

O populismo e a desinformação nos tweets de Bolsonaro: uma análise interdisciplinar

[Populism and disinformation in Bolsonaro's tweets: an interdisciplinary analysis]



Revista Compolítica

Ano 2023, v. 13, n.1

<http://compolitica.org/revista>

ISSN: 2236-4781

DOI: 10.21878/compolitica.2023.13.657

Amanda Freitas Carnaiba

Universidade de São Paulo (USP)
[University of São Paulo]

Bárbara Muniz Vieira

Universidade de São Paulo (USP)
[University of São Paulo]

Sandra Gomes Rasquel

Universidade de São Paulo (USP)
[University of São Paulo]

Resumo

Este artigo propõe uma pesquisa interdisciplinar com o objetivo de compreender como a presença do populismo nas declarações do presidente Jair Bolsonaro, em postagens no Twitter, correlaciona-se à propagação de desinformação, contribui para o deslizamento de sentido e concorre pela disputa hegemônica discursiva em temas de interesse público. O referencial teórico engloba estudos da comunicação, da ciência política e de redes digitais e desinformação. Foram coletados 3.300 tweets, pela ferramenta API Acadêmica do Twitter. O procedimento metodológico envolve uma análise qualitativa. Os resultados indicam o predomínio de formas populistas combinadas entre si, associadas a estratégias de desinformação, desenvolvidas por um processo sistemático de criação de sentidos desviantes para eventos específicos, que se associam a notícias falsas e a alegações que geram percepções equivocadas e alimentam a desinformação na web.

Palavras-chave: populismo; desinformação; redes digitais.

Abstract

This Interdisciplinary research seeks to understand how the populism present in former president Jair Bolsonaro's the Twitter posts correlates with the propagation of misinformation, contributes to shift meaning and competes for a hegemonic discursive spot on topics of public interest. Based on communication studies, political science and digital networks and information, we conducted a qualitative analysis of 3,300 tweets obtained using the Twitter Academic API tool. Results show the dominance of populist formulas combined with each other and associated with misinformation strategies, developed by a systematic process of creating deviant meanings for specific events, which are associated with false news and allegations that generate false perceptions and feed disinformation on the Internet.

Keywords: populism; misinformation; disinformation; social media.

O populismo e a desinformação nos tweets de Bolsonaro: uma análise interdisciplinar

Amanda Freitas CARNAIBA
Bárbara Muniz VIEIRA
Sandra Gomes RASQUEL

Com a ascensão da extrema direita e do uso das plataformas digitais por atores políticos (Krämer, 2017), além de cidadãos que discutem política nas redes, cresceram a circulação de desinformações e a disputa hegemônica representada por diferentes narrativas. Segundo Gerbaudo (2018), líderes populistas utilizam redes sociais como estratégia para trazer visibilidade e promover a interação com a população. Nessa perspectiva, torna-se importante compreender as dinâmicas comunicacionais presentes no espaço digital, seu uso no meio político e as formas de comunicação e desinformação usadas por figuras políticas centrais, como o presidente da República Jair Bolsonaro, considerado um líder populista.

O objetivo desta pesquisa constituiu-se em identificar e compreender como a presença do populismo nas declarações do presidente, em postagens na plataforma Twitter, correlaciona-se à desinformação, contribui para o deslizamento de sentido e concorre pela disputa hegemônica discursiva em temas de interesse público. Coletamos 3.300 *tweets*, a partir da ferramenta da API Acadêmica do Twitter, que permite até esse limite, acessada com o uso da biblioteca *rtweet* na linguagem de programação R, do período de 2 de novembro de 2020 até 13 de maio de 2022, ao meio-dia, o que configura o recorte temporal. Após a aplicação dos critérios de exclusão, os *tweets* que compõem o corpus de análise totalizaram 128, nos quais estão presentes tanto a desinformação quanto o populismo.

Esta pesquisa tem um caráter interdisciplinar e seu aporte teórico trata do populismo (Cesarino, 2020; Engesser *et al.*, 2017; Gerbaudo, 2018; Laclau, 2005; Mudde; Kaltwasser, 2017; Tamaki; Fuks, 2020), da desinformação (Chadwick; Stanyer, 2022; Ridder, 2021) e dos estudos da linguagem e da comunicação – construção de sentido, ideologias e hegemonias discursivas (Fairclough, 1995; Gonçalves-Segundo, 2018; Thompson, 2011 [1990]; Wodak, 2009; 2012).

Populismo, eleições e plataformas digitais

No contexto atual, vemos a emergência de populismos ao redor do mundo, muitos de cunho de extrema direita e ultranacionalistas (Urbinati, 2019). Essa agenda de pesquisa pode ser sintetizada em três concepções que se complementam e enfatizam diferentes facetas do fenômeno: em seu conceito ideológico, delineando o conjunto de ideias que o fundamenta; o conceito estilístico, que enfatiza seu caráter performativo e, por fim, o populismo entendido como estratégia política utilizada como meio para se chegar ao poder (Engesser *et al.*, 2017; Mudde; Kaltwasser, 2017; Urbinati, 2019).

O fenômeno pode ser estudado da perspectiva da oferta (líderes e candidatos políticos) ou da demanda (atitudes populistas dispersas entre o eleitorado), com pesquisas sobre interseções entre essas frentes, pois atitudes populistas no eleitorado podem ser catalisadas por líderes ou reforçadas numa relação dialética (Rooduijn, 2019; Tamaki; Fuks, 2020). Há uma divisão disciplinar entre pesquisa empírica sobre suas condições e circunstâncias de ascensão e pesquisas teóricas sobre sua natureza e definição (Urbinati, 2019).

O populismo deve ser situado como produto da evolução de uma democracia de massas, apropriando-se do princípio democrático da soberania popular para legitimar a superioridade de setores da população, o que o coloca em colisão com o outro pilar da democracia: o da igualdade (Brown, 2006; Gerbaudo, 2018; Urbinati, 2019).

O sentimento compartilhado de descontentamento com o esvaziamento da democracia liberal e o ressentimento com as crises do capitalismo fazem emergir um desejo de redemocratizar a democracia (Brown, 2006; Mudde; Kaltwasser, 2018; Scott, 2019), que pode ser instrumentalizado por populistas de (extrema) esquerda ou direita (Cesarino, 2020; Gerbaudo, 2018). O populismo seria uma resposta “democrática iliberal à percepção do crescimento de um liberalismo antidemocrático” (Mudde; Kaltwasser, 2018, p. 1670), isto é, um sentimento de que a democracia teria falhado com suas promessas normativas.

Laclau é um dos propositores de um conceito maximalista de populismo, vendo esse fenômeno como elemento constitutivo da vida política (Urbinati, 2019). Porém, grande parte da literatura tem convergido em torno da chamada *ideational approach* (Hawkins; Kaltwasser, 2017) e de um conceito

minimalista (Mudde; Kaltwasser, 2017; Tamaki; Fuks, 2020). A definição sintética seria: “um conjunto de ideias, discursos e estratégias políticas que partem de uma concepção antagonista entre uma elite corrupta e um povo puro” (Rooduijn, 2019, p. 364), com líderes que, a partir dessa ideia, argumentam que a política deve ser uma expressão da vontade geral do povo (Mudde, 2004).

A proposta minimalista busca preencher a necessidade do uso de conceituação clara e precisa, e a adoção de uma abordagem transdisciplinar que dê conta da natureza multifacetada do fenômeno (Mudde; Kaltwasser, 2018; Rooduijn, 2019), tal como a que se propõe neste artigo. É vantajosa em avaliar um fenômeno que é maleável e moldado por particularidades institucionais e contextuais (Mudde; Kaltwasser, 2018; Waisbord; Amado, 2017), permitindo a apreensão de diferentes manifestações do populismo.

