

José Luiz Aidar Prado

Pontifícia Universidade
Católica de São Paulo – PUC-
SP
E-mail: aidarprado@gmail.com

**Carlos Eduardo Azevedo
Senna**

Pontifícia Universidade
Católica de São Paulo – PUC-
SP
E-mail:
carlos.b.senna@gmail.com

Rafael Giovannini

Pontifícia Universidade
Católica de São Paulo – PUC-
SP
E-mail:
rafaelgiovannini97@gmail.com

Rafael Burgos

Pontifícia Universidade
Católica de São Paulo – PUC-
SP
E-mail:
burgossrafael@gmail.com



Este trabalho está licenciado sob
uma licença [Creative Commons
Attribution 4.0 International
License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Copyright (©):

Aos autores pertence o direito
exclusivo de utilização ou
reprodução

ISSN: 2175-8689

**A desordem do bolsonarismo:
análise discursiva dos tuítes de extrema
direita durante o segundo turno das
eleições de 2022**

*The disorder of Bolsonaroism:
Discursive analysis of far-right tweets during
the second round of the 2022 elections*

*El desorden del bolsonarismo:
Análisis discursivo de tuits de extrema derecha
durante la segunda vuelta de las elecciones de
2022*

Prado, J. L. A., Senna, C. E. A., Giovannini, R., & Burgos, R. S. A
desordem do bolsonarismo: análise discursiva dos tuítes de
extrema direita durante o segundo turno das eleições de 2022.
Revista Eco-Pós, 26(3), 36–59. [https://doi.org/10.29146/eco-
ps.v26i3.28158](https://doi.org/10.29146/eco-ps.v26i3.28158)

Dossiê 50 anos do PPGCOM/UFRJ: histórias e memórias- <https://revistaecopos.eco.ufrj.br/>

ISSN 2175 a-8689 – v. 26, n. 3, 2023

DOI: 10.29146/eco-ps.v26i3.28158

RESUMO

A disputa presidencial entre Bolsonaro e Lula em 2022 foi marcada por querelas de sentido e polêmicas; do lado da extrema direita, estas foram centradas não em projetos de governo, mas em torno da definição do próprio regime democrático. A fim de localizar os discursos, principalmente circulados por políticos e influenciadores bolsonaristas, analisamos um *corpus* de publicações em perfis de 19 figuras da extrema direita no *Twitter*, durante o segundo turno das eleições. Mapeamos contratos de comunicação e discursos que atravessaram as mensagens mais retuitadas de cada emissor, identificando respectivas intensidades passionais que perfilarão as interações, a fim de examinar as consequências políticas para o contexto democrático. Utilizamos as abordagens da análise discursiva de Laclau e estudos sobre extrema-direita de Nunes, Prado, Demuru e outros. Que consequências isso traz para o país nessa nova fase de poder que se iniciou em 2023?

PALAVRAS-CHAVE: *Comunicação e política; Segundo turno das eleições de 2022; Tuítes e discurso; Circuito dos afetos; Extrema direita.*

ABSTRACT

The presidential dispute between Bolsonaro and Lula in 2022 was marked by arguments of meaning and controversy; on the far right side, these were centered not on government projects, but around the definition of the democratic regime itself. In order to locate the speeches, circulated by Bolsonarist politicians and influencers, we analyzed a *corpus* of publications on the profiles of 19 far-right figures on Twitter, during the second round of the elections. We mapped communication contracts that covered the most retweeted messages from each broadcaster, identifying the respective passionate intensities that shaped the interactions. We use Laclau's discursive analysis approaches and studies on the extreme right by Nunes, Prado, Demuru and others. What consequences does this bring to the country in this new phase of power that begins in 2023?

KEYWORDS: *Communication and politics; Second round of the 2022 elections; Tweets and discourse; Circuit of affections; Extreme right.*

RESUMEN

La disputa presidencial entre Bolsonaro y Lula en 2022 estuvo marcada por argumentos de sentido y polémica; en el lado de extrema derecha, estos no se centraron en proyectos gubernamentales, sino en la definición del régimen democrático mismo. Para localizar los discursos, difundidos principalmente por políticos bolsonaristas e influencers, analizamos un *corpus* de publicaciones en los perfiles de 19 figuras de extrema derecha en Twitter, durante la segunda vuelta de las elecciones. Mapeamos los contratos de comunicación que cubrieron los mensajes más retuiteados de cada emisora, identificando las respectivas intensidades apasionadas que dieron forma a las interacciones. Utilizamos los enfoques de análisis discursivo de Laclau y los estudios sobre la extrema derecha de Nunes, Prado, Demuru y otros. ¿Qué consecuencias trae esto para el país en esta nueva etapa de poder que comienza en 2023?

PALABRAS CLAVE: *Comunicación y política; Segunda vuelta de las elecciones de 2022; Tuítes y discurso; Circuito de afectos; Derecha extrema.*

Submetido em 21 de agosto de 2023

Aceito em 30 de setembro de 2023

Introdução

Pesquisas sobre as estratégias comunicacionais em rede da extrema direita, incidem em geral em duas dimensões, uma afetiva, marcada sobretudo pelos afetos do ódio e do ressentimento, e outra relativa ao âmbito sociotécnico, marcado pelo processo de algoritmização e imersão da política e das múltiplas sociabilidades no terreno digital. Como define Giuliano Da Empoli (2019, p. 73, grifo nosso), esse populismo de extrema direita “é filho do casamento entre a *cólera* e os *algoritmos*”. Vários autores estudaram a direita global (Mudde, 2019) e os modos pelos quais na década do ódio se conformaram as influências intelectuais desse movimento, as quais, em sua heterogeneidade, se reúnem num repúdio às instituições liberais, no apelo à autoridade religiosa e na negação da solidariedade social como horizonte do Estado (Prado; Prates; Pereira, 2022; Casarões e Magalhães, 2021; Teitelbaum, 2020; Demuru, 2020). Outros (Acker, 2018; Cesarino, 2019; Fielitz e Marcks, 2019) apontaram como a infraestrutura das plataformas favorece a atuação de forças políticas de extrema direita, facilitando a ocorrência de infortúnios como o do golpe de 08 de janeiro de 2023.

A compreensão deste e de outros episódios passa por entender a construção do bolsonarismo enquanto movimento de massas, travado no âmbito digital, ancorado na circulação de afetos negativos, como o ódio, e na disseminação de pânico moral. Investigaremos nesse texto como se organizam os contratos de comunicação da direita extrema a partir dos discursos e afetos que os atravessam, de seus focos enunciativos e dos temas que orientam esses discursos, dos pontos nodais que os costuram e das estratégias comunicacionais que presidem esse coletivo em seus fluxos dinâmicos. Concentrar-nos-emos no *Twitter*, num contexto específico: como as múltiplas mensagens-tuítes organizaram, em sua aparente dispersão, o campo político das interações dessa direita, no período do segundo turno das eleições presidenciais de 2022 — entre 03 de outubro de 2022 e 30 de outubro de 2022. Tal período é voltado para a convocação massiva dos eleitores de direita para votar em

Bolsonaro. Além dos discursos, quais percursos passionais vetorizaram afetivamente essas interações? Para realização da nossa coleta de tuítes foram selecionadas 19 contas de figuras políticas de direita influentes nas redes sociais, considerando-se os 20 tuítes com mais compartilhamentos de cada conta, totalizando quase 356 tuítes (pois nem todos tiveram vinte tuítes no período).

