre. Mas vi em outras pesquisas ele na frente 🤔🤔🤔

(B) pesquisa? Pois te digo que a minha pesquisa o Bolsonaro está na frente

(B) Não confie em pesquisas. Confie no verde e amarelo das ruas

(B) ânimo amiga, essas pesquisas são feitas só no reduto deles, as verdadeiras pesquisas foram as do povo na rua, sucesso saúde paz e alegria para você e sua família!

Comentários no post: Bolsonaro 28set(5) – Motociata em Santos [...].(Facebook, 2022).

A acusação da ‘compra de pesquisa’ teria começado ainda na pré-campanha quando, como referido pelo projeto “Fato ou Fake” do G1⁹⁸, em abril, teve início a circulação de um vídeo no qual um homem, identificado como líder dos advogados do PT, orientava a continuação da fraude em pesquisas eleitorais e a consumação da fraude nas urnas. Em junho, os checadores do G1 fizeram a verificação sobre um suposto áudio vazado do diretor do Datafolha, Mauro Paulino, e propagado, no qual ele confessaria o plano de fraude nas urnas. Num dos trechos do áudio, o homem teria dito: “[...] Deixa o pessoal chiar, deixa falar, deixa dizer que é mentira. Joga a pesquisa aí de 60, 70 e vamos pra frente pra gente retomar esse governo. Dessa vez não falhar [...]”⁹⁹. Os dois conteúdos foram checados também pela agência Aos Fatos¹⁰⁰ e identificados como falsos.

Nessa estratégia discursiva, um dos argumentos mais reforçados pelos partidários para descredibilizar as pesquisas é referente ao tipo de amostragem, que no caso dos dados de coleta das intenções de votos realiza recortes por gênero, etnia, escolaridade e outras variáveis. No discurso amplificado pelos bolsonaristas, os institutos não diversificam a amostragem, pois, segundo explica um dos partidários, em comentário do dia 21 de setembro, em postagem do candidato Jair Bolsonaro, ‘Nunca fui pesquisada e não conheço ninguém que tenha sido pesquisado’, levando a entender que se trata de ‘pesquisa manipulada’.

(B) Nunca fui pesquisada e não conheço ninguém que tenha sido pesquisado. Isso se chama pesquisa manipulada. Tem pessoas desinformadas que votam nos que estão em 1o lugar nas pesquisas #Fechadocombolsonaro

Comentário no post: Bolsonaro 21set(2) – Sem legenda (Vídeo com trecho do discurso na ONU) (Facebook, 2022).

O compartilhamento viral de conteúdos sustentados em *fake news* como essas, colocando em desconfiança a credibilidade das pesquisas, dá-se em parte pela arquitetura de

⁹⁸ Disponível em: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2022/04/21/e-fake-que-video-mostre-lider-dos-advogados-do-pt-orientando-fraude-em-pesquisas-eleitorais-e-nas-urnas.ghtml>. Acesso em: 22 mar. 2023.

⁹⁹ Disponível em: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2022/06/02/e-fake-audio-de-ex-diretor-do-datafolha-sobre-fraude-nas-urnas.ghtml>. Acesso em: 22 mar. 2023.

¹⁰⁰ Disponível em: <https://www.aosfatos.org/noticias/falso-diretor-datafolha-fraude-urnas/>. Acesso em: 22 mar. 2023.

engajamento e amplificação permitidas pelas mídias sociais. McKay e Tenove (2020) salientam que as mídias sociais parecem facilitar a circulação de mensagens que provocam emoções fortes ou afiliações de identidade, como, por exemplo, a circulação de notícias partidárias *on-line* aumenta a raiva e pode encorajar os usuários a compartilhar material que está polarizando ou gerando hostilidade.

Desde as primeiras pesquisas eleitorais para a corrida presidencial de 2022, realizadas por diferentes institutos, o candidato petista e ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT) aparecia na liderança, e o então presidente e candidato à reeleição, Jair Bolsonaro (PL), figurava em segundo lugar. No entanto, eram observadas diferenças significativas nos resultados, com alguns institutos indicando a possibilidade de segundo turno, enquanto outros consideravam a chance de Lula ser eleito ainda em primeiro turno. Assim, a credibilidade das pesquisadas vinham sendo questionada desde antes da campanha oficial, mas foi após o primeiro turno com o resultado das urnas mostrando-se inconsistente quanto às previsões eleitorais publicadas acerca do primeiro turno que a desconfiança aumentou (Lula obteve 48,4% dos votos válidos e Bolsonaro 43,2% dos votos válidos).

Em um comentário feito em uma postagem da página de fãs de Bolsonaro no dia 18 de outubro, um partidário constrói um discurso descredibilizando não apenas um, mas todos os institutos de pesquisas (ou ‘empresas de pesquisas’).

(B) as empresas de pesquisas são todas pagas, para colocar o demônio de 9 dedos sempre na frente, induzindo a parte da população que está indecisa em quem votar!!!! ele terminou na frente, pq Realmente Houve Fraude nas urnas!!!!

Comentário no post: Bolsonaro 18out(5) - São Gonçalo / RJ [...] (Facebook, 2022).

Mais uma vez podemos observar o uso de palavras pejorativas, como ‘demônio’ e ‘9 dedos’, empregadas pelo sujeito bolsonarista com o objetivo de desqualificar o oponente político, no caso, o candidato petista, estratégia cujo objetivo é destacar a suposta reivindicação do partidário pela punição das transgressões morais atribuídas ao candidato petista e seus aliados. Além disso, ao enunciar, o bolsonarista também menciona a questão da ‘fraude nas urnas’, associando-a ao mesmo candidato, a fim de reforçar sua posição e deslegitimar a legitimidade das eleições, táticas retóricas utilizadas como forma de influenciar a percepção pública sobre o oponente e suas práticas políticas, criando uma imagem negativa em relação a ele. Lula recuperou os direitos políticos em março de 2021 após ter duas condenações na Lava Jato — nos casos do triplex do Guarujá e do sítio de Atibaia — anuladas

pelo STF¹⁰¹. No entanto, nas práticas discursivas de partidários oponentes, o discurso da “condenação social eterna” se amplifica, situando o líder político para sempre como um ‘condenado’, ‘criminoso’, ‘ladrão’ e ‘corrupto’, revelando o quanto as relações entre o ultrajante, o indignado e o motivo da indignação são múltiplas e indistintas, apresentam um caráter de temporalidade e não apenas de ocorrência emocional momentânea e instantânea, conforme já debatido por Johansen, Sandrup e Weiss (2018).

Os discursos carregados de indignação moral e animosidade contra Lula circulam como resposta natural para satisfazer as motivações da identidade de grupo, no caso, o grupo que ‘demoniza’ Lula e que procura culpá-lo e quer puni-lo. O discurso busca aumentar o sentimento de pertencimento a este grupo, ao tempo que reforça o posicionamento partidário, constituindo uma relevante marcação identitária dos apoiadores de Jair Bolsonaro.

Além de institutos ‘comprados’ e pesquisas feitas apenas com amostragem petista, os partidários bolsonaristas também mobilizam em seus discursos a expressão ‘Data Povo’ para contradizer os resultados das pesquisas. O Data Povo baseava-se na ‘alta popularidade’ atribuída pelo grupo partidário a Bolsonaro. Para medir essa popularidade, usavam como parâmetro a participação de apoiadores nos locais públicos por onde o candidato passou na campanha, principalmente em ocasião das motocicletas. Conforme dizem nos comentários, não tem como um candidato ser recebido por tantas pessoas e estar em segundo lugar nas pesquisas, sendo assim, o ‘DataPovo’ era para os partidários bolsonaristas a ‘verdadeira pesquisa’.

(B) DataPovo! A verdadeira pesquisa nas ruas! Mito 22 disparado sob as bênçãos de Deus! 🙏

(B) Meu Deus, qual é sua dúvida. Nunca se viu isso no mundo. Só se o 5tf roubar nas urnas.

Comentários no post: Bolsonaro 17set(2) - PERNAMBUCO (17/09/22) (1) (Facebook, 2022).

Em contraposição ao argumento da manifestação popular em favor de Bolsonaro como termômetro para medir as intenções de votos da população, os lulopetistas apresentam contra-argumentos ao grupo bolsonarista, como observado na conversa seguinte, em que os apoiadores de Lula participam de forma antagonista na *fanpage* de Bolsonaro, em 27 de setembro.

(B) Como insiste em dizer que o outro tá na frente

(B) É a mídia podre, que perdeu a mamata...

¹⁰¹ Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2021-03-08/fachin-anula-condenacoes-de-lula-na-13-vara-federal-de-curitiba-e-ex-presidente-recupera-direitos-politicos.html>. Acesso em: 16 set. 2022.

(L) domingo vcs ficam sabendo a midia nao mente.vai chorar na cama e mais macio.

(B) pesquisas são compradas!!! O Bolsonaro vai ganhar!!!

(B) ESSES INSTITUTOS QUE COLOCA O LADRÃO NA FRENTE, SÃO DA ESQUERDA!!!

Comentários no post: Bolsonaro 27set(3) – Petrolina/PE [...]. (*Facebook*, 2022).

Diante desse cenário, verificamos como o fluxo de informações na *web* e o comportamento informacional dos internautas em câmaras de eco são consequências do potencial das redes para gerar novas mensagens com conteúdo semelhante e isolá-las criticamente, criando um espaço ideológico conservador e hostil, como reiterado no discurso que o termo ‘ladrão’ é aplicado para se referir a Lula (‘O LADRÃO NA FRENTE’).

Conforme análise realizada por Cinelli et al. (2021), entre as redes sociais com elevada prevalência de câmara de eco, o *Facebook* apresenta a maior segregação. Nesta plataforma, as relações de homofilia (interação e difusão de informações) são determinadas sobretudo pelos algoritmos de *feed* de notícias, com o agravante de que, quando a polarização é alta, a desinformação se propaga mais rapidamente.

No mecanismo da câmara de eco, essas relações homofílicas reforçam uma opinião existente dentro de um grupo e, como resultado, Sunstein (2010) afirma que movem todo o grupo em direção a posições mais extremas, acarretando mais polarização e dando a ele a sensação de que suas visões políticas são a maioria. Além disso, os usuários polarizados se deparam constantemente com quem é próximo a eles (filtros-bolha), sem que haja o confronto com variáveis inconsistentes em relação aos seus sistemas de valores.

3.1.5 Ampliação da legalização do aborto

Notamos como a exposição seletiva e a tendência em buscar informações que confirmem opiniões preexistentes (viés de confirmação) são importantes para os partidários, que acabam formando câmaras de eco e sendo isolados em bolhas. O fenômeno das câmaras de eco, de acordo com Quattrociocchi, Scala e Sunstein (2016), corresponde à manutenção da preferência por narrativas que afirmam convicções, ignorando as refutações, tornando os usuários mais radicais em suas crenças e, como resultado, mais polarizados, fechados em comunidades que não interagem, em busca de evidências seletivas para suas hipóteses e convicções.

Ao interagirem por meio de filtros-bolhas (*filter bubbles*, em inglês), onde são oferecidos aos usuários conteúdos voltados para seus gostos e ideologias, eles têm a impressão de acesso a informações ‘personalizadas’, evidenciando a não neutralidade da rede. Essa personalização, de acordo com Pariser (2012), participa ativamente da formação da identidade, pois, além de interferir diretamente em nossas escolhas, influencia na forma como a mídia é moldada e disponibilizada para cada um, enquanto a identidade molda a mídia, estabelecendo uma inter-relação entre identidade e personalização. Nessa perspectiva, a identidade que é mostrada, por exemplo, no *Facebook*, é para o autor uma *performance*, que permite conhecer o usuário pelo que ele compartilha e com quem ele interage.

Do mesmo modo que ocorreu no caso de propagação de outras *fake news*, a coligação de Lula acionou o TSE novamente em meados de outubro para pedir a suspensão de propaganda em que a campanha de Bolsonaro apresenta relatos de que o petista é favorável ao aborto. A ação foi pela proibição da veiculação em qualquer plataforma de comunicação, como *WhatsApp* ou redes sociais, do trecho de vídeo em que Lula declara ser a favor do direito de mulheres vítimas de violência pedirem o aborto previsto em lei. O pedido foi aceito pelo TSE, determinando a proibição da divulgação do material por qualquer meio de propaganda eleitoral¹⁰².

Todavia, assim como em outros casos de proibição de divulgação de conteúdos específicos para fins eleitorais, continuamos a registrar o uso, nos discursos bolsonaristas, do conteúdo sinalizado como *fake news* para reforçar o argumento discursivo de que Lula é favorável ao aborto. Em comentários de 04 de outubro, compartilhados em postagem na *fanpage* do petista a partir de uma declaração de um partidário lulopetista que demonstra preocupação acerca do assunto e pede ao presidente mais esclarecimentos, notamos a presença de estratégias bolsonaristas na tentativa de, por meio de conteúdo moral-emocional, aproveitar o apelo subjetivo para levantar disputas nos diálogos, colocando o principal adversário político como favorável ao aborto e, como tal, violador do direito à vida.

(L) LULA esclarece por favor sobre o assunto ABORTO eles estão usando isso pra não votar em vc, estamos juntos, se DEUS quiser 🙏
 (B) ele é a favor do aborto sim e disse que é questão de saúde pública. Precisamos prezar pelos nossos familiares.
 (L) verdade mesmo esse assunto aí do aborto tá espalhando pânico mas estamos juntos 13

¹⁰² Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/carmen-proibe-bolsonaro-de-veicular-propaganda-que-diz-que-lula-defende-aborto/>. Acesso em: 14 maio 2023.

(L) O bozo tá tão desesperado que vai criar Fake News do Lula virando Saci, mula sem cabeça e vampiro...kkkkkzap .zap..zap... só tolos mesmo para cair nesta de Fake News..

(B) veja o que lula falou sobre aborto. Ele é um verdadeiro Assassino de crianças indefesos no ventre de suas mães . Assista esse link do YouTube <https://youtu.be/I3Gy5T-twwA>

(L) Minha amiga isso e tudo mentira para querer prejudicar Lula mais coitados não vão conseguir porque Deus está no controle de tudo amém.

Comentários no post: Lula 04out(5) – Lula se encontra com Frei Davi [...]. (Facebook, 2022).

Os comentários dos bolsonaristas, em resposta aos lulopetistas, são direcionados para a desaprovação moral do candidato opositor, sustentada principalmente na condenação do aborto. Para esse grupo político, a ‘criança’ (e não o feto) ‘indefesa no ventre da mãe’ perde o direito à vida pela convivência do ‘assassino’, por isso, Lula, o ‘assassino de crianças’, deve ser responsabilizado. Os discursos produzem o efeito de um ciclo de contágio moral, com comentários de teor semelhante e, conseqüentemente, atraem mais atenção.

A retórica pró-vida sustenta o discurso bolsonarista como neste comentário na *fanpage* de Bolsonaro no dia 13 de setembro, em que se o argumento traduz a reivindicação moral-emocional contida na mensagem.

(B) O aborto é assassinato. Quem é a favor do aborto, lembre-se disso; o bebê abortado poderia ter sido você.

Comentário no post: Bolsonaro 13set(10) – Diminuição de impostos [...]. (Facebook, 2022).

No discurso, a expressão “assassinato” é mobilizada pelo o partidário bolsonarista como estratégia para acionar sensibilidades morais, religiosas e culturais, e, ao enunciar ‘o bebê abortado poderia ter sido você’, faz um apelo subjetivo às crenças e valores culturais daqueles que leem o dizer.

No Brasil, o aborto é permitido em três situações: quando há risco para a saúde da mulher, quando a gravidez é resultado de um estupro e quando o feto é anencéfalo. Para mudar essas regras, é necessária uma decisão do Congresso ou do Supremo Tribunal Federal (STF).

O vídeo divulgado pela campanha bolsonarista, apresentado no horário eleitoral gratuito nas emissoras de rádio e televisão, assim como nas mídias sociais, e posteriormente proibido pelo TSE de ser veiculado, não foi o único abordando o tema. Um panfleto listando supostas

propostas da chapa de Lula para o Brasil também detalhou que constaria no Plano de Governo¹⁰³ do petista a ampliação da legalização do aborto (tópico 3 do material gráfico: direito à liberdade do aborto).

Figura 6 – Comentário em imagem na postagem de Bolsonaro de 28 outubro 2022



Fonte: Facebook de Bolsonaro, 2022.

O debate público visivelmente antagônico com o uso da retórica pró-vida *versus* pró-escolha teve início ainda em período de pré-campanha. No final do mês julho, foi levantado como pauta moral pelo grupo político bolsonarista o caso da menina de 11 anos que teve a gravidez interrompida quando estava na 29ª semana. O episódio ganhou repercussão após uma reportagem do Portal Catarinas e de *The Intercept*¹⁰⁴ denunciar, em reportagem de 20 de junho, que a vítima de estupro estava sendo mantida desde a 22ª semana de gravidez em abrigo por determinação judicial para evitar que fizesse um aborto autorizado.

Conforme a reportagem, a gravidez foi descoberta e confirmada quando a menor estava com 22 semanas de gestação. A família buscou, por meio do Conselho Tutelar da cidade, e posteriormente o hospital de referência no serviço de aborto legal da Universidade Federal de Santa Catarina para realização do procedimento. Mas, o serviço foi negado sob a justificativa

¹⁰³ Disponível em:

<https://divulgacandcontas.tse.jus.br/candidaturas/oficial/2022/BR/BR/544/candidatos/280001607829/pje-3b1196fd-Proposta%20de%20governo.pdf>. Acesso em: 14 maio 2023.

¹⁰⁴ Disponível em: <https://theintercept.com/2022/06/20/video-juiza-sc-menina-11-anos-estupro-aborto/>. Acesso em: 6 jul. 2022.

de que a instituição segue a orientação do Ministério da Saúde, que recomenda a realização do aborto legal até a 20ª semana de gestação, sendo informado à família que, para a interrupção da gravidez, seria necessária uma autorização judicial, o que levou o Ministério Público de Santa Catarina a ajuizar uma ação cautelar pedindo o acolhimento institucional da menor grávida.

Com a divulgação da reportagem em 20 de junho, o caso ganhou projeção na mídia, com argumentos anti-aborto defendendo o direito fundamental à vida, incluindo a intrauterina, e referendando a decisão da juíza e da promotora de encaminhar a menor para um abrigo para manutenção da gravidez por mais algumas semanas para aumentar a chance de sobrevivência. Após o nascimento, o bebê seria encaminhado para adoção. Além disso, foram apresentados os argumentos pró-escolha, sobretudo alegando que o Código Penal permite o aborto em casos de violência sexual, sem impor qualquer limitação de semanas de gravidez e sem exigir autorização judicial.

Com a decisão judicial, a menina passou pelo procedimento de aborto garantido pela lei brasileira em 22 de junho. No entanto, devido à exposição pública do caso, que deveria ter sido mantido em segredo de justiça para garantir a privacidade dos envolvidos, uma onda de indignação moral levantou-se entre os bolsonaristas, os quais, abertamente contrários à legalização do aborto, manifestaram-se massivamente sobre o ocorrido nas redes sociais, incluindo o *Facebook*. O próprio presidente e candidato à reeleição publicou em sua *fanpage* mensagens expressando opinião contrária à decisão judicial de autorizar a interrupção da gravidez.

Nesse caso da menor de Santa Catarina, a ideia de humanização do nascituro atravessa as práticas discursivas com o uso do termo pré-natal ‘criança’, adotado pelo movimento pró-vida para atribuir humanidade ao ‘feto’ (termo pré-natal) e moldar as percepções das pessoas e suas atitudes em relação ao aborto.

Na guerra entre os dois campos discursivos, que se intensificou em torno do tema do aborto, além da divulgação de *hoaxe* contendo fatos imprecisos a respeito do Plano de Governo petista como se fossem legítimos, o discurso lulopetista, em reação, acirra a polêmica com a declaração feita por Bolsonaro em 2000 à revista “IstoÉGente”¹⁰⁵, na qual afirmou que a interrupção da gravidez deve ser uma decisão do casal. Na ocasião, ele apresentou como exemplo a situação que teria vivido na gravidez do seu quarto filho (Jair Renan), em que, segundo a reportagem, “passou para a companheira” a decisão de abortar. Para os lulopetistas,

¹⁰⁵ Disponível em: <https://istoe.com.br/jair-bolsonaro-ja-defendeu-que-aborto-era-escolha-do-casal-em-entrevista-a-istoe-gente/>. Acesso em: 20 maio 2023.

a pauta antiaborto defendida por Bolsonaro é uma estratégia política apenas para agradar o eleitorado conservador.

(B) quem é que apoia legalização do aborto???,isso é sujar as mãos de sangue de un bebé inocente.isso é uma oferenda para o diabo..está querendo transformar o país em uma fabrica se sacrifício humano..é o sacrifício que mais agrada a satanás , mulheres o condenado ve em vcs em nós um oferecimento a lúifer, !! Senhor pela sua dolorosa paixão tenha piedade de nós e do mundo inteiro!!

(L) quem apoia o aborto é Bolsonaro! Ele disse que o aborto é decisão do casal é que ia pedir pra abortar o Renan é só não abortou pq a ex mulher dele ficou longe do satanista! Você é a favor do abortista? Vc é a favor do satanista que cometeu adultério por 6 vezes?

Comentário no post: Bolsonaro 08out(3) - Sem legenda (Vídeo da participação de Bolsonaro na Romaria Fluvial do Sírío de Nazaré). (Facebook, 2022).

A pauta acionada pelos bolsonaristas contesta a todo momento valores morais e éticos do candidato do PT e desperta a indignação moral direcionada a atacar o petista e responsabilizar seus eleitores como cúmplices em caso de ampliação das regras para legalização do aborto no Brasil, como quando dizem: “VCS SERÃO CÚMPLICES A CADA SEGUNDO DE MUITAS MORTES”. Em resposta a este discurso, o partidário lulopetista contrapõe o bolsonarista atribuindo valores morais negativos ao candidato oponente, como ‘propagador de ódio’, ‘racista’, ‘misógino’, além de ser favorável à liberação de armas e avesso aos pobres (aporofobia).

(B) SE UM DIA LULA APROVAR A LEGALIZAÇÃO DO ABORTO E DROGAS , VCS SERÃO CÚMPLICES A CADA SEGUNDO DE MUITAS MORTES. SEU VOTO SERÁ A SUA SENTENÇA , NO CÉU E NA TERRA. CRISTÃO NAO COMPACTUA COM ATOS DE MORTES #NAOMATARAS

(L) vá orar mulher, está falando demais,quem é a favor da liberação de armas, liberação do ódio,racista, não respeita as mulheres,odeia os pobres se dizer cristão,e muito mais e até feio falar que é cristão!E vc tão preocupada com a minha opinião,porque? Vá ora pra melhorar!Aqui é Lula e sempre será!!!!

Comentários no post: Lula 05out(1) - COMPARTILHE A VERDADE! [...] (Facebook, 2022).

Por meio desses discursos, podemos perceber como as *fake news* são utilizadas como táticas políticas para ultrapassar os objetivos de desacreditar oponentes ou criar confusão e paralisia na disseminação de informações (Bennett; Livingston, 2020). Além disso, notícias falsas têm o poder de ultrapassar limites éticos ao inflamar conflitos com base em questões morais.

3.1.6 Banheiro unissex

Outra *fake news* de teor moral descrita como parte do Plano de Governo do candidato pelo Partido dos Trabalhadores foi a do ‘banheiro unissex’¹⁰⁶. Em comentário na *fanpage* de Bolsonaro em 29 de outubro um dos partidários cola a imagem de um homem adulto observando uma criança do sexo feminino dentro do banheiro, cuja a placa de sinalização é um boneco usando vestido e com órgão genital masculino.



