

“Não sou eu quem está falando”: a retórica de autoridade em vlogs da Direita brasileira no YouTube sobre a vacina contra a COVID-19

“I’m not the one talking”: the rhetoric of authority in Right-wing brazilian vlogs on YouTube about the COVID-19 vaccine

Nilton Cesar Monastier Kleina

Doutorando em Comunicação pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná (UFPR). Mestre em Comunicação pela UFPR. Membro do grupo de pesquisa Comunicação Política e Democracia Digital (COMPADD). E-mail: nckleina@gmail.com

Rafael Cardoso Sampaio

Doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas. Professor do Departamento de Ciência Política, do Programa de Pós-Graduação em Ciência Política e do Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFPR. Coordenador do grupo de pesquisa Comunicação Política e Democracia Digital (COMPADD). E-mail: cardososampaio@gmail.com

RESUMO

O artigo realiza uma análise do uso da estratégia argumentativa de autoridade em vlogs publicados no YouTube por produtores de conteúdo conservadores do Brasil. Para tanto, foram selecionados 26 vídeos de 13 canais diferentes, publicados no contexto de pré-vacinação contra a COVID-19 no país, de outubro de 2020 a janeiro de 2021. Através de Análise de Conteúdo, identificou-se a partir dos preceitos da Retórica a utilização tanto de argumentos de autoridade para reforçar um posicionamento quanto os de desvalorização de opositor — *os ad hominen*. Os resultados ainda indicam que a chamada Nova Direita traz algumas características em comum, como a necessidade de identificar e desqualificar um adversário e a alta valorização da autoridade autoatribuída, ou seja, conferida ao próprio youtuber. Por outro lado, os vlogs revelam-se difuso no formato de colocação de ideias e na organização de seus argumentos, inclusive com discursos contrários às ações do Governo Federal.

PALAVRAS-CHAVE: *YouTube; Retórica; COVID-19; Comunicação Política; Internet e Política.*

ABSTRACT

Abstract: The study analyzes the argumentative strategy of authority in vlogs posted on YouTube by conservative content creators in Brazil. Therefore, we selected 26 videos from 13 channels in the context before the vaccination against COVID-19 in the country, between October of 2020 and January of 2021. Through a Content Analysis, we identified by the rhetorical precepts the utilization of authority arguments to fortify a statement, and the ad hominen arguments to depreciate the political opposition. The results indicate that the so called Nova Direita have some common elements, like a need to identify and disqualify adversaries, and the valorization of a self-assigned authority, granted to the youtuber himself. Still, the vlogs reveal themselves as diffuse in the shape of ideas and organization of arguments, including the anti-government speeches.

KEYWORDS: *YouTube; Rhetorics; COVID-19; Political Communication; Internet and Politics*

RESUMEN

El estudio examina la estrategia argumentativa de autoridad en vlogs publicados en YouTube por creadores de contenido conservadores en Brasil. Por consiguiente, identificamos 26 videos de 13 canales publicados en el contexto previo a la vacunación contra COVID-19 en el país, entre octubre de 2020 y enero de 2021. Por una Análisis de Contenido, identificamos en los preceptos retóricos la utilización de argumentos de autoridad para fortalecer la afirmación, y los argumentos ad hominen para desprestigiar a la oposición política. Los resultados indican que la llamada Nova Direita tiene algunos elementos en común, como la identificación y descalificación de los adversarios y la valorización de una autoridad autoasignada, otorgada al propio youtuber. Aún así, los datos son difusos en forma de ideas y organización de argumentos, incluidos los discursos antigubernamentales.

PALABRAS CLAVE: *YouTube; Retórica; COVID-19; Comunicación política; Internet y política*

Submetido em 10 de Junho de 2021

Aceito em 20 de Setembro de 2021

Introdução

O início da vacinação no Brasil contra o vírus SARS-CoV-2, causador da covid-19, envolveu intensa disputa política e reviravoltas em um curto período de

Dossiê Guerras Culturais – <https://revistaecopos.eco.ufrj.br/>

ISSN 2175-8689 –v. 24, n. 2, 2021

DOI: 10.29146/ecopos.v24i2.27707

tempo. Após especulações, em outubro de 2020¹, o presidente Jair Bolsonaro (sem partido) afirmou que o Governo Federal não compraria a vacina CoronaVac, com insumos de origem chinesa e fabricação em parceria com o Instituto Butantan. Entretanto, o laboratório Sinovac manteve os trâmites de aprovação pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) e negociou diretamente com o governo de São Paulo. O primeiro lote de doses chegou ao país em novembro².

O pedido de uso emergencial foi aprovado pela Anvisa na metade de janeiro de 2021, com a imunização começando em São Paulo por uma enfermeira da linha de frente³. Tal ação gerou ainda mais atritos entre o governador João Dória (PSDB) e a base do Executivo nacional, incluindo o Ministério da Saúde então comandado pelo general Eduardo Pazuello.

Além das disputas entre representantes políticos, são identificadas em paralelo nas redes sociais digitais empreitadas argumentativas de produtores de conteúdo independentes, que se utilizam de variadas estratégias persuasivas para convencer espectadores e expressar pontos de vista marcados por um posicionamento político definido. Um desses ambientes é o *YouTube*, notabilizado no país por concentrar conteúdos políticos originados tanto de coordenações de campanha e instituições da mídia tradicional quanto de ativistas voluntários (Reis, Zanetti, Frizzera, 2020). Na pandemia, o serviço caracteriza-se tanto por conteúdos educativos e informativos de divulgadores científicos e veículos de imprensa (Robalinho et al, 2020) quanto uma alta quantidade de desinformação, conspirações e até falsas curas milagrosas (Machado et al, 2020).

O presente artigo analisa youtubers brasileiros que fizeram publicações no formato *vlog* durante o período pré-vacinação no Brasil, especificamente focando no grupo identificado com a Nova Direita. A avaliação envolve o uso de uma

¹ VERDÉLIO, Andreia. Agência Brasil, 21 de outubro de 2020. Disponível em: <https://bit.ly/3eZRcH3>

² ALBUQUERQUE, Flávia. Agência Brasil, 19 de novembro de 2020. Disponível em: <https://bit.ly/3bdRDw6>

³ BBC Brasil, 17 de janeiro de 2021. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-55699131>

estratégia retórica em especial: o argumento de autoridade (Breton, 1999), em que uma figura de relevância é utilizada como validação de um ponto. A análise sob a vista da Retórica foi selecionada por permitir a compreensão da estrutura argumentativa de um discurso, assim como os seus elementos específicos e as ideias que norteiam uma tentativa de convencimento da audiência (Reboul, 2004).

A Nova Direita brasileira é formada tanto por apoiadores de Bolsonaro quanto indivíduos de viés reacionário, mas contrários ao governo. Representantes de ambos foram contemplados no *corpus* deste artigo para melhor identificar as faces desses grupos. Apesar de politicamente fragmentada, ela ainda pode ser caracterizada como um movimento embasado em valores morais conservadores, liberalismo econômico e antipetismo (Rocha, 2018), tentativas de minar a credibilidade de instituições (Nakagawa, Gomes, Cardoso, 2020) e presença massiva em redes sociais (Silveira, 2015).