Examinando as postagens dessas personalidades, obtivemos uma distribuição temática dos tuítes e uma série de vídeos que nos permitiram fazer o mapeamento dos discursos e, conseqüentemente, dos contratos de comunicação ofertados aos públicos eleitorais. Chamamos de contrato de comunicação a proposta de interação feita por tais emissores em torno desses temas eleitorais, no sentido de aumentar o engajamento na votação do segundo turno em Lula ou Bolsonaro. O contrato envolve uma interação entre um enunciador e um enunciatário em torno de determinado discurso, em que se dá uma convocação discursiva a partir de tentativa de convencimento, sempre envolvida por um circuito de afetos interpeladores (Charaudeau, 2007). O discurso é aqui entendido como relação entre elementos significantes articulados, conforme o pós-estruturalismo de Laclau e Mouffe (2015). Um mesmo discurso pode apresentar vários contratos de comunicação, a partir de interpelações diversas. Por exemplo, o discurso contra o inimigo enseja, entre outros, o contrato: “são eles que nos odeiam e odeiam o Brasil. Nós queremos salvar o país” e promove a interpelação: “ajudem-nos a proteger o Brasil. Engajem-se”.

Para essa pesquisa, a coleta foi feita pela biblioteca Python *snscraper* logo após o segundo turno das eleições. A biblioteca permite raspar informações de diversas redes sociais, incluindo o *Twitter*. A ferramenta não trabalha com a API do *Twitter*, o que permite uma coleta sem restrições ou limitações de quantidades de tuítes; ela retorna por padrão bancos de dados de tuítes, os quais foram consolidados em planilhas para facilitar a análise. Na planilha constam os seguintes campos: “Data de publicação”, “Nome do Usuário”, “Tweet (Texto)”, “Likes”, “Respostas”, “RT”, “Link para página original do *tweet*”, “Arquivo de Media”. Na Tabela 1, a seguir, fornecemos os dados quantitativos gerais relativos às interações examinadas a partir de nosso banco de dados¹.

¹ Está disponível no link: <https://zenodo.org/record/8206889>.

Grupo	Nome	Likes (mil)	Respostas (mil)	Rt's (mil)	interações (mil)	Total Interações(mil)	%
Bolsonaros	Jair	2896	266	554	3716	6620	43%
	Carlos	729	70	204	1003		
	Flávio	834	81	194	1109		
	Eduardo (BolsonaroSP)	599	51	142	792		
	Subtotal	5058	468	1094			
Parlamentares	Zambelli	658	46	205	909	2639	17%
	Damares	422	45	102	569		
	Bia Kicis	355	32	101	488		
	Carlos Jordy	334	34	78	446		
	Victor Hugo	164	11	31	206		
	Marcos Rogério	16	1	4	21		
	Subtotal	1949	169	520			
Candidatos a governador	Tarcísio	648	40	126	813	1165	8%
	Onyx	286	17	48	351		
	Subtotal	934	57	174			
Influencers	Toquei1	977	58	253	1288	3169	21%
	Kim Paim	999	33	160	1191		
	Leandro	556	24	110	690		
	Subtotal	2532	115	522			
Veículos	Patriotas	670	21	197	887	1802	12%
	Conexão Política	548	16	93	658		
	B da cidade	108	5	35	148		
	BSM	83	3	23	109		
	Subtotal	1409	45	347			
TOTAL		11881	855	2659		15395	100%

Tabela 1 – Interações dos enunciadores a partir dos tuítes e retuítes

Fonte: coleta no *Twitter* pelos autores.

A partir dessa coleta examinamos as mensagens com as interações mais intensificadas, agrupadas segundo três focos enunciativos, a saber: Bolsonaro e filhos; políticos ancorados em Bolsonaro (parlamentares e candidatos a governadores) e influenciadores/imprensa de direita.

a) **Bolsonaros.** Consideramos aqui as interações (soma de tuítes, retuítes e *likes*) de Bolsonaro e filhos, que totalizam 43% do total de 15.394 interações do banco de dados. De início cabe examinar os tuítes de Jair Bolsonaro. Há duas linhas temáticas (ou focos) principais que Bolsonaro empreende: falas contra seus inimigos e a convocação para o foco, engajamento e reconhecimento da “verdade” em suas afirmações, mas que geralmente caracterizam

desinformação. O discurso contra inimigos nunca debate projetos de país, optando por acusar e se diferenciar a partir de bravatas e falas vazias, estrategicamente construídas para atingir a determinados públicos ou a todos os adeptos da direita, pedindo união contra eles. Os inimigos atacados são: o Partido dos Trabalhadores (PT), a Rede Globo e o Diabo. A estratégia discursiva visa travestir a posição agressiva do bolsonarismo, realizando uma *inversão significativa*, acusando os inimigos de mentirosos e violentos, com atribuição de inimizade, agressividade ou desdém contra setores da sociedade que Bolsonaro busca cativar.

Aqui é conveniente conceituar desinformação, em especial diante do termo recorrente nas mensagens analisadas, o anglicismo *fake news*. O termo surge em 2016 para significar textos, imagens e outras postagens circulando nas plataformas digitais que, imitando em parte ou no todo a forma da produção jornalística, não apresentam conteúdo fático, são mentirosos ou manipuladoras, mas que por conformidade com os algoritmos das plataformas conseguem maior alcance e impacto do que o jornalismo propriamente dito.

Como observado por Benkler, Faris e Roberts (2018), o termo se intensificou quando adotado por Trump e seus apoiadores durante sua campanha presidencial, tornando-se um quase-sinônimo para “toda notícia que fosse crítica ou embaraçosa”. Pesquisadores como Clair Wardle, Hossein Derakhshan e Caroline Jack, mencionados por Benkler, Faris e Roberts (2018, p. 23) organizaram esse fenômeno sob os termos “propaganda” (no sentido da Ciência Política), “*misinformation*”, “*malinformation*” e, mais importante, “desinformação”, pois na língua portuguesa a maioria das análises passou a abrigar os sentidos destes quatro termos sob a definição da desinformação.