(B)

Comentário no post: Bolsonaro 29out(3) – Sem legenda (*Tweet* sobre Lula ser a favor do aborto). (*Facebook*, 2022).

Em 16 de outubro, durante uma transmissão ao vivo pelo *YouTube*, Bolsonaro afirmou que Lula seria a favor da liberação das drogas, do aborto e da implantação de banheiros unissex nas escolas. Após pedido da Coligação Brasil da Esperança, que apoia a candidatura de Lula, o TSE decidiu em 19 de outubro pela exclusão de trechos da *live* de Bolsonaro nas redes sociais, considerando as declarações feitas pelo candidato à reeleição como inverdades. Em uma sentença emitida em 28 de outubro, o ministro Alexandre de Moraes, relator do caso, deferiu o pedido de liminar ajuizado pela coligação do petista contra Bolsonaro.

No caso, a notícia veiculada, em 16/10/2022, se descola da realidade, por meio de inverdades, ao afirmar que o candidato adversário, assim como o partido pelo qual filiado, seriam favoráveis à implantação de banheiro unissex nas escolas, bem como do aborto e da liberação das drogas. Trata-se da veiculação de informação inverídica tendente a desinformar a população acerca de temas sensíveis, que exigem ampla discussão, e sobre a qual, pretende conquistar o eleitorado contrário a matérias tão polêmicas, em evidente prejuízo de seu adversário, inclusive com a checagem realizada demonstrando a falsidade das

¹⁰⁶ Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/confere/ultimas-noticias/2022/10/06/e-falso-que-programa-de-governo-de-lula-preve-banheiro-unissex-em-escolas.htm>. Acesso em: 12 set. 2023.

informações [...]”. (ACÓRDÃO de 28.10.2022 no Ref-RP nº 060156220, rel. Min. Alexandre de Moraes).¹⁰⁷

Na mesma decisão proferida pelo ministro Alexandre de Moraes, que determinou a exclusão das declarações sobre Lula ser "a favor da liberação das drogas, do aborto e da implantação de banheiros unissex", também foi ordenado que Bolsonaro se abstinhasse de fazer novas declarações sobre esses assuntos, sob pena de multa em caso de descumprimento.

Apesar disso, a liminar não conseguiu interromper o ciclo de propagação da *fake news*. Com o uso de conteúdo moral-emocional, a polêmica ganhou projeção em grupos públicos e privados, e frequentemente também foi usada pelos partidários bolsonaristas para promover o discurso na página de fãs do presidencialista envolvido na história, como pode ser observado em conversação ocorrida no dia das eleições em primeiro turno (02 de outubro).

(L) Hoje vai ser só alegria PRESIDENTE! ❤️
(B) Ok só não vai depois dizer que foi vítima de assédio no banheiro unisexy do PT, quando der de cara com a anaconda preta de um negão.
Comentários no post: Lula 02out(1) – Hoje é dia da democracia. (Facebook, 2022).

O partidário bolsonarista contradiz o entusiasmo do lulopetista (‘vai ser só alegria’) com um comentário reforçando uma violação moral (‘assédio’) e um misto de desprezo e nojo (‘de cara com a anaconda preta de um negão’), características da indignação moral (Brady et al., 2021).

As manifestações de indignação moral por meio dos discursos morais acerca dos banheiros de uso comum mostram que diferentes atores estão envolvidos no ecossistema de informações falsas. Blackburn et al. (2019) apontam como tipos comuns: os idiotas úteis os verdadeiros crentes e teóricos da conspiração¹⁰⁸; e os indivíduos que se beneficiam de informações falsas¹⁰⁹. Em qualquer um desses tipos, as informações falsas difundidas por esses atores por meio das redes sociais *on-line* podem prejudicar a imagem de um candidato, gerar pânico, influenciar opiniões, entre outros efeitos potenciais.

¹⁰⁷ Disponível em: [https://temasselecionados.tse.jus.br/temas-selecionados/propaganda-eleitoral/crimes-na-propaganda-eleitoral#:~:text=\(Ac.%20de%2028.10.2022%20no%20Ref%20RP%20n%C2%BA%20060156220%2C%20rel.%20A0%20Min.%20Alexandre%20de%20Moraes.\)](https://temasselecionados.tse.jus.br/temas-selecionados/propaganda-eleitoral/crimes-na-propaganda-eleitoral#:~:text=(Ac.%20de%2028.10.2022%20no%20Ref%20RP%20n%C2%BA%20060156220%2C%20rel.%20A0%20Min.%20Alexandre%20de%20Moraes.)). Acesso em: 22 maio 2023.

¹⁰⁸ Referem-se a indivíduos que compartilham informações falsas porque eles realmente acreditam que eles estão compartilhando a verdade e que outras pessoas precisam saber sobre isso (Blackburn et al., 2019, tradução nossa).

¹⁰⁹ Pessoas que terão um ganho pessoal com a divulgação de informações falsas. Esta é uma categoria muito ampla, variando de pessoas comuns a indivíduos populares.

A origem da *fake news* sobre a implantação de banheiro unissex em escolas está diretamente conectada à teoria de gênero, também chamada de ideologia de gênero. No ano de 2020, começou a circular pelas redes sociais mensagem que afirmava que o STF iria colocar em votação uma ação movida pelo PSOL (partido de esquerda aliado do PT durante a campanha) “para tornar obrigatória a ideologia de gênero nas escolas públicas e privadas” e, em caso de aprovação, “as crianças escolherão se querem ser meninos ou meninas e os banheiros serão comuns”.

A Ação Direta de Inconstitucionalidade (ADI) 5668 proposta pelo PSOL não aborda pautas relacionadas à ideologia de gênero, visto que o documento manifesta pela inclusão de temáticas sexuais e de gênero e pela obrigatoriedade de as escolas coibirem o *bullying* homofóbico, entre outros detalhes, incluindo o uso dos banheiros escolares de acordo com o gênero com o qual os alunos se identificam. O julgamento da ação foi retirado de pauta pelo STF em novembro de 2020 e voltou a ser incluído em 2022, logo após o pleito eleitoral, no entanto, foi novamente retirado da mesa em 28 de novembro, conforme detalhado no portal de consultas de processo do STF¹¹⁰.

Sobre o assunto, os lulopetistas veem a insistência no discurso por parte dos bolsonaristas como uma tentativa de manipulação ou mesmo de distorção, conforme apresentado nesta sequência de respostas a uma colocação considerada por eles equivocada, na qual o discurso bolsonarista enuncia que Lula, entre outros temas morais importantes para o grupo, é favorável à ideologia de gênero.

(B) Lula nao é católico, apoia Aborto, Ideologia de Gênero, liberação das drogas
 (L) nem existe ideologia de gênero.... Vai estudar Existe gênero.... É cada coisa!
 (L) Não acredite em fake news, converse com alguém que esclareça você.
 (L) vcs fazem uma destorcao de tudo não sabem nem o que ideologia de gênero?
 Comentários no post: Lula 04out(5) – Lula se encontra com Frei Davi [...] (Facebook, 2022).

Assim como o ‘banheiro unissex’, na campanha de 2018 circulou uma *fake news* semelhante em termos de valores morais agregados. Neste pleito, a partir do ecossistema de desinformação (Wardle; Derakhshan, 2017), a *fake news* passou pelas fases de criação, produção (transformou-se em produto de mídia) e distribuição (tornou-se uma mensagem pública), e passou a ser repercutida a polêmica sobre o ‘kit gay’.

¹¹⁰ Disponível em: <https://portal.stf.jus.br/processos/detalhe.asp?incidente=5148159>. Acesso em: 28 maio 2023.

A criação do ‘kit gay’¹¹¹ foi a *fake news* em circulação no pleito de 2018 com mais compartilhamento de forma difusa, isto é, em vários formatos (áudio, vídeo e texto), que juntos tiveram ao menos 400 mil compartilhamentos. Nela, afirmava-se que o material pedagógico continha um livro didático com conotação sexual inadequada para menores, e teria sido distribuído nas bibliotecas das escolas públicas pelo Ministério da Educação durante a gestão de Fernando Haddad, no governo de Dilma Rousseff (PT).

O conteúdo noticioso enganador com falso contexto¹¹² ganhou destaque após Jair Bolsonaro, em entrevista ao Jornal Nacional em 28 de agosto de 2018, exibir um exemplar do livro “Aparelho Sexual e Cia”, da editora Seguinte (Companhia das Letras), alegando que o livro fazia parte do material do programa Escola Sem Homofobia, que ficou conhecido como kit gay.

Incluído à polêmica gerada a partir do livro, em um processo deliberativo e não acidental para formação de falsas crenças, passou a circular um vídeo no qual um suposto pai de criança matriculada em uma creche afirmava que mamadeiras com o bico em formato do órgão genital masculino (conhecida como ‘mamadeira de piroca’) estavam sendo distribuídas nas escolas e creches de São Paulo por determinação de Fernando Haddad, ex-prefeito da cidade (PT). Esse objeto, no entanto, era na verdade um produto erótico vendido em *sex shops* e nunca foi distribuído em creches públicas¹¹³.

Tanto a *fake news* do ‘kit gay’, em 2018, quanto a do ‘banheiro unissex’, em 2022, exploraram a discussão em torno da agenda contra a ideologia de gênero¹¹⁴.

Analisando a propagação e repercussão dessas *fake news* sob a perspectiva partidária, observamos o fenômeno descrito por Van Bavel e Pereira (2018), em que os partidários tendem a aceitar informações que estejam alinhadas com sua ideologia e rejeitar informações contraditórias, independentemente da veracidade real das notícias, viés ideológico que leva as pessoas a aceitarem notícias falsas que confirmam suas crenças e a rejeitarem notícias verdadeiras que vão contra suas crenças.

3.1.7 Guerra santa bolsonarista: satanismo e fechamento de igrejas

¹¹¹ Disponível em: <https://www.aosfatos.org/noticias/e-falso-que-haddad-criou-kit-gay-para-criancas-de-seis-anos/>. Acesso em: 10 ago. 2021.

¹¹² Quando o conteúdo genuíno é compartilhado com informação contextual falsa (Wardle, 2017).

¹¹³ Disponível em: <https://www.boatos.org/politica/mamadeira-kit-gay-distribuida-em-creches.html>. Acesso em: 10 ago. 2021.

¹¹⁴ Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2019/09/03/saiba-como-o-termo-ideologia-de-genero-surgiu-e-e-debatido.ghml>. Acesso em: 3 maio 2023.

Mesmo com ressalvas quanto ao real impacto das câmaras de eco e dos filtros-bolha, prevalece maior consenso quanto ao ponto de vista de que as interações homofílicas nas redes restringem a diversificação de informações e culturas, comprometendo a seleção e julgamento das informações e favorecendo, conseqüentemente, a expansão das *fake news*.

Um ponto importante considerado por essa corrente de pensamento sobre as redes sociais *on-line* é o papel do algoritmo do *Facebook* na propagação de informações falsas. A partir de 2018, o algoritmo foi modificado para privilegiar as interações pessoais¹¹⁵, fazendo com que o *feed* da plataforma exiba mais conteúdo de amigos e familiares em detrimento de publicações de páginas de marcas, mídia e outros. Além disso, o algoritmo passou a reduzir a visibilidade do jornalismo profissional nas páginas dos usuários, o que favoreceu o crescimento do efeito das bolhas e, conseqüentemente, das câmaras de eco.

Essa nova dieta informativa imposta pelos algoritmos, limitando ainda mais o que cada usuário consome, contribuiu para a disseminação das *fake news*, especialmente quando consideramos o viés de confirmação, que é um fator direto da polarização em grupos.

Com essa dinâmica, as relações entre os usuários estão cada vez mais isoladas em bolhas, o que dificulta a ampliação da diversidade de percepções e deixa o usuário cada vez mais isolado em um mundo centrado em um ponto de vista singular. Dessa forma, no discurso de valorização dos valores tradicionais, como Deus, Pátria e Família, associado ao mito da conspiração comunista, emergem entre os discursos do grupo político bolsonarista as pautas religiosas, que buscam relacionar a esquerda política como inimiga dos preceitos morais e cristãos.

Nesse contexto de luta do ‘bem contra o mal’, vimos as barreiras do moralismo atravessando o espaço do sagrado, com uma ampla exploração da fé e da religião para obter votos na campanha presidencial de 2022. Para Dalmolin e Borelli (2022), essa disputa de sentidos é extremamente significativa, de modo que para refletir sobre o pleito é necessário considerar o impacto da dimensão religiosa.

Pelos discursos, especialmente dos sujeitos bolsonaristas, é possível perceber como a pauta da religião se entrelaça com temas relacionados aos direitos sexuais e reprodutivos, igualdade de gênero, direitos humanos, políticas afirmativas, reconhecimento da diversidade e outros tópicos abordados nas pautas de costumes ou morais de parte da direita brasileira, nomeada ‘movimento bolsonarista’. Pelos discursos, especialmente dos sujeitos bolsonaristas, é possível perceber como a pauta da religião se entrelaça com temas relacionados aos direitos

¹¹⁵ Disponível em: <https://tecnoblog.net/232146/facebook-feed-amigos-familia/>. Acesso em: 21 ago. 2021.

sexuais e reprodutivos, igualdade de gênero, direitos humanos, políticas afirmativas, reconhecimento da diversidade e outros tópicos abordados nas pautas de costumes ou morais da direita brasileira, identificada por nós de ‘movimento bolsonarista’. Nesse sentido, notamos, na conversação na postagem do dia 19 de agosto na *fanpage* de Lula, os bolsonaristas construindo discursos ancorados no argumento de que ‘Deus, o criador dos céus e da terra’, seria contrário às supostas pautas defendidas pelo petismo, como a ‘legalização do aborto’, ‘casamento homossexual’, ‘corrupção’, ‘liberação das drogas’, ‘morte dos inocentes no útero’, ‘liberação de condenados perigosos’, ‘apoio a comunistas genocidas’, rotulando todas essas questões como ‘pecaminosidades’.

(L) Lula quer Deus te proteja essa caminhada com muito sucesso vamos juntos rumo a vitória

(B) Deus criador dos céus e da terra não protege o aborto de crianças inocentes?! Não defende a legalização das drogas como por exemplo a maconha?! Não defende o casamento homossexual, melhor dizendo, o casamento entre dois homens ou duas mulheres?! Me mostre nas escrituras sagradas o Todo-Poderoso criador do universo dos céus e da terra defendendo essas pecaminosidades?!

(B) Deus o deus dele não é o meu!!! Nunca apoiaria corrupção, liberação das drogas, morte dos inocentes no útero, liberação de condenados perigosos, apoios a comunistas genocidas!!!! Fala sério!!!!

Comentários no post: Lula 19ago(8) – Momento emocionante em BH [...]. (Facebook, 2022).

Nos comentários, há a exploração do tema da religiosidade pelos candidatos e seus partidários desde os primeiros dias da campanha, particularmente pelo grupo bolsonarista, que intensificou o discurso de Lula ser adepto do satanismo e do ocultismo com a divulgação de um vídeo no qual um conhecido influenciador intitulado luciferiano gravou vídeos com uma camisa vermelha com a estrela do PT e uma bandeira de Lula prevendo a vitória do petista no primeiro turno em razão de pacto firmado com entidades satânicas.

(B) Vai no Yutub e veja este vídeo inteiro, você irá gostar. Agora entendo porquê à Janja fala pouco do "deus", que ela cultua. Será que é para esconder do povo, nesta época de campanha?



(B) Olha o macumbeiro, eu jamais irei votar no satanás, Tá repreendido no nome de Jesus Cristo. Meu voto é novo Homem de Deus!! Jair Messias Bolsonaro 22!!! Tenho orgulho de ter um presidente da República Honesto e Fiel ao povo Brasileiro,
 Jair Messias Bolsonaro 22 Glória a Deus.
 Comentários no post: Bolsonaro 16ago(10) - Sem guerra e pandemia, o PT [...] (Facebook, 2022).

Nos comentários acima, em uma postagem no primeiro dia oficial da campanha (16 de agosto), na página de Bolsonaro, os bolsonaristas expressam uma combinação de raiva e repulsa pelo que consideram uma violação dos padrões cristãos-morais, construindo discursos ofensivos que relacionam Lula a ‘satanás’. Ao mesmo tempo, enaltecem Bolsonaro como ‘homem de Deus’, desencadeando uma onda de indignação que vai além do círculo social imediato do autor da postagem (Sawaoka; Monin, 2018).

Os discursos na página bolsonarista produzidos em relação às religiões de matriz africana (afro-brasileiras) denotam para o grupo lulopetista uma intolerância religiosa contra fiéis ou simpatizantes da umbanda e candomblé. Para esse grupo político, ao chamarem Lula de ‘satanista’ e ‘demônio’, estão associando os seguidores dessas religiões a práticas demoníacas. No comentário em resposta ao bolsonarista que diz que o Deus de Lula é ‘zé pilintra’¹¹⁶, o lulopetista adverte sobre ‘crime’ baseado em ‘racismo religioso’.

(B) o deus dele é zé pilintra
 (L) Lula já disse que é cristão, mas que respeita todas as crenças e religiões. Zé Pilintra é uma entidade de cultos afro-brasileiros, especialmente a umbanda. Cuidado: racismo religioso é crime inafiançável e imprescritível.
 Comentários no post: Lula 02out(1) – Hoje é dia da democracia. (Facebook, 2022).

Além de replicar a declaração pública dada por Lula por meio de sua assessoria, afirmando ser “cristão, católico, crismado, casado e frequentador da igreja a defesa lulopetista procurou desfazer a ideia de que o petista é contra os cristãos, especialmente o segmento evangélico, destacando, inclusive, leis publicadas em suas gestões como prova de respeito à diversidade religiosa. Nos mesmos comentários, como exemplificado em um deles em 06 de outubro na *fanpage* petista, os partidários lulopetistas alegam que a perseguição aos cristãos é uma farsa criada para retratar Lula como anticristão e, ao mesmo tempo, promover Bolsonaro como o único defensor dos valores cristãos e disposto a colocar Deus à frente da nação.

¹¹⁶ Zé Pelintra é uma das mais importantes entidades de cultos afro-brasileiros, especialmente entre os umbandistas.

(L) Vendo tudo o que o seu governo fez de bom para os evangélicos e vendo algumas lideranças dessas igrejas mentirem. Eu fico com o senhor, e oro para que os fiéis abram os olhos...

(B) oq foi q ele fez ? kkkll

(L) VC não sabe nada...Para início de conversa, sabia que em 2003 Lula sancionou lei que reconhecia e garantia o direito a todas as igrejas, seja de qualquer denominação ou credo, de funcionarem no Brasil? Antes muitas eram meio que clandestina! No ato, Malafaia, Edir Macedo e Magno Malta estavam presentes, e agradeceram ao Lula pela atitude de um verdadeiro estadista. Se precisar, tenho mais exemplos ok?

(B) acho que o Lula deu um gole da pinga dele pra vc não é possível

(B) Pra mim vc não é cristã de verdade, sabe por que?! Como pode dizer que ama a Deus e defender um velho asqueroso que defende a ideologia de gênero, drogas e aborto? De uma fonte não pode jorrar duas águas.

Comentários no post: Lula 06out(8) – ESPALHE A VERDADE [...] (Facebook, 2022).

Como resposta aos lulopetistas que tentariam dissociar a imagem de Lula da perseguição política, os discursos dos seguidores bolsonaristas veiculavam um misto de raiva e desprezo quando expressam, por exemplo: ‘acho que o Lula deu um gole da pinga dele pra vc não é possível’ e questionam a fé cristã dos partidários lulopetistas: ‘Pra mim vc não é cristã de verdade’. Na mesma conversação, um discurso propagado situa Lula como ‘velho asqueroso’ e lembra as pautas morais colocadas sob probabilidade de serem aprovadas pelo político (‘ideologia de gênero, drogas e aborto’).

Esse tipo de indignação performatizada no *Facebook* entre os perfis de apoiadores manifesta-se, sobretudo, como uma reação emocional negativa ao ato de um único indivíduo, no caso, Lula, visto com repulsa a ponto de ser construída uma desumanização de sua imagem, ou seja, passam a não reconhecer seus atributos mentais humanos, um dos estados psicológicos que caracterizam a polarização afetiva do grupo, segundo Carpenter et al. (2021). Isso também é apontado por Crockett (2017) como um dos pontos negativos da indignação *on-line* em comparação com o *off-line*, pois é mais fácil desumanizar os alvos da indignação no ambiente virtual.

A Coligação Brasil da Esperança (chapa de Lula) chegou pedir ao TSE a derrubada de postagens de adversários políticos que veiculavam *fake news*, depois da série de publicações feitas contra o ex-presidente Lula (PT), incluindo a suposta perseguição a cristãos. No início de outubro, o TSE determinou a exclusão de *posts* sobre Lula fechar igrejas, deliberando que o *Twitter* e *Facebook* fossem notificados para suspender o conteúdo e, em caso de descumprimento, aplicação de multa prevista de R\$ 10 mil (dez mil reais). Ao todo, 31 *links* foram atingidos.

Teve mais...

Estas não foram as únicas *fake news* repercutidas pelos perfis partidários de Bolsonaro durante a campanha eleitoral, no entanto, foram as mais frequentes e com maior teor emocional-moral. Entre outras, apareceram com menos frequência nos comentários: Lula vai acabar com trabalho por aplicativo (Uber e Ifood)¹¹⁷; Lula vai suspender o PIX (modo de transferência monetária instantâneo e de pagamento eletrônico instantâneo em real brasileiro)¹¹⁸, e, Lula criticou microeendedores cadastrados como M.E.I (categoria do microempreendedor individual)¹¹⁹, todas elas causando indignação por alegação de desfavorecer a classe trabalhadora e favorecer o empresariado.

A análise a partir dos comentários construídos por partidários bolsonaristas, seja na página de fãs de Bolsonaro, seja na página de Lula, revela o quanto a disseminação de *fake news* está intrinsicamente relacionada à expressão de indignação moral no contexto das redes sociais. Esse grupo, particularmente, levantou diversas antinomias político-partidárias no sentido de demarcar seus valores morais e religiosos pelo uso de informações que, sabidamente ou não falsas, atendem a interesses de identificação política.

As *fake news* usadas politicamente para alavancar tempestades de indignação moral foram alusivas às principais bandeiras exploradas pelo movimento bolsonarista (conforme discussão do capítulo 1), com acentuada exploração de notícias falsas voltadas à destruição da reputação do PT e de Lula (PT e PCC); a retomada de teorias da conspiração, sugerindo um plano orquestrado pela esquerda política para tornar o Brasil um país comunista, levando à população a perda de direitos e principalmente à extrema pobreza (ameaça comunista); colocando sob suspeita o processo eleitoral (fraude nas eleições/urnas, pesquisas eleitorais fraudadas), como a segurança das urnas e sobre o poder de legislar do Supremo Tribunal Federal e a atuação e funções do Tribunal Superior Eleitoral. Discursos que incitam a desacreditar as instituições e a agir de forma antidemocrática, com manifestações, como as observadas nos comentários de chamadas para protestos e pedidos de anulação das eleições. E de forma reiterada, o compartilhamento de *fake news* que reforçam pautas morais (ampliação da legalização do aborto e banheiro *unissex*) e a guerra santa instaurada entre os dois grupos (satanismo e fechamento de igrejas).

¹¹⁷ Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/confere/ultimas-noticias/2022/10/19/lula-acabar-transporte-aplicativo-falso.htm>. Acesso em: 23 jun. 2023.