Para Mudde (2004), o populismo é uma *thin-centered ideology*, isto é, uma ideologia rasa e pouco sofisticada que se encontra atrelada a ideologias de esquerda ou direita. É moralista ao invés de programático, sendo o seu programa político fornecido pelas outras ideologias às quais se vê atrelado. Ele constrói apenas uma distinção normativa entre povo e elite, fundamentada numa construção imaginária e mítica, e é um mecanismo ativado especialmente em contextos de ressentimento político, em que há percepção de uma grave deterioração do “nosso modo de vida” (Gerbaudo, 2014; 2018; Mudde, 2004, p. 547).

O conceito de Mudde (2004, *apud* Tamaki; Fuks, 2020, p. 107) é utilizado em um *framework* do *Team Populism*¹ para uma classificação em seis dimensões do populismo:

- (1) Uma visão maniqueísta da política e do mundo, necessariamente dividida entre o bem e o mal;
- (2) Uso de proporções cósmicas para enfatizar significância moral e justificar argumentos, por exemplo, criando pânico morais do tipo “a nação está sendo destruída por nossos opositores”;
- (3) Exaltação da vontade do povo e o “povo” como única fonte legítima de autoridade política;
- (4) Atribuir aos opositores e às minorias o papel de inimigos, tratá-los como sendo malignos;

¹ Descrição da metodologia disponível em: <https://populism.byu.edu/>. Acesso em: 4 out. 2023.

(5) Argumentos a favor de uma transformação completa do “sistema”, expressa em termos de “revolução” ou liberação;

(6) Adotar uma atitude de “vale tudo”, quando se trata de lidar com opositores.

As transformações no ambiente midiático têm influenciado na ascensão de populismos ao redor do mundo (Müller, 2016; Rooduijn, 2019), contexto relativo às redes sociais e à desinformação (Krämer, 2017; Lage; Saraiva, 2021). Para Gerbaudo (2018, p. 745), a natureza massificada, ininterrupta e globalizada das redes sociais permite a criação de um canal propício para o populismo, fornecendo um “meio para indivíduos ressentidos expressarem-se e [...] formarem grandes públicos partidários online”.

A relação entre populismo digital, pós-verdade e redes sociais aparece em discursos de líderes populistas na forma de “deslegitimação da imprensa profissional e de especialistas” (Cesarino, 2020, p. 107). O contexto de desordem informacional propicia a emergência de discursos populistas por meio da “diluição das fronteiras entre esfera política eleitoral e [...] entretenimento” (Cesarino, 2020, p. 112).

A perspectiva negativa associada ao papel da mídia tradicional é enfatizada pelo populista ao associá-la à elite, o que reverbera em atitudes pré-existentes nos cidadãos que “percebem a mídia como enviesada e não confiável, [...] como parte de uma elite que não reflete a sua realidade e [...] não representa seu próprio grupo apropriadamente” (Fawzi, 2019, p. 158). Instrumentalizam-se sentimentos de cinismo político e desconfiança com as instituições da democracia liberal e representativa (Fawzi, 2019), alimentando sentimentos de polarização política (Hameleers, 2020).

As estruturas sociais, políticas e institucionais formam um conjunto de oportunidades, incentivos ou desincentivos que são considerados na mobilização de uma ação política, a qual envolve tanto considerações estratégicas quanto trabalho de construção simbólica de identidades e temas, dentro de um contexto estrutural (Mcadam; Tilly; Tarrow, 2009). Isso significa que é necessário compreender como as plataformas digitais formam contemporaneamente um espaço que propicia ações políticas que instrumentalizam desinformação e comunicação populista em novos moldes. A desinformação torna-se cada vez mais um recurso disseminado de forma generalizada no debate político, dotada de nuances contextuais (Mendonça *et al.*, 2023).

As plataformas digitais são usadas por esses políticos como um canal de comunicação direta do candidato com sua base, sem intermediações do partido político, permitindo ao candidato atacar instituições como a mídia tradicional e seu próprio partido, ou o sistema partidário como um todo, reforçando a narrativa de “nós” contra “eles” característica das dimensões de populismo abordadas (Krämer, 2017; Lage; Saraiva, 2021; Whittaker, 2019). O populista, além disso, emprega simultaneamente a estratégia de deslegitimar a mídia tradicional e dismantelar a fronteira entre política e entretenimento, adotando linguagens típicas das plataformas, como memes e *clickbait*s: essa estratégia contribui ainda mais para transformar o momento eleitoral em um contexto de desordem informacional, fomentando polarização política do eleitorado (Cesarino, 2020; Fawzi, 2019).

O populista instrumentaliza diversas estratégias de deslizamento de sentido e desinformações quando propõe um tipo de comunicação que atribui ao senso comum de seus apoiadores a fonte única e central de narrativas acerca da realidade. Políticos *outsiders* desenvolvem diferentes estratégias discursivas para plataformas como Facebook e Twitter, distintas das estratégias usadas, por exemplo, em programas televisivos (Ernst *et al.*, 2019). Os *affordances* das diferentes plataformas de redes sociais influenciam na forma como recursos estilísticos e discursivos do populismo são empregados (Tamaki; Fuks, 2020), fabricando um ambiente de caráter plebiscitário, em que os apoiadores sentem que suas demandas são ouvidas (Gerbaudo, 2014).

O uso dessas estratégias de deslizamento de sentido, aliadas a uma comunicação com recursos estilísticos populistas, tem influenciado no alcance eleitoral e transformado as relações entre candidatos e eleitores. No contexto das eleições brasileiras, há especificidades na conexão entre desinformação e populismo. O Brasil historicamente apresenta baixos níveis de identificação partidária e uma difusão de sentimentos antipartidários e de descrença com o regime democrático, o que pode potencializar os efeitos da desinformação aliada à comunicação de populistas (Amaral, 2020; Fuks; Ribeiro; Borba, 2020; Pereira *et al.*, 2022). No processo de ativação desses sentimentos pelo eleitorado, a comunicação populista mobiliza afetos e emoções ligadas a essas especificidades de antipartidarismo dispersas entre os eleitores, como tristeza e raiva, e direciona às elites que o populista pretende combater. Essa estratégia torna-se benéfica para o impulsionamento da imagem do político nas plataformas digitais e maior alcance em compartilhamento de seus conteúdos (Penteado *et al.*, 2022).

Esse apelo afetivo da comunicação populista apareceu de forma proeminente também durante a pandemia de covid-19. Diversos conteúdos desinformativos divulgados por Jair Bolsonaro e seus apoiadores teceram uma rede de conspiração em torno da vacinação e do distanciamento social, utilizando a lógica das instituições e da oposição como inimigos do “povo” para direcionar seu eleitorado contra autoridades de saúde, órgãos internacionais, mídia tradicional e políticos de oposição ao governo (Oliveira Neto; Dantas, 2023; Seibt; Dannenberg, 2021).

O discurso (político), a construção de sentido e a hegemonia discursiva

Com o objetivo de compreender como a presença do populismo nas declarações do presidente contribui para a construção e o deslizamento de sentido e pela hegemonia discursiva em temas de interesse público, neste artigo utilizaram-se conceitos da análise do discurso e das teorias da linguagem e da comunicação.

Conforme Martins (2018), a interação entre o discurso e a realidade ocorre em um processo dialético, e, nessa perspectiva, os meios de comunicação, aliados à internet, tornam-se um cenário de disputas de sentido e construção de consenso social, no qual operações ideológicas encobrem aspectos dos sentidos construídos na relação entre os processos discursivo e social, conforme os interesses de grupos específicos.