Benkler, Faris e Roberts (2018, p. 29) oferecem três definições nas quais podemos nos apoiar para prosseguir. Propaganda seria “toda a comunicação criada para manipular e afetar uma população, atingindo suas crenças, disposições e preferências para produzir um comportamento compatível com os objetivos políticos do propagandista”, o que descreveria o método de comunicação bolsonarista. Desinformação seria a ação de disseminação de informação explicitamente falsa e enganosa, com ou sem o objetivo de enganar, visando persuadir, assim como informação verdadeira, mas com o sentido manipulado por um contexto que leva o receptor a uma conclusão falsa ou enganosa — o que define as ações

comunicacionais bolsonaristas. A última definição, ligada à de *fake news*, é a de *bullshit* (mentira ou baboseira), que seria a mentira contada sem o objetivo de convencer, pois o enunciador não se importa se o que é enunciado é verdade, meia verdade ou uma mentira completa, contanto que sirva aos seus propósitos imediatos. É partindo destas definições que podemos analisar que, no bolsonarismo, o esforço em “reestabelecer a verdade” nada mais é do que a reafirmação das crenças já presentes em seus apoiadores e um esforço de disseminação de mentiras explícitas, manipulação de fatos a serviço de intenções políticas, exercício de influência sobre os receptores de suas mensagens e ataques ao caráter de adversários (Benkler; Faris; Roberts, p. 29-32).

A rivalidade privilegiada é com Lula e o PT, na qual Bolsonaro apostou para carregá-lo a uma nova vitória nas urnas, como o antipetismo fizera em 2018. Contra seu adversário na eleição presidencial de 2022, levantou suspeitas e atribuiu crimes. Ao dizer “diferentemente de Lula temos orgulho dos mais de 14 milhões de microempreendedores individuais”, Bolsonaro tenta posicionar-se como candidato do pequeno empresário, também trabalhador precarizado, e gerar ressentimento dessa classe contra o líder do PT.

Eduardo Bolsonaro, terceiro filho de Bolsonaro e deputado federal por São Paulo, e figura central na articulação do bolsonarismo com a extrema direita internacional, repete a maioria dos discursos de seu pai e segue o mesmo padrão que seus irmãos, Carlos e Flávio. Isso sugere coesão e alinhamento entre os membros da família, coordenando esforços para reforçar os discursos do pai candidato. Há constantemente disputa sobre a veracidade dos fatos eleitorais. Eduardo busca “restaurar a verdade”, que teria sido subvertida e invertida pelos discursos mentirosos da esquerda, da imprensa e do Tribunal Superior Eleitoral (TSE). Esses atores políticos jogariam sujo contra a campanha de Jair, e o presidente Bolsonaro estaria lutando sozinho contra esses adversários que tentam censurá-lo (TSE), manipular seu discurso (imprensa) e inventar mentiras sobre a campanha (esquerda). A verdade é apresentada, nesse discurso, como vilipendiada pela esquerda, e precisa ser trazida à tona e “restaurada”, como neste tuíte:

FAKE NEWS! Se esta mentira que a esquerda está disparando na internet fosse verdade, eles colocariam isso em sua propaganda eleitoral na TV. Agora a verdade: -Lula é a favor

do aborto -chamou pastores de farofeiros e -nada diz sobre seu amigo Ortega prender padres na Nicarágua² (tuíte 139).

A restauração dessa verdade é feita sempre apontando temas-chave e utilizando discursos anti-inimigo, como o da “venezuelização”, promoção de valores anticristãos e associação com o crime organizado. Lula é descrito como aliado de ditadores e que manteria relações de amizade com eles; os presidentes de Nicarágua e Venezuela são figurativizados como os “amigos do Lula”. Tudo converge para a urgência da salvação do país nas urnas na votação do segundo turno. A esquerda é apontada como a que persegue as religiões e associada ao demônio, enquanto a campanha Bolsonaro é agraciada por Deus. Além disso, a esquerda promoveria valores que são antirreligiosos como o aborto. Lula teria conluio com facções criminosas, por isso é tão bem recebido em favelas, enquanto os Bolsonaros e seus aliados sofrem risco de atentados.

Um dos pontos centrais dessa disputa, repetido várias vezes e em todos os perfis analisados, é a acusação feita pela campanha de Bolsonaro de que haveria um conluio entre rádios do nordeste, Lula e TSE para boicotar inserções de rádio da campanha de Bolsonaro³. Outro ponto é a acusação de constante perseguição do TSE à campanha de Bolsonaro e a complacência do mesmo tribunal com a campanha de Lula.

Carlos Bolsonaro, também filho do então presidente, vereador da cidade do Rio de Janeiro e um dos operadores da máquina digital bolsonarista, apresenta contratos semelhantes. O ponto nodal “restabelecer a verdade” é usado no caso do vídeo do “pintou um clima” e na polêmica envolvendo o salário-mínimo. Ponto nodal é um conceito lacaniano que Laclau emprega para analisar a totalização dos discursos; ao articular significantes vazios em torno de uma amarração trazida por um significante principal colocado em posição de ponto nodal o discurso busca totalizar algum aspecto da realidade (Laclau e Mouffe, 2015). Nos mesmos moldes do discurso de Eduardo, Carlos busca resgatar uma verdade perdida e ocultada pelo complô entre mídia, PT e TSE. Além disso, Carlos sempre recorre a vídeos que, em sua maioria, têm qualidade caseira, com cortes abruptos e som dessincronizado; o modo de

² Disponível em: <https://t.co/BwDBf9lAdZ>. Acesso em: 15 nov. 2023.

³ Depois tornou-se público que a falha havia sido da campanha, pois não enviou dentro dos prazos do TSE o material para ser veiculada.

edição dos vídeos, que coloca trechos selecionados de determinadas falas, visa a induzir o espectador ao erro. Nos vídeos de Carlos, Lula aparece como um manipulador de pobres, que usa a miséria em benefício próprio. A inversão continua aqui sua tarefa: assim como em outros contratos, Carlos coloca que os verdadeiros promotores do ódio e da violência política são os campos de esquerda, que não são estigmatizados da mesma forma que a direita:

Lula esculhamba paulistas, cristãos, policiais e forças armadas, agradece a natureza por ter criado a covid, ameaça o governador eleito de MG e, conseqüentemente, os mineiros e muito mais diariamente, mas nada o atinge nas pesquisas! O Brasil unido precisa reagir ao ódio permitido! (tuíte 57)

O ódio da esquerda é articulado como “permitido” pelas instituições, ou seja, não sofre sanções nem é visto com maus olhos, como o ódio bolsonarista. Há uma tentativa de igualar os campos e apresentar a esquerda como raivosa, autoritária e criminosa, que é a forma como o enunciador justifica seus discursos coléricos. Isso é feito na medida em que o ódio da direita passa a ser justificado, já que o “outro” é apresentado como criminoso, corrupto e raivoso.

O senador Flávio Bolsonaro, filho mais velho do ex-presidente, também conhecido pelo escândalo das Rachadinhas⁴, repete contratos dos outros Bolsonaro. Seu discurso sobre a venezuelização é ainda mais incisivo, articulando a fome e a miséria como pontos nodais.