¹¹⁸ Disponível em: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2022/03/07/e-fake-que-g1-publicou-reportagem-afirmando-que-lula-pretende-acabar-com-o-pix-se-assumir-a-presidencia-em-2022.ghtml>. Acesso em: 23 jun. 2023.

¹¹⁹ Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/comprova/ultimas-noticias/2022/10/29/posts-enganam-ao-dizer-que-lula-nao-considera-meis-como-trabalhadores.htm>. Acesso em: 23 jun. 2023.

A alta incidência de comentários referenciados em *fake news* corrobora a hipótese do viés de confirmação, presente na discussão de identificação política. Por exemplo, quando compartilham e dão *feedback* em notícias sobre urnas adulteradas (prenhas), mostram que, para defender os valores ideológicos do grupo, estão dispostos a acreditar em informações que atendam às suas crenças partidárias.

A presença constante de partidários bolsonaristas na fanpage de Lula também é um sinalizador da necessidade de intensificar o contágio moral *on-line*. O grupo manifesta assim que, para além do sentimento de pertencimento no intragrupo, quer ampliar sua indignação moral, mostrando a mais pessoas, principalmente pessoas ligadas ao petismo, que transgressões aconteceram e o quanto sentem nojo, raiva e desprezo pelos responsáveis pela transgressão e por quem os apoia. Assim, fazem uso de forma intensificada do discurso emocionalizado, numa tentativa de amplificar a circulação da informação, traduzida em indignação moral.

A análise dos comentários também permitiu visualizar o quanto, no intragrupo, ou seja, nos comentários produzidos dentro da própria página de Bolsonaro e entre os bolsonaristas, sem interlocução dos lulopetistas, este grupo de partidários demonstra perceber menos ultraje em relação às normas transgredidas ou supostamente transgredidas. Por sua vez, quando essas denúncias de transgressões são compartilhadas e discutidas na página do oponente Lula, o ultraje revela ser muito mais percebido, ao que supõe ser uma tentativa de tornar as percepções de indignação coletiva ampliadas (alto contágio moral).

4 FAKE NEWS E INDIGNAÇÃO MORAL LULOPETISTA

No capítulo anterior, discutimos as principais *fake news* mobilizadas como estratégias discursivas pelos apoiadores do grupo político bolsonarista, observando como essas empregam linguagem moral-emocional sustentada em conteúdos falsos para expressar indignação moral nas discussões políticas, tanto dentro do grupo de partidários (na página de fãs de Bolsonaro) quanto fora dele (na página de fãs de Lula). Neste capítulo, continuamos nossa análise teórico-metodológica, desta vez explorando as *fake news* usadas com fins semelhantes pelo grupo político lulopetista.

Partindo do pressuposto de que as pessoas tendem a preferir notícias que confirmem suas crenças positivas sobre membros do mesmo grupo político e crenças negativas sobre membros de grupos políticos opostos (Pereira; Harris; Van Bavel, 2023), e considerando que a indignação moral motiva o desejo de punir transgressões (Brady et al., 2021), analisamos os discursos em que os lulopetistas se apropriam de *fake news* para construir conteúdo moralizante e observamos como eles expressam indignação moral em seus comentários nas *fanpages* dos candidatos.

Assim como no capítulo anterior sobre as *fake news* bolsonaristas, para a análise empírica dos comentários relacionados aos episódios que desencadearam a indignação moral, utilizamos três componentes básicos, segundo Brady et al. (2021), que caracterizam quando uma pessoa expressa essa emoção, os quais: (i) tiver sentimentos em resposta a uma violação percebida do senso de moralidade do usuário; (ii) seus sentimentos são compostos de emoções como raiva, nojo e desprezo; e (iii) os sentimentos estão associados a reações específicas, incluindo culpar pessoas/acontecimentos/coisas, responsabilizá-los ou querer puni-los.

Selecionamos as *fake news*, compreendidas como desencadeadoras de indignação moral, considerando-as como ‘tempestades de indignação’ (Brady; Van Bavel, 2021), devido às polêmicas provocadas e ao estímulo ao compartilhamento de emoções morais que geram o contágio moral (Brady et al., 2017; Brady; Crockett; Van Bavel, 2020).

4.1 Precisamos falar de 2018 para entender 2022

Na eleição presidencial de 2018, treze candidatos participaram do primeiro turno, e no segundo turno, os candidatos que avançaram foram Jair Bolsonaro (candidato à reeleição em 2022 pelo Partido Liberal), político com uma carreira de sete mandatos como deputado federal, totalizando 28 anos na Câmara dos Deputados, e Fernando Haddad, representando o Partido

dos Trabalhadores (PT), que substituiu Luiz Inácio Lula da Silva (2003-2011) na corrida presidencial após a candidatura do ex-presidente ser indeferida pelo TSE devido a uma condenação em segunda instância, tornando-o inelegível segundo a Lei da Ficha Limpa. Haddad é professor de carreira, mas já ocupou cargos de gestão como ministro nos governos Lula e Dilma Rousseff, além de ter sido prefeito de São Paulo de 2013 a 2016. Neste pleito, Jair Bolsonaro saiu vencedor, com 55,13% dos votos válidos no segundo turno, enquanto o petista Haddad obteve 44,87%.

De acordo com levantamento do *site* Congresso em Foco¹²⁰, durante a campanha de 2018, em um período de 70 dias, foram identificadas 123 *fake news*, das quais 104 delas beneficiavam diretamente o candidato Jair Bolsonaro¹²¹. Pesquisas acadêmicas subsequentes, como as de Dourado (2020) e Ferreira e Alcantara (2020), confirmaram o levantamento do *site*, evidenciando que os conteúdos falsos foram criados com o objetivo de favorecer um candidato (*fake news* pró-candidato) ou prejudicar o adversário (*fake news* contra o adversário). As análises revelaram que a chapa do PT, encabeçada por Haddad, foi a mais afetada negativamente pela maioria das *fake news*, enquanto houve um significativo favorecimento ao candidato pselista.

Ao longo da campanha, a candidata a vice-presidente na chapa de Fernando Haddad (PT), Manuela D'Ávila (PCdoB), foi alvo de *fake news*, o que a levou diversas vezes a ir a público desmenti-las¹²². Conteúdos falsos, montagens de fotos, áudios, vídeos e informações fabricadas em formato de notícias circularam constantemente¹²³, principalmente com conteúdo tentando acusá-la de ofender os cristãos¹²⁴; fazer apologia às drogas¹²⁵; defender o aborto¹²⁶; entre outras de cunho moral¹²⁷.

¹²⁰ Disponível em: <https://congressoemfoco.uol.com.br/amp/>. Acesso em: 21 mar. 2020.

¹²¹ Disponível em: <https://congressoemfoco.uol.com.br/amp/area/pais/das-123-fake-news-encontradas-por-agencias-de-checagem-104-beneficiaram-bolsonaro/>. Acesso em: 21 mar. 2020.

¹²² Disponível em: <https://revistaforum.com.br/politica/em-video-manuela-davila-desmente-noticias-falsas-sobre-ela/>. Acesso em: 4 maio 2020.

¹²³ Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2018-10/um-dia-da-eleicao-fake-news-sobre-candidatos-inundam-redes-sociais>. Acesso em: 18 maio 2020.

¹²⁴ Disponível em: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/10/09/e-fake-que-manuela-davila-disse-que-quer-acabar-com-todos-os-feriados-cristaos.ghtml>. Acesso em: 18 maio 2020.

¹²⁵ Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2020/09/30/verificamos-manuela-davila-tatuagens-che-guevara-lenin/>. Acesso em: 2 out. 2020.

¹²⁶ Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2021/03/16/verificamos-manuela-davila-aborto/>. Acesso em: 17 abr. 2021.

¹²⁷ Disponível em: <https://diariocarioca.com/fake-news-fotos-de-lingerie-e-nudes-de-manuela-davila-sao-falsas/>. Acesso em: 4 maio 2020.

Um exemplo de *fake news* constantemente divulgada no pleito de 2018 contra Manuela foi a que tentou vinculá-la a Adélio Bispo, suspeito do esfaqueamento de Jair Bolsonaro em um evento de campanha em Juiz de Fora, Minas Gerais, em 6 de setembro de 2018¹²⁸. Na história fabricada, uma imagem da candidata trazia o texto “*Por que essa mulher ligou 18 vezes para Adélio no dia do esfaqueamento do Bolsonaro?*”. A repercussão levou Manuela D’Ávila a solicitar ao TSE proteção da Polícia Federal durante as eleições¹²⁹, pedido negado sob alegação de somente o candidato a presidente ter direito à segurança durante o pleito. As investigações conduzidas pelo Ministério Público sobre o atentado concluíram que Adélio não efetuou nem recebeu ligações no dia e que agiu sozinho na concepção, planejamento e execução do crime, e não houve qualquer menção ao nome de D’Ávila.

Ao longo da campanha, por meio de denúncias feitas pela coligação, a candidata tentou várias medidas para diminuir os impactos dos rumores¹³⁰ que recaíam sobre sua imagem e da sua chapa à presidência. Com conotação machista e misógina, as mensagens buscavam afirmar que sua figura feminina não era adequada para assumir o cargo de vice-presidente do país. Atendendo a umas dessas representações, em 08 de outubro de 2018, o TSE determinou a retirada de 33 *links* do Facebook¹³¹. Somado o alcance dos *posts*, havia 146.480 compartilhamentos e 5.190.942 visualizações.

As suspeitas das eleições presidenciais de 2018 terem sido influenciadas por uma rede organizada de difusão de *fake news*, espalhadas principalmente pelo WhatsApp¹³², continuaram a ser levantadas após a nomeação dos eleitos.

Para investigar denúncias de uso de perfis falsos nas eleições de 2018, o Congresso Nacional criou, em julho de 2019, a Comissão Parlamentar Mista de Inquérito (CPMI) das *Fake News*¹³³. Em razão da pandemia da Covid-19, a comissão teve prazo congelado em abril de

¹²⁸ Disponível em: <https://g1.globo.com/mg/zona-da-mata/noticia/2018/09/06/ato-de-campanha-de-bolsonaro-em-juiz-de-fora-e-interrompido-apos-tumulto.ghtml>. Acesso em: 4 maio 2020.

¹²⁹ Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/noticia/2018/09/24/pt-pede-a-justica-eleitoral-protecao-da-policia-federal-para-candidata-a-vice-manuela-davila.ghtml>. Acesso em: 4 maio 2020.

¹³⁰ Histórias cuja veracidade é ambígua ou nunca confirmada (WARDLE, 2017).

¹³¹ Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/tse-manda-facebook-tirar-do-ar-33-links-com-noticias-falsas-contramanuela-davila-23141134>. Acesso em: 18 maio 2020.

¹³² Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2018-11/noticias-falsas-influenciaram-eleicoes-deste-ano-dizem-pesquisadores>. Acesso em: 4 maio 2020.

¹³³ Requerimento (CN) n° 11, de 2019. Disponível em: <https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento?dm=7974346&ts=1624912655059&disposition=inline>. Acesso em: 17 abr. 2021.

2020¹³⁴. Até março, pouco antes de ser suspensa, a CPMI realizou reuniões, recebeu documentos e ouviu pessoas em audiências públicas ou oitivas¹³⁵.

A jornalista Patrícia Campos Mello (2020) chegou a denunciar um esquema de disparo de mensagens em massa nas redes sociais durante as eleições de 2018, que tinha como foco principal a desconstrução da candidatura da chapa encabeçada pelo PT, tática conhecida como *firehosing* e consiste na disseminação de informações (fabricadas ou distorcidas) de forma constante, repetitiva, rápida e em larga escala, com o intuito de influenciar a opinião pública. Além do *firehosing*, a repórter da Folha de S. Paulo também apontou a existência do *astroturfing*, outra estratégia adotada para gerar desinformação, criando e deturpando dados para obter vantagens e auferir lucros – buscando, assim, ganhos políticos, ideológicos e financeiros. O *astroturfing* é um recurso empregado para camuflar os verdadeiros autores das mensagens, utilizando robôs, números de telefone estrangeiros, *sites* políticos, entidades ou pessoas sem relação direta com as campanhas políticas para espalhar conteúdos e dar a impressão de que são usuários orgânicos (espontâneos).

Conforme a investigação jornalística, que serviu de base para as reportagens assinadas pela repórter, os conteúdos anti-PT eram disparados em massa via *WhatsApp* e atingiam milhares de eleitores. O esquema pode ter influenciado a disparada da rejeição de Fernando Haddad na semana final do primeiro turno¹³⁶.

A força e o resultado da ação de marketing político demonstram o quanto as *fake news*, enquanto produtos propositalmente falsos ou enganosos, são produzidos e distribuídos para enganar um público relevante, constituindo um fenômeno político.

Ainda nas eleições de 2018, a repórter da BBC Brasil, Juliana Gagnani, participou por uma semana como membro de 272 grupos no *WhatsApp*. A experiência de netnografia para fins jornalísticos rendeu material para entender a lógica de distribuição do conteúdo político que chega a milhões de pessoas diariamente pelo aplicativo de mensagem instantânea. A jornalista também conseguiu traçar características dos conteúdos: imagens no contexto errado, áudios com teorias conspiratórias, fotos manipuladas, pesquisas falsas, ataques à imprensa tradicional, imagens que fomentam o ódio a LGBTQIAP+¹³⁷ e ao feminismo, ataques sistematizados a

¹³⁴ Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/654185-presidente-da-cpmi-das-fake-news-pede-suspensao-de-prazo-do-colegiado-durante-pandemia/>. Acesso em: 17 abr. 2021.

¹³⁵ Disponível em: <https://legis.senado.leg.br/comissoes/audiencias?0&codcol=2292>. Acesso em: 17 abr. 2021.

¹³⁶ Disponível em: <https://theintercept.com/2018/10/21/bolsolao-lavazap-whatsapp-bolsonaro/>. Acesso em: 17 abr. 2021.

¹³⁷ A sigla LGBTQIAP+ é usada para representar a comunidade de lésbicas, gays, bissexuais, transexuais, travestis, queer, intersexos, assexuais, pansexuais e o mais serve para abranger as demais pessoas da bandeira e a pluralidade de orientações sexuais e variações de gênero.

artistas em redes sociais e áudios e vídeos de gente comum ou de gente que se passa por gente comum, mas com identidade desconhecida, dando motivos para votar em um candidato.

Conteúdos checados pela agência de *fact-checking* “Aos Fatos”, durante as eleições de 2018, coincidem com as características descritas pela repórter da BBC Brasil. Por exemplo, de acordo com a agência, dentre os 113 boatos verificados de julho a outubro uma que teve ampla difusão foi a do suposto apoio do padre Marcelo Rossi à candidatura de Jair Bolsonaro¹³⁸, apoio negado pelo sacerdote. Também houve a teoria conspiracionista na qual a Organização dos Estados Americanos (OEA) e o Partido dos Trabalhadores (PT) teriam um acordo secreto.

Em outubro daquele ano (2018), o *Facebook* removeu 68 páginas e 43 contas da plataforma¹³⁹ que replicavam postagens favoráveis ao presidenciável Jair Bolsonaro. As páginas alcançaram juntas, em um mês, cerca de 12,6 milhões de interações (reações, comentários e compartilhamentos). A remoção, justificada em nota pela plataforma, não foi exatamente devido ao conteúdo passível de categorização como *fake news*, mas por violarem as políticas de autenticidade e de *spam*. Além de usar contas falsas ou múltiplas com os mesmos nomes, publicavam artigos caça-cliques, que fazem uso deliberado de manchetes enganosas com o objetivo de aumentar o tráfego para lucro ou popularidade e direcionavam para *sites* fora do *Facebook*. Estes sites, alavancados pelo tráfego oriundo das redes sociais, são chamados de ‘fazendas de anúncios’ (*ad farms*, em inglês) e ganham dinheiro cada vez que alguém visita.

A medida também aconteceu durante as eleições municipais de 2020. Além do *Facebook*, o *Instagram* removeu contas e páginas ligadas ao Partido Social Liberal (PSL) e a gabinetes ligados ao então presidente, conforme apontado na ocasião e identificado em junho de 2021 pela Polícia Federal¹⁴⁰.

Não apenas contas e páginas foram removidas naquelas eleições municipais, mas também *posts*. Somente no *Facebook* e *Instagram*, 140 mil publicações¹⁴¹ com informações falsas ou incorretas sobre as eleições foram retirados das redes, sob alegação de violarem a política contra interferência no processo eleitoral. O *WhatsApp* também tomou medidas com a

¹³⁸ Disponível em: <https://www.aosfatos.org/noticias/padre-marcelo-rossi-nao-declarou-apoio-bolsonaro-audio-e-falso/>. Acesso em: 4 maio 2021.

¹³⁹ Disponível em: <https://www.folhape.com.br/noticias/facebook-remove-rede-de-contas-e-paginas-de-apoio-a-bolsonaro/85183/>. Acesso em: 4 maio 2021.

¹⁴⁰ Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/politica/noticia/2021/06/pf-identifica-uso-de-contas-derrubadas-pelo-facebook-dentro-do-planalto-em-investigacao-sobre-atos-antidemocraticos-ckpmt7ncp004001gtf4r9p1fm.html>. Acesso em: 10 jul. 2021.

¹⁴¹ Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/tecnologia/2020/11/23/facebook-excluiu-140-mil-posts-com-informacoes-falsas-sobre-eleicao-municipal>. Acesso em: 15 jan. 2021.

remoção de mil contas¹⁴² acusadas de disparar mensagens em massa, infringindo os “Termos de Serviço” do aplicativo, durante as eleições de 2020.

Como produto constituído a partir de uma dimensão sistêmica, na qual a propagação se dá, sobretudo, pelas redes sociais, que favorecem a disseminação, as *fake news* são projetadas para gerar cliques e compartilhamentos. A partir das narrativas criadas com a intenção maliciosa de impulsionar um amplo espectro de emoções, seja infringindo danos à imagem pública de uma pessoa, organização ou entidade específica e influenciando decisões ou manipulando opinião pública sobre temas específicos, elas apresentam alto potencial para agir sobre as paixões, pois influenciam na forma como as pessoas formulam julgamentos, acionando um espiral de replicação de informações falsas.

Nas próximas seções, discutimos como esse cenário de propagação de *fake news* para marcar indignação moral e acentuar posicionamentos de identificação político-ideológica antagônicos foi intensificado de maneira sistemática a partir de 2018 e se compôs, após passados quatro anos, entre o grupo político lulopetista na eleição presidencial seguinte (2022). Nessa eleição, estavam entre os favoritos do eleitorado o então eleito de 2018, Jair Bolsonaro, em uma tentativa de reeleição, e o líder do PT, Luiz Inácio Lula da Silva, eleito por duas vezes presidente da República e buscando uma terceira condução ao cargo após ter seus direitos políticos reconquistados.

4.2 O lulopetismo e o uso político de *fake news*

A cena política que se desenrolou a partir de 2018 e ao longo dos últimos quatro anos, culminando na eleição presidencial de 2022, parece corroborar a célebre afirmação de Umberto Eco: “as redes sociais deram voz a uma legião de imbecis”, aspecto que ganha respaldo ao considerarmos o crescente antagonismo político, no qual cada indivíduo busca veementemente defender seu ponto de vista, de modo que, nesse contexto, a assertiva de Eco não parece tão infundada, uma vez que sua proposição se revela até mesmo comedida em face dos efeitos observados. Recuero, Soares e Zago (2021) ressaltam como as redes sociais hoje se tornaram cenários de múltiplos *gatekeepers*, ou seja, diversos participantes alimentam e retroalimentam ativamente as narrativas e contranarrativas que circulam *on-line*. Nesse contexto, as dietas

¹⁴² Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2020/11/eleicoes-2020-whatsapp-bane-mais-de-mil-contas-por-causa-de-fake-news.ghml>. Acesso em: 15 jan. 2021.

informativas das redes sociais são influenciadas por uma diversidade de atores, o que acaba contribuindo para o acirramento do debate político e das tensões ideológicas.

Em meio a esse ‘processo democrático’ de vozes, viu-se a explosão das *fake news* em efeito cascata, prática antiga, ampliada em simbiose com as redes de interação social. Mesmo a definição não sendo consensual, três pontos sobre *fake news* estão acordados: são conteúdos deliberadamente falsos, compartilhados intencionalmente para causar danos, e se propagam *on-line*.

As redes sociais apresentam alguns diferenciais em relação às mídias tradicionais, o que lhes rendeu o título de ‘matrizes das *fake news*’. Dois desses diferenciais, como definidos pela organização Intervozes (2019), são: a escala, ou seja, a velocidade com que o conteúdo é popularizado, tornando-se viral; e a segmentação das mensagens, associada à coleta de dados pessoais, trazendo à tona um problema antigo com nova roupagem.

É nesse ambiente de elementos dinâmicos, flexíveis e, sobretudo, de poder político, que as *fake news* das mais diversas características se espalham. Criadas e distribuídas nos mais diversos formatos, elas mostram que os conteúdos enganosos não se restringem a uma problemática textual. Assim como Blackburn et al. (2019), Wardle e Derakhshan (2017) destacam que, no ecossistema de informações falsas, recursos visuais (imagens, vídeos, movimentos gráficos, clipes de áudio editados, memes, etc.) podem ser muito mais persuasivos do que conteúdos textuais quando a questão envolve conteúdo falso, conferindo maior ‘credibilidade’ às informações apresentadas.

Apesar de os formatos e características serem classificadores importantes para pensar a desordem da informação (Wardle; Derakhshan, 2017), não nos detemos apenas nesses elementos para discutir as problemáticas causadas pelas *fake news*. Neste ponto do debate, nosso interesse particular é compreender a motivação político-partidária e como a mensagem é recebida, interpretada e qual a repercussão dentro das redes sociais dos presidencialistas nas eleições gerais de 2022, observando em perspectiva, neste capítulo, como os lulopetistas participam para acentuar o antagonismo político.

Embora o compartilhamento de *fake news on-line* seja fortemente relacionado ao partidarismo de direita, como discutido por Nikolov, Flammini e Menczer (2021), existe uma tendência, embora mais fraca, entre os usuários de esquerda de recorrerem a informações falsas para ‘defender’ suas visões políticas, assim como vimos ocorrer entre os partidários lulopetistas.

Nesse contexto, discutimos neste capítulo o uso político de *fake news* por parte dos lulopetistas, apresentando exemplos de conteúdos enganosos, persuasivos, com meias verdades, factoides e notícias hiperpartidárias a partir das quais eles exploram o potencial das mensagens

para ampliar o contágio moral e fomentar repercussões entre os partidários dentro da plataforma.

Lulopetistas não espalham fake news?

Não é bem assim.... Antes de tudo é preciso dizer que a campanha de Lula em 2022 conseguiu comprovar 75 *fake news* bolsonaristas. Das 114 denúncias feitas pela defesa de Lula e acatadas pelo TSE no pleito sobre conteúdos que circularam na *internet* ou em propagandas eleitorais, 75 delas estavam ligadas diretamente a mentiras espalhadas pelo grupo político oponente. Além das já citadas e comentadas no capítulo anterior (3 *fake news* e indignação moral bolsonarista), constam na lista outras *fake news* comprovadas como falsas pelo TSE: Lula eliminará o agronegócio caso seja eleito¹⁴³; Lula vai acabar com 13º e férias trabalhistas¹⁴⁴; Lula afirmaria ter vagabundos, traficantes e bandidos entre seus apoiadores¹⁴⁵; Se Lula vencer as eleições haverá confisco de bens e ativos financeiros da população¹⁴⁶, entre outras.