Em estudo exploratório de Kleina e Sampaio (2020), identificou-se o potencial de análise retórica de vídeos no *YouTube*, porém carecendo de um recorte a respeito de algumas das estratégias argumentativas identificadas. O presente artigo, portanto, debruça-se em uma dessas estratégias para melhor compreender a sua utilização em um determinado contexto.

Desse modo, propõe-se a seguinte questão de pesquisa: no período analisado, como os *youtubers* da Direita brasileira contemporânea utilizaram o argumento de autoridade em seus vídeos como parte de um discurso opinativo e de persuasão? O objetivo do artigo é compreender como o argumento de autoridade aparece em discursos de *vlogueiros* alinhados com a Direita a respeito da vacinação, e de que forma essa estratégia ajudou a construir uma opinião marcada por quem deve ser respeitado ou não como fonte de argumentos. Ao mesmo tempo, serão avaliados quais argumentos são esses e a presença da tática de *ad hominem*, que envolve o processo contrário — ou seja, invalidar um argumento por ligá-lo a uma figura que carece de autoridade (Breton, 1999).

O estudo foi limitado aos argumentos de autoridade e *ad hominen* para que seja possível analisar de forma mais complexa e precisa uma estratégia argumentativa perceptível em discursos políticos. Portanto, optou-se neste momento por não realizar a identificação de outros recursos, como argumentos comparativos, analogias, causa e efeito ou de contradição.

Na composição do texto a seguir, serão apresentados os conceitos de argumento de autoridade e *ad hominen*, além de uma breve revisão do campo retórico e do ecossistema do *YouTube* no Brasil. Por fim, os debates convergem para a análise dos resultados, identificando padrões e comportamentos em uma rede social tão popular.

1.0 argumento de autoridade como estratégia retórica

O cerne teórico da pesquisa é a Retórica, que permite a observação dos traços argumentativos de um conteúdo a partir de um meio, direcionado a um público específico e com um objetivo claro (Mayer, 2007): o convencimento de que o seu ponto de vista deve ser no mínimo levado em consideração, ou tido como verdadeiro. Reboul (2004, p. 14) resume o campo como a arte de persuadir pelo discurso em uma produção verbal, escrita, oral ou audiovisual com um mínimo de estruturação e sentido.

Ressalta-se que a persuasão pretendida não envolve essencialmente mentir ou ludibriar (Barthes, 1987, p. 9). A Retórica também abriga "a negociação da diferença entre os indivíduos sobre uma questão dada" (Mayer, 2007, p. 25) e como oradores articulam posicionamentos e expõem pontos de vista sob outras articulações para gerar novos significados (Toye, 2013, p. 20).

Uma das técnicas argumentativas para se obter esse fim é descrita por Breton (1999) como o argumento de autoridade. Essa afirmação valida uma tese com base na figura que originalmente proferiu o discurso. Assim, "ou o orador apoia o enquadramento do real sobre sua própria autoridade, ou ele convoca uma

autoridade exterior" (Breton, 1999, p. 77). A natureza do argumento de autoridade autoatribuída ou delegada encontra-se no núcleo da Retórica desde Aristóteles: ele se baseia no *ethos*, um dos três componentes retóricos⁴, aquele que versa sobre "a imagem de si, o caráter, a personalidade, os traços de comportamento, a escolha de vida e dos fins" (Mayer, 2007, p. 34). Finlayson (2020) identifica uma intensificação do foco na personalidade política individual na internet, com o *ethos* privilegiado em plataformas de rede social e estímulos à participação de indivíduos na produção de conteúdo. Adiante, serão notadas conexões entre esses elementos e o gênero de vídeo do *vlog*, que amplifica o estabelecimento de uma autoridade nesse formato.

Em sua obra, Breton (1999, p. 80-82) aponta três ramificações para a origem da autoridade, de acordo com a estratégica do autor: (1) competência, (2) experiência e (3) testemunho. O primeiro item "supõe que haja previamente uma competência científica, técnica, moral ou profissional que vai legitimar o olhar sobre o real que deriva dela. (Breton, 1999, p. 80). A segunda variável trata de prática efetiva do orador ou figura de interesse no tópico tratado, enquanto a terceira lida com presença física em acontecimentos para fundamentar a descrição. Essa classificação será adotada na metodologia deste estudo para confecção da classificação de variáveis.

Já no contexto da direita brasileira, Rocha (2021) define as ideias bolsonaristas como uma 'retórica do ódio', tendo como princípios a desvalorização do outro lado e a identificação de um opositor que, além de voz discordante, é um inimigo. Esse recurso que envolve linguagem agressiva generaliza ocorrências, concentra denúncias de supostas conspirações em curso e "desempenha a função de um antagonista que deve ser eliminado a qualquer custo, ao mesmo tempo que reforça o papel do presidente como o grande herói" (Nakagawa, Gomes, Cardoso,

⁴ O *pathos* "é a fonte das questões e estas respondem a interesses múltiplos, dos quais dão prova as paixões, as emoções, ou simplesmente as opiniões" (Mayer, 2007, p. 38) Já o *logos* remete ao julgamento lógico-racional e "diz respeito à argumentação propriamente dita do discurso; é o aspecto dialético da retórica" (Reboul, 2004, p. 49).

2020, p. 50). Para identificar esse padrão, aqui serão identificados também os argumentos de efeito contrário ao de autoridade. É o *ad hominen*, em que se aplica "uma autoridade negativa para desqualificar uma opinião" (Breton, 1999, p. 77).

Antes da análise, é preciso compreender o formato de conteúdo dessas estratégias persuasivas: o *vlog*, um gênero de vídeo bastante difundido no *YouTube*.

2.0 Vlogueiros no *YouTube* e a COVID-19

Atualmente o segundo site mais acessado do Brasil e do mundo⁵ com mais de dois bilhões de usuários, o *YouTube* caracteriza-se por recursos que possibilitam a sua expansão contínua. Em especial, destaca-se a facilidade de visualização e publicação de vídeos, apostando na geração de conteúdos por usuários para crescer (Burgess, Green, 2018, p. 3-4). Desse modo, clipes amadores — de pessoas que não eram celebridades anteriormente — atingem uma audiência massiva (Dijck, 2013, p. 116) e transformam os responsáveis em estrelas. Dijck (2013, p. 131) classifica a plataforma como um microssistema, parte de um ecossistema de mídias conectadas e abrigando desde trechos de programas de televisão de grandes emissoras até vídeos caseiros de festas de casamento.

Uma comunidade de criadores e fãs foi desenvolvida, transformando o ambiente em uma plataforma que vai muito além de acervo de vídeos (Burgess, Green, 2018, p. 94). Com essa estruturação, o *YouTube* identifica-se também como um espaço em potencial para debates políticos e um mecanismo para amplificar discursos, com conteúdos selecionados com base em um algoritmo e sistema de recomendação. Apesar de tamanha responsabilização, o *YouTube* não foi desenvolvido como uma ferramenta política, mas sim um forte ator da indústria do entretenimento e hospedagem de arquivos audiovisuais (Dijck, 2013, p. 127) sem a

⁵ Dados de maio de 2021 da ferramenta de análise de tráfego Alexa, disponível em <<https://www.alexa.com/topsites/countries/BR>>.

democratização da sociedade como uma de suas missões. Esse aspecto é importante: o *YouTube* possui normas internas e termos de uso, mas não deixa de abrigar discursos de ódio ou conteúdos desinformativos.