Podemos resumir grande parte dos tuítes dos bolsonaros pela apropriação da revolta dos trumpistas contra os chamados “woke” — apelido pejorativo que acusa o excesso de sensibilidade e de narcisismo dos progressistas no mundo digital. Na definição de Angela Nagle (2017, pos. 1074), *woke* pode ser entendido como “um discurso de sofrimento, fraqueza e vulnerabilidade que se tornaria central para as políticas de identidade contemporâneas”. Em sua revolta contra essas políticas, permeada de teorias conspiratórias, a extrema direita acusa um conluio entre esquerda, mídia e instituições para sabotar a moral e subverter os valores da sociedade. O “restabeleça a verdade” bolsonarista opera na mesma lógica discursiva da direita norte-americana, quando esta combate o *woke*, já que haveria uma “grande verdade” que é ocultada da sociedade e deve ser trazida à tona e restabelecida, caracterizando uma articulação discursiva que coloca uma teoria da conspiração como ponto nodal do discurso. No caso, os

⁴Flávio Bolsonaro respondeu processo, juntamente com outros parlamentares, acusado de se apropriar indevidamente do salário de seus funcionários na Assembleia Legislativa do Rio de Janeiro.

petistas estariam operando essa conspiração aliados aos grupos de mídia e artistas para sabotar Bolsonaro e impedir sua eleição. À luz dos fatos do 8 de janeiro e da tentativa de supressão de votação no dia da eleição, é seguro afirmar que quem operava a conspiração contra os valores da sociedade brasileira e do Estado democrático de direito eram os próprios bolsonaristas.

b) **Políticos ancorados em Bolsonaro.** Os demais perfis emissores também apresentam esses discursos contra os inimigos, como nos tuítes de Carla Zambelli, Tarcísio de Freitas e Damares Alves, entre outros. Cada um, porém, apresenta suas especificidades. Vamos dividir em dois grupos.

b1) *parlamentares bolsonaristas.* As interações totais desse subgrupo são de 17%. Carla Zambelli, deputada federal, é bastante combativa e agressiva, incidindo nos temas de fraude ligada a respiradores fantasmas (sobre o que ela chama de o grande escândalo da pandemia que o PT tenta abafar), quando se sabe das milhares de mortes que poderiam ter sido evitadas caso o governo Bolsonaro tivesse levado a pandemia a sério e não a tratado como “gripezinha”⁵. Ela investe também no tema da corrupção da Petrobras: e do perigo da volta desta corrupção com a eventual vitória do PT é repetida em outros perfis-emissores e replica a estratégia já apresentada pelos Bolsonaro no item a. Outro *post*: “Eles querem voltar para a cena do crime. Querem forjar um Lula limpinho. Não permitam!” (tuíte 106).

Ela escreve que Janones, deputado que atuou na campanha de Lula nas redes, estaria ligado à quadrilha de hackers que fizeram dezenas de ameaças de mortes e que teria provas, em tom de ameaça. Zambelli guerreia também contra o Supremo Tribunal Federal (STF) e em particular contra o ministro Alexandre de Moraes, alvo preferido da extrema direita. Ela chega a chamar Moraes de “Iluministro”, uma alusão aos Illuminati, suposto grupo formado por uma elite sombria que controla os rumos da história e figura em diversas teorias da conspiração da extrema direita internacional. Zambelli também se utiliza do expediente da inversão, para atribuir à esquerda um tal “ódio do bem” no qual ataques a políticos, valores e instituições

⁵ Sobre a atuação de Bolsonaro na pandemia de 2020 ver Prado e outros, no livro *Midiatização, Pandemia e eleições: disputas e transformações nas discursividades contemporâneas*, de 2023.

conservadoras e de direita são vistos como aceitos pela mídia e parte da sociedade que parece fingir ultraje com transgressões menores quando feitas por Bolsonaro.

Por sua vez, Damares Alves, então ministra da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos, privilegia em seu perfil temas associados à pedofilia; com ironia, como defensora religiosa das crianças: “E aí, o povo da esquerda e os artistas também vão fazer petição pedindo que o pedófilo volte para a cadeia ou eles só fazem petição contra quem denuncia a pedofilia? Que Deus tenha misericórdia das nossas crianças!” (tuíte 211). Repete-se o tema da corrupção: “a Primeira-Dama fez um discurso emocionante e contundente contra a corrupção nos governos de esquerda no Brasil! Lugar de Padres, Pastores, mulheres e crianças é onde elas quiserem, mas lugar de quem roubou a nação é na cadeia!” (tuíte 232).

Sempre comparece nesses contratos da direita a defesa dos valores tradicionais e da recuperação moral do país, como no *post* de Zambelli, recorrendo a um vídeo de Bolsonaro no debate da Globo apelando à religião e ao discurso tradicional reacionário: “O inferno tremeu. (<https://t.co/JHMOcT3F8n>) Dez segundos para réplica de Bolsonaro no debate da Globo: Deus, Pátria, Família e Liberdade. Obrigado Meu Deus por esse momento!” (tuíte 148). Isso dialoga com o *post* de Bolsonaro: “Vistam toda a armadura de Deus, para poderem ficar firmes contra as ciladas do Diabo, pois a nossa luta não é contra humanos, mas contra os poderes e autoridades, contra os dominadores deste mundo de trevas...” - Efésios 6:11-12 - Que Deus abençoe nosso amado Brasil (foto de Bozo rindo e com faixa presidencial - <https://t.co/T2A6iqgFgB>) (tuíte 3). Esse discurso é o de enunciadores-salvadores do Brasil, contra os perigos, para além do mundo empírico, que ameaçam a pátria tradicionalizada e fundamentalista.

O parlamentar Carlos Jordy replica muitas das estratégias de Bolsonaro, Zambelli e Damares, mas, nas postagens analisadas, se apoia de forma recorrente em fatos fabricados e manipulações, embora com cautela, como que para se esquivar de eventuais acusações de disseminar desinformação ou até mesmo de caluniar ou difamar os alvos que escolhe. O discurso sobre como o TSE favorecia a campanha de Lula, permitindo que emissoras de rádio incluíssem menos inserções de Bolsonaro em suas programações retorna, ignorando que a fiscalização da frequência das propagandas políticas indo ao ar no rádio é competência dos

partidos. Ao contrário de outros agentes, Jordy não ataca diretamente o TSE, mas questiona se o Tribunal não fará algo contra a “fraude”.

Nos discursos de Bia Kicis, uma das principais parlamentares do campo bolsonarista, que chegou a presidir a Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania da Câmara (CCJ), prevalece a denúncia de uma suposta “ditadura” do Judiciário, na figura do STF e do TSE, contra Bolsonaro. No discurso bolsonarista, os dois tribunais, aparelhados pelo PT, estariam perseguindo a extrema direita. Nesses tuítes, vale chamar a atenção para o discurso de maior influência sobre a invasão do 08 de janeiro, o da fraude no processo eleitoral. “O Presidente @jairbolsonaro convoca os comandantes das Forças Armadas e ministros após Xandão rejeitar petição do PL contra fraude nas inserções” (tuíte 157).

b2) *candidatos a governadores*. Os tuítes de Tarcísio de Freitas, ministro da Infraestrutura do governo Bolsonaro e candidato ao governo do Estado de São Paulo na eleição de 2022, num total de 8%, também retomam a temática contra o PT e da convocação para o engajamento, mas apresenta um perfil menos agressivo que Zambelli, mais moderado do que o de Bolsonaro e menos moralista que Damares. Escreve contra Fernando Haddad: “Eu lamento o sensacionalismo barato que você tá fazendo. Que papelão! Infelizmente a sua campanha já foi condenada 8 vezes por fake news; uma campanha mentirosa. #TarcisoNoDebate” (tuíte 230).