O quadro aqui descrito não significa que podemos relativizar a presença de *fake news* apenas por parte do grupo político bolsonarista. É necessário expor, de acordo com o levantamento realizado pela empresa de engenharia e análise de dados Palver¹⁴⁷ e obtido pelo Broadcast Político, sistema de notícias em tempo real do Grupo Estado¹⁴⁸, que o volume de *fake news* compartilhadas no *WhatsApp* contra o candidato Luiz Inácio Lula da Silva (PT) atingiu praticamente o triplo do número de mensagens falsas contra o presidente Jair Bolsonaro (PL) ao longo do segundo turno. O levantamento mostrou que a média de *fake news* contra Lula, que circulou na plataforma de conversa no período entre 3 e 29 de outubro, foi de 181 a cada 100 mil mensagens compartilhadas. No mesmo período, a média de mensagens falsas contra Bolsonaro foi de 62 a cada 100 mil mensagens compartilhadas.

¹⁴³ Disponível em: <https://oglobo.globo.com/politica/eleicoes-2022/noticia/2022/09/ministra-do-tse-manda-excluir-postagens-com-informacoes-falsas-sobre-plano-de-lula-para-o-agro.ghml>. Acesso em: 3 nov. 2022.

¹⁴⁴ Disponível em: <https://contee.org.br/tse-determina-remocao-de-fake-news-sobre-13o-ferias-e-combustiveis/>. Acesso em: 3 nov. 2022.

¹⁴⁵ Disponível em: <https://www.terra.com.br/noticias/eleicoes/comprova-video-edita-fala-de-lula-para-afirmar-que-ele-chamou-apoiadores-de-vagabundos-e-trafficantes,6f6da86bd0bce33c1d3e96cd0f0ba139vyb7px05.html>. Acesso em: 3 nov. 2022.

¹⁴⁶ Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/confere/ultimas-noticias/2022/06/28/e-falso-que-estatuto-do-pt-preve-confisco-de-bens.htm>. Acesso em: 3 nov. 2022.

¹⁴⁷ Disponível em: <https://twitter.com/palverbr>. Acesso em: 12 nov. 2022.

¹⁴⁸ Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/agencia-estado/2022/10/30/palver-fake-news-contralula-atinge-o-triplo-das-contrabolsonaro-no-whatsapp.htm>. Acesso em: 12 nov. 2022.

As *fake news* antibolsonaro nas redes sociais foram utilizadas como estratégia discursiva para influenciar os debates *on-line* não apenas na bolha progressista, mas também na bolsonarista, principalmente após o final do primeiro turno. Por exemplo, o deputado federal por Minas Gerais, André Janones (Avante), que desistiu de sua candidatura própria para apoiar o candidato do PT, afirmou em uma *live* que, caso Bolsonaro fosse eleito, transformaria o senador e ex-presidente Fernando Collor (PTB) em ministro com o objetivo de confiscar aposentadorias e extinguir o Auxílio Brasil. Além disso, o deputado publicou *tweets* com o mesmo conteúdo¹⁴⁹, usando um trecho descontextualizado de uma entrevista concedida por Bolsonaro a um programa de *podcast* em 9 de outubro.

É notável, assim como apontado por Blitvich (2022), que é comum o uso das ferramentas da *internet*, como as redes sociais e as conversações nelas presentes, para buscar justiça pessoal contra aqueles que violam ou supostamente violam os códigos de conduta do mundo real e da comunidade virtual. Neste estudo, em que são analisadas as emoções morais, a pesquisadora introduz o conceito de *ad hominem* (expressão em latim que significa contra o homem) e explica que se trata de uma falácia que envolve atacar e desqualificar a pessoa em vez do próprio argumento que ela apresenta. Nesse mesmo sentido, os comentários em nossa pesquisa empírica apresentam tanto os partidários bolsonaristas, como evidenciado no capítulo anterior, fazendo apelo, em seus discursos, a emoções propulsoras de indignação moral, como aborto e identificação de gênero (convertido em ideologia de gênero), quanto os lulopetistas, como veremos neste capítulo, apelando para desvios morais graves que impactam o eleitor conservador e cristão, como crença religiosa, canibalismo e pedofilia.

Nesse sentido, o levantamento realizado para esta pesquisa mostrou que o grupo de partidários de Lula explorou três principais *fake news* (Tabela 5) durante a campanha eleitoral, e a frequência delas foi maior na página do adversário, não sendo encontrada constância de comentários construídos a partir de conteúdos falsos produzidos por partidários lulopetistas na *fanpage* de Lula.

Tabela 5 – Fake news repercutidas por partidários lulopetistas

Fake News	Conceitos-chave
Guerra Santa	Pacto maçônico Brasil entregue à satanás
Canibalismo	Comer carne humana/indígena
Pedofilia	Pedofilia é crime Pintou um clima com adolescentes venezuelanas

Fonte: Dados da pesquisa.

¹⁴⁹ Disponível em: <https://jc.ne10.uol.com.br/colunas/jamildo/2022/10/15096662-fernando-collor-vai-ser-ministro-de-bolsonaro-entenda-os-rumores.html>. Acesso em: 12 nov. 2022.

O estudo de Machiaveli (2019) investiga como as *fake news*, emaranhadas em conteúdos de teor político ou ideológico, são utilizadas como intensificadoras de polêmicas e, por meio de modalidades argumentativas, atingem o emocional das pessoas, despertando emoções como a raiva, o confronto e também a indignação. Nossa pesquisa aborda especificamente a discussão sobre a apropriação de *fake news* de teor político-partidário para reforçar a indignação moral. Nessa perspectiva, os discursos políticos caracterizam-se pela oposição a outro discurso, uma arena (Pêcheux, 2014), na qual os sujeitos inscritos nesses discursos estabelecem diferentes relações, ou seja, se colocam numa disputa discursiva em que cada grupo busca atribuir sentidos às suas diferenças. Nesse processo de disputa de sentidos, acontece simultaneamente o processo de identificação política ao demarcar quem é o inimigo e quem é o amigo.

4.2.1 Guerra santa lulopetista: forças ocultas

Conforme apresentado no capítulo sobre as *fake news* bolsonaristas (3.1.7 Guerra santa bolsonarista: satanismo e fechamento de igrejas), a exploração da fé religiosa para angariar votos é uma estratégia discursiva mobilizada pelos dois grupos de partidários. Na batalha religiosa, os debates envolveram sobretudo temáticas como o cristianismo, a maçonaria, forças ocultas e satanismo, com o objetivo de conquistar os votos do eleitorado cristão, que representa 81% da população do país (sendo 50% católicos e 31% evangélicos), constituindo o maior número de adeptos de religiões no Brasil, de acordo com o último levantamento do instituto Datafolha em 2020 (O Globo, 2020). Nesta seção, concentramo-nos na análise dos discursos produzidos pelos sujeitos lulopetistas dos quais emergem sentidos de antagonismo em relação ao grupo bolsonarista, a partir da ancoragem na linguagem moral cristã.

A importância do eleitorado praticante de religiões cristãs foi considerada ao longo de todo o pleito por ambos os candidatos, e esteve entre os indicativos de preferência do eleitorado analisados pelos institutos de pesquisa em relação a esse segmento. Faltando cerca de duas semanas para o segundo turno, o IPEC mostrou como o eleitorado católico e evangélico se dividia na intenção de votos. O levantamento apontou que Lula tinha 56% de apoio entre os católicos, enquanto Bolsonaro obtinha 38%. Já entre o público evangélico, o cenário se invertia, com Bolsonaro liderando com 60% e Lula com 32%.

Diante do alinhamento do eleitorado evangélico ao bolsonarismo e aos valores conservadores explorados pelas pautas de costumes por esse público, Lula lançou a “Carta aos Evangélicos” (Carta Compromisso com Evangélicos) em 19 de outubro, durante um encontro com lideranças de igrejas, iniciativa que visou se aproximar e conquistar o apoio desse

segmento religioso. Neste e em outros momentos em que eleitores evangélicos manifestaram apoio ao candidato petista, foram chamados por bolsonaristas de ‘falsos cristãos’, uma vez que ‘se vc apoia as ideias do Lula vc nunca foi cristan.’

(L) Sou Cristã. Sou evangélica. Sou Lula 13. Pois independente de religião, voto no que é melhor para minha família, para o meu país.
 (B) vc não passa daquele tal de Barrabás... que ordenou classificar Jesus, cristão de verdade jamais vota no demônio. 🤔🤔🤔
 (B) como dizia minha mãe crente até o diabo é kkkkk né diaba
 (B) Ou você não sabe de política ou você não é cristã. PT Partido das Trevas
 (B) tu és macumbeira diabólica!! Tu és inconsequente!!
 (B) me mostra na Bíblia onde o Senhor autoriza o aborto, discriminação das drogas, defender criminosos que matam por causa de um celular e outros itens, apoiar ditadores que perseguem cristãos! Me mostra pq eu já li a Bíblia e não vi nada semelhante, agr que eu já vi na Bíblia o Senhor abominando tudo isso que citei aí sim eu já vi !
 (B) se vc apoia as ideias do Lula vc nunca foi cristan,
 Comentários no post: Lula 03set(3) – Em 8 anos de governo [...]. (Facebook, 2022).

Nos comentários acima, embora construídos na página de fãs de Lula, há a participação expressiva do sujeito bolsonarista nesse espaço, no qual o processo discursivo vai se construindo atravessado pelo discurso religioso, ao se recorrer, por exemplo, a personagens bíblicos em oposição (Barrabás x Jesus), a analogias (‘crente até o diabo’) e a aspectos relacionados a visões estereotipadas de uma religião (‘macumbeira diabólica’). Nesse movimento, os discursos apelam ao campo emocional para fortalecer os laços sociais, ao mesmo tempo em que são compartilhados com essas expressões de modo sequencial, o que ajuda a construir uma imagem moral pessoal (Luo, 2022).

Enquanto os sujeitos bolsonaristas se concentraram em relacionar Lula a ‘crenças cultuadoras do diabo’ (debate na seção 3.1.7), entre os partidários do petista foi montada uma ofensiva para associar Bolsonaro à maçonaria. Dois dias após o primeiro turno, foi divulgado um vídeo datado de 2017¹⁵⁰ em que o presidente discursa em um templo maçônico. A partir desse vídeo, foi propagada uma montagem de Bolsonaro posando em frente a uma imagem de Baphomet, uma entidade pagã com cabeça de bode, asas e parte do corpo feminino que não faz parte do conjunto simbólico da maçonaria e, atualmente, é frequentemente ligado ao satanismo.

O ‘pacto com uma seita maçônica’ que supostamente Bolsonaro fez para vencer a eleição e entregar o Brasil para satanás passou a ser amplamente presente no discurso dos

¹⁵⁰ Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/edicao-de-video-distorce-declaracao-de-bolsonaro-sobre-ministerio-para-collor/>. Acesso em: 11 maio 2023.

lulopetistas, como na conversa do dia 05 de outubro na página do *Facebook* de Bolsonaro, na qual partidários dos dois campos discursivos contestam um ao outro acerca de questões religiosas relacionadas aos adversários políticos. Há a instalação de uma arena discursiva, na qual, pelo uso de palavras e expressões que apelam ao senso de bem e mal, como ‘altar satânico’, ‘decepção’ e ‘de cristão, Bolsonaro não tem nada’, os lulopetistas tentam chamar a atenção e provocar a disseminação de ideias morais e políticas desfavoráveis à imagem do presidencial, em um processo de contágio moral (Brady et al., 2017; Brady; Crockett; Van Bavel, 2020).



(L) Vídeo de Bolsonaro na Maçonaria VIRALIZA, evangélicos se sentem traídos e ABANDONAM CANDIDATURA
(L) Bolsonaro vendendo a alma e o Brasil no altar satânico da maçonaria, que decepção
Comentários no post: Bolsonaro 04out(8) – Sempre existirá alguém [...].
(*Facebook*, 2022).

Acreditar e querer que outras pessoas também acreditem que o adversário político violou uma norma moral, neste caso, uma norma de valor moral cristão, como presente nos discursos do diálogo acima, coloca em funcionamento um gatilho para indignação e, a partir daí uma ampla exposição de seus supostos delitos, na busca de sua desmoralização, ao mesmo tempo em que se tenta desencadear respostas comportamentais, como vergonha ou punição.

Para contrapor as publicações com imagens e vídeos do presidente em loja maçônica e legendas associando-o, assim como a maçonaria, a forças ocultas, a estratégia discursiva de defesa aos ataques por parte dos sujeitos foi a associação da imagem do presidencial a um ser sagrado, enviado por Deus para salvar a nação. Em comentário carregado de apelo emocional na página do seu presidencial no dia 18 de agosto, um partidário bolsonarista afirma que ‘nada nem ninguém vai impedir-lo, de ser Reeleito’.

(B) Se verdadeiramente ele foi ou é um escolhido de Deus , nada nem ninguém vai impedir-lo , de ser Reeleito..Porque Quelé quer era ,ainda é.e sempre será Deus! Amem?
Comentário no post: Bolsonaro 18ago(13) - São José dos Campos [...]
(*Facebook*, 2022).

Bolsonaro e Lula incluíram na agenda de campanha encontros com líderes religiosos, mas foi a participação de Bolsonaro em uma missa na Basílica Nossa Senhora Aparecida, no dia 12 de outubro, que gerou ampla discussão entre os dois grupos políticos. Na ocasião, eleitores bolsonaristas causaram o que foi chamado pelos lulopetistas de ‘alvoroço’, ao acompanhar a passagem do presidente pelo Santuário, contexto em que houve agressão a jornalistas e vaías ao padre que celebrava a missa em comemoração ao Dia de Nossa Senhora Aparecida.

Tal acontecimento provocou nos lulopetistas sentimento de indignação, que o consideraram um desrespeito aos católicos no dia da celebração da santa padroeira do Brasil, uma ‘profanação’ e ‘falta de amor Deus total’, segundo eles, atribuindo a situação ao comportamento fanático dos apoiadores de Bolsonaro. Além disso, Bolsonaro e seus apoiadores foram considerados um ‘anticristo’ que ‘n professa nossa fé’ e usa o ‘altar da igreja’ ‘levando muitos aos ‘fanatismo’. Em síntese, como demonstram nesta conversa do dia 13 de outubro na *fanpage* de Lula, os lulopetistas expressam seus sentimentos de indignação, pois acreditam que Bolsonaro e seus partidários esquecem que os ‘templos religiosos devem ser sagrados’.

(L) Foi absurda a profanação num momento respeitoso e especial para os católicos... Eles não respeitam nada, funeral, missa... Não respeitam as diferenças (de cultura, de região, de sexualidade), só Lula tem a força para acabar com isso e o Brasil voltar a ter a paz que sempre teve!!! Eu creio, amém! ❤️

(L) Não podemos aceitar comício dentro da igreja .muito triste ver uma situação dessa falta de amor Deus total

(L) Se ele n professa nossa fé é aceitável mas a falta de respeito já é demais ,altar de igreja não é palanque

(L) fez isso desde o início com os evangélicos que foram levados pelos pastores. Um anticristo apoiado por fanáticos levando muitos aos fanatismo.

(L) Tô aqui militante pela retirada do nome de Deus das eleições. Estou com Lula

(L) A igreja é altar de adoração a Deus e não palanque de político sem caráter.

(L) Ele é um aproveitador, desequilibrado ã tem moral nenhuma para continuar governando nosso País, o cara faz tanta besteira para enganar o os fanáticos que é escorraçado de uma Igreja com a cara lavada entra em outra, cada vez mais se torna ridículo sem noção .13 nele.

(L) Gente desrespeitosa, as pessoas são religiosas tem fé, crêem em Deus. Eles estão acostumados a fazer do altar deles um palanque, templos religiosos devem ser sagrados.

Comentários no post: Lula 13out(13) – Para mim, a fé é algo muito sagrado. (Facebook, 2022).

Em resposta à manifestação de indignação dos eleitores lulopetistas, partidários opositores apresentam na conversa abaixo do dia 17 de outubro, mais uma vez se fazendo

presentes na *fanpage* de Lula, suas próprias versões aos fatos ocorridos. Para um dos bolsonaristas, é preciso, antes de tudo, ‘VÊ como aconteceram os FATOS’ e não fazer como o ‘partido das TREVAS’. Já para outro, as falas do arcebispo são consideradas sugestivas ao discorrer em homília em missas anteriores à visita de Bolsonaro sobre fome ‘FEZ toda essa CONFUSÃO com esse discurso de ÓDIO e de ESQUERDISTA ficou com inveja da POPULARIDADE do PRESIDENTE’.

(L) Incrédulo falta de respeito a nossa senhora. Que Deus nos livre desse povo sem noção desse presidente sem coração sem religião.

(B) Vc DEVERIA primeiro VÊ como aconteceram os FATOS não faça igual ao seu partido das TREVAS

(L) Como queira, falta de consideração ao ato e desrespeito ao povo católico, em sua maior festa religiosa.

(B) O PRESIDENTE CHEGOU CERTINHO IGUAL QUALQUER PESSOA PORÉM O D ORLANDO é q FEZ toda essa CONFUSÃO com esse discurso de ÓDIO e de ESQUERDISTA ficou com inveja da POPULARIDADE do PRESIDENTE

(L) Temos que vencer o dragão das mentiras, do ódios, da fome assim como pediu don Holando, acebispo de aparecida do norte

Comentários no post: Lula 17out(8) – QUEM MORA NA FAVELA [...] (Facebook, 2022).

Nesse bloco de conversação, há também o discurso do lulopetista, no qual, pelo uso de palavras estereotipadas como ‘dragão das mentiras’, ‘ódios’ e ‘fome’, atribui a culpa da situação ao bolsonarismo e apresenta a salvação vinda do lulopetismo. Discursos como esses mostram o quanto o conteúdo moral e emocional pode aumentar a captura de atenção e possivelmente levar a um maior *feedback*. De acordo com Brady, Gantman e Van Bavel (2019a), líderes políticos e partidários utilizam conversas moralmente estruturadas nas mídias sociais para chamar a atenção para seu ‘bom’ caráter e camuflar outras informações sobre eles.

4.2.2 Canibalismo e pedofilia

Duas polêmicas, consideradas declarações com manipulação de conteúdo¹⁵¹ formato muito comum de *fake news* - foram massivamente exploradas pelo grupo de partidários lulopetistas: o vídeo do candidato dizendo que cometeria canibalismo e outro vídeo onde diz que “pintou um clima” com meninas venezuelanas.

¹⁵¹ Quando a informação ou imagem genuína é manipulada para enganar (Wardle, 2017).

Os vídeos repercutiram de forma negativa e foram explorados pelos lulopetistas, demonstrando que perceber violações de normas não é o único mecanismo acionado pela indignação. Como explicam Mihailov, Voinea e Vică (2023), pode-se perceber a violação de um padrão moral, mas decidir ignorá-la. Nesse sentido, a indignação moral é uma resposta comportamental de raiva a violações de normas, em que há necessidade de envergonhar os infratores ou exigir que eles avaliem suas ações como censuráveis.

O vídeo do candidato, sendo interpretado pelos antipartidários como se ele cometesse canibalismo, começou a circular em 5 de outubro. O trecho da entrevista de Bolsonaro ao jornal americano *The New York Times*, em 2016, viralizou no *Twitter*, ocupando os *Trending Topics* durante o dia todo.

Crockett (2017) chama de ‘fadiga da indignação’ a exposição constante a notícias ultrajantes. Segundo a pesquisadora, a frequência e a extremidade dos estímulos desencadeantes de indignação podem levar a diminuir a intensidade de emoção em relação à percepção de uma norma social ou ainda fazer com que as pessoas experimentem indignação de forma mais seletiva para reduzir emoções. Em resposta comportamental contrária, pode intensificar experiências subsequentes de indignação, como registrado na repercussão do assunto, gerando discurso antagônico entre partidários oponentes, na conversação do dia 16 de outubro na página de fãs bolsonarista.

(B) O bem vencerá o mal 22

(L) Qual mal? O que despreza a vida humana? O que diz que comeria um índio? Ou o que pintou clima com adolescente de 14 anos?

(L) eu vi que assim como eu, você é mãe de uma filha menina. Você acha bonito um homem velho sair falando que “pintou um clima” com ela??
Pensa bem. Reflita. Bolsonaro odeia as mulheres.

(B) Cada um sabe seus valores e princípios. Essa questão já foi explicado, duro é o pessoal da esquerda ficar tentando acabar com todas as ideologias. PT nunca mais..

Comentário no post: Bolsonaro 16out(3) - Mantenham o foco [...].
(Facebook, 2022).

Os dois campos discursivos claramente se opõem um ao outro. Enquanto o discurso lulopetista é carregado de apelo moral, acentuando expressões como ‘despreza a vida humana’, ‘acha bonito um homem velho’ e ‘odeia as mulheres’, o discurso bolsonarista, embora também se valha de moralismo, adota o argumento político da culpa para se contrapor (‘é o pessoal da esquerda ficar tentando acabar com todas as ideologias’).

Esse tipo de conteúdo indignado, no qual há uma tentativa de inflar críticas negativas em torno dos adversários em uma constante manifestação de ressentimento, corrobora a

hipótese de Clifford (2019), segundo a qual as questões moralizadas reduzem as perspectivas de uma relação respeitosa e, conseqüentemente, diminuem as chances de debates para soluções democráticas. Além disso, aponta que os efeitos da polarização de atitudes políticas persistem ao longo do tempo, e a raiva e o desprezo podem ser os mecanismos por trás desses efeitos.

A coligação do presidente Jair Bolsonaro entrou junto ao TSE com pedido de retirada do ar da propaganda eleitoral, alegando que o conteúdo causava prejuízo para o candidato no âmbito eleitoral e também à sua honra pessoal, ao difundir informações inverídicas, difamatórias e injuriantes. O TSE determinou a remoção do conteúdo em 8 de outubro. Porém, contrariando a decisão da corte, a campanha de Lula impulsionou a publicação durante o dia 9, e novamente o candidato atingido solicitou a retirada do conteúdo, além de punição à campanha do adversário, alegando que o impulsionamento, segundo afirmam, com custo entre R\$ 25 mil (vinte e cinco mil reais) e R\$ 30 mil (trinta mil reais) no *Facebook*, alcançou cerca de 2 milhões de pessoas¹⁵². Para os partidários de Bolsonaro, o vídeo, além de descontextualizado, é uma demonstração de ‘mau caráter’ de Lula e seus apoiadores.

Outra polêmica de grande repercussão envolvendo o nome do candidato à reeleição aconteceu a pouco menos de quinze dias para o segundo turno. A *hashtag* #Bolsonaroépedófilo foi uma das mais compartilhadas no *Twitter* no dia 15 de outubro. A campanha surgiu em resposta a uma declaração do presidente de que “pintou um clima” entre ele e meninas venezuelanas de 14 e 15 anos em entrevista a um *podcast*, concedida no dia anterior (14 de outubro), no qual disse:

Eu estava em Brasília, na comunidade de São Sebastião. Parei a moto numa esquina, tirei o capacete e vi umas menininhas, três, quatro, bonitas, de 14, 15 anos, arrumadinhas no sábado. Vi que elas eram meio parecidas. Pintou um clima, eu voltei. ‘Posso entrar na sua casa?’. Eu entrei. Tinha umas 15, 20 meninas sábado de manhã, se arrumando. Todas venezuelanas. Eu pergunto: meninas bonitinhas se arrumando no sábado pra quê?. (Jair Bolsonaro em entrevista ao canal Paparazzo Rubro-Negro, no YouTube, em 14 de outubro de 2023).