Entre o mar de formatos e gêneros de materiais, um em especial se destaca pelo caráter intimista e o ar caseiro de produção. É o *vlog*, termo reduzido para *videolog*, tido por Burgess e Green (2018, p. 39) como uma das formas culturais centrais da plataforma por estar presente desde o início da ferramenta, em 2005. Wood (2019) e Werner (2012) caracterizam o *vlog* como um evento de fala que elimina limitações de tempo e espaço ao estabelecer uma “câmara virtual” entre produtor e espectador, privilegiando o contato pessoal. A estrutura é variável, mas normalmente traz uma breve introdução seguida do tópico específico do vídeo, que pode se mesclar com outros gêneros: tutorial, esquete de comédia ou análise política. O monólogo privilegia o rosto do youtuber voltado diretamente para a câmera, estabelecendo uma ligação com o público, além de poucos recursos de edição além de cortes e inserção de materiais extras.

É Werner (2012) quem faz uma ponte entre *vlogs* e retórica ao considerar o seu alto tom persuasivo. O pesquisador identificou quatro tipos de vídeos que se apropriam dessa conexão “face a face”: confissões (*confession*); reações (*reaction*); reclamações (*rant*) e testemunhos (*witness*). A partir dos formatos, youtubers são encorajados a produzirem vídeos com alta carga emocional, que forma novas relações sociais dentro e fora da plataforma (WERNER, 2012, p. 11). Essa classificação será parcialmente aplicada neste estudo.

Ladhari, Massa e Skandrani (2020) chegam a conclusões similares ao notarem que a popularidade do vlogueiro decorre de três pontos: (1) formação de uma credibilidade aparente; (2) manutenção de uma comunidade fiel com valores e opiniões ressoantes; e (3) conexão emocional gerada em decorrência do engajamento. Mas e as implicações políticas desse fenômeno? Segundo Lewis (2019), youtubers independentes criam uma rede paralela de análise política que supostamente mostra o que veículos tradicionais escondem. Dessa forma, eles se

estabelecem como confiáveis, gerando um senso de transparência e autenticidade, ao mesmo tempo em que fazem críticas ao jornalismo formal e supostamente enviesado. O resultado é um conteúdo normalmente em forma de vlog que contém discursos reacionários.

A disseminação pelo *YouTube* de vídeos que deveriam ser barrados pela plataforma já foi identificada no caso do movimento antivacina (Brotas *et al*, 2021) e entre terraplanistas (Albuquerque, Quinan, 2020). E com a pandemia da covid-19 não é diferente: redes sociais são plataformas para discursos negacionistas ou em defesa de medicamentos sem comprovação científica.

Em relatório a respeito da pandemia no *YouTube* do Brasil, Machado *et al* (2020, p. 9) notam que, apesar de semelhanças no tratamento de conspirações, como atribuir a criação do vírus ao governo chinês, há uma diversificação na abordagem de temas, vocabulários e teorias — sendo que boa parte desses cliques se interconecta por sistemas de indicações, seja do algoritmo da rede ou nas falas dos próprios criadores. Segundo Knuutila *et al* (2020, p. 2), vídeos populares contendo desinformação sobre a pandemia trazem indivíduos que se colocam como autoridade ou em uma posição privilegiada, dotados de informações supostamente secretas.

Uma forma de compreender como esses youtubers agem do ponto de vista da Retórica é avaliar os argumentos de autoridade e *ad hominen* em seus discursos. Esse é o objetivo do presente estudo, cuja metodologia será detalhada a seguir.

3. Metodologia

Antes de analisar através da retórica os vlogueiros brasileiros da Nova Direita no *YouTube* em meio à pandemia, foi necessário observar o cenário desses produtores de conteúdo. O primeiro passo da metodologia envolveu monitorar um grupo de canais de alta popularidade (ou seja, com número significativo de inscritos) que permitisse a observação consistente e ampla sobre um

comportamento. Os autores mantêm desde junho de 2019 uma planilha de vlogueiros da Direita contemporânea brasileira — desde youtubers puramente bolsonaristas aos ideologicamente conservadores, passando por perspectivas monarquistas e do neoliberalismo econômico (ver mais em Kleina, Sampaio, 2020). A escolha permite um acompanhamento a respeito do cenário político na plataforma, desde temas abordados até as estratégias retóricas utilizadas.

O espectro político envolve uma base que "se originou a partir da organização na internet de grupos de discussão e militância durante o auge do lulismo, entre 2006 e 2010" (Rocha, 2018, p. 17), formada por ultraliberais e conservadores que encontram no *online* um espaço de reunião e debate, passando a veicular conteúdos ideológicos. O grupo aproveitou-se do distanciamento temporal da ditadura militar e do sentimento de antipetismo no país, junto do surgimento de institutos e *think tanks*, para abraçar o clima de manifestações a partir de junho de 2013. Formou-se uma diversa e fragmentada "militância organizada em diversos grupos políticos e entidades civis" (Rocha, 2018, p. 195). Essa direita presente ativamente nas redes sociais (Silveira, 2015, p. 228) tem números expressivos de seguidores, capaz de gerar predominância em plataformas como o *YouTube* — caso de apoiadores do então candidato Jair Bolsonaro no período eleitoral de 2018 (Reis, Zanetti, Frizzera, 2020, p. 56).

A classificação de canais como "de Direita" ou representantes da Nova Direita foi feita com base nessa literatura, de acordo com os temas debatidos pelos youtubers e eventuais classificações feitas por si mesmos ou indicações de figuras relevantes. Nando Moura, por exemplo, foi indicado em uma lista de "canais de informação" por Jair Bolsonaro em 2018 no *Twitter*⁶, enquanto LiloVlog e Paula Marisa constam em uma lista similar feita por Flávio Bolsonaro na mesma rede social⁷.

⁶ Disponível em: <<https://bit.ly/2XhnOXL>>. Acesso em 10 de set. 2021.

⁷ Disponível em: <<https://bit.ly/3BYq2Kr>>. Acesso em 10 de set. 2021.

Para coleta de metadados e pesquisa pelos vídeos a respeito do tema, foi utilizada a ferramenta *YouTube DataTools*, assim como o próprio mecanismo do site de vídeos para confirmar os resultados⁸. Já os termos utilizados na busca foram "vacina", "vacinação", "covid", "coronavac", "coronavírus" e "pandemia", além de variações com os símbolos "@", "1" e "0" no lugar de letras. Esse passo é necessário para encontrar vídeos que utilizam títulos cifrados para burlar algoritmos do *YouTube* que desmonetizam ou até apagam clipes com desinformação.