Nesse processo, imbricam-se ideologias que, conforme Thompson (2011 [1990]), são as formas como os sentidos são construídos nas práticas discursivas e servem para estabelecer e sustentar relações de dominação. Tais ideologias colaboram para a hegemonia, sujeita ao conflito de diferentes agências, práticas e discursos baseados na concepção de um grupo social sobre outros, o que é garantido pelo processo de naturalização e legitimação de práticas discursivas e sociais (Gonçalves-Segundo, 2018).

Justamente na luta hegemônica é que surgem as mais diversas narrativas sobre acontecimentos, dos quais os meios de comunicação, plataformas e redes digitais são suportes para a circulação dessas narrativas e disputas de sentido. Nesse contexto, as falsas alegações, verdades e meias verdades associadas a interpretações desviantes de sentido, e outras formas de engano, vão disputar espaço na cadeia comunicativa das redes digitais.

Desinformação e plataformas digitais

A desinformação em suas várias formas tornou-se uma preocupação significativa na sociedade contemporânea e é associada a eventos políticos importantes, incluindo o *Brexit*, as eleições norte-americanas de 2016, as eleições brasileiras de 2018 e as políticas em relação à pandemia de covid-19. Comumente, desinformação significa informação falsa ou enganosa que tem certa qualidade sistemática ou estrutural, não é apresentada de forma transparente e exclui erros não intencionais. Ela assume formas diferentes: notícias falsas, propagandas, teorias da conspiração, reportagens partidárias, *clickbait*, ciência alternativa, alegações distorcidas que geram falsas implicações etc. O que essas formas têm em comum é a não veracidade: é, por definição, informação falsa ou enganosa, intencional ou não. A desinformação, especialmente a do tipo que intencionalmente procura enganar as pessoas, distorce os fatos de maneira favorável a interesses políticos ou comerciais (Ridder, 2021).

Apesar do desafio de mensurar se há ou não intenção de enganar de uma desinformação, uma das conclusões do trabalho de Chadwick e Stanyer (2022) é de que o foco no engano direciona a atenção para interações que levarão as pessoas a adotarem, inconscientemente, crenças distorcidas e falsas, que podem levar à mudança de comportamento e distorcer as preferências políticas. Ademais, minam os interesses sociais e legitimam e difundem o engano como uma norma comunicativa cotidiana, devido à amplificação que adquirem.

Para Ridder (2021), a desinformação inclui uma ampla variedade de alegações falsas ou enganosas que são produzidas por meio de processos estruturalmente não confiáveis, enquanto sua falta de confiabilidade não é óbvia para produtores, distribuidores e audiências, podendo ser intencionais ou não. Elas aparecem em forma de citações fora de contexto, uso de gráficos e estatísticas que distorcem a verdade, notícias falsas, propagandas, reportagens partidárias, *clickbait*, ciência alternativa, teorias da conspiração, falsas alegações ou informações verdadeiras combinadas com falsas implicações que induzam ao erro.

Essa caracterização captura a maior parte do que normalmente se descreve como *misinformation* e *disinformation* (Søe, 2019) no discurso contemporâneo. Ambos os termos em inglês são traduzidos por desinformação, no entanto, *misinformation* não carrega a intencionalidade de enganar, enquanto *disinformation* sim.

Método e Corpus de Análise

Foi realizada uma coleta de *tweets* do perfil oficial do presidente Jair Bolsonaro, por meio da API Acadêmica do Twitter, acessada com o uso da biblioteca *rtweet*, na linguagem de programação R, pelo método *User Tweet timeline*. Como o período de início deste estudo ocorreu em maio de 2022, especificamente no dia 13, e o método *User Tweet timeline* permite a coleta de até 3.300 *tweets*, o recorte temporal recobriu uma coleta retroativa, de 13 de maio de 2022 (início do estudo) a 2 de novembro de 2020. Foram coletados 3.300 *tweets*, dos quais 52 foram removidos por meio de processo de limpeza de dados (*tweets* duplicados), resultando num total de 3.248 *tweets*.

Como critério de inclusão e análise para a identificação e tratativa do populismo, foi utilizado o *framework* do *Team Populism*, com as seis dimensões definidas pelo autor (Mudde, 2004, *apud* Tamaki; Fuks, 2020):

- (1) Uma visão maniqueísta da política e do mundo;
- (2) Uso de proporções cósmicas para enfatizar significância moral e justificar argumentos;
- (3) Exaltação da vontade do povo e o “povo” como única fonte legítima de autoridade política;
- (4) Atribuir aos opositores e às minorias o papel de inimigos;
- (5) Argumentos a favor de uma transformação completa do “sistema” (“revolução”);
- (6) Adotar uma atitude de “vale tudo”, quando se trata de lidar com opositores.

Para a identificação e tratativa da desinformação, seguiu-se na esteira de Ridder (2021), e classificou-se como desinformação as alegações falsas ou enganosas que aparecerem em forma de notícias falsas, reportagens partidárias que levam ao engano, ciência alternativa, teorias da conspiração, falsas alegações ou informações verdadeiras combinadas com falsas implicações e/ou interpretações que induzem ao erro. Combinado a isso, checamos as informações por meio de agências de checagem como Fato ou Fake; UOL Confere; Agência Lupa, além de consultas em órgãos oficiais como Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), Organização Mundial da Saúde (OMS), Site do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) e do Conselho Federal de Medicina (CFM).

A partir da análise do corpus, será proposta uma síntese de categorias prototípicas em que a desinformação e formas de engano aparecem nos enunciados de Bolsonaro, as quais foram

sustentadas e/ou criadas, por meio de um processo de construção sistemática em que estão presentes alegações e interpretações distorcidas que geram falsas implicações e diferentes formas de engano. A proposta de categorias está associada ao conceito de Ridder (2021) sobre desinformação, definição adotada neste trabalho para identificação e tratativa das formas de desinformação e engano. O Quadro 1 apresenta o processo de exclusão e seleção dos *tweets* para composição do corpus:

Quadro 1 - Processo de exclusão e seleção do corpus para análise

Critérios de exclusão	<i>Tweets</i>	%
<i>Tweets</i> coletados pela API, após primeira limpeza de dados (52 <i>tweets</i>)	3248	
Exclusão de links, menções e direcionamentos (@) para lives, Telegram e notícias	2901	
<i>Tweets</i> após segundo processo de exclusão	347	100
<i>Tweets</i> sem desinformação e sem populismo	110	31
<i>Tweets</i> sem desinformação e com populismo	63	18
<i>Tweets</i> com desinformação e sem populismo	46	13
<i>Tweets</i> com desinformação e com populismo (corpus final da análise qualitativa)	128	36

Fonte: Elaboração própria

Da amostra de 3.248 *tweets*, foram incluídos para a análise qualitativa aqueles que apresentam desinformação e populismo e são relevantes para o cumprimento do objetivo de pesquisa (128 *tweets*), e foram excluídos os que não atendem a esse critério, a saber: (1) está presente somente o populismo ou a desinformação; e (2) sejam redirecionamentos (links, menções, anúncio de lives, entre outros) (2901 *tweets*) e, portanto, não são ilustrativos para chegar ao objetivo desta pesquisa.

Destarte, procederam-se a três fases de exclusão de dados: (1) 52 *tweets* (duplicados), pelo processo de limpeza dos dados; (2) exclusão de 110 *tweets*, nos quais não constavam nenhuma das duas categorias de análise; e (3) exclusão dos dados coletados não condizentes com o objetivo proposto: com uma ou outra categoria apenas, totalizando 3.172 excluídos. Por fim, os *tweets* para análise totalizaram 128, por conterem ambas as categorias – desinformação e populismo.