Mais uma vez inverte as narrativas e imputa aos adversários as estratégias de desinformação, dizendo: “transformar um episódio de violência em uma narrativa mentirosa é algo que extrapola qualquer limite. É injustificável. Chega de *fake news*” (tuíte 239).

Nos tuítes mais compartilhados do então deputado federal Major Victor Hugo, a adoração à figura mítica de Jair Bolsonaro dá o tom a partir do apelido “capitão”, que evoca sua ligação com as Forças Armadas e constrói a imagem de um Bolsonaro do povo. Busca-se, ao mesmo tempo, reforçar a imagem de Lula como bandido e anular a sua autoridade pública de ex-presidente. Ao mesmo tempo, o então deputado, que foi candidato a governador de Goiás, também constrói uma autoimagem de militante bolsonarista, ao usar as redes para construir um antagonismo do bem contra o mal, razão pela qual a direita precisaria se mobilizar visando

à adesão dos indecisos. Hugo também associa Bolsonaro à figura de um homem popular nos rincões do Brasil, emulando um favoritismo para a disputa do segundo turno, ancorado numa suposta onda de vira-voto.

Outro legislador, o senador Marcos Rogério, esteve engajado em sua própria campanha para o governo do Estado de Rondônia. O método de mensagens com ilações e desinformação se repetiu, mas sua conexão com o presidente Jair Bolsonaro e o movimento que eventualmente levaria aos eventos do 08 de janeiro se restringiu a afirmações em debates e uma foto de um encontro com o presidente em que todos os senadores da base aliada também estavam presentes.

No perfil de Onyx Lorenzoni, ex-deputado do Rio Grande do Sul e político gaúcho que ocupou diferentes ministérios no governo Bolsonaro, vemos uma atuação particular, já que o ex-ministro de Bolsonaro buscava conciliar a sua campanha pessoal ao governo do Rio Grande do Sul com a campanha à reeleição de Bolsonaro. O significante-vazio da “liberdade” tem destaque nos discursos de Onyx. Rio Grande do Sul é estado-chave para a ascensão das novas direitas a partir de quadros ultraliberais. Não à toa, o tradicional Fórum da Liberdade, que na última década fez coro às denúncias do “autoritarismo petista”, é tradicionalmente realizado em Porto Alegre. Diz Onyx:

Essa gente do Foro de São Paulo, os camaradas do Lula, odeiam a liberdade. E aqui no Brasil tem quem apoia essas barbaridades (tuíte 311).

Basta ver quem essa gente da esquerda apoia para entender a obsessão pela censura. É sobre isso que estamos falando, é isso que combatemos. Aqueles que ainda não entenderam, ou não enxergam ou não tem apreço pelo bem mais valioso na vida de qualquer um: A liberdade! (tuíte 247).

Em suas redes, Onyx deixa a própria campanha em segundo plano, entendendo o seu voto como uma consequência natural da adesão a Bolsonaro, a quem ele associa a um “fenômeno político” e ao trabalho contra a criminalidade. “O Governo Bolsonaro acabou com o “diálogo cabuloso com o crime”, abalando seriamente as estruturas de uma das forças mais poderosas do Brasil. O tráfico não aguentará mais 4 anos de @jairbolsonaro, cujo trabalho na Segurança é a inspiração para o que faremos no Rio Grande do Sul” (tuíte 267). Como ex-

membro do governo, Onyx também encampa discursos na área social, associando Bolsonaro à defesa do trabalhador rural e à redução do desemprego e da inflação.

c) **influenciadores.** A ligação com influenciadores digitais também é uma estratégia importante para gerar engajamento on-line. As mensagens nesse grupo chegam a 21% do total de interações. Exemplos: “Entrevista de @jairbolsonaro ao podcast ‘Inteligência Ltda’ supera recorde de telespectadores simultâneos do ex-presidente @lulaoficial quando esteve no Flow. Mais de 1 milhão de pessoas acompanhavam o bate-papo em tempo real no *YouTube* às 19h30” (tuíte 196); “Cantora Sula Miranda declara voto em Jair Bolsonaro: ‘Como rainha dos caminhoneiros, sei que muito foi feito no Brasil, pelo Brasil. Nunca se fez tanto pela infraestrutura do país como no atual governo’” (tuíte 245).

Fora da esfera dos políticos eleitos pelo bolsonarismo, um dos influenciadores mais populares do movimento é Leandro Ruschel; investidor e membro do conselho da produtora Brasil Paralelo, considerada neoliberal e de extrema direita, suas postagens focaram na campanha de Jair Bolsonaro, principalmente as pesquisas de opinião, e nas muitas polêmicas e desinformação circulando na maioria dos perfis de extrema direita, mas centrando atenção no “Radiolão”, o escândalo fabricado sobre as inserções publicitárias da campanha do PL no rádio.

Outro influenciador, Kim Paim, jornalista baiano transformado em influenciador pela defesa ferrenha de Jair Bolsonaro, é menos agressivo em suas postagens, mas indica de forma indireta que, se Lula visitou esses locais, foi por ter alguma conexão ou entendimento com o tráfico. Em outra postagem, reproduz tuíte da jornalista Vera Magalhães, no qual ela aponta que Lula não condenou a ditadura da Nicarágua. Usa a voz de uma pessoa geralmente associada com outro campo político para ligar Lula a ditaduras e em especial à Nicarágua, que figurou de forma proeminente em discursos do campo bolsonarista, que diziam nos círculos de evangélicos e religiosos que, como Noriega, Lula fecharia igrejas. Em outras postagens, valorizou pesquisas que mostravam Bolsonaro reduzindo a distância em relação a Lula no segundo turno, comemorando o desempenho do presidente nos debates, assim como positivando outras aparições em que Bolsonaro se destacaria. As postagens de Kim Paim

pintam um cenário de forças ocultas trabalhando para minar a campanha de Bolsonaro, mas no qual o presidente cresce e supera obstáculos apesar de toda a adversidade.

Taoquei1 é uma influenciadora bolsonarista que repete contratos semelhantes aos já citados, como ataques ao TSE, denúncia da tentativa de censura petista e questionamento dos resultados eleitorais. Além disso, outras figuras políticas são mencionadas em seu discurso, como os políticos do campo bolsonarista que tiveram sucesso em Minas Gerais, o governador Zema e o deputado Nikolas. Taoquei1 afirma: “Sabe o que aconteceu em MG: o cara votou no Nikolas, no Cleitinho, no Zema e no Lula. Aham.”(tuíte 27).