Na segunda filtragem, foram escolhidos canais com mais de um vídeo sobre a vacinação que se encaixe nos parâmetros do estudo. Isso resultou na exclusão de 22 youtubers que: (1) não falaram do tema no período; (2) apagaram ou tornaram os vídeos privados; e (3) tiveram vídeos deletados pela plataforma ao infringirem termos da comunidade, como desinformação. Deste modo, foram selecionados somente vídeos de canais de mais de 250 mil inscritos, com duração entre 4 minutos e 40 minutos, que tratassem acerca do tema estudado.

A lista foi finalizada com a seleção de um *corpus* de dois vídeos de 13 canais diferentes, totalizando 26 clipes (cf. tabela 1) postados entre 21 de outubro de 2020 a 27 de janeiro de 2021. O recorte temporal engloba o primeiro ciclo de debates a respeito de um tema de grande relevância na pandemia: o início do debate a respeito da não-aquisição da CoronaVac pelo Governo Federal e dias após o início da aplicação da vacina do Instituto Butantan no Brasil.

Tabela 1: Vídeos coletados para análise

Canal	Vídeo	Título	Data	Duração	Endereço
LiloVLOG (308 mil inscritos)	A	DORIA ATACA BOLSONARO	02/01/2021	6m39s	https://youtu.be/QMWIcgg1rm8
	B	ANVISA APROVA VACINA*	18/01/2021	7m14s	https://youtu.be/20hii3IAv

⁸ Disponível em: <https://tools.digitalmethods.net/netvizz/youtube/>

O Jacaré de Tanga (731 mil inscritos)	C	STF AUTORIZA MEDIDAS RESTRITIVAS PARA QUEM NÃO VACINAR E BOLSONARO RESPONDE: "NÃO PRECISAVA DISSO"	18/12/2020	10m38s	ukXk
	D	V@C1NA DE BOLSONARO DÁ SHOW E SAI NA FRENTE DA "VACHINA" DE DORIA; STF ENTRA EM ALERTA	14/12/2020	11m59s	https://youtu.be/8JNYhqfwwto
LUIZ CAMARGO vlog (284 mil inscritos)	E	Doria e a eficácia da Coronavac! Picaretagem e vergonha, juntos e misturados!	13/01/2021	4m39s	https://youtu.be/vvoYRZzya1g
	F	A China rejeitou a Coronavac. E o Doria promete te infernizar em 2021. Se prepare!	04/01/2021	10m42s	https://youtu.be/IsuVJqZBesi
Nando Moura (3,3 milhões de inscritos)	G	VACINA DE 50% ??????	13/01/2021	15m14s	https://youtu.be/VNpAxS7Sro
	H	VACINA DO DÓRIA???	08/01/2021	13m04s	https://youtu.be/dM7RjDGeikl
Verdade Política (1,1 milhão de inscritos)	I	Insumos e Vacinas: QUEM MENTIU?	27/01/2021	6m17s	https://youtu.be/ikUt4rkDyPw
	J	Fracasso da CORONAVAC pode colocar um FIM na vida POLÍTICA de Doria	05/01/2021	7m48s	https://youtu.be/EsqiIBBE3LA
Ideias Radicais (588 mil inscritos)	K	A desculpa furada do governo para não comprar a vacina da Pfizer	24/01/2021	17m	https://youtu.be/p6oFHNj-Xus
	L	Anvisa, libere a vacina (e deixe de existir)	08/12/2020	15m15s	https://youtu.be/H2iNUetr57w
Bruno Jonssen (381 mil inscritos)	M	URGENTE - Dória diz que vacina brasileira chegou em voo da China / FELIZ NATAL!*	24/12/2020	13m36s	https://youtu.be/wKasDiwijqE
	N	STF e a vacina obrigatória, mas não forçada / Fake News sobre Búzios*	18/12/2020	14m01s	https://youtu.be/Ko92-0oqL40
Canal do Ferreira (278 mil inscritos)	O	Átila Iamarino quer te prender por não tomar a vacina! CORONAVAC COM 50,4% DE EFICÁCIA, VALE A PENA?	14/01/2021	7m37s	https://youtu.be/Eicbed9yQBQ
	P	A VACINA VEM AÍ! E AGORA? Secretário da Saúde xinga repórter em coletiva sobre plano de vacinação	17/12/2020	7m20s	https://youtu.be/NsxqcaQFxoI
Vlog do Lisboa (303 mil inscritos)	Q	Agora o Barco AFUNDOU de vez - ENFERMEIRA que tomou vacina DESMAIOU*	28/12/2020	9m59s	https://youtu.be/1gP2vH57cY
	R	Dilma e Collor fogem de convite de Dória para tomar Vacina*	27/12/2020	9m55s	https://youtu.be/fdHaATYnH5o
CRISTAL VOX Leudo	S	VACINAS QUE QUEIMAM VAIDADES	09/12/2020	39m56s	https://youtu.be/d3Z9Zs81

Costa (280 mil inscritos)	T	BOLSONARO VETA VACINA CHINESA E "QUEIMA" MAIS UM GENERAL	21/10/2020	22m17s	mtY https://youtu.be/reqMMrz bHoc
	U	VACINA DO DÓRIA É SUSPensa PELA ANVISA	10/11/2020	12m37s	https://youtu.be/2_5MfGWu3XY
Vista Pátria (526 mil inscritos)	V	STF DETERMINA VACINAÇÃO OBRIGATÓRIA	17/12/2020	11m08s	https://youtu.be/bDkKhCr aEes
	W	REDE quer OBRIGAR BOLSONARO a assinar Vachina	23/10/2020	9m43s	https://youtu.be/a3Xli82Bi D4
Alessandro Santana (480 mil inscritos)	X	STF vai entrar na TR3TA da VACHINA	26/10/2020	9m22s	https://youtu.be/rfkjkwXX Mwc
	Y	URGENTE - Anvisa interrompe estudos da vacina CoronaVac	10/11/2020	9m11s	https://youtu.be/lodbQQhi -q8
Canal do Conservador (449 mil inscritos)	Z	João Dória e a Cortina de Fumaça da Vacina Chinesa	28/10/2020	6m25s	https://youtu.be/HdPi82Pz ZR0
	* Vídeo removido após coleta e análise.				

Fonte: Dados do autor, 2021.

Cada vídeo teve o áudio transcrito em texto a partir da ferramenta *DIYCaptions*⁹, com imprecisões corrigidas manualmente. Já a metodologia consiste em uma Análise de Conteúdo de acordo com preceitos de Krippendorff (2004). Dessa forma, é possível lidar sistematicamente com um grupo de dados, permitindo que um material seja representado e posteriormente analisado com foco em algumas de suas características, resultando em inferências objetivas de acordo com o contexto das publicações.

O material em texto e vídeo foi codificado em planilha manualmente por um dos autores, com base no texto extraído e seguindo os procedimentos de Krippendorff (2004, p. 214) quanto à confiabilidade de um único autor — ou seja, baixa presunção de confiabilidade, porém garantia de estabilidade na classificação elaborada pelo próprio pesquisador.

⁹ Ferramenta disponível em: <<https://www.diycaptions.com>>.