Apresentou-se um mapeamento dos *tweets* classificados por temas e a quantidade de *tweets* excluídos e incluídos. Os *tweets* que contenham uma das seis dimensões do conceito de populismo e desinformação serão analisados qualitativamente em duas dimensões: descritiva e qualitativa-interpretativa. A análise descritiva será feita com a classificação dos temas e das dimensões populistas presentes nos enunciados (Quadros 2 e 3).

Já a dimensão interpretativa será realizada a partir de uma discussão teórica dos enunciados, com a contribuição dos estudos da área da comunicação e linguagem (Gonçalves-Segundo, 2018), da ciência política (Mudde; Kaltwasser, 2017; Gerbaudo, 2018; Tamaki; Fuks, 2020), da sociologia (Thompson, 2011 [1990]) e do estudo de redes digitais e desinformação (Chadwick; Stanyer, 2022; Ridder, 2021; Sõe, 2019; Waisbord, 2018). Apresenta-se uma discussão sobre o papel da desinformação no excerto analisado e sua interrelação com o populismo, considerando o contexto político, social e econômico em torno desses enunciados.

Análise do Corpus

Quadro 2 - Dimensões de populismo na amostra, por ordem do número de menções

Dimensão de populismo	Menções	%
Dimensão 4 - Tratar oposição e/ou minorias como o inimigo e inerentemente malignos	97	38,8
Dimensão 1 - Visão maniqueísta da política e do mundo	61	24,4
Dimensão 2 - Uso de proporções cósmicas e moralidade para justificar argumentos	45	18
Dimensão 3 - Exaltação da vontade do povo e do povo como única fonte legítima de autoridade moral e política	27	10,8
Dimensão 5 - Argumentar a favor de uma mudança sistêmica em termos de “revolução” ou “liberação”	11	4,4
Dimensão 6 - Adotar uma abordagem de “vale tudo” com os adversários	9	3,6
Total	250	100

Fonte: Elaboração própria

Utilizando o *framework* proposto pelo *Team Populism*, como dimensões do conceito de populismo, foi possível localizar uma predominância do tratamento da oposição e/ou minorias como inimigos inerentemente malignos, nos *tweets* de Bolsonaro, contabilizando 97 menções. Considerando que mais de uma dimensão pode aparecer num mesmo *tweet*, há diversas intersecções que serão exploradas na análise qualitativa. Porém, é significativo que o principal uso de uma linguagem populista aliada à desinformação se dê no sentido de atacar adversários e construir uma imagem

negativa deles. A dimensão menos presente (dimensão 6), no entanto, aponta para um baixo uso de uma linguagem do tipo “vale tudo” contra esses adversários, ainda que Bolsonaro não seja sempre tão comedido em suas falas e interpretações, denotado pela dimensão 2 do populismo (45 menções), em que usa de certas “proporções cósmicas e moralidade” para argumentar contra ações de opositores, tidos como inimigos.

Quadro 3 - Temas presentes na amostra, por ordem do número de menções.

Tema	Menções	%
Ataque a outros órgãos/ políticos/ CPI/ Imprensa/ STF	47	36,7
Divulgação das ações do governo federal	35	27,3
Apoio/ homenagem/ agradecimentos/ pêsames/ Slogan/ Relato Pessoal	19	14,8
Link/ @/ direcionamento/ entrevista	9	7,3
Liberdade de expressão e/ou de ir e vir	7	5,4
Distanciamento social/ covid/ vacinação	6	4,6
Sistema Eleitoral	5	3,9
Total	128	100

Fonte: Elaboração própria

O “ataque a órgãos públicos, políticos, à CPI, imprensa e STF” foi o tema mais significativo no período de análise, o que aponta para uma possível correlação entre a forte presença da retórica de tratamento dos adversários como malignos e o ataque aos diferentes atores políticos e sociais que fizessem críticas ao governo, *tweets* em que a estratégia de desinformação também foi utilizada. Já os *tweets* a respeito do sistema eleitoral e da pandemia de covid-19 foram pouco representativos no que diz respeito à intersecção entre populismo e desinformação, no entanto, são significativos no uso de diferentes formas de desinformação e enganos.

Observou-se a correlação dos seis tipos de populismo (Mudde, 2004, *apud* Tamaki; Fuks, 2020) associados a diferentes formas de desinformação e engano. Para a análise qualitativa, será apresentada a discussão primeiramente pelas seis categorias separadas, em que a correlação populismo e desinformação esteja presente. Cabe ressaltar que, como as categorias de populismo apareceram relevantemente mais combinadas entre si do que de forma isolada, há exemplos mais numerosos nas categorias combinadas do que nas individuais. Ambas as formas serão apresentadas em seguida.

Desinformação associada à categoria 1 do populismo (visão maniqueísta da política e do mundo, dividida entre o bem e o mal)

Por meio da estratégia de populismo do tipo 1 (Mudde, 2004, *apud* Tamaki; Fuks, 2020), Bolsonaro cria uma desinformação que cinde o mundo entre o bem e o mal, colocando aliados no lado do bem e opositores e ações que condena do lado do mal:

“[...] no momento em que o mundo ultrapassa os reflexos do ‘fique em casa que a economia a gente vê depois’, que começam a aparecer mais” (69, 13 nov. 21, 1, Ataque a terceiros)².

“[...] Devemos nos inteirar, cada vez mais, do porquê, e por ação de quem, a América do Sul está caminhando para a esquerda” (118, 3 nov. 2020, 1, Ataque a terceiros).

Nesses exemplos, destaca-se o ataque a opositores e cria-se a cisão entre o bem e o mal, em que ações de opositores são deslegitimadas e para as quais se atribui o sentido de que são más ações, em contraponto ao que Bolsonaro considera como solução em tais situações. No discurso populista, a ideia de “nós contra eles” aparece no exemplo 69 como uma divisão entre Bolsonaro, que desde o início se posicionou contra as medidas de restrição de circulação na pandemia, e governadores e prefeitos, na maioria, favoráveis ao isolamento.

Desinformação associada à categoria 2 do populismo (uso de proporções cósmicas)

Ao exagerar nos efeitos que considera negativos em ações de opositores, fica demarcado o uso da categoria 2 do populismo e, nesses casos, a desinformação é gerada pela atribuição de sentidos distorcidos, falsas notícias e alegações e generalizações:

“Sempre defendi, mesmo sob críticas, que o vírus e o desemprego deveriam ser combatidos de forma simultânea e com a mesma responsabilidade. [...]” (4, 29 jul. 2021, 2, Distanciamento social/covid/vacinação).

“[...] rendemos homenagens aos inesquecíveis heróis da FEB e também a todos os demais militares e civis cujos sacrifícios em nome da liberdade inspiram a nossa pátria e nos orgulham como brasileiros. Brasil acima de tudo!” (38, 8 maio 2021, 2, Apoio/homenagens/agradecimentos).

² Sequência: número da postagem, data da postagem, número da categoria do populismo e tema.

“[...] Não existe nada mais gratificante para um homem do que servir a pátria e deixar um legado para as próximas gerações. Embora o caminho seja árduo, sabemos que a honra é feita de sacrifícios. Brasil acima de tudo; Deus acima de todos!” (101, 3 fev. 2021, 2, Apoio/homenagens/agradecimentos).

“É graças à nossa gestão responsável que foi possível promover, por exemplo, o reajuste de 33,24% para professores da rede pública [...]” (122, 7 maio 2022, 2, Divulgação das ações do governo federal).