Taoquei1 também opera dando instruções para a rede bolsonarista, indicando qual vídeo deve ser compartilhado e qual é a melhor forma de convencer os indecisos, a fim de garantir a vitória de Jair. Ela escreve: “Vídeo para sapecar no zap. Restabelecendo a verdade. <https://t.co/aZxKW7Hswd>” (tuíte 49). Outra dimensão do discurso de Taoquei1 é seu antagonismo em relação a Alexandre de Moraes, que é mais incisivo do que em outros perfis. A influenciadora desafia, denuncia e debocha de Alexandre de Moraes, a quem ironicamente se refere como imperador, como forma de enfatizar seu autoritarismo e absolutismo.

d) **Veículos político-partidários comprometidos com campanhas de desinformação e operações de influência.** Esses veículos buscam simular o discurso jornalístico, para fins eleitorais. É o caso do Brasil Sem Medo, jornal digital fundado por Olavo de Carvalho e seus “alunos” — inclusive um que era secretário no Ministério da Educação (MEC) do governo de Jair Bolsonaro. Durante o período eleitoral, as postagens analisadas constituíram, em sua maioria, em ataques ao PT e convocações para aumentar o foco para uma série de supostas censuras impostas pelo TSE. Há críticas recorrentes a veículos jornalísticos, que recebem a pecha de “mentirosos” enquanto trabalham para expor o que há de falacioso nas narrativas de Bolsonaro.

O discurso agressivo contra Lula associou-o, como foi regra entre os seguidores de Jair Bolsonaro, ao crime em postagens como: “Condenado a mais de 24 anos de prisão por corrupção e lavagem de dinheiro em três instâncias da Justiça, Lula só disputou as eleições porque teve as suas condenações anuladas pelo Supremo Tribunal Federal (STF)” (tuíte 193).

Além de retomar a condenação revertida após julgamento que considerou Sérgio Moro parcial e a 13ª Vara e o Tribunal Regional Federal da 4ª Região (TRF-4) incompetente para julgar o petista, o enunciador também ataca o STF, insinuando que os ministros anularam a sentença por amizade a Lula. Dilma, particularmente, é sempre mencionada como forma de reavivar automaticamente o tema do impeachment e os discursos que circulavam sobre seu governo. A visita de Lula a comunidades do Rio de Janeiro é mencionada para ligar o candidato ao tráfico, mas a proibição da afirmação preconceituosa, tendenciosa e caluniosa pelo TSE é posta como forma de atacar o tribunal, como se a ação para limitar crimes eleitorais fosse um favorecimento à campanha petista.

No canal Conexão Política, um dos principais veículos de propaganda do bolsonarismo nas eleições, vemos um padrão altamente disseminado nas plataformas, com um perfil que busca simular um veículo jornalístico. À diferença de perfis mais extremistas, o Conexão Política procura manter certa aparência de imparcialidade, vista na sua linguagem, que imita o jornalismo profissional, estratégia que se vê bem-sucedida a partir do alcance dos *posts*, principalmente em redes como o *WhatsApp*. Há a tentativa de associar Bolsonaro ao eleitorado não branco, que vota majoritariamente no PT. “Partidos que mais elegeram candidatos negros são de direita; sigla de Bolsonaro lidera ranking” (tuíte 266).

No perfil Patriotas, que depois foi banido do *Twitter* pelo STF, o enunciador veicula discursos com variados antagonistas, como o comunismo, figura difusa associada ao governo Lula e à imprensa. O próprio Lula, além de STF e TSE, também são alvos dos discursos do perfil. Assim como no Conexão Política, chama atenção a tentativa de associar Bolsonaro a figuras de apelo midiático, como o jogador Neymar e o cantor Gustavo Lima: “Bolsonaro convida a todos para maior *live* da história com participação do Neymar” (tuíte 64); “Gustavo Lima manda o recado: Tarcísio 10, Bolsonaro 22” (tuíte 151). O encontro do ex-presidente com jogadores do Flamengo também recebeu alto engajamento nas redes do Patriotas. “Bolsonaro se encontra com jogadores do Flamengo e levanta a taça da Libertadores 2022” (tuíte 153).

Os discursos

Em síntese, os principais discursos e respectivos contratos de comunicação deduzidos a partir da análise dos tuítes foram:

1. Discurso contra os inimigos. Forma: o inimigo (Lula, PT, TSE, STF, influenciadores de esquerda, imprensa) ameaça o futuro do Brasil. O bolsonarismo precisa derrotar o inimigo para salvar o país. Nesse discurso bélico o percurso passional do ódio se formata e vários contratos se colocam, como vimos nos exemplos debatidos: Lula é apresentado como ladrão, ex-presidiário, corrupto etc.; o bolsonarismo se coloca como da-lei-e-da-ordem e ao lado do “cidadão de bem”, contra os perigos trazidos pela esquerda, a saber, o comunismo, os maus costumes, o aborto, o ânimo antirreligioso, o autoritarismo, a corrupção, as fraudes, a pedofilia. Nesse discurso, o bolsonarismo se constrói como antissistema, apontando o conluio da esquerda com as instituições públicas. É preciso guerrear contra esses inimigos e ao mesmo tempo apelar a Deus, orar (vestir as armaduras de Deus). O foco enunciativo é: *a luta contra o outro-do-mal nos une, os cidadãos-de-bem.*

2. Discurso de defesa e restabelecimento da verdade escondida dos eleitores. Trata-se de uma declinação do discurso anterior. Haveria uma conspiração contra o bolsonarismo, por isso a união conservadora é necessária, para restabelecer a verdade. Forma: o inimigo mente e conspira contra “nós” e o país. Além dos temas da luta contra a corrupção, o comunismo e pela recuperação moral e religiosa do país, as publicações investem também, como vimos em vários contratos anteriores, na convocação para o foco enunciativo do engajamento e da verdade: é o apelo à união de todos os adeptos do bolsonarismo fundamentalista para defender o futuro do país, que, porém, nunca é apresentado com clareza, apenas negativamente no discurso contra autoritarismo do progressismo. A defesa do futuro do país aparece nesses tuítes:

Mantenham o foco! Um dos principais e mais difíceis objetivos foi alcançado ontem. Nós já temos o que é necessário para libertar o Brasil do autoritarismo, da chantagem e da injustiça que tanto nos indigna. A mudança mais profunda do país já começou! Não é o povo que deve temer (tuíte 4).

É preciso compreender aqueles que ainda não decidiram e lhes oferecer segurança para que façam a melhor escolha para o futuro de nossa nação. Mais que promessas vazias e abstratas, o Brasil precisa de um caminho sólido, pautado em ações concretas e, sobretudo, em princípios (tuíte 18).

O enunciador, gerador de *fake news*, diz buscar um “caminho sólido”; ao convocar ao foco para restabelecer a verdade o enunciador bolsonarista propõe, entre outras, uma disputa em relação à veracidade dos fatos eleitorais, numa luta específica contra o TSE e contra Alexandre de Moraes (a dita ditadura do judiciário). O episódio de ataque à família de Moraes em julho de 2023, muito depois da eleição, mostra o nível do ódio contra os conspiradores.