A partir de um livro de códigos produzido para o estudo¹⁰, visando a identificação de argumentos e elementos do vídeo, nomeadamente: (a) Possui argumento de autoridade?; (a.1) Quem é a autoridade?; (b) Tipo de autoridade predominante; (c) Principal argumento utilizado; (d) Tipo de *vlog*; (e) Possui argumento *ad hominen*?; (e.1) Quem é o *ad hominen*?

As variáveis “a” e “a.1” envolvem identificar a autoridade que sustenta ou serve de origem para o vídeo, com descrição nominal em caso positivo. A classificação em “b” envolve as já citadas categorias de competência, testemunho e experiência de Breton (1999). Em “c”, também nominal, o argumento é descrito resumidamente. O item “d” é resultado da classificação de Werner (2012) entre Reclamação, Reação, Testemunho e Confissão, com uma categoria adicional criada pelo autor: “Análise”, em que o youtuber reflete e avalia a situação de forma lógica e menos passional. Já nos itens “e” e “e.1” lista-se a utilização do argumento *ad hominen* e, em caso positivo, qual a figura identificada.

4. Análise e discussão de resultados

Do corpus analisado no presente estudo, a maioria dos vídeos apresentou um tipo de autoridade. Além disso, o tipo de autoridade foi bastante difuso entre figuras políticas, como representantes do Executivo, e científicas, como especialistas em saúde pública e epidemiologia. Nesta categoria, entretanto, o mais encontrado foi a autoridade autoatribuída — ou seja, com o vlogueiro se colocando em uma posição de destaque e com capacidade suficiente para representar um ponto de vista. Essa proeminência de youtubers com *ethos* retórico acentuado reforça os estudos de Ladhari, Massa e Skandrani (2020) a respeito de produtores de conteúdo que, ao longo do tempo, formam uma comunidade que pensa igual a ele. Dessa forma, o youtuber realiza a validação com base na sua própria presença

¹⁰ O livro de códigos completo está disponível em: <<https://bit.ly/3hK4hGt>>.

na plataforma e encaminha o público para uma análise que contém apenas o seu ponto de vista.

A classificação por "competência" é a mais utilizada, indicando que a figura é escolhida por seu cargo, hierarquia política ou capital social — este especialmente para o caso dos vlogueiros. Assim, a autoridade é sugerida com base na confiança e uma espécie de garantia, não em ações passadas ou presentes. Os recursos de contato direto com o assunto ou tempo de atuação, além de demonstração de conhecimento, aparecem em frequências menores.

Sem contar as autoatribuições, a figura que mais se repete é Jair Bolsonaro, o único político de carreira que é citado positivamente por algum dos youtubers. Das quatro menções, três delas remetem a uma suposta competência do presidente que embasaria as políticas de vacinação — na briga contra Dória, o veto inicial à CoronaVac e a falta de negociações consideradas apressadas com laboratórios para a imunização. Entretanto, vale ressaltar que o presidente também é uma figura que, em outros vídeos, aparece também com julgamento negativo por críticos de sua gestão, envolvendo uma interpretação diferente dos mesmos acontecimentos.

Tabela 2: As autoridades utilizadas nos vídeos

		(n)
Tem autoridade?	Sim	15
	Não	11
	TOTAL	26
Tipo de autoridade	Política	4
	Centífica	4
	Autoatribuída	7
	TOTAL	15
Quem é a autoridade?	Jair Bolsonaro	4
	Anvisa	1
	Inst. Butantan	1
	Ana Maria Henao	1

Márcio Bittencourt	1
TOTAL	8

Fonte: Dados do autor, 2021.

Os resultados acerca da natureza da autoridade também trazem resultados relevantes. Apresentamos abaixo (cf. quadro 1) excertos que ilustram como ocorre o processo de atribuição de autoridade.

Quadro 1: Exemplos de argumentos de autoridade

Autoridade	Argumento
Autoatribuída (experiência)	"Eu apenas garanto aí que vocês que me assistem (...) têm a liberdade de pensar ainda e com essa sua liberdade você vai achar as respostas. Eu vou dar informações e vocês pensam por vocês mesmos, e eu espero que vocês repassem os seus pensamentos" (LiloVLOG, vídeo "B").
Autoatribuída (testemunho)	"Eu estive na manifestação em São Paulo, né, saí daqui do Rio de Janeiro e fui para São Paulo para poder manifestar junto ao lado dos paulistas. Ali, a insatisfação contra essa tese maluca da vacina obrigatória, e agora esse debate ele fica muito mais ampliado, né" (Vista Pátria, vídeo "U").
Jair Bolsonaro (competência)	"Jair Bolsonaro é quem sempre teve razão mais uma vez juntamente com seu ótimo ministro da saúde Pazuello saíram na frente em relação a vacina da covid-19 e para reforçar o João Dória com a sua vacina tão entendida atualmente encontra-se na mais remota possibilidade que ser comprada pelo Governo Federal" (O Jacaré de Tanga, vídeo "D")
Ana Maria Henao, médica e coordenadora da OMS (competência)	"A médica Ana Maria Henao, coordenadora do plano de pesquisas e desenvolvimento de Diagnósticos e vacinas da OMS, afirmou: existe o perigo de que as pressões políticas e econômicas para introduzir rapidamente uma vacina contra a covid-19 possam provocar a introdução generalizada de uma vacina que na verdade seja muito pouco efetiva" (Verdade Política, vídeo "J").

Fonte: dados do autor, 2021.

Outra codificação realizada foi “Tipo de *vlog*” (Werner, 2012). Notou-se que a maior parte dos materiais é uma Análise (12 vídeos), com reflexões e explicações de uma situação. Esse é um formato que foge de análises sentimentais, focando em argumentações que incluem o uso de autoridade. Entretanto, *vlogs* de Reclamação (8 vídeos) e com um tom mais ofensivo em relação aos opositores também são encontrados em alta quantidade. Reação a outros conteúdos (4 vídeos), como textos ou reportagens de telejornais, também foi identificada. Apenas um dos *vlogs* tem o caráter de testemunho. Entre os dois clipes analisados por youtuber, a classificação tipo de *vlog* se repete em 4 dos 13 canais, indicando que os produtores de conteúdo se aproveitam da variedade do gênero para tratar do tema.

Além disso, ao todo, três dos vlogueiros não apresentaram autoridade nos dois vídeos analisados: LUIZ CAMARGO vlog, Bruno Jonssen e Alessandro Santana Oficial. Apenas os canais Ideias Radicais e Vlog do Lisboa mantiveram a mesma figura de autoridade e natureza da argumentação nos vídeos analisados — autoatribuída de competência e Jair Bolsonaro por competência, respectivamente.

Outra surpresa em relação ao *corpus* selecionado é que a desqualificação de pessoas para invalidar o seu argumento (*ad hominen*) é majoritariamente mais presente do que o uso da autoridade — todos os 26 clipes possuem essa tática persuasiva (cf. tabela 3). Isso é alinhado especialmente contra João Dória no contexto pré-vacinação no Brasil, porém também estão presentes críticas às atuações do Supremo Tribunal Federal (STF) e de entidades científicas. Algumas menções negativas ao governo, seja à figura de Jair Bolsonaro ou ações do Executivo, estão presentes em menor escala.