No *tweet* 4, Bolsonaro compara as mortes provocadas pelo vírus da covid-19 aos mortos pela fome, como se as estratégias de combate aos dois problemas fossem simples e, como estratégia discursiva, provoca uma falsa simetria para justificar seu argumento contra as medidas de restrição de circulação.

Já nos *tweets* 38 e 101, cita parte de seu slogan “Brasil acima de tudo, Deus acima de todos”, o que por si só é de uma proporção cósmica e caracteriza a categoria 2 do populismo. Em ambos, a desinformação é gerada por meio da estratégia de generalização (categoria 3 da desinformação)³, uma vez que no *tweet* 38 inclui todos os brasileiros como “inspirados e orgulhosos” de tal celebração e, no *tweet* 101, ao afirmar que “servir a pátria” é o que há de mais gratificante para o ser humano, e que a “honra é feita de sacrifícios”, resultando ambos em formas de engano, como se tratassem de uma verdade universal, além de se constituírem como exageros/ proporções “cósmicas”, configurando a categoria 2 do populismo.

No *tweet* 122, coloca seu governo como responsável pelo aumento de 33,24% do piso salarial dos professores de educação básica. Porém, a criação desse piso foi instituída pela Lei n. 11.738/2008 e sancionada pelo então presidente Lula, do Partido dos Trabalhadores (PT) (Machado, 2008).

Desinformação associada à categoria 3 do populismo (Exaltação da vontade do povo)

Para manter-se próximo ao povo, utiliza-se de estratégias populistas em que a vontade do povo é exaltada, que associadas a formas de desinformação, visam maior apoio a seu governo e maior popularidade, atendendo a interesses políticos e à divulgação de trabalhos do seu governo:

³ Na página 13 deste artigo, foi proposto uma síntese de quatro categorias prototípicas em que a desinformação e formas de engano aparecem nos enunciados de Bolsonaro.

“O povo brasileiro não aceitará passivamente que direitos e garantias fundamentais (art. 5º da CF), como o da liberdade de expressão, continuem a ser violados [...]” (87, 14 ago. 2021, 3, Liberdade de expressão/ ir e vir).

“Quanto mais gente for obrigada a viver de favores do Estado, mais dominado fica esse povo” (94, 13 mar. 2021, 3, *Links* e direcionamentos).

“O Brasil tem uma cultura diversa, única entre as nações. Somos um povo miscigenado. Brancos, negros, pardos e índios compõem o corpo e o espírito de um povo rico e maravilhoso. Em uma única família brasileira podemos contemplar uma diversidade maior do que países inteiros” (116, 20 nov. 2020, 3, Apoio/homenagens/agradecimentos).

Nesses *tweets*, o povo brasileiro é citado como se fosse composto de forma homogênea, se não pela raça e cor, mas por seus anseios e por ser “rico e maravilhoso” (*tweet* 116). A exaltação do povo é vista nas ideias de que “o povo não aceitará ter sua liberdade e direitos violados” (*tweet* 87) e de que não podem “viver de favores” do Estado (*tweet* 94).

Desinformação associada à categoria 4 do populismo (opositores e minorias vistos como inimigos malignos)

A categoria 4 do populismo foi a estratégia mais utilizada. Mediante ações e posicionamentos de que discorda, Bolsonaro, além do ataque que faz a outras instâncias e opositores, utiliza da estratégia populista (categoria 4) de atribuir a opositores o papel de malignos e de inimigos, condenando suas ações e deliberações. Nesses casos, a desinformação é gerada na medida em que há um deslocamento de sentido que se cria diante de posicionamentos alternativos, associados à apresentação de meias verdades, falsas alegações e/ou apresentação de notícias parciais que implicam erros de interpretação:

“Notícia não tão boa para os que torcem contra o próprio país e que continuam fazendo palanque com as lamentáveis perdas nessa guerra contra o vírus [...]” (29, 1 jun. 2021, 4, Ataque a terceiros).

“Falsos especialistas, impossibilitados de negar a realidade, estão chegando ao ponto de afirmar, entre outros absurdos, que a queda histórica nos índices de mortes violentas se deve à ‘profissionalização’ dos bandidos” (54, 9 mar. 2022, 4, Ataque a terceiros).

Muitas formas de engano/desinformação criadas nessa categoria resultam da interpretação particular negativa que Bolsonaro faz dos não aliados e de suas deliberações, representada por “alegações simples e falsas” em seus enunciados, tal como propõe Ridder (2021).

Desinformação associada à categoria 5 (revolução do “sistema”) e à categoria 6 do populismo (atitude de vale tudo ao lidar com os opositores)

As categorias 5 e 6 foram as menos utilizadas e apareceram combinadas a outras estratégias, as quais serão discutidas adiante.

Padrões prototípicos de desinformação

É importante sintetizar que, na análise do corpus, observaram-se padrões prototípicos em que a desinformação apareceu, uma vez que se torna frutífero para futuras pesquisas sobre o tema. Desse modo, a partir dessa análise, propõe-se uma síntese de quatro categorias prototípicas em que a desinformação e formas de engano aparecem nos enunciados de Bolsonaro, as quais foram sustentadas e/ou criadas por meio de um processo de construção sistemática em que estão presentes alegações e interpretações distorcidas que geram falsas implicações, associadas a meias verdades, apresentação de notícias parciais com certo conteúdo de verdade e/ou fake news:

- (1) Usa de meia verdade e/ou oculta parte da informação original, para alegar, justificar, concordar ou discordar de algo e para falar de um acontecimento, o que resulta em desinformação;
- (2) Cria um deslocamento de sentido e/ou uma interpretação distorcida para um determinado acontecimento/ situação/ fenômeno e usa de alegações distorcidas que geram falsas implicações, o que resulta em desinformação;
- (3) Usa de generalizações em seu enunciado para afirmar um fato particular, em que não se aplica tal generalização, o que resulta em desinformação;
- (4) Apresenta em seus enunciados notícias falsas e/ou desinformações já circulantes, contribuindo para que continuem se espalhando nas redes digitais.

Categorias combinadas entre si

No corpus, muitos *tweets* recobrem mais de um tipo de populismo combinados e são associados à desinformação, sob diversas formas, como exemplificado:

“Parabéns ao povo brasileiro. Eleições democráticas somente com contagem pública dos votos” (2, 1 ago. 2021, 3;5, Sistema eleitoral).

“[...]. É isso que nos motiva a seguir em frente e enfrentar tudo que for preciso para tirar o país de vez das garras da corrupção, da inversão de valores, do crime organizado, e para garantir e proteger a liberdade do nosso povo” (15, 14 jul. 2021, 2;3;4, Divulgação de ações do governo federal).

“Mais um desafio, consequência da tentativa de assassinato promovida por antigo filiado ao PSOL, braço esquerdo do PT, para impedir a vitória de milhões de brasileiros que queriam mudanças para o Brasil. Um atentado cruel não só contra mim, mas contra a nossa democracia” (16, 14 jul. 2021, 1; 2;3;4, Ataque a terceiros).

“Aos 36 segundos um policial militar é atingido quase mortalmente por uma pedra. Esse tipo de gente quer voltar ao Poder por um sistema eleitoral não auditável, ou seja, na fraude. Para a grande mídia, tudo normal” (22, 4 jul. 2021, 1;4;5, Sistema eleitoral).

“No Brasil ainda estamos pagando dívidas de governos anteriores que assaltaram estatais, como por exemplo, a Petrobrás e o @bndes” (75, 24 out. 2021, 1;2;4, Ataque a terceiros).