Os comentários repercutindo o vídeo relacionando Bolsonaro à exploração sexual infantil explicitam, por parte dos lulopetistas, não apenas uma grave violação moral, mas a infração de outras normas morais, visto que, segundo Mihailov, Voinea e Vică (2023), expressar indignação moral não é um fenômeno que se dá apenas como resposta à violação de uma única norma social, mas de diferentes tipos de normas, como a norma contra o sofrimento

¹⁵² Disponível em: <https://noticias.r7.com/eleicoes-2022/pt-gastou-r-30-mil-em-impulsionamento-de-video-que-associa-bolsonaro-ao-canibalismo-11102022>. Acesso em: 5 jun. 2023.

(cuidado/dano), a norma de justiça (justiça/fraude), a norma de lealdade de grupo (lealdade/traição), a deferência às normas de autoridade e tradição (autoridade/subversão) e a norma de pureza (santidade/degradação). Dependendo das diferentes condições estimuladoras, um mecanismo emocional é acionado. Sendo a transgressão de normas baseadas em identidade, com maior potencial de polarizar as pessoas do que no caso de normas baseadas em danos, isto ocorre, segundo assinalam, devido ao maior consenso sobre a importância das normas que causam sofrimento, angústia ou carência e geram compaixão pelas vítimas, o que muitas vezes se mistura à raiva em relação àqueles que causam o dano.

Na repercussão do assunto, como nesta conversação em 23 de outubro, quando a polêmica ainda era aproveitada pelo grupo político lulopetista, notamos mais uma vez como os dois grupos de partidários rivalizam em discursos para demarcar, ao mesmo tempo, oposição contra o adversário e apoio ao seu respectivo presidencial.

(L) As crianças sem proteção das leis uma vergonha um governo terrível, 13
neles
(B) você acredita realmente no que lula está falando? É de cair o c... Da
bunda. Como pode brasileiro ser tão manipulável assim...
(B) ta com algum problema! Bolsonaro é o protetor das crianças e não lula
que foi num museu de artes em são Paulo ver crianças tocarem em um
homem nú! Acorde! Chega de hipocrisia! Bolsonaro 22
(L) Nunca pensei que fosse viver anos para ver um governo desses.
Precisamos de Lula para presidente, ele sim é a esperança para uma vida
melhor para nossas crianças, para todos nós 🌟🌟🌟🌟
(B) sabe o que é massa de manobra? São eleitores do PT. PT inventa uma
mentira, aplica na cabeça dos eleitores e pronto.
Comentários no post: Lula 23out(1) - POR QUE ELES QUEREM [...]
(Facebook, 2022).

O uso de expressões específicas como ‘sem proteção das leis’, ‘uma vergonha’, um ‘governo terrível’ sugere que o comentarista da mensagem está experimentando alta excitação emocional, com valência negativa, como a indignação moral.

Essa possibilidade de identificar emoções em textos de mídias sociais por meio de palavras específicas, uso de pontuação (como a repetição frequente do ponto de exclamação, comum em muitos comentários), e manifestação de opiniões é uma proposta de estudo apresentada por Brady, McLoughlin e Crockett (2021), em que os pesquisadores chamam a atenção dos estudiosos do campo da Psicologia Social e de áreas correlatas, como a Comunicação, para a oportunidade de estudar expressões emocionais nas plataformas de mídias sociais e oferecem considerações teóricas e práticas para orientar pesquisas nessa perspectiva.

Anteriormente, Brady, Gantman e Van Bavel (2019b) já haviam apontado como a mídia social está mudando o teor das conversas políticas, tornando-se um catalisador para a indignação moral. Segundo eles, a forma como as pessoas percorrem seus *feeds* de mídia social é muito semelhante a um método clássico usado por psicólogos para medir a capacidade de atenção das pessoas. Quando o usuário navega de forma rápida e desatenta, é exposto a um fluxo ágil de estímulos verbais, o que torna o uso de palavras que apelam para o senso de certo e errado, como as utilizadas nos discursos analisados, particularmente eficaz para chamar a atenção, estabelecendo essa nova dinâmica de discutir política.

Diante do alto risco de impacto negativo do vídeo na campanha, o candidato à reeleição abriu uma *live* na madrugada de domingo (16) para esclarecer o assunto. Segundo justificou, a fala na entrevista ao canal Paparazzo Rubro-Negro foi tirada de contexto, com recortes para distorcer sua declaração, e ainda reforçou lutar pelo combate à pedofilia.

O PT recorta pedaços [da entrevista ao *podcast*] como se eu estivesse atrás de programas. Fiz uma live, foi demonstrado o que estava acontecendo. O PT pega pedaço e fala 'pintou um clima'? Que vergonha é essa? Sempre combati a pedofilia. Se fosse algo escondido, tudo bem, mas não foi nada escondido. Abri uma live por indignação sobre o que estava acontecendo – Declaração de Jair Bolsonaro em *live* no Facebook, dia 16 de outubro de 2022 (Facebook, 2022)

A campanha de Lula utilizou intensivamente o vídeo da entrevista para criticar o presidente e associá-lo à exploração sexual infantil. Em resposta, a equipe de Bolsonaro acionou o TSE, pedindo que o adversário removesse as menções sobre o tema e proibisse futuras postagens do vídeo. O TSE acatou o pedido, alegando que se tratava de “fato sabidamente inverídico e descontextualizado”, mas, mesmo após a decisão, a campanha de Lula voltou a veicular propaganda eleitoral associando o presidente à pedofilia, sendo novamente obrigada pelo TSE a retirar o conteúdo de suas plataformas de propaganda eleitoral.

Defendido por seus partidários como representante da moral e dos bons costumes, tomando como exemplo o diálogo já citado acima, ocorrido no dia 23 de outubro na página de fãs de Lula, o partidário bolsonarista enfatiza a imagem de Bolsonaro como defensor da família e dos valores morais, quando diz: ‘é o protetor das crianças e não lula’.

Nesses discursos, o senso de moralidade é construído pelos bolsonaristas ao retratarem Bolsonaro como um político protetor das crianças. Em contraste, os lulopetistas constroem uma imagem antagônica ao enfatizarem que Lula ‘é a esperança para uma vida melhor para nossas crianças, para todos nós’. Os dois campos discursivos tentam capturar atenção no espaço de

diálogo por meio de sentimentos em resposta ao senso de moralidade de cada partidário. Brady, Gantman e Van Bavel (2019a) evidenciam que o conteúdo moral e emocional tem um alto potencial para capturar a atenção porque tanto os estímulos emocionais quanto os morais são motivacionais. De acordo com os pesquisadores, os estímulos morais são motivacionalmente relevantes porque a moralidade cumpre inúmeros objetivos, incluindo a necessidade de pertencer a grupos sociais e a necessidade de acreditar em um mundo ‘justo’, e há evidências de que estímulos morais capturam a atenção mais do que estímulos não morais.

Outro apontamento relevante de Brady, Gantman e Van Bavel (2019a) diz respeito à hipótese de que o aumento de compartilhamento impacta o potencial de captura da atenção para conteúdo moral e emocional. Muito provavelmente, a atenção e o compartilhamento *on-line* afetam um ao outro, produzindo um relacionamento que se assemelha a um ciclo de *feedback*, de modo que mais atenção leva a mais compartilhamento e vice-versa. Esse *feedback* é observado particularmente no campo das conversas políticas, no qual se nota que a comunicação que enfatiza o conteúdo moral e emocional pode aumentar a captura de atenção e, possivelmente, levar a um maior engajamento.

A identificação das *fake news* mais repercutidas pelo grupo lulopetista durante a campanha presidencial de 2022 confirma que não é prudente atribuir apenas à direita política o uso de notícias falsas como estratégia de propaganda eleitoral. O estudo mostrou que, mesmo em menor escala, a esquerda também se apropriou discursivamente de conteúdos falsos como forma de trabalhar negativamente a imagem de Bolsonaro, em oposição à imagem positiva do candidato Lula.

As três categorias de *fake news* reiteradas pelos lulopetistas nas páginas de fãs do Facebook dos presidenciáveis (guerra santa, canibalismo e pedofilia) mostram que, pela escolha discursiva, procuraram atingir os dois temas considerados de maior valor ideológico para o grupo adversário: crença religiosa e comportamento moralmente correto, reforçando a necessidade de ampliar o contágio moral e fomentar repercussões entre os partidários dentro da plataforma, ao mesmo tempo que afirmam um posicionamento no qual condenam o que apontam como infração às normas morais.

O apelo em adotar *fake news* para levantar antinomias no discurso político evidencia ainda que os lulopetistas também entendem as redes sociais como arena política, onde podem construir discursos com narrativas e contranarrativas e que estas têm chance de se espalhar, sendo compartilhadas por um número expressivo de pessoas e lidas por um número ainda maior, e, igualmente, a chance de quem conheceu o conteúdo sentir-se provocado à indignação se amplia (contágio moral).

A utilização discursiva das *fake news* para chamar a atenção para violações ou supostas violações de normas morais, tal como construído nos comentários dos lulopetistas, cumpre ainda a tentativa de convencer os partidários bolsonaristas de que estes estão atribuindo confiança na pessoa errada (Bolsonaro), descritos por eles, a partir das *fake news* exploradas, como um político destituído de padrões morais e competência política.

Assim, mesmo a propagação de *fake news* dos lulopetistas não alcançando o fluxo dos bolsonaristas na rede (no caso da pesquisa, a plataforma *Facebook*), notamos igualmente a tentativa de desencadear indignação moral por parte desse grupo, indicando que os parâmetros para o uso dos recursos da comunicação na política precisam ser melhor limitados, sobretudo no espaço das redes sociais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O contexto político do país evidencia a marcante separação entre grupos partidários. Utilizando da linguagem da moralidade, bolsonaristas e lulopetistas, apresentados neste momento como os dois grupos com maior expressão de identificação política, demonstram suas diferenças e demarcam a separação do nós/eles.

As urnas confirmaram a dualidade que vinha sendo demonstrada pelas pesquisas de intenção de votos, nas quais Lula e Bolsonaro sempre apareciam com ampla vantagem em relação aos outros nove candidatos. No primeiro turno, dos 100% das urnas apuradas, o candidato pelo Partido dos Trabalhadores (PT) recebeu 57.259.504 votos (48,43%), e o candidato pelo Partido Liberal (PL) 51.072.345 votos (43,20%). Portanto, juntos, Lula e Bolsonaro receberam 108.331.849 votos, o correspondente a 91,63% do total de votos válidos.

Ao final do pleito, realizado em dois turnos, nos dias 2 e 30 de outubro, Luiz Inácio Lula da Silva foi eleito presidente da República pela terceira vez. Com 50,90% dos votos válidos, o petista derrotou com uma diferença apertada de pouco mais de 2,1 milhões votos o então presidente Jair Bolsonaro (PL), que fez 49,10% dos votos. Bolsonaro torna-se o primeiro presidente a tentar a reeleição e ser derrotado.

Adotando o espaço das redes sociais, os dois grupos se posicionam e confirmaram o que diz Mouffe (2014, 2015) acerca do caráter inegociável do tratamento das diferenças, quando essas são sustentadas pela moralidade e política, de modo que, no decorrer da campanha para eleger o presidente da República, não observamos nas conversações *on-line* acontecer consensos nos discursos, e tampouco o direito de defender as ideias não era questionado, ao contrário, os conflitos se agravavam à medida que o *feedback* positivo do grupo corroborava, como também regras eram inexistentes, ou melhor, desrespeitadas, tornando o jogo político um vale tudo.

As redes sociais operam nesse contexto de antagonismo político, onde os usuários, enquanto partidários, tomam esse ambiente virtual como um espaço de poder político, e passam por cima de regras compartilhadas simbolicamente na troca de informações, em um processo em que constroem conexões de caráter grupal, dando força a identificação política pela vontade de pertencer.

Considerando a identificação partidária como uma identidade “desprotegida” (Iyengar; Krupenkin, 2018) e como uma fonte de preconceito e desconfiança (Iyengar; Westwood, 2015), as demonstrações de hostilidade contra oponentes tornam-se ainda mais evidentes, como observado nos comentários carregados de expressões morais-emocionais extenuantes. Nesse

sentido, a afiliação de grupo passa a ser percebida pelo afeto manifestado ao grupo interno e pela hostilidade e animosidade com o grupo externo, acarretando maior confiança nos co-partidários e preconceito contra os partidários adversários.

Os novos modos de compartilhar e consumir informação e notícias que as mídias sociais permitem, somado à necessidade de pertencer, atuam nesse contexto, a exemplo das páginas de fãs do *Facebook* dos presidenciáveis, para acentuar posicionamentos de identificação político-ideológica. Daí decorre o consumo e o compartilhamento em contágio moral de *fake news*, no sentido de responder aos interesses e afetos partidários pela adoção de crenças que correspondam à visão política de cada grupo.

Nos comentários, vimos como a identificação política, intervindo para moldar as percepções de fatos, serviu aos partidários dos dois grupos políticos não apenas para promoção de retórica hostil, mas para ativar antinomias político-partidárias pela ótica da moralidade, colocando a defesa de valores morais como um forte marcador dessa identificação.

Fazendo uso de *fake news* como estratégia política, bolsonaristas e lulopetistas promoveram discursos morais como forma de evidenciar a violação de normas por parte dos oponentes. Esse comportamento, enquanto grupo, foi mais acentuado entre os bolsonaristas. Para eles, particularmente, temas de cunho moral, como legalização do aborto e ideologia de gênero, bem como temas religiosos, compõem suas pautas com o objetivo de erradicar o mal e promover o bem para uma parcela da população fiel aos princípios “Deus, Pátria e Família”, o que torna a defesa a partir de uma moralidade concebida pós-Bolsonaro e a partir dele. O maior apelo a emoções propulsoras de indignação moral com a repercussão de *fake news* confirma o quanto esse grupo adota mais estratégias de contágio moral com o uso das redes sociais - analisado pela amostra na página de fãs do *Facebook*, fazendo as percepções de indignação coletiva aumentar.

Como um confronto moral e não apenas político, os lulopetistas, como observado, mesmo recorrendo a *fake news* em menor proporção, também utilizaram dessa estratégia para demarcar sua identificação política pela separação com o ‘Outro’. Um Outro que também deve ser punido ou mesmo excluído do contexto social e político do país. Em seus discursos, a mensagem: “Bolsonaro e o bolsonarismo devem ser derrotados”, a defesa dos padrões morais dos lulopetistas se manifesta no sentido de promover a ordem social e restaurar o passado, com a ampliação da democracia.

Ao propor esse estudo, podíamos ter optado em analisar apenas um campo discursivo, assim, nos limitaríamos a observar o uso discursivo das *fake news* por parte de um dos grupos. No entanto, a escolha em focar nos dois lados, caracterizando a pesquisa espontaneamente

como análise comparativa, acontece também no sentido de correlacionar as estratégias de comunicação das duas campanhas. Nessa perspectiva, ao apontar quais foram as *fake news* difundidas por cada campanha e como os partidários utilizaram discursivamente esses conteúdos para chamar atenção a violações ou supostas violações de normas morais e acentuar identificação política durante as eleições, não tenciona nivelar os dois grupos, ao contrário, propõe observar as semelhanças e divergências das estratégias bolsonarista e lulopetista.

Nosso estudo não é o primeiro a apontar a *expertise* do movimento bolsonarista em produzir, disseminar e impulsionar *fake news*. Como reforçado, ao longo da campanha, os conteúdos falsos usados como propaganda política foram expressivamente superiores aos adotados pela campanha petista, mas nem por isso isenta o PT, partidos aliados e lideranças políticas agregados à Frente Única que ajudaram a eleger Lula da responsabilidade pela propagação de conteúdos falsos, tendo como alvo o adversário.

A campanha de Lula, como noticiado pelo *Intercept* Brasil¹⁵³, integrou diversas táticas visando ao enfretamento das *fake news*, com ações das equipes de comunicação e jurídica, e, como visto, esse enfretamento contra ataques oriundos das redes bolsonaristas também explorou assuntos, como moral e religião, utilizando conteúdos falsos.

É prudente e até mesmo honesto mencionar a participação do Deputado Federal André Janones (Avante-MG) no que pode ser chamado de contra-ataque. Janones, inclusive, admite em livro¹⁵⁴ de sua autoria, publicado logo após a campanha, ter divulgado propositalmente informações falsas de ataque, colocando em questionamento a moral de Jair Bolsonaro. Inclusive, as *fake news* de maior repercussão identificadas e analisadas no estudo referente às *fake news* lulopetista (capítulo 4) são detalhadas pelo parlamentar, bem como a forma como espalhou tais conteúdos.

Antagônicos na visão política, bolsonaristas e lulopetistas compartilharam, via redes sociais, durante o pleito de 2022, conteúdo emocional-moral para fortalecer os laços grupais, construir uma imagem moral pessoal e principalmente para desencadear indignação moral com mais força, espalhando para um maior número de pessoas, formando uma propagação viral incessável, cuja gênese está na identificação política que fazem as pessoas preferirem notícias que lhes permitam acreditar em coisas positivas sobre membros do seu grupo político e coisas negativas sobre membros de fora do grupo político.

¹⁵³ Disponível em: <https://www.intercept.com.br/2022/10/27/bastidores-revelam-porque-a-campanha-de-lula-demorou-para-conseguir-reagir-as-fake-news-de-bolsonaro/>. Acesso em: 06 jan. 2024.

¹⁵⁴ Livro ‘Janonismo Cultural: O uso das redes sociais e a batalha pela democracia no Brasil’ publicado pela editora Civilização Brasileira e lançado em 20 de novembro de 2023.

Pode-se questionar, a partir das análises aqui sistematizadas, como as pessoas se sentem à vontade para expressar indignação com uso de palavras estereotipadas para infringir culpa a um grupo específico de pessoas, responsabilizando-as e querendo puni-las por uma violação a normas morais. Crockett (2017) explica que diferente da indignação *off-line*, que pode acarretar sanções e até mesmo agressões físicas, a indignação *on-line* traz menos riscos para o indignado.

No entanto, embora mais ‘protegido’, os potenciais benefícios sociais da indignação moral *on-line* são limitados. Uma delas refere-se à segregação ideológica dos alvos da indignação, normalmente polarizados em câmaras de eco, não terem sequer conhecimento do conteúdo, sendo difícil ocorrer uma mudança de comportamento. Outra limitação é a capacidade de distinguir o verdadeiramente hediondo do meramente desagradável. No ambiente *on-line*, essa confusão é mais comum, sobretudo em razão do excesso de mensagens, e ainda a indignação *on-line* pode resultar em um envolvimento menos significativo em causas sociais, por exemplo, por meio de voluntariado ou doações, uma vez que o indignado pode passar a achar mais fácil expressar sua indignação por meio de textos de mídias digitais.

Ao final desta análise sobre a apropriação de *fake news* como resposta aos interesses e afetos partidários, podemos refletir sobre o quanto essa prática está diretamente ligada à disputa política e, por sua natureza nociva, é uma ameaça à democracia, sobretudo por impulsionar o debate na esfera pública de maneira distorcida, além de interferir na livre opinião.

O anonimato ou pseudoanonimato pode permitir que as pessoas falem o que pensam sem temer as repercussões de expressar pontos de vista que podem enfrentar sanções sociais ou repressão governamental. A capacidade de deturpar identidades nas redes sociais é um dos muitos meios pelos quais a mídia social pode reduzir a responsabilidade, alertam McKay e Tenove (2020).

Colomina, Margalef e Youngs (2021), em estudo elaborado para a Subcomissão dos Direitos Humanos do Parlamento Europeu, assinalam que o impacto da desinformação nos processos democráticos se dá sobretudo pelo enfraquecimento da confiança nas instituições democráticas e na sociedade. Esse enfraquecimento, de acordo com as estudiosas, acontece, entre outras maneiras, pelo uso das redes sociais para canalizar a desinformação de forma coordenada, minando a credibilidade das instituições; pela queda na confiança na mídia convencional, ao mesmo tempo que os ecossistemas de notícias alternativas florescem; e pelo modelo de negócios das plataformas *on-line*, que empurra conteúdo que gera cliques e aumenta a polarização.

Estes fatores combinados, dizem Colomina, Margalef e Youngs (2021), favorecem a criação de públicos mais homogêneos e diminui a tolerância por visões alternativas, impactando

diretamente no crescimento da desconfiança em diferentes pilares das instituições democráticas, incluindo instituições públicas, como governos, parlamentos e tribunais ou seus processos, e também a confiança em jornalistas e na mídia livre. Além dessas questões, a pesquisa evidencia que o exercício dos direitos políticos dos cidadãos sofre interferência quando as escolhas como eleitores são influenciadas por opiniões enganosas e por incitação ao ódio.

As inferências feitas aqui mostram o quanto as *fake news* minam a capacidade crítica dos partidários e, conseqüentemente, destes fazerem boas escolhas políticas, acarretando implicações profundas para a democracia. Assim como Butcher (2019), também compreendemos o apelo à *fake news* como uma ferramenta conveniente usada como estratégia por políticos para promover discursos e eliminar o debate racional, servindo para provocar medo, insegurança, divisões sociais e ideológicas, acentuando o antagonismo político, além de dar aos seus partidários a satisfação de ler algo que confirma sua visão de mundo, independentemente da verdade empírica por trás da história.

Além disso, política não pode ser entendida apenas como a disputa eleitoral e o uso político das *fake news*, como vetores polarizadores do debate público, posto que não acontece apenas nesses períodos. Trata-se de uma ação sistematizada e contínua, envolvendo desde pessoas, grupos, até temas e bandeiras, mostrando-se uma eficiente arma política. Ou como menciona Fetzer (2004), segue uma agenda ideológica, voltada a enganar em algum nível para atingir finalidades intermediárias, tal como observado no período de pandemia da Covid-19, que marcou o mundo, e, no caso do Brasil, particularmente pela disseminação de *fake science* (*fake news* anticiência) em reforço à negação do conhecimento científico, constituindo, dessa maneira, parte integrante do cenário de radicalização notado no país.

Na construção desta tese, tive a oportunidade de ampliar a percepção epistemológica sobre a fronteira entre a Comunicação e Política ao tempo que pude refletir sobre minha formação político-partidária. Assim, como um ato de apreender conhecimento, pude ressignificar muito a ideia do sujeito político. Interessada em Política desde a infância, já via a manifestação desse interesse como um exercício de cidadania, em que me colocava na posição de quem tem direito de cobrar promessas políticas e exigir cumprimento de serviços públicos, além, claro, da participação política por meio do voto. Mas, sobretudo, tinha plena consciência da minha posição, vista pelo espectro político-ideológico. Reconhecia essa posição como manifestação de uma paixão. E, como uma paixão, totalmente passível de excessos para mais e para menos. Movida pelo desejo de defender, não me permitia entender como havia movimentos tão contrários às bandeiras políticas da corrente que, por escolha, me identifico.

Aí morava a cegueira que envolve essa emoção e dela brotava uma profunda angústia, também por mim, muitas vezes, transformada em indignação.

Não posso dizer que, ao problematizar cientificamente essas questões, pude me libertar dessa paixão, da angústia ou mesmo da indignação que os conflitos políticos provocam. Nem era esse o objetivo. O objetivo era antes de tudo buscar respostas às hipóteses sobre o marcante antagonismo entre os dois principais grupos partidários do Brasil atual, e como esses sujeitos imersos na cultura política e da comunicação via redes sociais se apropriam discursivamente de *fake news* para demarcar sua identidade política e expandir indignação em processo de contágio moral.

O caminho teórico inerente à empiria trouxe algumas respostas e abriu novos questionamentos. Tomando particularmente as *fake news* como objeto de investigação, encontramos várias possibilidades de continuidade a este estudo centrado em Comunicação e Política ao fazer a conexão com indignação moral entre grupos partidários.