Tabela 3: Os alvos dos argumentos *ad hominen* nos vídeos

Ad hominen	n
João Dória	10
STF	4

Dossiê Guerras Culturais – <https://revistaecopos.eco.ufrj.br/>

ISSN 2175-8689 –v. 24, n. 2, 2021

DOI: 10.29146/ecopos.v24i2.27707

Bolsonaro/Gov. Federal	2
Bolsonaro e Dória	2
REDE, Átila Iamarino, Sinovac, Anvisa, Dimas Covas, Antivacinas, Eduardo Pazuello	1 (cada)
TOTAL	26

Fonte: Dados do autor, 2021.

Os vídeos críticos ao governo indicam seus representantes como *ad hominen*: Bolsonaro é citado duas vezes sozinho e outras duas em conjunto com Dória, neste caso com o vlogueiro indicando que ambos estariam errados ao politizar a pandemia. O ministro Pazuello também é nominalmente citado em uma ocasião, enquanto a "mídia" também é descreditada em uma oportunidade.

Até mesmo organizações científicas, como a Anvisa, autoridades como o presidente do Instituto Butantan, Dimas Covas, e divulgadores científicos, como o biólogo e youtuber Átila Iamarino, são citados nessa categoria uma vez cada. O quadro 2 explicita a situação a partir de exemplos.

Quadro 2: Exemplos de argumentos *ad hominen*

Ad hominen	Argumento
STF	"O que nós estamos vendo aqui é um controle ditatorial mesmo do Estado sobre a vida da população. (...) Coletivo é o cacete, quem fala em coletivo é comunista. Comunista que usa essa história de 'Não, os interesses coletivos!' (...). Ah, vá para o escambau com esse argumento, Kássio Nunes!" (<i>Vista Pátria</i> , vídeo "V")
João Dória	"Em um país sério, o Dória, se já não estivesse preso, estaria pelo menos afastado do cargo enquanto é investigado. Mas, como estamos no Brasil, acho que isso que eu vou mostrar agora resume tudo" (<i>LUIZ CAMARGO vlog</i> , vídeo "E")
Jair Bolsonaro	"Não é a melhor vacina, não é a vacina ideal, o mito deixou de comprar sua vacina lá em agosto, mas é o que se tem para salvar vidas (...) A aposta do mito você sabe muito bem qual é que foi. (...) Só por isso, ele merecia um processo de impeachment por crime de responsabilidade". (<i>Nando Moura</i> , vídeo "G")
Dória e Bolsonaro	"E no meio disso tudo nós temos uma guerra política e completamente imbecil entre dois lixos políticos, o Bolsonaro e João Doria, para ver quem é que recebe mais holofotes da mídia, para ver quem é que vai pagar de

	Salvador da Nação. (...) A vida dos brasileiros para esses dois lados políticos não interessa absolutamente nada e isso você vê descrito na hipocrisia que eles mostram". (<i>Nando Moura, vídeo "H"</i>)
Eduardo Pazuello	"Poderiam ter parado com essa frescura meses atrás, para que hoje não tivéssemos 182 mil mortes por coronavírus? Seria bom, mas já é um começo. (...) Mas também, o que esperar de um ministro que ao ocupar o cargo nem sabia o que era o SUS, né?" (<i>Canal do Ferreira, vídeo "P"</i>)
Átila Iamarino	"Quem garante que ele vai parar por aí? Tem um pouco de sentido que tá falando? Eu não sei, Átila, se o que subiu a tua cabeça foi a fama, mas lembre-se que quem matou Golias não foi Davi, mas a sua própria arrogância e tolice por achar que era o maioral no começo da pandemia" (<i>Canal do Ferreira, vídeo "O"</i>)

Fonte: dados do autor, 2021.

Nos argumentos propriamente ditos (Cf. tabela 4), há uma relativa dispersão nos posicionamentos, identificada mesmo com um *corpus* reduzido. Conseqüentemente, os argumentos e estratégias retóricas também variam. Entretanto, o discurso é na maioria alinhado com as ações do governo ou falas de Jair Bolsonaro, como foi identificado em um período anterior da pandemia por Kleina, Sampaio (2020) — exceto em casos pontuais, como os de Nando Moura¹¹, CRISTALVOX e Ideias Radicais, conforme os exemplos em seguida. Vale notar que outras figuras da esfera política não são poupadas de críticas, como o ministro da Saúde, Eduardo Pazuello, e o governador de São Paulo, João Dória. Além disso, nota-se ainda que Nando Moura e Ideias Radicais possuem argumentos que não se repetem — seja em outros vídeos deles mesmos ou de outros youtubers.

Tabela 4: Os principais argumentos dos influenciadores de Direita sobre a vacinação

Vídeo	Argumento principal
B; J; O; U; Y; W	CoronaVac é suspeita por causa da eficácia e possíveis efeitos adversos, e deveria ser melhor testada antes da aplicação.
C; N; V; X; Z	A vacinação contra a covid-19 não deveria ser obrigatória ou decidida por decreto do STF.
E; F; I; M	João Dória deve ser culpado por irresponsabilidade na gestão da pandemia em São Paulo e pela insistência com a CoronaVac

¹¹ O caso de Moura é inusitado. Ainda um dos maiores vlogueiros da direita brasileira em inscritos, ele tornou-se crítico de Bolsonaro durante o governo depois de colocar-se ao lado do candidato, atraído especialmente pelo antipetismo. O discurso permanece agressivo em termos utilizados e no formato intimista, agora majoritariamente destinado ao núcleo governista.

A; D; Q; R	Bolsonaro agiu corretamente ao não apressar uma vacinação considerada suspeita e recebe apoio da população.
H; S; T	Tanto Bolsonaro quanto Dória agem pela 'politização' da situação, com pensamentos eleitoreiros em detrimento da saúde da população.
K; P	Governo Federal tenta controlar narrativa, mas falha na demora para iniciar a vacinação da população pelos mais diversos motivos.
G	A taxa de eficácia da CoronaVac envolve um cálculo complexo e o resultado é positivo; a vacinação é importante.
L	Liberalismo econômico: Anvisa é a culpada na demora de aprovação de vacinas por burocracia e imunização é direito individual de escolha.

Fonte: Dados do autor, 2021.

Em uma análise mais aprofundada, nota-se como a maior parte dos youtubers coloca dúvidas em relação ao início da vacinação no Brasil antes de janeiro de 2021. Porém, apesar do alinhamento temático, eles seguem por caminhos diferentes: alguns dos cliques atacam diretamente a CoronaVac, outros destinam os argumentos contra o suposto autoritarismo do STF, enquanto uma terceira parcela fala que o processo foi "politizado" para fins eleitoreiros e deve ser revisto com cautela.