“Aqueles que instigam o povo à discórdia, fabricando e promovendo conflitos, atentam não somente contra a nação, mas contra nossa própria história. Quem prega isso, está no lugar errado. Seu lugar é no lixo!” (110, 28 abr. 2022, 1;4;6, Ataque a terceiros).

No *tweet* 22, Bolsonaro retuita um trecho de um vídeo, de um ato contra o governo federal, em São Paulo, em que há um recorte do momento em que um policial militar é atingido por um manifestante. A desinformação decorre de o ato de violência ser relatado como um ato isolado do contexto da manifestação (categoria 1 da desinformação). No contexto da manifestação, os participantes também são agredidos por policiais militares; portanto, há uma reciprocidade de violência física não notificada por Bolsonaro, o que resulta na desinformação criada pela apresentação de uma meia verdade ou, nos termos de Ridder (2021), por alegações verdadeiras com falsas implicações, uma vez que se cria o sentido de que manifestantes são violentos, desordeiros e promovem a violência contra militares.

Nesse ensejo, utiliza-se, nesse mesmo *tweet* 22, da estratégia populista de cisão entre o bem e o mal (categoria 1) e ataque ao inimigo (categoria 4) – manifestantes de esquerda, sistema eleitoral atual e mídia – fazendo circular mais uma desinformação na mesma postagem, de que o sistema de votação não é “auditável” e, nesse sentido, é a favor de uma revolução no sistema de eleição, o que denota a estratégia populista 5.

Em muitos *tweets*, a desinformação é gerada por uma falsa interpretação ou pela atribuição de sentido distorcido a um acontecimento (categoria 2) que associada a estratégias populistas combinadas, reforçam o ataque a outros políticos, instituições e suas deliberações, como presente nos *tweets*:

- (1) *tweet* 2, em que, mesmo tendo eleições democráticas, Bolsonaro condiciona o sentido de “democracia” ao voto impresso;
- (2) *tweet* 15, em que conceptualiza opiniões opostas a suas como “distorção de valores”;
- (3) *tweet* 16, no qual atos de esquerda são concebidos como “tentativa de assassinato” e “impedimento da vitória” de milhões de brasileiros que queriam mudanças para o Brasil;
- (4) *tweet* 75, em que medidas de preservação à vida, na pandemia, são conceptualizadas como um ato de prejudicar a economia ou de cerceamento de liberdades de ir e vir (*tweet* 110).

A categoria 3 da desinformação aparece em diversos *tweets*, em que o uso da generalização gera a desinformação quando aplicada a casos não condizentes (falsas implicações):

“[...] De há muito, os ministros Alexandre de Moraes e Luís Roberto Barroso, do Supremo Tribunal Federal, extrapolam com atos os limites constitucionais” (1, 14 ago. 2021, 1;2;4, Ataque a terceiros).

“Ao tratar como vítimas traficantes que roubam, matam e destroem famílias, a mídia e a esquerda os iguala ao cidadão comum, honesto, que respeita as leis e o próximo. [...] (37, 9 maio 2021, 1;4,6, Ataque a terceiros).

“Se você não lê jornal está sem informação, sê lê está desinformado” (45, 26 abr. 2021, 1;4, Ataque a terceiros).

Quando diz que pessoas que leem jornal estão desinformadas (*tweet* 45), negando a existência de outras fontes, Bolsonaro contribui para a criação de formas de engano, uma vez que se trata de “alegações simples e distorcidas” que geram falsas implicações (Ridder, 2021). Na mesma linha, seguem os *tweets* 1 e 37.

A categoria 4 de desinformação se combina com as três outras categorias de desinformação, com maior foco nos *retuites*, compartilhamentos de notícias falsas, notícias parciais que levam a falsas implicações e nos links de direcionamento – Telegram e lives.

Tais formas de engano são criadas em função de reportagens fortemente partidárias (Ridder, 2021), associadas a diferentes formas de populismo, e têm como função o ataque a terceiros (categoria 4), estimulando a divisão do mundo entre bem e mal (categoria 1), ambas visando sua aproximação e a exaltação das vontades do povo (categoria 3) e à divulgação de feitos do seu governo:

“Pela contagem pública dos votos e possibilidade real de sua auditoria” (3, 01.08.2021, 3;5, Sistema eleitoral).

“Fake news desestimularam o tratamento inicial da doença, desrespeitando, inclusive, parecer do Conselho Federal de Medicina que atribui ao médico a decisão de receitar, com aquiescência do paciente ou familiar, o tratamento *off-label* (fora da bula)” (9, 29 jul. 2021, 2;4, Distanciamento social/ covid/ vacinação).

“Portanto, você é livre para escolher, com o seu médico, qual a melhor maneira de se tratar. Escolha e, por favor, não encha o saco de quem optou por uma linha diferente da sua, tá ok?” (40, 7 maio 2021, 3;4;6, Distanciamento social/ covid/ vacinação).

“Porque a Rede Globo persegue tanto a mim e minha família. [...]. Tudo o que fiz foi evitar o desperdício de dinheiro público, em respeito ao povo brasileiro” (105, 23 jan. 2021, 1;3;4, Ataque a terceiros).

Muitas dessas notícias são acompanhadas e reforçadas pela presença de uma teoria conspiratória de perseguição de uma rede televisiva a ele e à sua família (*tweet* 105) e outra contra o sistema eleitoral brasileiro vigente (*tweet* 3), além da defesa de tratamento ineficaz à covid-19 (*tweets* 9 e 40). Tais formas de engano e desinformação são fortalecidas pelo uso de uma combinação de estratégias populistas, notadamente, as 1, 3 e 4.

Apesar de ser verdade que o médico pode receitar tratamento *off label*, Bolsonaro induz ao erro no *tweet* 9 ao omitir que, segundo a CFM, a ciência ainda não concluiu de maneira definitiva se existe benefício ou não no uso desses fármacos (Ribeiro, 2021). Também apela para uma suposta liberdade de escolha do paciente sem que, contudo, esclareça a eficácia do tratamento precoce (*tweet* 40). Além da desinformação, atribui aos “disseminadores de fake news” (*tweet* 9) o papel de inimigos, característica do discurso populista.

Quando de sua profunda discordância sobre deliberações de opositores, o diálogo não ganha espaço como tentativa de solução nas propostas de Bolsonaro, e, em situações extremas, a medida encontrada é a adoção de “uma atitude de vale tudo”, ao lidar com opositores (categoria 6 do populismo), ou do desejo de transformação completa do sistema (categoria 5 do populismo), independentemente de serem estratégias viáveis ou não, o que pode ultrapassar limites do bom senso e de respeito às pessoas, às leis, às regras e do que se espera do chefe do executivo.

Nessa perspectiva, cria-se o sentido de que as deliberações propostas por opositores são de tamanho prejuízo que não cabe diálogo e de que é necessária uma “revolução” para dar conta da situação. Nesse contexto, teorias conspiratórias ocupam espaço e funcionam como formas de propagar desinformação (Ridder, 2021), conforme os *tweets*:

“Eleições democráticas somente com contagem pública dos votos” (2, 1 ago. 2021, 3;5, Sistema eleitoral).

“Aos 36 segundos um policial militar é atingido quase mortalmente por uma pedra. Esse tipo de gente quer voltar ao Poder por um sistema eleitoral não auditável, ou seja, na fraude. Para a grande mídia, tudo normal” (22, 4 jul. 2021, 1;4;5, Sistema eleitoral).