Os dois discursos se entrecruzam, permeados pelo mecanismo de inversão discursiva, que estrutura a atuação digital da extrema direita bolsonarista conforme apontado por Cesarino (2019), ou seja, por ocupar, de maneira invertida, a condição daquele que odeia e oprime, a esquerda legitimaria essa reação odienta do bolsonarismo, num discurso reativo com diferentes ramificações temáticas e forte carga afetiva. Essa relação discursos-afetos é fundamental para a operação bolsonarista. Como diz Nunes (2022, p. 11), “afetos sempre se encontram numa relação circular com os sistemas mediante os quais interpretamos, concatenamos e justificamos aquilo que nos acontece”. Desta forma, a intensa presença do ódio no discurso que localizamos nos vários grupos examinados nas interações tuíticas explica a centralidade do discurso do inimigo a destruir, numa luta infundável; esse inimigo é colocado no lugar do demônio, daquele que quer destruir o país, ameaçar a vida dos cidadãos de bem, o futuro das crianças, a religiosidade de todos. Não é um adversário democrático com quem dialogamos buscando entendimento em algum nível. Estamos aí no limite da democracia, na beira do abismo.

Elaboramos na Tabela 2, abaixo, a categorização dos discursos quanto ao tema do contrato, antisujeitos, percurso passional, performance e apresentação do enunciador.

Tabela 2 – Discursos e temas dos contratos de comunicação

Categorias	Discurso 1	Discurso 2
<i>Tema do contrato</i>	Luta contra os inimigos	Restabelecimento da verdade oculta Inversão: o ódio bolsonarista começa

		na esquerda
<i>Antisujeito (a enfrentar)</i>	STF, Lula presidiário, petismo, comunismo, imprensa (contra esquerdas e o marxismo cultural)	os verdadeiros mentirosos que devem ser expostos e odiados
<i>Paixão/percurso passional</i>	ódio	ódio e amor à verdadeira verdade (oculta)
<i>Performance/ideal</i>	lutar contra os inimigos/ salvar o país, enfrentando a conspiração contra os verdadeiros cidadãos	enfrentar a conspiração contra os verdadeiros cidadãos
<i>Enunciador se apresenta como</i>	cidadão-de-bem, contra o conluio geral contra os salvadores bolsonaristas	cidadão-de-bem, que enfrenta o conluio geral contra os salvadores bolsonaristas; guerreiro e defensor dos valores tradicionais
<i>Bolsonaro construído como</i>	paladino antissistema/ capitão-mito/ lutador contra o demônio	aquele que une os bolsonaristas contra o mal
<i>Valores do discurso</i>	tradicionais, de família 'normal', contra pedofilia, aborto etc	salvação da pátria, união contra o demônio; localização da conspiração para enfrentar os verdadeiros odientos

Fonte: Os autores.

Nunes (2022) propõe reduzir os dois caminhos da atual conjuntura polarizada a fórmulas simples: "enquanto à esquerda caberia propor um jogo alternativo àquele que se esgotou, à extrema direita basta assumir que, quando a competição se torna cada vez mais questão de vida ou de morte, excluir os adversários se torna uma opção válida" (Nunes, 2022, p. 12), levando adiante o conceito de "solidariedade negativa", proposto pelo filósofo Jason Read (2019). Para Read, este seria um afeto típico da classe trabalhadora imersa na subjetividade neoliberal, em que a angústia e desamparo social voltam-se, não contra os beneficiários do sistema, mas contra o trabalhador que ousar romper com o ciclo de exclusão. Na solidariedade negativa, diz Read (2019, s/p), o sujeito pensa que "porque devo suportar

condições de trabalho cada vez mais austeras (congelamento de salários, perda de benefícios, redução de pensões, eliminação da segurança no emprego e aumento da precariedade), todos os outros também devem”.

Como provoca Nunes, o bolsonarismo, longe de ser reduzido à condição de negacionismo, estaria, de fato, reconhecendo a impossibilidade de retorno à normalidade e, assim, propondo soluções que passam por negar reconhecimento ao inimigo nesta crua luta por sobrevivência. Neste movimento, encabeçado por um ex-capitão que era visto como bufão, e em torno de várias correntes de direita descontentes, vemos “uma convergência real de diferentes tendências na sociedade brasileira (...), mas o arranjo de forças que o exprime não é nem coerente, nem necessariamente estável” (Nunes, 2022, p. 19-20). O que tornou esse arranjo equivalencial sustentável por um tempo foram os interesses eleitorais e das elites econômicas, bem como a adesão da alta baixa classe média (expressão trazida por Nunes); em torno de Bolsonaro se construiu uma cadeia equivalencial (Laclau e Mouffe, 2015) que suprimiu as diferenças entre tais grupos e os uniu num discurso costurado em torno do ponto nodal 'restaurar a ordem no país, contra os inimigos'.

Considerações finais

Nós mapeamos os discursos que norteiam essas cadeias equivalenciais, mas há outros níveis de análise, no dizer de Nunes (2022, p. 21): as gramáticas comuns que garantem comunicação entre essas matrizes discursivas, as "condições afetivas" que garantem conexão a essas matrizes e a infraestrutura organizacional da qual eles dependem. Os discursos que encontramos nas interações-tuítes geram “enunciados e estruturas afetivas, identificação e pertencimento, formas de autonarração e autoentendimento” (Nunes, 2022, p. 24). Nesse ponto ressalte-se que “o maior feito do bolsonarismo foi ter conseguido que todos esses diferentes elementos — militarismo, anti-intelectualismo, empreendedorismo, anticomunismo, libertarianismo econômico, discursos anticorrupção, conservadorismo social — convergissem em torno de uma única figura: o cidadão de bem” (Nunes, 2022, p. 30).

Podemos justapor esta observação à de Safatle (2016, p. 41), quando este aponta para a conclusão de Freud sobre o papel preponderante das lideranças na constituição e

determinação das identidades coletivas. Há, segundo ele, um ideal encarnado na figura do líder que “atualiza vínculos a objetos perdidos que ainda ressoam na vida psíquica dos sujeitos” (Safatle, 2016, p. 92). Podemos, nesta lógica, supor que o maior feito do bolsonarismo, como colocado por Nunes, foi ter identificado um núcleo fantasmático compartilhado por uma grande massa de pessoas e que o próprio Bolsonaro fosse capaz de evocar.

Do outro lado da fronteira de antagonismo está o conceito de “mamata”, que, de acordo com Nunes, “exerce a mesma função quando se trata de identificar o inimigo, servindo de ponto nodal que permite que mudanças de costumes ressoem junto com aumentos nos índices de criminalidade, corrupção, políticas sociais progressistas (...) como evidências cumulativas de um único processo de decadência moral” (Nunes, 2022, p.32). Nos tuítes analisados isso fica bem evidenciado.