Como identificado Nakagawa, Gomes e, Cardoso (2020), a falta de credibilidade de instituições epistêmicas e até algumas autoridades políticas fica evidente, assim como a desconfiança em resultados científicos, que são preteridos por experiências pessoais e diferentes pontos de vista. Albuquerque e Quinan (2020) também observam que experiências pessoais têm a credibilidade ampliada nas mídias sociais. Somado à disseminação de desinformação ou ideias conspiratórias e a perda de confiança em instituições, esse apelo aos sentidos e crenças ganha *status* de "critério epistemológico incontestável" (Marineli, 2020, p. 1183), o que permite a geração da autoridade autoatribuída de produtores de conteúdo na internet. Além disso, ao analisarem a organização de grupos militantes da extrema-direita, Cesarino e Nardelli (2021) notam que as estratégias adotadas por esses atores nas redes sociais incluem dinâmicas previsíveis de polarização entre comportamentos e indivíduos, táticas de engajamento que incluem sinalizações de influenciadores digitais da área e definição inconsistente

de uma agenda, permitindo o controle da situação nas plataformas e garantindo o acúmulo de capital social digital entre membros do grupo.

Há também a manutenção dos traços de xenofobia no discurso, assim como notado em Kleina e Sampaio (2020). Eles são voltados para conspirações, desconfianças e culpabilizações envolvendo a China, chineses e produtos vindos do país, incluindo o fato de ser a origem de insumos da CoronaVac, algo também já destacado por outros estudos (Machado *et al*, 2020; Recuero *et al*, 2020).

Vários dos vídeos analisados, como os de LiloVLOG e Vlog do Lisboa, colocam em dúvida se tantas pessoas escolherão tomar a vacina no momento da disponibilização das doses — inclusive por um eventual medo de efeitos colaterais que são citados como razões preocupantes pelos próprios youtubers. Em outros casos, como os dos vlogueiros “O Jacaré de Tanga” e Alessandro Santana, o argumento é de que a vacinação pode acontecer, mas medidas que envolvam a obrigatoriedade de imunização vindas de decisões do STF não são bem-vindas. Assim, quem é contra a Coronavac faz uso de argumentos antivacina muitas vezes para tentar validar um discurso político (ou agregar mais pessoas desses grupos), aliando-se a um grupo que também se utiliza de argumentos de autonomia e liberdades individuais (Brotas *et al*, 2021, p. 88) para além de apenas espalhar teorias da conspiração.

Tokojima Machado, Siqueira e Gitahy (2020) identificaram esse formato de conteúdo em ascensão: desinformações no *YouTube* a respeito de vacinas contra a covid-19 que incluem contestação à efetividade da imunização, questões morais e religiosas, com teorias da conspiração e apelações ao argumento da liberdade de escolha. Alguns exemplos encontrados no atual estudo seguem essa linha de pensamento.

Ninguém quer ser vacinado com a vacina da China, essa notícia ainda vai reforçar o medo que as pessoas têm em tomar essa vacina. O problema veio da China, agora tomar uma vacina que veio da China? (...) Eu não tomo isso de jeito nenhum, mas muita gente não tem saída, né (Canal do Conservador).

Dossiê Guerras Culturais – <https://revistaecopos.eco.ufrj.br/>

ISSN 2175-8689 –v. 24, n. 2, 2021

DOI: 10.29146/ecopos.v24i2.27707

Tu pega um arroz, um feijão aqui das nossas terras, e vai produzir lá na Arábia Saudita, não é arroz e feijão árabe. Claro que não, é brasileiro (...). Então é essa é a tal vacina brasileira com tudo da China (...) Estes nossos questionamentos sobre a vacina do Dória não é coisa da direita do Brasil ou do Bolsonaro, é coisa do mundo e o mundo desconfia de qualquer coisa que vem da China (Bruno Jonssen).

Curiosamente, quase não há menções ao tradicional adversário político do espectro que hoje é situação do governo (PT, Lula e a esquerda em geral), talvez por estes atores políticos não estarem tão envolvidos no contexto em São Paulo. Outra temática que predomina é a "tentativa" do STF de tornar obrigatória a vacinação contra a covid-19 no país.

Considerações finais

Este artigo buscou compreender como o argumento de autoridade aparece em discursos de vlogueiros alinhados com a Direita a respeito da vacinação, e de que forma essa estratégia ajudou a construir uma opinião marcada por quem deve ser respeitado ou não como fonte de argumentos. Para tanto, foram analisados qualitativamente o conteúdo de 26 vídeos postados por 13 youtubers da nova Direita sob o ponto de vista da Retórica, o que permitiu a compreensão da estrutura argumentativa dos discursos, assim como os seus elementos específicos elaborados com o objetivo de convencer uma audiência ou reforçar um posicionamento por ela já adotada.

Os resultados indicam que tanto o argumento de autoridade quanto a desqualificação de figuras opositoras (argumento *ad hominem*) estão bastante presentes em vídeos de youtubers conservadores brasileiros que trataram do tema da vacinação contra a covid-19 no Brasil antes do início da imunização. Ao mesmo tempo, dúvidas a respeito da vacina CoronaVac foram levantadas com a ajuda de outros elementos: traços de xenofobia contra a China, oposição política contra figuras como João Dória, e desconfiança de instituições, como o STF e o Instituto

Butantan. Parte dos youtubers estudados apresenta análises com reflexões e explicações de uma situação alinhadas com o discurso governamental, porém incorretas e imprecisas, atribuindo qualidades inexistentes às ações políticas de Bolsonaro e colocando em dúvida as políticas de opositores.

Ao avaliar os vídeos, nota-se inclusive que proporcionalmente há maior preocupação em desqualificar um argumento do que em apresentar um ponto validado por uma autoridade. Há, portanto, “a necessidade de apresentar uma comprovação e/ou prova relativa a uma conspiração que somente aqueles diretamente relacionados aos grupos bolsonaristas costumam aceitar” (Nakagawa, Gomes, Cardoso, 2020, p. 39) e elementos da retórica do ódio de Rocha (2021), com desqualificação de adversários como estratégia persuasiva.

Outro aspecto bastante presente é o alto número de autoridades autoatribuídas, reforçando a construção de relação entre o youtuber e o público, com os vlogueiros se colocando na condição de analista e, em alguns casos, como fontes alternativas de informações aos veículos tradicionais de mídia. Isso confirma a atuação como personalidade individualizada de Finlayson (2020) e Ladhari, Massa e Skandrani (2020), com forte caráter de *ethos* retórico e performance em vídeo.

A partir do *corpus*, reforça-se que a Direita apresenta uma presença consolidada no *YouTube* (Silveira, 2015), mas a atuação mostra-se difusa e reforça a caracterização da chamada Nova Direita como uma estrutura fragmentada – de um lado, uma defesa sólida e de abordagens similares às ideias de Jair Bolsonaro, com críticas aos seus opositores político do momento; de outro, os conservadores e liberalistas críticos do governo, que estão preocupados com a questão da pandemia e a demora da vacinação, mesmo que também sobre críticas a outras figuras do cenário político. Em comparação com estudo previamente realizado em contexto similar de pandemia da covid-19, a análise de youtubers similares em Autores Kleina, Sampaio (2020) também resultou na conclusão de

heterogeneidade dos discursos em forma e conteúdo, porém com um alinhamento ideológico mais homogêneo.