As críticas ao sistema eleitoral e ao voto eletrônico são bastante associadas à estratégia de populismo 5. Os *tweets* 2 e 22 contêm desinformação na medida em que o TSE cita em seu site oficial sete maneiras de se fazer auditoria em votos eletrônicos e qualquer pessoa pode solicitar o serviço (Veja [...], 2020).

Podemos destacar que as novas conceptualizações e interpretações que Bolsonaro faz frequentemente de eventos e de ações das quais discorda, criando para tal novas narrativas, são favorecidas pela interação e contato criados entre a política e a mídia (Wodak, 2009; 2012), em função de, nesse espaço de contato, serem viabilizados os processos de construção e disputas de sentidos e significados (Martins, 2018; Wodak, 2009; 2012).

Cabe ressaltar ainda que, nos *tweets*, os novos sentidos que Bolsonaro atribui a eventos dos quais discorda são imbricados de ideologias (Thompson, 2011 [1990]) e concorrem para disputar um espaço discursivo hegemônico nas redes digitais, com a produção, a circulação e o consumo de discursos regidos por articulações de poder (Lira; Alves, 2018). Nesse sentido, suas falsas alegações se espalham como desinformação, uma vez que são combinadas com meias verdades e/ou com

notícias verdadeiras, porém parciais, as quais podem, ao longo do tempo, serem dadas como legítimas e suficientes, ou seja, podem passar por um processo de naturalização de práticas discursivas (Fairclough, 1995; Gonçalves-Segundo, 2018), o que contribui para que grupos específicos se mantenham no poder e que, em última instância, favorecem a reprodução e/ou a manutenção das ordens do discurso e das relações sociais (Vieira; Macedo, 2018).

Considerações finais

Este artigo, de caráter interdisciplinar, teve como objetivo identificar e compreender como a presença do populismo nas declarações do presidente correlaciona-se à desinformação, contribui para o deslizamento de sentido e concorre pela disputa hegemônica discursiva em temas de interesse público. A categoria 4 do populismo (opositores e minorias vistos como inimigos malignos) foi a mais utilizada e denota um espaço dialógico restrito à pluralidade de ideias, no qual concepções divergentes são abominadas, o que compromete o espaço democrático.

Pautadas no conceito de desinformação de Ridder (2021), foi proposto uma síntese das quatro formas prototípicas em que uma desinformação é sustentada e/ou construída, conforme resultados do corpus deste estudo, em que, predominantemente, as estratégias populistas aparecem combinadas entre si e estão fortemente associadas a formas combinadas de desinformação e engano e a questões políticas e deliberativas.

De forma relevante no corpus, as desinformações articuladas por Bolsonaro partem de interpretações e deslocamentos de sentido construídos, os quais conceptualizam acontecimentos de acordo com seu viés político, o que interfere na construção de sentidos mais plausíveis e aceitos. Esses resultados corroboram a concepção central de desinformação usada como base na análise e as estratégias de construção de sentido, inclusive as desviantes, para que discursos hegemônicos mantenham-se no poder e disputem espaço na rede.

Esta pesquisa buscou contribuir no sentido de explanar como a desinformação é um fenômeno complexo e que a não verdade é construída em um processo sistemático em que meias verdades somadas a falsas alegações e às interpretações desviantes de sentido geram falsas implicações e comprometem a veracidade das informações circulantes, as quais, associadas às formas de populismo

agem no sentido de reforçar interesses políticos e de grupos específicos. Destarte, novas narrativas sobre um mesmo fato passam a circular no ambiente digital e a lutar por um espaço discursivo hegemônico, em que relações de poder, ideologias e alianças hegemônicas se fazem presentes e se materializam nas estratégias populistas utilizadas.

Há ainda a problemática de crises da democracia, sendo possível apontar como o uso da retórica populista aliada a estratégias de desinformação pode contribuir com o esvaziamento das premissas normativas de liberdade e igualdade, cruciais para um regime democrático, além de alimentarem sentimentos de ressentimento e desconfiança com a democracia.

Como lacunas deste trabalho, que podem orientar futuros estudos, sugerimos uma replicação da metodologia apresentada em um corpus com número maior, a título de comparação entre as diferentes nuances que a desinformação e o populismo tomam entre políticos de (extrema) direita e de esquerda.

Referências

- AMARAL, Oswaldo E. do. The victory of Jair Bolsonaro according to the Brazilian Electoral Study of 2018. *Brazilian Political Science Review*, São Paulo, v. 14, n. 1, pp. 1-13, 2020.
- BROWN, Wendy. American nightmare: Neoliberalism, neoconservatism, and democratization. *Political theory*, Thousand Oaks, v. 34, n. 6, pp. 690-714, 2006.
- CESARINO, Letícia. Como vencer uma eleição sem sair de casa: a ascensão do populismo digital no Brasil. *Internet & Sociedade*, São Paulo, v. 1, n. 1, pp. 91-120, 2020.
- CHADWICK, Andrew; STANYER, James. Deception as a Bridging Concept in the Study of Disinformation, Misinformation, and Misperceptions: Toward a Holistic Framework. *Communication Theory*, Oxford, v. 32, n. 1, pp. 1-24, 2022. DOI: 10.1093/ct/qtab019.
- ENGESSER, Sven; ERNST, Nicole; ESSER, Frank; BÜCHEL, Florin. Populism and social media: How politicians spread a fragmented ideology. *Information, communication & society*, v. 20, n. 8, pp. 1109-1126, 2017.
- ERNST, Nicole; BLASSNING, Sina; ENGESSER, Sven; BÜCHEL, Florin; ESSER, Frank. Populists prefer social media over talk shows: An analysis of populist messages and stylistic elements across six countries. *Social media + society*, Thousand Oaks, v. 5, n. 1, pp. 1-14, 2019. DOI: 10.1177/2056305118823358.
- FAIRCLOUGH, Norman. *Critical discourse analysis: the critical study of language*. New York: Longman, 1995.

FAWZI, Nayla. Untrustworthy news and the media as “enemy of the people?” How a populist worldview shapes recipients’ attitudes toward the media. *The International Journal of Press/Politics*, Thousand Oaks, v. 24, n. 2, pp. 146-164, 2019.

FUKS, Mario; RIBEIRO, Ednaldo; BORBA, Julian. From antipetismo to generalized antipartisanship: the impact of rejection of political parties on the 2018. *Brazilian Political Science Review*, São Paulo, v. 15, n. 1, pp. 1-28, 2020.

GERBAUDO, Paolo. *Populism 2.0: Social media activism, the generic Internet user and interactive direct democracy*. New York: Routledge, 2014.

GERBAUDO, Paolo. Social media and populism: an elective affinity? *Media, culture & society*, Thousand Oaks, v. 40, n. 5, pp. 745-753, 2018. DOI: 10.1177/0163443718772192.

GONÇALVES-SEGUNDO, Paulo Roberto. Discurso e prática social. In: BATISTA JR, José Ribamar Lopes; SATO, Denise Tamaê Borges; MELO, Iran Ferreira de. *Análise de Discurso Crítica para linguistas e não linguistas*. São Paulo: Parábola, 2018. pp. 79-103.

HAMELEERS, Michael. Populist disinformation: Exploring intersections between online populism and disinformation in the US and the Netherlands. *Politics and Governance*, Lisbon, v. 8, n. 1, pp. 146-157, 2020. DOI: 10.17645/pag.v8i1.2478.

HAWKINS, Kirk A.; KALTWASSER, Cristóbal Rovira. The ideational approach to populism. *Latin American Research Review*, Pittsburgh, v. 52, n. 4, pp. 513-528, 2017.