Concentramo-nos em base teórica apoiada em antagonismo político, identificação política, indignação moral em contágio moral e *fake news* e atravessamos outros conceitos, colocados de modo menos expressivo, porque a pesquisa não consegue esgotar. Dentre esses conceitos, aparecem a discussão das redes sociais, como uma arena para o confronto discursivo, que pela arquitetura de engajamento e amplificação facilitam a circulação de mensagens que provocam emoções fortes ou afiliações de identidade. Nesse contexto das redes sociais, discutimos a interação e a segregação ideológica por meio de filtros-bolhas e câmaras de eco, conceitos que podem ser mais explorados em pesquisas sobre o autorreforço do discurso *on-line*, quando se trata de *fake news* ou outros produtos diretamente relacionados à economia das emoções.

O conceito de viés de confirmação também aparece para argumentar a preferência por notícias que reforcem os valores sociais e morais dos partidários, estando, assim, mais propensos a acreditar em notícias que confirmem suas expectativas ou estereótipos preexistentes.

Abordamos, ainda, o potencial anti-deliberativo do efeito das *fake news* e seu ecossistema, constituindo em ameaça à democracia.

Não coube a esta pesquisa apresentar o ecossistema de informações falsas e a categorização de seus diversos formatos e características. Este ponto foi apenas sublinhado ao descrever as *fake news* utilizadas pelos partidários como estratégia discursiva para manifestação de indignação moral nas conversações *on-line*, podendo em investigações futuras aparecer em estudos correlacionados ao campo específico do Jornalismo.

Focado no campo do Jornalismo, que tem como matéria-prima a notícia e princípios como verdade, as problemáticas se ampliam. Pesquisas sobre a credibilidade do jornalismo e verificação das informações a partir de *fact-checking*, a discussão sobre a responsabilidade do jornalismo profissional frente à problemática das *fake news*, são algumas dessas possibilidades.

Fake news e liberdade de expressão é outro tema de interesse. Quais são os limites da opinião e quando o direito de liberdade atinge a honra, a dignidade ou mesmo a democracia? *Fake news* travestidas de liberdade de expressão também incitam discursos de ódio, violência ou agressão? Como isso se processa no campo da Comunicação?

A disseminação de *fake news* desponta ainda pesquisas em torno da regulação das plataformas digitais, tomando a PL das *Fake News* (Projeto de Lei 2.630/2020) como norteador.

Ainda, em uma abordagem futura com o objeto *fake news*, podemos caminhar pela conexão entre Mídia e Educação, ou como alguns denominam, Educomunicação, em que pesquisas partem da vertente da educação midiática, porém, não se restringe a esse tema.

A eleição passou, mas o antagonismo político latente na sociedade brasileira segue. Aos poucos, vamos observando quais mudanças ou reproduções dos últimos cinco anos refletem na vida política e social do país. Até aqui sabemos que o confronto político pela ótica da moralidade segue expressiva no país, e, igualmente, o fenômeno das *fake news* constitui problemática com graves consequências para a vida em sociedade.

REFERÊNCIAS

- ALLCOTT, H.; GENTZKOW, M. Social media and fake news in the 2016 election. **Journal of Economic Perspectives**, 2017. Disponível em: <https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/jep.31.2.211>. Acesso em: 15 jul. 2021.
- ALDÉ, A. **A construção da política**: democracia, cidadania e meios de comunicação de massa. FGV: Rio de Janeiro, 2004. 216 p.
- ALMEIDA, R.; TONIOL, R. (org.). **Conservadorismos, fascismos e fundamentalismos**: análises conjunturais. Campinas: Ed. da Unicamp, 2018.
- ALVES, M. **Desarranjo da visibilidade, desordem informacional e polarização no Brasil entre 2013 e 2018**. Tese (Doutorado em Comunicação). Universidade Federal Fluminense. Niterói, 2019. Disponível em: <https://app.uff.br/riuff/handle/1/15381>. Acesso em: 25 mar. 2021.
- ALVES, M. **Vai pra Cuba!!!!** A rede antipetista na eleição de 2014. 2016. 199 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2016. Disponível em: https://bibliotecadigital.tse.jus.br/xmlui/bitstream/handle/bdtse/4068/2016_santosjunior_vai_cuba_rede.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 25 mar. 2021.
- ALVES, M. A rede de oposição radical no Facebook: cartografia e apontamentos sobre os *haters* políticos. **Revista de Estudos da Comunicação**, v. 15, n. 38, nov. 2014b. Disponível em: <https://periodicos.pucpr.br/index.php/estudosdecomunicacao/article/view/22470>. Acesso em: 25 mar. 2021.
- ALVES, M. Cartografia das redes da revolta: fluxos políticos de oposição no Facebook. **Contemporânea**, v. 12, n. 2, fev. 2015. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/contemporanea/article/view/12803>. Acesso em: 25 mar. 2021.
- ALVES, M. Os *haters* políticos: monitoramento e mapeamento dos hubs de oposição e do discurso do ódio no Facebook. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. **Anais do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2014a. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/resumos/R9-0493-1.pdf>. Acesso em: 25 mar. 2021.
- ALVES, M.; TAVARES, C. Q.; ALBUQUERQUE, A. Datificação e redes na comunicação política: mapeamento de redes e fluxos no Facebook. **Revista Esfera**, n. 14, Brasil: Universidades do Centro Oeste, 2019. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/op/a/pVWZC8RnnP6d3pnQKygCPRg/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 24 ago. 2021.
- AVELAR, I. Genealogia discursiva do bolsonarismo. **Aisthesis**, Santiago, n. 70, 2021. Disponível em: https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-71812021000200169&script=sci_arttext&tlng=pt. Acesso em: 23 jun. 2022.

AZEVEDO, A. C.; BIANCO, E. C. Processo de mitificação de Bolsonaro: Messias, presidente do Brasil. **Revista Eco-Pós**, Rio de Janeiro, v. 22, n. 2, p. 88-111, 2019. Disponível em: <http://www.comunicacaoeleitoral.ufpr.br/wp-content/uploads/2019/10/26253-68685-1-PB.pdf>. Acesso em: 23 jan. 2023.

AZEVEDO, R. **O país dos petralhas**. Rio de Janeiro: Record, 2008.

AZEVEDO, R. **O país dos petralhas II**. Rio de Janeiro: Record, 2012.

BAKHTIN, M. **Marxismo e filosofia da linguagem**. Trad. Michel Lahud e Yara Frateschi Vieira. 7. ed. São Paulo: Hucitec, 1995.

BAKIR, V.; MCSTAY, A. Fake news and the economy of emotions: problems, causes, solutions. **Digital Journalism**. 2018. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21670811.2017.1345645?scroll=top&needAccess=true>. Acesso em: 18 ago. 2021.

BALDAIA, F. P. B.; ARAÚJO, T. M.; ARAÚJO, S. S. **O bolsonarismo e o Brasil profundo**: notas sobre uma pesquisa. XVII Encontro de Estudos multidisciplinares em Cultura. Salvador, Bahia, 2021. Disponível em: <http://www.enecult.ufba.br/modulos/submissao/Upload-568/132106.pdf>. Acesso em: 20 fev. 2023.

BARBERINO, L. A. **O desejo por justiça**: um estudo sobre linchamento virtual em sites de redes sociais. 2017. 135f. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal da Bahia (UFBA), Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Salvador, 2017. Disponível em: https://repositorio.ufba.br/bitstream/ri/33376/1/Disserta%20a7%20a3o_O%20desejo%20por%20justi%20a7a_L.isieanne%20Ara%20bajo%20Barberino.pdf. Acesso em: 22 mar. 2022.

BARRETO JUNIOR, I. F. Desinformação como estratégia política: fake news sobre urnas eletrônicas e o ataque permanente às instituições democráticas. **Cadernos Adenauer XXII (2021)**, n. 1. Impactos das eleições 2020 e da pandemia no Brasil. Rio de Janeiro: Fundação Konrad Adenauer, 2021. Disponível em: https://www.kas.de/documents/265553/0/Cadernos+1_2021.pdf/766adc33-9bcd-69d4-18ce-ab563b8d8b94?version=1.0&t=1620044400453. Acesso em: 13 abr. 2023.

BENNETT, W. L.; LIVINGSTON, S. **The disinformation age**: politics, technology, and disruptive communication in the United States. Cambridge University Press, 2020. Disponível em: https://www.cambridge.org/core/services/aop-cambridge-core/content/view/1F4751119C7C4693E514C249E0F0F997/9781108843058AR.pdf/The_Disinformation_Age.pdf?event-type=FTLA. Acesso em: 3 mar. 2021.

BERNARDI, A. J. B.; COSTA, A. L. V. Populismo e fake news na era da pós-verdade: comparações entre Estados Unidos, Hungria e Brasil. **Cadernos de Campo**: Revista de Ciências Sociais, v. 1, p. 385-412, 2020. Disponível em: <https://periodicos.fclar.unesp.br/cadernos/article/view/13690/9670>. Acesso em: 25 ago. 2021.

BLACKBURN, J. et al. **The web of false information**: rumors, fake news, hoaxes, Clickbait, and various other. Ithaca, NY: Cornell University, 2019. Disponível em: <https://arxiv.org/pdf/1804.03461.pdf>. Acesso em: 15 jul. 2021.

BLITVICH, P. G. C. Moral emotions, good moral panics, social regulation, and online public shaming. **Language & Communication**, v. 84, p. 61-75, 2022. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0271530922000143?via%3Dihub>. Acesso em: 18 abr. 2023.

BORGES, A.; VIDIGAL, R. Do lulismo ao antipetismo? Polarização, partidarismo e voto nas eleições presidenciais brasileiras. **Revista Opinião Pública**, v. 24, n. 1, p. 53-89, 2018. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/op/a/pVWZC8RnnP6d3pnQKygCPRg/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 24 ago. 2021.

BRADY, W. J. et al. Emotion shapes the diffusion of moralized content in social networks. **PNAS**, v. 114, n. 28, 2017. Disponível em: <https://www.pnas.org/doi/epdf/10.1073/pnas.1618923114>. Acesso em: 22 mar. 2022.

BRADY, W. J. et al. How social learning amplifies moral outrage expression in online social networks. **Science Advances**, v. 7, 2021. Disponível em: <https://www.science.org/doi/10.1126/sciadv.abe5641>. Acesso em: 6 maio. 2021.

BRADY, W. J. et al. Overperception of moral outrage in online social networks inflates beliefs about intergroup hostility. **Nat Hum Behav**, 2023. Disponível em: <https://osf.io/k5dzt/>. Acesso em 21 abr.2023.

BRADY, W. J.; CROCKETT, M. J.; VAN BAVEL, J. J. The MAD model of moral contagion: the role of motivation, attention, and design in the spread of moralized content online. **Perspectives on Psychological Science**, v. 15, 2020. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1745691620917336>. Acesso em: 30 mar. 2022.

BRADY, W. J.; CROCKETT, M. J. How effective is online outrage? **Trends Cogn. Sci.** v. 23, 2019. Disponível em: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/30583947/>. Acesso em: 30 mar. 2022.

BRADY, W. J.; GANTMAN, A. P.; VAN BAVEL, J. J. Attentional capture helps explain why moral and emotional content go viral. **Journal of Experimental Psychology General**, 2019a. Disponível em: <https://psyarxiv.com/zgd29/>. Acesso em: 20 mar. 2022.

BRADY, W. J.; GANTMAN, A. P.; VAN BAVEL, J. J. Why moral emotions go viral online. **Scientific american**, 2019b. Disponível em: <https://www.scientificamerican.com/ARTICLE/WHY-MORAL-EMOTIONS-GO-VIRAL-ONLINE/#:~:TEXT=SOCIAL%20MEDIA%20IS%20CHANGING%20THE,TRIGGER%20OF%20OUR%20MORAL%20OUTRAGE>. Acesso em: 20 mar. 2022.

BRADY, W. J.; MCLOUGHLIN, K.; CROCKETT, MJ. Theory-driven measurement of emotion (expressions). **Social Media Text**, 2021, preprint. Disponível em: <https://psyarxiv.com/v9xd7/>. Acesso em: 30 mar. 2022.

BRADY, W. J.; VAN BAVEL, J. J. Social identity shapes antecedents and functional outcomes of moral emotion expression in online networks. **OSF Preprints**, 2021. Disponível em: <https://www.sciencegate.app/app/document/full-text/10.31219/osf.io/dgt6u>. Acesso em: 30 mar. 2022.

BURKHARDT, J. M. History of fake news. In: BURKHARDT, J. M. (org.). *Combatting fake news in the digital age*. **Library technology reports**, v. 53, n. 8. Disponível em: <https://journals.ala.org/index.php/ltr/article/view/6497/8631>. Acesso em: 26 out. 2021.

BUTCHER, P. **Disinformation and democracy**: the home front in the information war, EPC discussion paper. 2019. Disponível em: https://www.epc.eu/content/PDF/2019/190130_Disinformationdemocracy_PB.pdf. Acesso em: 17 dez. 2021.

CARPENTER, J. et al. Political Polarization and Moral Outrage on Social Media. **Connecticut Law Review**, 454, 2021. Disponível em: https://opencommons.uconn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1446&context=law_review. Acesso em: 30 mar. 2022.

CARVALHO, C. A. As mídias como metáforas narrativas: apontamentos sobre a necessidade metodológica de não desprezar as textualidades. In: MOURA, C. P.; LOPES, M. I. V. (org.). **Pesquisa em comunicação**: metodologias e práticas acadêmicas. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2016.

CARVALHO, M. M. “”HAHA”, “GRR” e “AMEI”: a construção de uma narrativa política emocional nas redes sociais. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ, 2019. Disponível em: https://www.bdt.d.uerj.br:8443/bitstream/1/8885/1/Dissert_Mariana%20Mendes%20de%20Carvalho.pdf. Acesso em: 25 mar. 2021.

CINELLI, M. et al. The echo chamber effect on social media. **PNAS** 2021, v. 118, n. 9. Disponível em: <https://www.pnas.org/content/118/9/e2023301118>. Acesso em: 19 ago. 2021.

CLIFFORD, S. How emotional frames moralize and polarize political attitudes. **Political psychology**, 2019. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/pops.12507>. Acesso em: 23 abr. 2022.

COLOMINA, C.; MARGALEF, H. S.; YOUNGS, R. The impact of disinformation on democratic processes and human rights in the world. **European Parliament**, PE, 2021. Disponível em: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/653635/EXPO_STU\(2021\)653635_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/653635/EXPO_STU(2021)653635_EN.pdf). Acesso em: 16 dez. 2021.

CÔRBO, D. A. S.; GONÇALVES, M. Redes sociais digitais na esfera pública política: exercícios de cidadania. **Revista Mídia e Cotidiano**, 2015. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/midiaecotidiano/article/view/9743> Acesso em 22 mar. 2022.

COSTA, J. F. A. Quem é o “cidadão de bem”? **Psicologia USP**, v. 32, 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pusp/a/wZ8DHtsYrgSc7tTZKJZSszS/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 18 jan. 2023.

CROCKETT, M. J. Moral outrage in the digital age. **Nature Human Behaviour**, 2017. Disponível em: <https://www.nature.com/articles/s41562-017-0213-3#citeas>. Acesso em: 20 mar. 2022.

DALMOLIN, A. R.; BORELLI, V. Comunicação, religião e valores contemporâneos: uma perspectiva de múltiplos cruzamentos. **Revista Líbero**, v. 25, p. 24-28, 2022. Disponível em: <https://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/1833/1396>. Acesso em: 21 fev. 2023.

DARNTON, R. **The true history of fake news**. The New York Review of Books, 2017. Disponível em: <https://www.nybooks.com/daily/2017/02/13/the-true-history-of-fake-news/>. Acesso em: 26 out. 2021.

DIAS, G. Deus, Pátria, Família: de onde veio o lema fascista usado por Bolsonaro. **Uol**, 29 ago. 2022. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/eleicoes/2022/08/29/deus-patria-familia-lema-de-bolsonaro-tem-origem-fascista-entenda.htm>. Acesso em: 18 jan. 2023.

DIAS, L. M.; FERNANDES, C. M. Campanha de Jair Bolsonaro para presidência em 2018. A construção do mito político. **Revista ECCOM**, v. 11, n. 22, jul./dez. 2020. Disponível em: https://drive.google.com/file/d/15Y3hrp0EBCbZHj_T1TGpDuHfoED9yBF8/view. Acesso em: 23 jan. 2023.

DIBAI, P. C. “Lula nunca será livre”: a ofensiva ao inimigo em grupo bolsonarista no Telegram. **REVISTA COMPOLITICA**, v. 11, p. 5-30, 2021. Disponível em: <http://compolitica.org/revista/index.php/revista/article/download/452/298/>. Acesso em: 7 fev. 2023.

DIBAI, P.; D’ALMONTE, E. A militância bolsonarista em redes online: polarização afetiva e os impactos à comunicação democrática. **Revista Eco-Pós**, v. 25, n. 2, p. 142–168, 2022. Disponível em: https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/27892. Acesso em: 27 jan. 2023.

DONOSO ARIZTÍA, F. P. **Contagio moral en redes sociales: cómo la emoción moral transmite mensajes y polariza diferentes tipos de conversaciones en Twitter**. Tesis (Magíster en Sociología) - Pontificia Universidad Católica de Chile, 2020. Disponível em: <https://repositorio.uc.cl/handle/11534/48217>. Acesso em: 31 mar. 2022.

DOURADO, T. M. S. V. **Fake News na eleição presidencial de 2018 no Brasil**. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) - Universidade Federal da Bahia, 2020. Disponível em https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/31967/1/Tese_Tatiana%20Dourado.pdf. Acesso em: 5 abr. 2021.

EFFRON D. A.; RAJ, M. Misinformation and morality: encountering fake-news headlines makes them seem less unethical to publish and share. **Psychological Science**, v. 31, n. 1, p.

75-87, 2020. Disponível em:

<https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/0956797619887896>. Acesso em: 7 abr. 2023.

EMPOLI, G. **Os engenheiros do Caos**. Trad. Arnaldo Bloch. São Paulo: Vestígio, 2019.

ESTRADA-CUZCANO, A.; ALFARO-MENDIVES, K.; SAAVEDRA-VÁSQUEZ, V.

Disinformation y misinformation, posverdad y fake News: Precisiones conceptuales, diferencias, imititudes y yuxtaposiciones. **Información, cultura y sociedad**, 2020.

Disponível em: <http://revistascientificas.filo.uba.ar/index.php/ICS/article/view/7427/7057>.

Acesso em: 17 fev. 2021.

FALLIS, D. Conceptual analysis of disinformation. **Proceedings of iConference**, 2009.

Disponível

em: https://www.ideals.illinois.edu/bitstream/handle/2142/15205/fallis_disinfo1.pdf?sequence=2&isAllowed=y. Acesso em: 17 fev. 2021.

FALLIS, D. What is disinformation? **Library Trends**, v. 63, n. 3, p. 401-426, 2015.

Disponível em: <https://philpapers.org/rec/FALWID>. Acesso em: 17 fev. 2021.

FENAJ. **Relatório da violência contra jornalistas e liberdade de imprensa no Brasil – 2022**. Federação Nacional dos Jornalistas – FENAJ, jan. 2023. Disponível em:

<https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2023/01/FENAJ-Relat%C3%B3rio-2022.pdf>. Acesso em: 20 fev. 2023.

FERES JÚNIOR, J.; CAVASSANA, F.; GAGLIARDI, J. Is Jair Bolsonaro a classic populist?, **Globalizations**, v. 20, n. 1, p. 60-75, 2022. Disponível em:

<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14747731.2022.2111827>. Acesso: 23 jan. 2023.

FERRARI, P. Narrativas digitais. In: BRAMBILLA, A. **Para entender as mídias sociais**.

Licença Creative Commons, 2011. Disponível em:

<http://www2.unifap.br/clauidiomarcio/files/2014/04/paraentenderasmidiassociais.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2019.

FERRARI, P. **Como sair das bolhas**. São Paulo: EDUC, 2018a.

FERRARI, P. Contra fake news, educação. In: FERRARI, P. (org.). **Fluido, fluxo**: reflexões sobre imagens voláteis, gênero, pós-verdade, fake news e consumo neste tempo de espirais fluidas [recurso eletrônico]. Porto Alegre, RS: Fi, 2018b. Disponível em: https://3c290742-53df-4d6f-b12f-6b135a606bc7.filesusr.com/ugd/48d206_d8cdbc709584b078779e0d4ee3a2a1c.pdf.

Acesso em: 17 fev. 2021.

FERREIRA, I. L.; ALCANTARA, N. S. A. **Eleições 2018**: a relação entre fake news e os candidatos Jair Bolsonaro e Fernando Haddad. 2020. Disponível em:

<http://www.cpop.ufpr.br/portal/eleicoes-2018-a-relacao-entre-fake-news-e-os-candidatos-jair-bolsonaro-e-fernando-haddad/>. Acesso em: 20 out. 2021.

FETZER, J.H. Disinformation: The Use of False Information. **Minds and Machines**, 2004. Disponível em: <https://philpapers.org/go.pl?id=FETDTU&proxyId=&u=https%3A%2F%2Fdx.doi.org%2F10.1023%2Fb%3Amind.0000021683.28604.5b>. Acesso em 15 jul. 2021.

FUKS, M.; ARAUJO, P. H. **Afeto ou ideologia**: medindo polarização política no Brasil? In: 12 Encontro da Associação Brasileira de Ciência Política, 2020, João Pessoa. 12 Encontro da Associação Brasileira de Ciência Política, 2020. Disponível em: <https://cienciapolitica.org.br/web/system/files/documentos/eventos/2021/01/afeto-ou-ideologia-medindo-polarizacao-politica-brasil-2578.pdf>. Acesso em 24 ago. 2021.

FUKS, M.; BORBA, J. Sentimentos partidários: temas, controvérsias e sua recepção recente no Brasil. In: BATISTA, M.; RIBEIRO, E.; ARANTES, R. (eds.). **As teorias e o caso** [online]. Santo André: UFABC, 2021.

GAGLIARDI, J. “**Um projeto de poder por vias não democráticas**”: o Globo e a narrativa do Lulopetismo. 250f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal Fluminense. Departamento de Estudos Culturais e Mídia, 2018.

GELFERT, A. Fake News: a definition. **Informal Logic**, v. 38, n. 1, p. 84–117, 2018. Disponível em: <https://www.erudit.org/en/journals/informallogic/2018-v38-n1-informallogic04379/1057034ar/>. Acesso: 15 jul. 2021.

GIRARDET, R. **Mitos e mitologias políticas**. São Paulo: Cia das Letras, 1987.

GOLDSTEIN, A. Bolsonaro e a estratégia política de polarização: da campanha à presidência. **Confluências | Revista Interdisciplinar de Sociologia e Direito**, v. 22, n. 3, p. 244-268, dez. 2020. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/confluencias/article/view/47123>. Acesso em: 26 dez. 2021.

GOMES, W.; DOURADO, T. Fake news, um fenômeno de comunicação política entre jornalismo, política e democracia. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 16, n. 2, jul./dez. 2019. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2019v16n2p33/41754>. Acesso em: 25 mar. 2021.

GRAGNANI, J. Um Brasil dividido e movido a notícias falsas: uma semana dentro de 272 grupos políticos no WhatsApp. **BBC News Brasil**. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-45666742>. Acesso em: 6 jun. 2021.

HYVÄRINEN, H.; BECK, R. **Emotions Trump Facts**: the role of emotions in on Social Media: A Literature Review. Proceedings of the 51st Hawaii International Conference on System Sciences. Disponível em: <https://scholarspace.manoa.hawaii.edu/server/api/core/bitstreams/c1e9241c-047e-44eb-a048-260ea0a23d43/content>. Acesso em 29 abr. 2022.