Por fim, ressalta-se que o estudo apresenta limitações. A base de dados é pequena para generalizações e outras classificações a respeito da atuação dos youtubers estudados. Além disso, no momento da seleção de vlogueiros que seriam estudados, notou-se que muitos canais da lista observada preferiram realizar transmissões ao vivo com mais de uma hora de duração ou não possuíam vídeos sobre o tema no período. Enquanto é possível que eles simplesmente não abordaram o tema, acreditamos que vídeos podem ter sido apagados por violar diretrizes do *YouTube* ou colocados como privados pelos criadores, como já mostram estudos de empresas de análises de dados¹². Futuras pesquisas podem trabalhar com *corpus* maiores de vídeos e com análises léxicas automatizadas de seus conteúdos, a exemplo de Machado *et al* (2020) para testar nossos achados.

Todavia, apesar do *corpus* relativamente limitado, ele é variado e amplo o suficiente para confirmar a diversificação de pensamentos dos criadores de conteúdo identificados com a direita brasileira no *YouTube* — confirmando que, apesar da categorização em "Nova Direita", eles são plurais em posicionamentos e discordam entre si em questões vitais, inclusive com alguns não mais apoiando as políticas do Governo Federal. Ademais, os resultados indicam argumentos de autoridade autoatribuída para tratar da vacinação tanto na seara científica quanto na política e argumentos *ad hominen* para atacar indivíduos e instituições desses campos, que não soam como exclusivos dos produtores de conteúdo analisados, mas que, na verdade, parecem ser transferíveis a outros youtubers e influenciadores digitais da nova direita no contexto da pandemia.

Assim, além de avaliações de *corpus* maiores e de forma automatizada, acreditamos que é momento propício para análises mais finas e qualitativas dos

¹² Canais bolsonaristas retiraram mais de 2 mil vídeos do Youtube desde o início de junho, indica levantamento. Disponível em: <https://glo.bo/34XY9Ui>

conteúdos dos vídeos, buscando justamente elucidar as estratégias retóricas de tais grupos e possíveis danos que causam ao debate público qualificado.

Referências bibliográficas

- BRETON, Philippe. *A argumentação na comunicação*. Bauru, SP: EDUSC, 1999.
- BROTAS, Antonio; COSTA, Márcia Cristina; ORTIZ, Júnia; SANTOS, Caio; MASSARANI, Luísa. Discurso antivacina no YouTube: a mediação de influenciadores. *Revista Reçis*, v. 15, n. 1, p. 72-91, jan./mar. 2021.
- BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. *Youtube: online video and participatory culture*. 2ª ed. Cambridge: Polity Press, 2018.
- CESARINO, Letícia; NARDELLI, Pedro H.J. The hidden hierarchy of far-right digital guerrilla warfare. *Digi War*, 2021.
- DIJCK, José van. *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. New York: Oxford University Press, 2013.
- FINLAYSON, Alan. YouTube and Political Ideologies: Technology, Populism and Rhetorical Form. *Political Studies*, v.0, p. 1-19, 2020.
- KLEINA, N. C. M.; SAMPAIO, R. C. De quem é a culpa? Argumentos e estratégias retóricas iniciais de Youtubers bolsonaristas sobre o coronavírus. *Dispositiva*, v. 9, p. 27-49, 2020.
- KNUUTILA, Aleks; HERASIMENKA, Aliksandr; AU, Hubert; BRIGHT, Jonathan; NIELSEN, Rasmus; HOWARD, Philip N. Covid-related misinformation on YouTube. The Spread of Misinformation Videos on Social Media and the Effectiveness of Platform Policies. *COMPROP Data Memo*, n. 6, 2020.
- KRIPPENDORFF, Klaus. *Content analysis: An introduction to its methodology*. Londres: Sage publications, 2004.
- LADHARI, Riadh; MASSA, Elodie; SKANDRANI, Hamida. YouTube vloggers' popularity and influence: The roles of homophily, emotional attachment, and expertise. *Journal of Retailing and Consumer Services*, v. 54, pp. 1-11, 2020.
- LEWIS, Rebecca. "This Is What the News Won't Show You": YouTube Creators and the Reactionary Politics of Micro-celebrity. *Television & New Media*, pp. 1-17, 2019.
- MACHADO, Caio C. Vieira; DOURADO, Daniel A.; SANTOS, João Guilherme; SANTOS, Nina. *Ciência contaminada: analisando o contágio de desinformação sobre coronavírus via*

YouTube. 2020. Disponível em: <<https://laut.org.br/ciencia-contaminada.pdf>>. Acesso 10 de setembro de 2021.

MARINELLI, Fábio. O terraplanismo e o apelo à experiência pessoal como critério epistemológico. *Caderno Brasileiro de Ensino de Física*, v. 37, n. 3, p. 1173-1192, dez. 2020.

MAYER, Michel. *A Retórica*. São Paulo: Ática, 2007.

NAKAGAWA, Regiane; GOMES, Renata; CARDOSO, Tarcísio. Epistemologias mutiladas e a exploração política de vieses cognitivos: o negacionismo engendrado pela retórica bolsonarista em grupos de WhatsApp. *Revista Mídia e Cotidiano*, v. 14, n.3, p. 31-52, set./dez. de 2020.

REBOUL, Olivier. *Introdução à retórica*. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

RECUERO, R et al. Desinformação, Mídia Social e Covid-19 no Brasil: Relatório, resultados e estratégias de combate. Relatório de Pesquisa. - Pelotas, RS: *MIDIARS - Grupo de Pesquisa em Mídia Discurso e Análise de Redes Sociais*, 2020.

REIS, Ruth; ZANETTI, Daniela; FRIZZERA, Luciano. A conveniência dos algoritmos: o papel do YouTube nas eleições brasileiras de 2018. *Revista Compólitica*, v. 10, n. 1, pp. 35-58, 2020.

ROBALINHO, Marcelo; BORGES, Sheila; PÁDUA, Adriano. Dráuzio Varella e Atila Iamarino: uma análise dos canais do YouTube dos influenciadores digitais como fontes de informação na pandemia da Covid-19. *Comunicação & Inovação*, v.21, n. 47, p. 22-38, 2020.

ROCHA, Camila. Menos Marx, mais Mises: Uma gênese da nova direita brasileira (2006-2018). *Tese (Doutorado)* - Faculdade de Filosofia, Letras e Humanas da Universidade de São Paulo. São Paulo, 2018.

ROCHA, João Cesar de Castro. *Guerra cultural e Retórica do ódio*: crônicas de um Brasil pós-político. Goiânia: Caminhos, 2021.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu. Direita nas redes sociais online. *Direita, volver!: o retorno da direita e o ciclo político brasileiro* / Sebastião Velasco e Cruz, André Kaysel e Gustavo Codas (Orgs.). São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2015.

TOKOJIMA MACHADO, Dayane F.; SIQUEIRA, Alexandre F. de; GITAHY, Leda. Natural Stings: Selling Distrust About Vaccines on Brazilian YouTube. *Frontiers in Communication*, v. 5, october 2020.