Se tanta gente se aliou a esse projeto extremo, mistura de arcaísmo e neoliberalismo, é porque buscou recompensas psicológicas nessa multidão agitada do bolsonarismo, entre as quais: pertencimento, reconhecimento, sucesso, melhoria das condições econômicas, a volta da ordem no campo da moral etc. Outros autores como o filósofo Jason Stanley (2018) identificam nesse desejo de volta da ordem uma identificação com o fascismo que, como destaca Safatle (2016, p. 96-97), não é um culto da ordem, mas sim um gozo paradoxal com a desordem acompanhado da ilusão de segurança. Por outro lado, a polarização não era tão simétrica quanto aparecia na imprensa. Como afirma Nunes,

o impeachment foi a expressão de uma polarização assimétrica entre uma oposição rumando para a direita e um pt cada vez mais alinhado ao centro; e que justamente por isso essa polarização distorcia e falseava o real antagonismo entre a elite econômica, que se preparava para transferir os custos da crise integralmente aos mais pobres, e uma classe trabalhadora cujos interesses não eram defendidos naquele momento por ninguém (Nunes, 2022, p. 110).

A questão que se coloca é: como a esquerda e em especial o governo federal se conduzirão daqui em diante? Como enfrentarão o bolsonarismo como aquele que oferece algo a seus eleitores? A esquerda deve negociar cada vez mais com o centro, cedendo cargos e pagando emendas? Ou deve radicalizar? Há espaço para isso no Congresso? Nunes fala de duas posições de polarização. Na primeira, assimétrica, um dos lados assume posições extremas a

fim de atrair o centro do debate na sua direção e jogar para o outro lado toda a responsabilidade por negociar compromissos" (Nunes, 2022, p. 111). A outra é contra os polarizadores: valendo-se de falsa simetria, alguns agentes apresentam "os dois polos como igualmente extremos, a fim de se situarem em oposição a ambos, como única alternativa não radical" (Nunes, 2022, p. 111). É preciso fazer a gestão cuidadosa dessas sutilezas envolvendo as polarizações, para que a extrema direita não continue a faturar suas apostas comunicacionais nas redes a partir dessa polarização imposta. É preciso reinventar o jogo democrático, evitando ficar refém da extrema direita e do fisiologismo do Congresso.

Referências bibliográficas

- ACKER, Antoine. How Fascism Went Digital. A Historian's Perspective on Bolsonaro's Victory in Brazil. In: *Geschichte der Gegenwart*, 2018. Disponível em: <https://geschichtedergegenwart.ch/?s=How+Fascism+Went+Digital&category_name=&submit=Suchen>. Acesso em: 02 maio 2023.
- BENKLER, Yochai; FARIS, Roberto; ROBERTS, Hal. *Network Propaganda: Manipulation, Disinformation and Radicalization in American Politics*. Nova York, NY: Oxford University Press, 2018.
- CASARÕES, Guilherme; MAGALHÃES, David. The hydroxychloroquine alliance: how far-right leaders and alt-science preachers came together to promote a miracle drug. In: *Revista de Administração Pública, RAP*, 55. Rio de Janeiro: FGV, 2021, p. 197-214.
- CESARINO, Letícia. Identidade e representação no bolsonarismo. In: *Revista de Antropologia*, v. 62, n. 3, p. 530-557, 2019.
- CESARINO, Letícia. "How social media affords populist politics: remarks on liminality based on the Brazilian case". In: *Trabalhos em Linguística Aplicada*, 59. Campinas: 2020, p. 404-427.
- CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto, 2007.
- da EMPOLI, Giuliano. *Os engenheiros do caos*. Belo Horizonte: Vestígio Editora, 2019.
- DEMURU, Paolo. Conspiracy Theories, Messianic Populism and Everyday Social Media Use in Contemporary Brazil: A Glocal Semiotic Perspective. *Glocalism. Journal of culture, politics and innovation*, 3. Milão, p. 1-42, 2020.
- FIELITZ, Maik; MARCKS, Holger. *Digital fascism: Challenges for the open society in times of social media*. Hamburgo. Institute for Peace Research and Security Policy, 2019.

- LACLAU, Ernesto; MOUFFE, Chantal. *Hegemonia e estratégia socialista*. São Paulo: Intermeios, 2015.
- MUDDE, Cas. *The far-right today*. Nova Jersey: John Wiley & Sons, 2019.
- MURPHIE, Andrew. The World as Clock: The Network Society and Experimental Ecologies. *Topia: A Canadian Journal of Cultural Studies*, v. 11, p. 117-137, 2004.
- NAGLE, Angela. *Kill all norms: Online culture wars from Tumblr and 4chan to the alt-right and Trump*. E-book. Winchester, UK: Zer0 Books, 2017.
- NUNES, Rodrigo. *Do transe à vertigem: ensaios sobre bolsonarismo e um mundo em transição*. São Paulo: Ubu, 2022.
- PRADO, José Luiz Aidar; GIOVANNINI, Rafael; BURGOS, Rafael Santos; ALLEGRETTI, Bruna Luiza de Camillo. A 'gripezinha' do Messias: estratégias discursivas e percursos passionais do bolsonarismo durante a pandemia. In: *Mediatização, Pandemia e eleições: disputas e transformações nas discursividades contemporâneas*. João Pessoa: Eduepb, 2023.
- PRADO, José Luiz Aidar; PRATES, Vinicius; PEREIRA, Heloisa. *Comunicação em rede na década do ódio. Afetos e discursos em disputa na política*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2022.
- READ, Jason. *Negative Solidarity: The Affective Economy of Austerity*. Unemployed Negativity, 2019. Disponível em: <<http://www.unemployednegativity.com/2019/10/negative-solidarity-affective-economy.html>>. Acesso em: 8 out. 2023.
- SAFATLE, Vladimir. *O circuito dos afetos*. Belo Horizonte: Autêntica, 2016
- STANLEY, Jason. *How Fascism Works: The politics of us and them*. Nova York, NY: Random House, 2018.
- TEITELBAUM, Benjamin. *Guerra pela eternidade*. Campinas: Unicamp, 2020.

José Luiz Aidar Prado – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC-SP
Psicanalista e professor no Programa de Estudos Pós-graduados em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). É doutor pela PUC-SP, mestre pela USP e bacharel em filosofia pela USP. Foi vice-presidente da Compós e membro do comitê de avaliação do CNPq. É autor de *Habermas com Lacan* e *Convocações biopolíticas nos dispositivos comunicacionais*. É co-autor de *Comunicação em rede na década do ódio* e de *Sintoma e fantasia*

no capitalismo comunicacional, além de organizador de duas hipermídias: *A invenção do Mesmo e do Outro na mídia semanal* e *Regimes de visibilidade em revistas*. É editor da revista *Galáxia*.
E-mail: aidarprado@gmail.com

Carlos Eduardo Azevedo Senna – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC-SP

Mestrando em Comunicação e Semiótica na PUC-SP, jornalista, pesquisador em desinformação no Center for Information Resilience e autor do livro "As Cinzas e os Fatos".

E-mail: carlos.b.senna@gmail.com

Rafael Giovannini – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC-SP

Mestre pelo Programa de Estudos Pós-graduados em Comunicação e Semiótica da PUC-SP; é graduado em publicidade e propaganda pela ESPMSP.

E-mail: rafaelgiovannini97@gmail.com

Rafael Burgos – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC-SP

Mestre pelo Programa de Estudos Pós-graduados em Comunicação e Semiótica da PUC-SP. É jornalista.

E-mail: burgossrafael@gmail.com