INTERVOZES. Coletivo Brasil de Comunicação Social. **Desinformação**: ameaça ao direito à comunicação muito além das fake news. Fundação Ford. 2019. Disponível em: <https://app.rios.org.br/index.php/s/p9HoCNpPoPYQJc5>. Acesso em: 17 fev. 2021.

IRETON, C.; POSETTI, J. (org.). *Jornalismo, fake news & desinformação: manual para educação e treinamento em jornalismo*. **UNESCO Publishing**, 2019. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000368647>. Acesso em: 18 jul. 2021.

IYENGAR, S.; WESTWOOD, S. J. Fear and loathing across party lines: new evidence on group polarization. **American Journal of Political Science**, v. 59, n. 3, p. 690-707, jul. 2015. Disponível em: <https://pcl.stanford.edu/research/2015/iyengar-ajps-group-polarization.pdf>. Acesso em: 23 abr. 2021.

IYENGAR, S.; KRUPENKIN, M. Partisanship as social identity; implications for the study of party polarization. **The Forum**, v. 16, n. 1, p. 23-45, 2018. DOI: <https://doi.org/10.1515/for-2018-0003>. Disponível em: <https://pcl.sites.stanford.edu/sites/g/files/sbiybj22066/files/media/file/iyengar-degruyter-partisanship.pdf>. Acesso em 21 abr.2023. Acesso em: 12 out. 2023.

JESUS, J. G. Psicologia das massas: contexto e desafios brasileiros. **Psicologia & Sociedade**, v. 25, n. 3, p. 493–503, 2013. Disponível em: <https://repositorio.ufjf.br/jspui/bitstream/ufjf/7764/1/ricardoteixeiramazzeileite.pdf>. Acesso em: 21 nov. 2023.

JOHANSEN, M. L.; SANDRUP, T.; WEISS, N. Introduction: the generative power of political emotions. **Conflict and Society**, v. 4, 2018. Disponível em: <https://www.berghahnjournals.com/view/journals/conflict-and-society/4/1/arcs040101.xml?ArticleBodyColorStyles=pdf-4278>. Acesso em: 27 maio. 2022.

JORGE, T. M. *Notícia versus fake news. A explosão discursiva das informações falsas e o mundo dos jornalistas*. In: FIGUEIRA, J.; SANTOS, S. **As fake news e a nova ordem (des)informativa na era da pós-verdade**. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra, 2019.

KADOOKA, A. **A inquisição virtual: um estudo sobre a moralidade nos sites de redes sociais**. 2019. Tese (Doutorado) - Universidade Estadual Paulista (UNESP), Faculdade de Ciências e Letras, 2019. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/handle/11449/183633>. Acesso em: 22 mar. 2022.

LACERDA, M. B. **O novo conservadorismo brasileiro: de Reagan a Bolsonaro**. Porto Alegre: Zouk, 2019.

LELKES, Y.; WESTWOOD, S.J. The limits of partisan prejudice. **Journal of Politics**, 2017. Disponível em: https://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1529&context=asc_papers. Acesso em: 18 ago. 2021.

LEVY, N. The bad news about fake news. **Social Epistemology Review and Reply Collective**, v. 6, n. 8, p. 20-36, 2017. Disponível em: <https://social-epistemology.com/2017/07/24/the-bad-news-about-fake-news-neil-levy/>. Acesso em: 31 jul. 2021.

LEVITSKY, S.; ZIBLATT, D. **Como as democracias morrem**. Rio de Janeiro: Zahar, 2018.

LOPES, M. M.; FULANETI, O. N. Interseção entre as isotopias política e religiosa cristã nos comentários de apoio ao presidente Jair Bolsonaro. **CASA: Cadernos de Semiótica Aplicada**, v. 15, n. 2, p. 105-125, 2022. Disponível em: <https://periodicos.fclar.unesp.br/casa/article/view/16857/14753>. Acesso em: 21 jan. 2023.

LÖWY, M. Conservadorismo e extrema-direita na Europa e no Brasil. **Serv. Soc. Soc.**, São Paulo, n. 124, p. 652-664, out./dez. 2015. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ssoc/a/MFzdwxKBBcNqHyKkckfW6Qn/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 17 jan. 2023.

LÖWY, M. “Gripezinha”: o neofascista Bolsonaro diante da pandemia. In: TOSTES, A.; MELO FILHO, H. (org.). **Quarentena**: reflexões sobre a pandemia e depois. Bauru, SP: Canal 6, 2020.

LUO, M. Discussion on online moral outrage. **World Scientific Research Journal**, v. 8, 2022. Disponível em: <http://www.wsr-j.org/download/WSRJ-8-9-421-426.pdf>. Acesso em: 27 abr. 2023.

MACHADO, C. C. V. et al. **Ciência contaminada**: analisando o contágio de desinformação sobre coronavírus via youtube. Parte 1 da série Democracia Infectada. 2020. Disponível em: <https://laut.org.br/ciencia-contaminada.pdf>. Acesso em: 17 fev. 2021.

MACHADO, C.; STEIBEL, F.; KONOPACKI, M. O uso de redes sociais em campanhas políticas no Brasil: a transição de estratégias de plataformas abertas para mensageiros interpessoais. **Cadernos Adenauer**, Rio de Janeiro, n. 4, dez. 2018. Disponível em: <https://konopacki.com.br/wp-content/uploads/2019/12/PUBLICACAO-2019-KA-Cadernos-2018.4-site.pdf>. Acesso em: 24 ago. 2021.

MACHADO, J.; MISKOLCI, R. Das Jornadas de Junho à cruzada moral: o papel das redes sociais na polarização política brasileira. **Sociologia e Antropologia**, v. 9, p. 945-970, 2019. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/sant/a/q8zszyJYW3Jf3DBFSzZJPBg/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 24 ago. 2021.

MACHIAVELI, G. R. M. Fake News: uma investigação discursiva. **Estudos Linguísticos**, São Paulo, v. 48, n. 1, p. 338-355, 2019. Disponível em: <https://revistas.gel.org.br/estudos-linguisticos/article/view/2324>. Acesso em: 3 abr. 2023.

MAGENTA, M. O que é ser petista ou lulista. **BBC News Brasil**, 11/08/2022. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-62490537>. Acesso em 28 fev. 2023.

MAITINO, M. E. Populismo e bolsonarismo. **Cadernos Cemarx**, Campinas, SP, v. 13, 2020. Disponível em: <https://econtents.bc.unicamp.br/inpec/index.php/cemarx/article/view/13167>. Acesso em: 23 jun. 2022.

MANCHETÔMETRO. **Relatório M FACEBOOK** de 24 a 30 de outubro de 2022. Publicado em 17/11/2022. Disponível em: <http://manchetometro.com.br/2022/11/17/m-eleicoes-de-24-a-30-de-outubro-de-2022/>. Acesso em: 31 jan. 2023.

MANHÃES, E. Análise do discurso. In: DUARTE, J.; BARROS, A (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2014.

MATHEUS, L. C.; GILARD, V. **Coreia do Norte vence a Copa do Mundo**. In: IV Encontro Regional Sudeste de História da Mídia, 2016, Niterói. Mídias, fluxos migratórios e diásporas: perspectiva histórica. Porto Alegre: Alcar, 2016. v. 1. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-regionais/sudeste/4o-encontro-2016/historia-do-jornalismo/coreia-do-norte-vence-a-copa-do-mundo/view>. Acesso em: 27 dez. 2021.

MARQUES, H. Exclusivo: Marcos Valério delata relação do PT com o PCC. **VEJA**. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/politica/exclusivo-marcos-valerio-delata-relacao-do-pt-com-o-pcc/>. Acesso em: 15 nov. 2022.

MATSUKI, E. 5 elementos que já podemos prever nas fake news sobre as eleições de 2022. **Boatos.org**, jun. 2022a. Disponível em: <https://www.boatos.org/opiniao/5-elementos-que-ja-podemos-prever-nas-fake-news-sobre-as-eleicoes-de-2022.html>. Acesso em: 15 jun. 2022.

MATSUKI, E. Saiba quem foram os maiores alvos das fake news sobre eleições nos primeiros meses de 2022b. **Boatos.org**, jun. 2022a. Disponível em: <https://www.boatos.org/opiniao/saiba-quem-foram-os-maiores-alvos-das-fake-news-sobre-eleicoes-nos-primeiros-meses-de-2022.html>. Acesso em: 15 jun. 2022.

MCKAY, S.; TENOVE, C. Disinformation as a threat to deliberative democracy. **Political Research Quarterly**, 2020. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1065912920938143> Acesso em: 16 dez. 2021.

MEDE, N. G.; SCHÄFER, M. S. Science-related populism: conceptualizing populist demands toward science. **Public Understanding of Science**, 2020.

MEDEIROS, J. O significado do lulismo na vida política brasileira: direitos e institucionalização das lutas à luz da Constituição de 88. **Revista Estudos de Política**, v. 11, p. 160-188, 2021. Disponível em: https://periodicos.uff.br/revista_estudos_politicos/article/view/50423/29382. Acesso em: 31 mar. 2022.

MEDEIROS, J.; JANUÁRIO, A. **Desrespeito, indignação ou injustiça**: o que motivou os secundaristas paulistas a ocuparem suas escolas? In: Anais do 18º Congresso Brasileiro de Sociologia, Brasília. 18º Congresso Brasileiro de Sociologia, 2017. Disponível em: <http://www.adaltech.com.br/anais/sociologia2017/resumos/PDF-eposter-trab-aceito-0897-1.pdf>. Acesso em: 22 mar. 2022.

MELO, C. T. V.; VAZ, P. R. G. E a corrupção coube em 20 centavos. **Galaxia**, São Paulo, n. 39, p. 23-38, set-dez., 2018. Disponível em: <http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/34843/26962>. Acesso em: 22 mar. 2022.

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

MENEZES, A. A.; SILVA, A. T. P. **Racionalização do mundo da vida**: um antídoto contra a investida sistêmica das milícias digitais. In: Anais do 16º Colóquio Habermas e 7º Colóquio de Filosofia da Informação, novembro, 2020, Rio de Janeiro: Salute, 2021. Disponível em: <http://eprints.rclis.org/41840/1/E-book%20Coloquio%20Habermas%20final.pdf>. Acesso em: 27 out. 2021.

MIHAILOV, E.; VOINEA, C.; VICĂ, C. Is online moral outrage outrageous? Rethinking the indignation machine. **Science and Engineering Ethics**, v. 29, n. 2, p. 12, 2023. Disponível em: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11948-023-00435-3>. Acesso em: 18 abr. 2023.

MOUFFE, C. **Agonística**: pensar el mundo politicamente. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2014.

MOUFFE, C. **Sobre o político**. Trad. Fernando Santos. São Paulo: Martins Fontes, 2015.

MOUFFE, C. Democratic politics and conflict: an agonistic approach. **Política Común**, v. 9, 2016. Disponível em: <https://quod.lib.umich.edu/p/pc/12322227.0009.011?view=text;rgn=main>. Acesso em: 13 jan. 2023.

MOUFFE, C. **Por um populismo de esquerda**. São Paulo: Autonomia Literária, 2019.

MINUCELLI, C. P.; NAZZARI, R. K. Indignação em rede: mudanças e continuidades na socialização política juvenil a partir de junho de 2013. **Revista Debates**, Porto Alegre, v. 10, n. 2, p. 47-70, mai./ago. 2016. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/debates/article/view/64039/38512>. Acesso em: 22 mar. 2022.

MUKERJI, N. What is Fake News? Ergo: **An Open Access Journal of Philosophy**, v. 5, p.923-946, 2018. Disponível em: <https://philpapers.org/rec/MUKWIF>. Acesso: 15 jul. 2021.

NETLAB. Laboratório de Estudos de Internet e Redes Sociais. **Acompanhamento da desinformação durante as eleições 2022**. 2022. Disponível em: <https://www.netlab.eco.ufrj.br/blog/accompanhamento-multiplataforma-da-desinformacao-durante-as-eleicoes-2022?categoryId=164721>. Acesso em: 3 abr. 2023.

NIKOLOV, D.; FLAMMINI, A.; MENCZER, F. Right and left, partisanship predicts (asymmetric) vulnerability to misinformation. **Harvard Kennedy School Misinformation Review**. 2021. Disponível em: https://misinforeview.hks.harvard.edu/wp-content/uploads/2021/02/nikolov_partisanship_vulnerability_misinformation_20210215.pdf. Acesso em: 17 dez. 2021.

O GLOBO. **DATAFOLHA**: 50% dos brasileiros são católicos, 31%, evangélicos e 10% não têm religião. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/datafolha-50-dos-brasileiros-sao-catolicos-31-evangelicos-10-nao-tem-religiao-24186896>. Acesso em: 21 fev. 2023.

OLIVEIRA, K. D.; ALMEIDA, K. D.; BARBOSA, T. L. **Amostragens probabilística e não probabilística**: técnicas e aplicações na determinação de amostras. Jerônimo Monteiro: Universidade Federal do Espírito Santo (2012). Disponível em: Acesso em: 1 set. 2023.

PAIXÃO, M. Michael Löwy: dos governos de direita, Bolsonaro é o que mais tem traços neofascistas. **Brasil de Fato**, 19 ago. 2019. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2019/08/19/michael-lowy-dos-governos-de-direita-bolsonaro-e-o-que-mais-tem-tracos-neofascistas>. Acesso em: 18 jan. 2023.

PARISER, E. **O filtro invisível**: o que a internet está escondendo de você. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

PÊCHEUX, M. **O discurso**: estrutura ou acontecimento. Trad. Eni P. Orlandi. 5. ed. Campinas: Pontes, 2008.

PÊCHEUX, M. **Análise de discurso**: uma crítica à afirmação do óbvio. Trad. Eni P. Orlandi. 4. ed. Campinas: Pontes, 2014.

PENNYCOOK, G.; RAND D. G. The psychology of fake news. **Trends Cogn Sci**. v. 25, n.5, p. 388-402, 2021. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1364661321000516>. Acesso em: 18 abr. 2023.

PENNYCOOK, G.; RAND, D. G. Lazy, not biased: susceptibility to partisan fake news is better explained by lack of reasoning than by motivated reasoning. **Cognition**, v. 188, p. 39-50, 2019. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S001002771830163X>. Acesso em: 18 dez. 2022.

PENTEADO, C. L. C.; CRUZ JUNIOR, B. G. Ação política na internet na era das redes sociais. **Ponto-e-vírgula** (PUCSP), v. 26, p. 109-122, 2019. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/pontoevirgula/article/view/51518/34071>. Acesso em: 24 ago. 2021.

PEREIRA, A., HARRIS, E.; VAN BAVEL, J. J. Identity concerns drive belief: the impact of partisan identity on the belief and dissemination of true and false news. **Group Processes & Intergroup Relations**, v. 26, n. 1, p. 24-47, 2023. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/13684302211030004>. Acesso em: 14 abr. 2023.

PIAIA, V.; ALVES, M. Abrindo a caixa preta: análise exploratória da rede bolsonarista no WhatsApp. **Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v. 43, n. 3, 2020. Disponível em: <https://revistas.intercom.org.br/index.php/revistaintercom/article/view/3461>. Acesso em: 27 jan. 2023.

PIAUÍ. **Uma análise visual das lives do golpe**. 2022. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/materia/as-lives-do-golpe/>. Acesso em: 14 abr. 2023.

POSETTI, J.; MATTHEWS, A. **A short guide to the history of fake news and disinformation**. Washington, DC: International Center for Journalists, 2018. Disponível em: https://www.icfj.org/sites/default/files/2018-07/A%20Short%20Guide%20to%20History%20of%20Fake%20News%20and%20Disinformation_ICFJ%20Final.pdf. Acesso em: 26 out. 2021.

POPOLIN, G. Memes de discussão pública: o mito da conspiração comunista no Brasil. VIII Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (VIII COMPOLÍTICA), 2019, Brasília - DF. **Anais dos Congressos**, 2019. Disponível em: http://compolitica.org/novo/anais/2019_gt4_Popolin.pdf. Acesso em: 1 maio. 2023.

PRAZERES, L. Petistas e antipetistas são mais da metade do eleitorado brasileiro, aponta estudo inédito. **BBC News Brasil**, 20/08/2022. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-62570828?xtor=AL-73-%5Bpartner%5D-%5Buol.com.br%5D-%5Blink%5D-%5Bbrazil%5D-%5Bbizdev%5D-%5Bisapi%5D>. Acesso em: 1 jan. 2023.

PRETUS, C. et al. The role of political devotion in partisan misinformation sharing and resistance to fact-checking. **PsyArXiv**, out. 2021. Disponível em: <https://psyarxiv.com/7k9gx/>. Acesso em: 21 abr.2023.

QUATTROCIOCCHI, W.; SCALA, A.; SUNSTEIN, C. R. **Echo Chambers on Facebook**. SSRN, 2016. Disponível em: <https://ssrn.com/abstract=2795110> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2795110>. Acesso em: 19 ago. 2021.

RECUERO, R. Curtir, compartilhar, comentar: trabalho de face, conversação e redes sociais no facebook. **Verso e reverso**, v. 28, n. 68, p. 117–127, 2014.

RECUERO, R; SOARES, F.; ZAGO, G. Polarização, hiperpartidarismo e câmaras de eco: como circula a desinformação sobre COVID-19 no Twitter. **Contracampo**, Niterói, v. 40, n. 1, jan./abr. 2021. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/contracampo/article/view/45611/28708>. Acesso em: 27 ago. 2021.

RIBEIRO, E.; CARREIRÃO, Y.; BORBA, J. Sentimentos partidários e antipetismo: condicionantes e covariantes. **Opinião Pública**, v. 22, n. 3, 2016. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/op/a/dcZHnQXvkRghJrQJDmVtdkx/?lang=pt&format=pdf>. Acesso em: 17 ago. 2021.

RIBEIRO, M. M.; ORTELLADO, P. O que são e como lidar com as notícias falsas. **Sur - Revista Internacional de Direitos Humanos**. Dossiê sur sobre internet e democracia. v. 15 n. 27, p. 71-83, 2018. Disponível em: <https://sur.conectas.org/wp-content/uploads/2018/07/sur-27-portugues-marcio-moretto-ribeiro-pablo-ortellado.pdf>. Acesso em: 23 out. 2019.

RICOEUR, P. **O si-mesmo como um outro**. Trad. Ivone C. Benedetti. São Paulo: Martins Fontes, 2014.

RINI, R. Fake news and partisan epistemology. **Kennedy Institute of Ethics Journal**, v. 27, n. 2, E43-E64. 2017. Disponível em: <https://kiej.georgetown.edu/fake-news-partisan-epistemology/>. Acesso em: 31 jul. 2021.

ROCHA, C. Petismo e lulismo na periferia de São Paulo: uma abordagem qualitativa. **Opinião Pública**, v. 24, 2018. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/op/a/KJLvbH9pxB7d97q7649qJ3S/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 1 fev. 2023.

ROMANO, C. Bolsonarismo e bolsonaristas no Brasil contemporâneo: antecedentes históricos, percursos políticos. **Revista Desenvolvimento Social**, v. 27, n. 1, 2021. Disponível em: <https://www.periodicos.unimontes.br/index.php/rds/article/view/4124>. Acesso em: 23 jun. 2022.

RUBIN, V. L.; CHEN, Y.; CONROY, N. K. Deception detection for news: three types of fakes. **Proceedings of the Association for Information Science and Technology**, nov. 6-10 St. Louis, Missouri, Estados Unidos da América, 2015. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1002/pra2.2015.145052010083>. Acesso: 15 jul. 2021.

RUEDIGER, M. A.; GRASSI, A. (org.). **Discurso de ódio em ambientes digitais: definições, especificidades e contexto da discriminação on-line no Brasil a partir do Twitter e do Facebook**. Diretoria de Análise de Políticas Públicas da Fundação Getulio Vargas - FGV DAPP, Rio de Janeiro, 2021. Disponível em: https://democraciadigital.dapp.fgv.br/wp-content/uploads/2021/03/Estudo-3_Discurso_de_Odio_PT.pdf. Acesso em: 26 jul.21.

SÁ MOTTA, R. P. **Em guarda contra o perigo vermelho: o anticomunismo no Brasil (1917-1964)**. São Paulo: Perspectiva, 2002.

SAMUELS, D. J.; ZUCCO, C. Lulismo, petismo, and the future of brazilian politics. **Journal of Politics in Latin America**, 2014. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1866802X1400600306>. Acesso em: 23 jun. 2022.

SAMUELS, D. J.; ZUCCO, C. **Partisans, antipartisans and nonpartisans: voting behavior in Brazil**. Londres: Cambridge University Press, 2018.

SAKAMOTO, L. **O que aprendi sendo xingado na internet**. São Paulo: Leya, 2016.

SANTANA, P. H. B. Midiatização da política em tempos de redes sociais digitais. **Anais de Artigos do Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais**, v. 1, n. 2, jul. 2018. Disponível em: <https://midiaticom.org/anais/index.php/seminario-midiatizacao-artigos/article/view/183>. Acesso em: 24 ago. 2021.

SANTOS, R.; CIOCCARI, D.; MORAES, T. O clã Bolsonaro e o twitter: comunicação política e influência na rede social. **Mediapolis**, n. 10. Centro de Estudos Interdisciplinares do Século XX. Coimbra (Portugal), 2020. Disponível em: https://impactum-journals.uc.pt/mediapolis/article/view/2183-6019_10_5/6518. Acesso em: 30 jan. 2023.

SANTOS, F. M. P. **Os bastidores da paródia de notícias: Sensacionalista e Cia**. Curitiba: Appris, 2016. v. 1. 239p.

SARAIVA, G. G. **Território e identidade: a descoberta do ouro nas disputas entre Brasil e França**. 2019. 300f. Tese (Doutorado em Linguística e Língua Portuguesa) – Programa de Pós-Graduação em Linguística e Língua Portuguesa, Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Araraquara-SP, 2019. Disponível em: <http://hdl.handle.net/11449/182351>. Acesso em: 22 jun. 2023.

SAWAOKA, T.; MONIN, B. The paradox of viral outrage. **Psychological Science**, v. 29, n. 10, p. 1665-1678, 2018. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0956797618780658>. Acesso em: 28 abr. 2023.

SCERB, P. Causa ou consequência? representação e participação no contramovimento bolsonarista à crise da democracia no Brasil. **Mediações**, Londrina, v. 26, n. 1, 2021. Disponível em: <https://www.uel.br/revistas/uel/index.php/mediacoes/article/view/41362/31578.pdf>. Acesso em: 23 jun. 2022.

SECCO, L. Breve história da militância Petista. **Mouro: Revista Marxista**. Nucleo de Estudos d'O Capital, v. 6, 2015. Disponível em: http://www.mouro.com.br/Mouro9_BreveHistoriaMilitanciaPetista_LSecco.pdf. Acesso em: 2 fev. 2023.

SECCO, L. **História do PT**. Cotia: Ateliê, 2011.

SECCO, L. O que aconteceu com aquele PT? **Brasil 247**, 27/02/2021. Disponível em: <https://www.brasil247.com/blog/o-que-aconteceu-com-aquele-pt>. Acesso em: 2 fev. 2023.

SILVA, D. C.; NORONHA, G. C. Os signos emocionais e a gestão das paixões políticas: sobre os (des)usos dos símbolos nacionais no governo Bolsonaro. **Boletim Historiar**, v. 9, n. 4, p. 3-24, out./dez. 2022. Disponível em: <https://seer.ufs.br/index.php/historiar/article/view/18552>. Acesso em: 19 jan. 2023.

SILVA, C. G. C. **O bolsonarismo da esfera pública**: uma análise foucaultiana sobre os conceitos de pós-verdade, fake news e discurso de ódio presentes nas falas de Bolsonaro. Dissertação (Mestrado em Letras) - Faculdade de Letras, Universidade Federal do Amazonas. Manaus, AM, 2020. Disponível em: <https://tede.ufam.edu.br/handle/tede/7664>. Acesso em: 26 jul. 2021.

SILVA, J. M. Fake news: a novidade das velhas falsificações. In.: FIGUEIRA, J.; SANTOS, S. **As Fake News e a nova ordem (des)informativa na era da pós-verdade**. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra, 2019.

SINGER, A. **Os sentidos do lulismo**: reforma gradual e pacto conservador. São Paulo: Cia das Letras, 2012.

STABILE, A. Número de brasileiros com autorização para ter arma aumenta 7 vezes durante mandato de Bolsonaro. **G1**, 22/01/2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2023/01/22/numero-de-brasileiros-com-autorizacao-para-ter-arma-aumenta-7-vezes-durante-mandato-de-bolsonaro.ghtml>. Acesso em: 8 fev. 2023.

SUNSTEIN, C. R. **Echo Chambers**: Bush v. Gore, impeachment, and beyond. Princeton: Princeton University Press, 2001.

TANDOC JR, E. C.; LIM, Z. W.; LING, R. Defining “Fake News”. **Digital Journalism**, v. 6, n. 2, p. 137-153, 2018. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/319383049_Defining_Fake_News_A_typology_of_scholarly_definitions. Acesso: 15 jul. 2021.

TENOVE, C. et al. Digital threats to democratic elections: how foreign actors use digital techniques to undermine democracy. **Research Report**, Centre for the Study of Democratic Institutions, University of British Columbia, 2018. Disponível em: https://democracy2017.sites.olt.ubc.ca/files/2018/01/DigitalThreats_Report-FINAL.pdf. Acesso em: 16 dez. 2021.

TRIVINHO, E. Lógica dromocrática do êxtase paranoico: estratégia neofascista, comunismo imaginário e estado de exceção no Brasil. **Revista Eco-Pós**, v. 25, p. 361-385, 2022. Disponível em: https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/27727/15289. Acesso em: 1 maio. 2023.

TSE. Tribunal Superior Eleitoral. Coletânea de jurisprudência do TSE. **Crimes na propaganda eleitoral**. 2022. Disponível em: [https://temasselecionados.tse.jus.br/temas-selecionados/propaganda-eleitoral/crimes-na-propaganda-eleitoral#:~:text=\(Ac.%20de%2028.10.2022%20no%20Ref%20DRP%20n%C2%BA%20060156220%2C%20rel.%20A0%20Min.%20Alexandre%20de%20Moraes.\)](https://temasselecionados.tse.jus.br/temas-selecionados/propaganda-eleitoral/crimes-na-propaganda-eleitoral#:~:text=(Ac.%20de%2028.10.2022%20no%20Ref%20DRP%20n%C2%BA%20060156220%2C%20rel.%20A0%20Min.%20Alexandre%20de%20Moraes.)). Acesso em: 00 out. 2022.

TSE. Tribunal Superior Eleitoral. **Estatísticas do eleitorado**. Eleitores filiados. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/eleicoes/estatisticas/estatisticas-de-eleitorado/filiados>. Acesso em: 15 maio 2023.

VAN BAVEL, J. J.; PEREIRA, A. The partisan brain: an identity-based model of political belief. **Trends in cognitive sciences**, 2018. Disponível em: <https://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S1364661318300172>. Acesso em: 4 abr. 2021.

VASCONCELOS, F. A. **Fake news das eleições de 2018**: entre a cultura isolada e a influência eleitoral. 2021. Dissertação (Mestrado em Estudos de Linguagens) - Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, 2021. Disponível em <http://riut.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/25667/1/fakenewseleicoes2018.pdf>. Acesso em: 24 ago. 2021.

VARGAS, A. L. B. et al. O discurso político de Bolsonaro: cidadãos de bem, segurança e moral. **Le Monde Diplomatique**, 2018. Disponível em: <https://diplomatie.org.br/o-discurso-politico-de-bolsonaro-cidadaos-de-bem-seguranca-e-moral/>. Acesso em: 18 jan. 2023.

VIEIRA, R. O transformismo petista: considerações acerca das transformações históricas do Partido dos Trabalhadores no Brasil. **Memorias** - Revista digital de Historia y Arqueología desde el Caribe colombiano, Barranquilla, n. 17, 2012. Disponível em: <https://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/memorias/article/view/4621/2888>. Acesso em: 2 fev. 2023.

VOSOUGHI, S.; ROY, D.; ARAL, S. The spread of true and false news online. **Science**, v. 359, p. 1146–1151, 2018. Disponível em <https://science.sciencemag.org/content/359/6380/1146/tab-pdf>. Acesso em: 19 abr. 2019.

WARDLE, C. **Fake News**. It's complicated. First Draft News. February 16, 2017. Disponível em: <https://firstdraftnews.org/articles/fake-news-complicated/>. Acesso em: 9 jul. 2021.

WARDLE, C.; DERAKHSHAN, H. Information disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policy making. **Council of Europe report**, 2017. Disponível em: <https://edoc.coe.int/en/media/7495-information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html#>. Acesso em: 17 fev. 2021.

WESTWOOD, S. J. et al. The tie that divides: cross-national evidence of the primacy of partyism. **Eur. J. Polit. Res.** 2017. Disponível em: <https://pcl.sites.stanford.edu/sites/g/files/sbiybj22066/files/media/file/westwood-crossnational-polarization.pdf> Acesso em: 18 ago. 2021.

WILSON, A. E.; PARKER V. A.; MATTHEW, F. Polarization in the contemporary political and media landscape. **Current Opinion in Behavioral Sciences**, 2020. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2352154620301078>. Acesso em: 31 de mar. 2022.

YAHOO NOTÍCIAS. **Campanha de Lula usa ‘fantasma do comunismo’ em propaganda para desmentir fake news**. 2022. Disponível em: <https://br.financas.yahoo.com/news/campanha-de-lula-usa-fantasma-do-comunismo-em-propaganda-para-desmentir-fake-news-235331289.html>. Acesso em: 1 maio. 2023.

XAVIER, G. O que a campanha de Lula espera da militância nas redes sociais. **Carta Capital**, 18 /10/22. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/politica/o-que-a-campanha-de-lula-espera-da-militancia-nas-redes-sociais/>. Acesso em: 30 jan. 2023.

APÊNDICES

APÊNDICE A- Postagem – Bolsonaro/ 16 de agosto de 2022

Postagem: 16ago(1)

Coleta: 17 de agosto de 2022

<https://www.facebook.com/jairmessias.bolsonaro/posts/pfbid0Q2onPRFKeC1KDbQvP9wd4a5R7ZLgnXgNbTYYZWSWWii3LiUEhUt7Hty6mwsKNrjQl>

Jair Messias Bolsonaro

16 de agosto às 05:49

- O assentamento Salubrinho, em Andaraí, na região da Chapada Diamantina(BA), espera colher 100 toneladas de abacaxi no biênio de 2022 e 2023. A safra inicia este mês. Dentre as 40 famílias beneficiárias da reforma agrária nessa área, mais de 12 se dedicam ao cultivo da fruta, que leva 14 meses para produzir.

- Com 838,4 hectares de terras, o Salubrinho também produz aipim, feijão, laranja, limão e manga. Atualmente, ocorre a introdução do cultivo do maracujá no assentamento, que produz frutos quatro vezes ao ano e, com isso, tem potencial de aumentar a rentabilidade das famílias.

- Já são mais de 370 mil títulos entregues a famílias de assentados, garantindo fora a posse, a inclusão de políticas governamentais no incremento da produção do agricultor familiar. Este é apenas mais um exemplo do Governo Federal fazendo história e libertando o Brasileiro das mãos de facções patrocinadas por partidos de esquerda.

Ver menos



41 mil e outras 41 mil pessoas

1,9 mil comentários

3,7 mil compartilhamentos

The image is a screenshot of a web browser displaying the Facebook profile of Jair Messias Bolsonaro. The browser's address bar shows the URL facebook.com/jairmessias.bolsonaro. The profile header includes the name "Jair Messias Bolsonaro" and a menu icon. Below the header, there are links to his Telegram, App, and Website. The left sidebar lists various social media links, including LinkedIn, YouTube, Twitter, TikTok, and others. The main content area shows a post from August 16, 2022, at 05:49, featuring a photo of Bolsonaro and a woman. The post text discusses agricultural activities in Andaraí, BA, mentioning the Chapada Diamantina region and the production of pineapples and other fruits. The post has 41 likes, 1,900 comments, and 3,700 shares. The bottom of the page shows the "Fotos" section and a link to "Ver todas as fotos".

Facebook

Jair Messias Bolsonaro | Facebook

facebook.com/jairmessias.bolsonaro

Pesquisar no Facebook

Jair Messias Bolsonaro

Telegram: Jair M. Bolsonaro 1
App: <https://app.bolsonaro.tv/>
Site: <https://www.bolsonaro.tv>

Página · Figura pública

[jairmessiasbolsonaro](#)

<https://www.linkedin.com/in/jairmessiasbolsonaro>

<https://youtube.com/c/jbolsonaro>

[https://twitter.com/jairbolsonaro?](https://twitter.com/jairbolsonaro?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor)

<https://vm.tiktok.com/ZMLnk3Efr/>

[gettr.com/user/jairbolsonaro](#)

[familiabolsonaro.blogspot.com/?m=1](#)

[parler.com/JairMBolsonaro](#)

[app.bolsonaro.tv](#)

[flickr.com/photos/fotosbolsonaro](#)

[t.me/jairbolsonarobrasil](#)

Curtir Responder 2 sem
2 respostas
Ver mais comentários 1 de 7.829

Jair Messias Bolsonaro
16 de agosto às 05:49 · 🌐

- O assentamento Salubrinho, em Andaraí, na região da Chapada Diamantina(BA), espera colher 100 toneladas de abacaxi no biênio de 2022 e 2023. A safra inicia este mês. Dentre as 40 famílias beneficiárias da reforma agrária nessa área, mais de 12 se dedicam ao cultivo da fruta, que leva 14 meses para produzir.

- Com 838,4 hectares de terras, o Salubrinho também produz aipim, feijão, laranja, limão e manga. Atualmente, ocorre a introdução do cultivo do maracujá no assentamento... Ver mais

41 mil 1,9 mil comentários 3,7 mil compartilhamentos

Curtir Comentar Compartilhar

Fotos Ver todas as fotos

Comentarista Bolsonarista (B)

GLÓRIAS À DEUS!

O Homem que trabalha, é abençoado sempre.

Parabéns

meu Presidente!

Vamos continuar com o trabalho e a prosperidade do Homem Trabalhador do Campo.

Parabéns

Homem do Campo!

Comentarista Bolsonarista (B)

Excelente, Presidente, o MTST em breve será extinto!

Comentarista Bolsonarista (B)

Enquanto o presidente realmente trabalha em favor da agricultura e dos produtores agrícolas, temos um certo candidato que quer trazer de volta os arruaceiros militantes travestidos de sem-terra. Seguiremos com Bolsonaro!

Comentarista Bolsonarista (B)

Esse sim é um trabalho voltado para as famílias do campo, investindo para colher bons frutos. ForaMST. #BolsonaroTemRazao

APÊNDICE B - Informações postagens – Bolsonaro/Planilha 16 de agosto de 2022

Número	Legenda	Comentários Bolsonaristas	Comentários Lulopetistas	Fakes	Observação
16ago(1)	- O assentamento Salubrinho, em Andaraí, na região da Chapada Diamantina(BA), espera colher 100 toneladas de abacaxi no biênio de 2022 e 2023. A safra inicia este mês. Dentre as 40 famílias beneficiárias da reforma agrária nessa área, mais de 12 se dedicam ao cultivo da fruta, que leva 14 meses para produzir. (...)	O MTST em breve será extinto; O outro candidato quer trazer de volta os arruaceiros militantes travestidos de sem-terra;			
16ago(2)	Juiz de Fora / Minas Gerais (16/08/2022) Parte 1	Deus, Família e Pátria Brasileira; Contra os quadrilheiros, contra o mensalão, contra os esquemas que acontecia na era do PT;			
16ago(3)	Juiz de Fora / Minas Gerais (16/08/2022) Parte 2	Cuidado com a segurança; Querem a morte de Bolsonaro;			
16ago(4)	Juiz de Fora / Minas Gerais (16/08/2022) Parte 3	Pela moral e bons costumes;			
16ago(5)	Juiz de Fora / Minas Gerais (16/08/2022) Parte 4	Data Povo, a verdadeira pesquisa;			
16ago(6)	Juiz de Fora / Minas Gerais (16/08/2022) Parte 5	Patriotismo; Extinguir a esquerda;			
16ago(7)	Juiz de Fora / Minas Gerais (16/08/2022) Parte 6	Orgulho bolsonarista; Bolsonarismo;			
16ago(8)	Juiz de Fora / Minas Gerais (16/08/2022) Parte 7	Data Povo, a verdadeira pesquisa;			
16ago(9)	- É preciso estar atento. A partir de hoje, mais do que nunca, os que amam o vermelho passarão a usar verde e a amarelo, os que perseguiram e defenderam fechar igrejas se julgarão grandes cristãos, os que apoiam e louvam ditaduras socialistas se dirão defensores da democracia.	O comunismo é uma ameaça para o mundo inteiro; Nossa bandeira jamais será vermelha;		Ameaça Comunista;	
16ago(10)	- Sem guerra e pandemia, o PT entregou o país à pior recessão de nossa história. Em meu governo, mesmo com pandemia e guerra, benefícios sociais foram ampliados, milhões de empregos foram gerados e a economia voltou a crescer. Eles quebraram o Brasil. Nós quebramos paradigmas.	Temos que pedir muito a Deus que nunca mais o Brasil seja governado por estes partidos comunistas; Saudosismo da Ditadura Militar; As eleições serão fraudadas; Formação Política; Só vim entender de política, aos meus 78 anos; O PT destruiu o país; Resgate do Patriotismo;		Ameaça Comunista; Fraude urnas;	

16ago(11)	BRASIL ACIMA DE TUDO! DEUS ACIMA DE TODOS!	Todo o cristão que prezam os bons costumes não apoiam jamais a esquerda; Bolsonarismo;			
-----------	--	--	--	--	--

APÊNDICE C - Postagem – Lula/ 16 de agosto de 2022**Postagem: 16ago(1)**

Coleta: 17 de agosto de 2022

<https://www.facebook.com/Lula/posts/pfbid02PAnh2cKUriHNDfgodJnShgPRkbGVgVXu3Eoq794R6ZydXwrcd2sGhdRKY1pu6H3ml>Lula16 de agosto às 7:08

Bom dia. #BrasilDaEsperança

**Lula 13** ✓

@LulaOficial

Aos 50 anos de vida pública,
8 dos quais presidindo o país,
volto ao lugar onde tudo
começou: a porta da fábrica.
Como primeiro ato de
campanha, visito a
Volkswagen, levando aos
trabalhadores uma mensagem
de esperança: vamos juntos
consertar o Brasil. Bom dia!
[#BrasilDaEsperança](#)

14 mil e outras 14 mil pessoas

1,3 mil comentários

1,1 mil compartilhamentos

Facebook interface showing the profile of Lula (Luiz Inácio Lula da Silva).

Apresentação
Sejam bem-vindos à página oficial de Luiz Inácio Lula da Silva.
Página · Político
lula.com.br/siga-o-lula

Fotos Ver todas as fotos

Post by Lula 13 (@LulaOficial)
Aos 50 anos de vida pública, 8 dos quais presidindo o país, volto ao lugar onde tudo começou: a porta da fábrica. Como primeiro ato de campanha, visito a Volkswagen, levando aos trabalhadores uma mensagem de esperança: vamos juntos consertar o Brasil. Bom dia! [#BrasilDaEsperança](#)

Engagement: 14 mil likes, 1,3 mil comentários, 1,1 mil compartilhamentos.

Comentarista Lulopetista (L)

Lula eu continuo confiando que vc sera um grande presidente, lula depois de tudo que te aconteceu eu so acho que vc ira fazer melhor ainda mais para o brasil porque o que levamos daqui e a boa Ação a humildade o Amor aos irmãos ,vc esta nas mãos de Deus

Comentarista Lulopetista (L)

Bolsonaro está acostumado com privilégios e, para quem está acostumado com privilégios, igualdade é vista como uma ameaça, por isso, igualdade é vista como uma ameaça para Bolsonaro.

Comentarista Bolsonarista (B)

Irene Lopes olha só , falou bem a verdade mas cite a humildade dele e o que fez pelo povo e pelo país quando estava no poder ?

Comentarista Lulopetista (L)

Felipe Rodrigues vc esta desenformado moço, eu tenho pessias que ganhou bolsa integral ,uma foi minha filha .outra coisa o real ficou muito acima do dolar sim ,se informe depois me fale .por conta do crescimento do real e o desenvolvimento do brasil.o brasil foi pra sexta economia maior do mundo. Mas bossominiom como vcs so falam esse tipo de coisa....porque esse ladrão ai foi o maior presidente que o brasil ja teve certo?,, cadê o juiz o moro? Se mandou com vergonha porque o julgamento dele foi uma grande piada ,fraude e interesse.

Comentarista Lulopetista (L)

A nossa esperança se tornar realidade vê o país sair desse caos e os brasileiros sair dessa miséria e poder voltar a sonhar com dias melhores .Lula sempre contigo

Comentarista Lulopetista (L)

Lula só vc mesmo pra nós ajudar vc tem que ganhar vc vai ganhar essa e sua nem preocupa

Comentarista Bolsonarista (B)

Vc merece voltar é pra cadeia, comunista vagabundo, ladrão. MITO 22.



Comentarista Bolsonaro (B)

Serão burros estes metalúrgicos se votar neste vagabundo corrupto e ladrão

Comentarista Bolsonaro (B)

LULA quer reconstruir o que ele mesmo destruiu.

Comentarista Bolsonaro (B)

O povo brasileiro acordou, PT nunca mais!

Comentarista Bolsonaro (B)

Qual, a que vc cortou o próprio dedo para se aposentar ou a que vc foi posto pra fora pq ã queria trabalhar aos sábados???

Comentarista Lulopetista (L)

Lula guerreiro do povo brasileiro

Comentarista Bolsonaro (B)

Povo ignorante e burro e outra coisa!!!! Lula ladrão seu lugar e na prisão

Comentarista Bolsonaro (B)

BRASIL É O PRIMEIRO E UNICO PAIS A TE UM CANDIDATO A PRESIDENCIA QUE JA FOI CONDENADO EM TODAS AS ESTANCIAS E QUE FOI PRESO E DEPOIS SOLTO POR UM CIDADÃO QUE HJ É PRESIDENTE DO STE, QUERIA SABER QUAIS IGREJAS QUE VÃO APOIAR O LULA QUE SÃO A FAVOR DO ABORTO? TA NA CARA QUE A GLOBOLIXO TEM UM QUERIDINHO, POIS COMO A GLOBO QUEBROU MUITO COM O BOLSONARO PRESIDENTE E DEPOIS COM A PANDEMIA A EMISSORA PRECISA APOIAR QUEM VAI VOLTAR A DA DINHEIRO POR DEBAIXOS DOS PANOS. É POR ISSO QUE BOLSONARO SERÁ REELEITO, POIS A POPULAÇÃO JA ESTA ENOJADA DAS EMISSORAS FALAR E QUERER ACOBERTAR TANTA MENTIRA

Comentarista Bolsonaro (B)

Vida pública sem trabalhar, só roubando. Vai vendo.

Comentarista Bolsonaro (B) 🤪

Nos debates as mentiras do presidiário Lula será exposta por Bolsonaro. A roubalheira, as condenações em 03 instâncias, os 580 dias de cadeia. As mentiras do presidiário, ladrão será levado ao conhecimento do eleitorado!!!

Comentarista Bolsonaro (B)

Como se o Brasil tinha acabado nunca o Brasil está andando tão bem que nem hoje sem corrupção sem comunismo agora tivesse no poder nós já tava no comunismo eu não sei como tem gente que não enxerga isso é cedo ainda para enxergar isso aí depois não adianta mais vir chorar

Comentarista Bolsonaro (B)

Onde foi que tu botou pra torar teu dedo pra não trabalhar mais
?.

Comentarista Bolsonarista (B)

O próprio PT colocou a Volks na situação atual, causou várias demissões.

E ainda teve gente parados na frente da empresa para escutar um ladrão de estimação

APÊNDICE D - Informações postagens – Lula/Planilha 16 de agosto de 2022

Número	Legenda	Comentários Lulopetistas	Comentários Bolsonaristas	Fakes	Observação
16ago(1)	Bom dia. #BrasilDaEsperança	Esperança; A nossa esperança se tornar realidade vê o país sair desse caos e os brasileiros sair dessa miséria e poder voltar a sonhar com dias melhores;	Punido; Punição; Comunista; Vagabundo; Ladrão; Preso; Presidiário; Condenado; Destruiu o país; Cortou o próprio dedo.		
16ago(2)	É preciso que a gente, em 2022, tenha a responsabilidade de dizer que país a gente quer. Porque se a gente se omitir, se dizer que não gosta de política, se resolver ficar.	Queremos o país do amor, do cuidado e do desenvolvimento econômico e social;	Antipetismo; Ódio; No PT só tem patife e pilantras, ou seja, um bando de ladrões, um verdadeiro covil;		
16ago(3)	Sábado tem Lula Presidente no Anhangabaú, em São Paulo. Registre sua presença: http://lula.com.br/sao-paulo-com-lula/ #equipeLula #BrasilDaEsperança	Esperança; O AMOR vai vencer o ódio;	Punido; Punição; Preso; Presidiário; Condenado;		
16ago(4)	Lula dá início a campanha em porta de fábrica no ABC.	Símbolos nacionais; Bandeira; A bandeira do Brasil é nossa, a conquista está próxima, queremos o resgate de nossas cores;	Símbolos nacionais; Bandeira; A bandeira do Brasil não pertencem aos comunistas. Aí só se vê a cor vermelha da bandeira comunista;		
16ago(5)	No ar! Confira o primeiro programa do podcast do Lula no Spotify: https://lula.com.br/lula-estrea-podcast-na-plataforma .		Revolta; BRASIL É O PRIMEIRO E UNICO PAIS A TE UM CANDIDATO A PRESIDENCIA QUE JA FOI CONDENADO EM TODAS AS ESTANCIAS E QUE FOI PRESO E DEPOIS SOLTO; Preso; Presidiário;		
16ago(6)	Vim ao ABC hoje, nesse dia tão marcante da minha vida, para dizer que nós vamos ganhar as eleições e recuperar o Brasil. Porque esse país precisa de nós! #BrasilDaEsperança	BemXMal;			
16ago(7)	Amanhã tem Lula ao vivo bem cedinho! Anote na agenda! #EquipeLula #BrasilDaEsperança	Fake news; O gabinete do ódio tá com todo vapor espalhando mentiras e ódios como fizeram em 2018, mas esse ano quem tá mal é o povo que perdeu tudo por causa desse desgoverno, fora bosonario;			

16ago(8)	A minha cara é a esperança. Boa noite.	Esperança; Lula é a esperança ,de um Brasil melhor e mais justo;	Ofensas; Nojo; Desprezo; Raiva; Ódio Político; Lixo de ser humano esse ladrão;		
----------	--	--	--	--	--