KRÄMER, Benjamin. Populist online practices: the function of the Internet in right-wing populism. *Information. Communication & Society*, v. 20, n. 9, pp. 1293-1309, 2017. DOI: 10.1080/1369118X.2017.1328520.

LACLAU, Ernesto. *On populist reason*. New York: Verso, 2005.

LAGE, Leandro; SARAIVA, Luiziane Silva. Ressentimento e guerra cultural no populismo de extrema direita: tensões morais e fronteiras de antagonismo. *Revista Eco-Pós*, Rio de Janeiro, v. 24, n. 2, pp. 124-150, 2021. DOI: 10.29146/ecopos.v24i2.27704.

LIRA, Luciana Cristina Eneas; ALVES, Regysane Botelho Cutrim. Teoria social do discurso e evolução da análise de discurso crítica. In: BATISTA JR, José Ribamar Lopes; SATO, Denise Tamaê Borges; MELO, Iran Ferreira de. *Análise de Discurso Crítica para linguistas e não linguistas*. Parábola: São Paulo, 2018. pp. 104-123.

MACHADO, Maria Clara. Presidente sanciona piso dos professores. Portal do MEC, 16 jul. 2008. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/proinfantil/apresentacao?task=view&id=10874>. Acesso em: 1 jul. 2022.

MARTINS, André R. Nunes. Análise de Discurso da Mídia. In: BATISTA JR, José Ribamar Lopes; SATO, Denise Tamaê Borges; MELO, Iran Ferreira de. *Análise de Discurso Crítica para linguistas e não linguistas*. São Paulo: Parábola, 2018. pp. 158-183.

MCADAM, Doug; TARROW, Sidney; TILLY, Charles. *Comparative Perspectives on Contentious Politics*. Cambridge University Press, 2009. pp. 260-290. Disponível

em: https://www.researchgate.net/publication/297938785_Comparative_perspectives_on_contentious_politics. Acesso em: 10 jul. 2022.

MENDONÇA, Ricardo Fabrino; FREITAS, Viviane Gonçalves; AGGIO, Camilo de Oliveira; SANTOS, Nina Fernandes dos. Fake News e o Repertório Contemporâneo de Ação Política. Dados, Rio de Janeiro, v. 66, n. 2, pp. 1-33, 2023. DOI: 10.1590/dados.2023.66.2.301.

MUDDE, Cas. The populist zeitgeist. Government and opposition, v. 39, n. 4, pp. 541-563, 2004. DOI: 10.1111/j.1477-7053.2004.00135.x.

MUDDE, Cas; KALTWASSER, Cristóbal. Populism: A very short introduction. Oxford: Oxford University Press, 2017.

MUDDE, Cas; KALTWASSER, Cristóbal. Studying populism in comparative perspective: Reflections on the contemporary and future research agenda. Comparative political studies, Thousand Oaks, v. 51, n. 13, pp. 1667-1693, 2018. DOI: 10.1177/0010414018789490.

MÜLLER, Jan-Werner. What is populism? Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 2016.

OLIVEIRA NETO, Otávio Temóteo de; DANTAS, Carolina. Pandemia e democracia: disputas de sentido e desinformação sobre a covid-19 a partir do Twitter do ex-presidente Jair Bolsonaro. Revista Debates, Porto Alegre, v. 17, n. 1, pp. 139-161, 2023.

PENTEADO, Claudio Luís de Camargo; GOYA, Denise Hideko; SANTOS, Patrícia Dias do; JARDIM, Luiza. Populismo, desinformação e Covid-19: comunicação de Jair Bolsonaro no Twitter. Media & Jornalismo, Lisboa, v. 22, n. 40, pp. 239-260, 2022. DOI: 10.14195/2183-5462_40_12.

PEREIRA, Frederico Batista et al. Fake News, Fact Checking and Partisanship: The resilience of rumors in the 2018 Brazilian elections. The Journal of Politics, v. 84, n. 04, pp. 2188-2201, 2022. Disponível em: <https://journals.uchicago.edu/doi/abs/10.1086/719419>. Acesso em: 10 dez. 2022.

RIBEIRO, Mauro Luiz de Britto. O Conselho Federal de Medicina e a Covid-19. Portal CFM, 27 jan. 2021. Disponível em: <<https://portal.cfm.org.br/artigos/o-conselho-federal-de-medicina-e-a-covid-19/>>. Acesso em: 3 jul. 2022.

RIDDER, Jeroen de. What's so bad about misinformation? Inquiry, pp. 1-23, 2021. DOI: 10.1080/0020174X.2021.2002187.

ROODUIJN, Matthijs. State of the field: How to study populism and adjacent topics? A plea for both more and less focus. European Journal of Political Research, v. 58, n. 1, pp. 362-372, 2019. DOI: 10.1111/1475-6765.12314.

SCOTT, Paul D. Under Siege: The Rise of Right-Wing Populism or has the Demos Become Crazy? Galáxia, São Paulo, n. 42, pp. 5-22, 2019. DOI: 10.1590/1982-25532019344235.

SEIBT, Thaís; DANNENBERG, Murilo. Pandemia, desinformação e discurso autoritário: os sentidos das declarações de Jair Bolsonaro no Twitter a partir de checagens do Aos Fatos. Liinc em Revista, Rio de Janeiro, v. 17, n. 1, pp. 1-27, 2021. DOI: 10.18617/liinc.v17i1.5687.

SØE, Silje Obelitz. A unified account of information, misinformation, and disinformation. Synthese, Berlin, v. 198 n. 6, pp. 5929-5949, 2019. DOI: 10.1007/s11229-019-02444-x.

TAMAKI, Eduardo Ryo; FUKS, Mario. Populism in Brazil's 2018 general elections: An analysis of Bolsonaro's campaign speeches. *Lua Nova*, São Paulo, n. 109, pp. 103-127, 2020. DOI: 10.1590/0102-103127/109.

THOMPSON, John B. *Ideologia e Cultura Moderna: Teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. 9. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2011 [1990].

URBINATI, Nadia. Political theory of populism. *Annual review of political science*, San Mateo, v. 22, pp. 111-127, 2019. DOI: 10.1146/annurev-polisci-050317-070753.

VEJA como é feita a auditoria de funcionamento de urnas eletrônicas. Tribunal Superior Eleitoral, 5 dez. 2020. Disponível em: <<https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2020/Dezembro/veja-como-funciona-a-auditoria-de-funcionamento-das-urnas-eletronicas>>. Acesso em: 3 jul. 2022.

VIEIRA, Josenia Antunes; MACEDO, Denise Silva. Conceitos-chave em análise crítica do discurso. In: BATISTA JR, José Ribamar Lopes; SATO, Denise Tamaê Borges; MELO, Iran Ferreira de. *Análise de Discurso Crítica para linguistas e não linguistas*. São Paulo: Parábola, 2018. pp. 48-77.

WAISBORD, Silvio; AMADO, Adriana. Populist communication by digital means: presidential Twitter in Latin America. *Information, communication & society*, v. 20, n. 9, p. 1330-1346, 2017. DOI: 10.1080/1369118X.2017.1328521.

WAISBORD, Silvio. The elective affinity between post-truth communication and populist politics. *Communication Research and Practice*, v. 4, n. 1, pp. 17-34, 2018. DOI: 10.1080/22041451.2018.1428928.

WHITTAKER, Jason. *Tech Giants, Artificial Intelligence, and the Future of Journalism*. New York: Routledge, 2019.

WODAK, Ruth. *The Discourse of Politics in action: Politics as Usual*. London: Palgrave, 2009.

WODAK, Ruth. Politics as Usual: Investigating political discourse in action. In: GEE, James Paul; HANDFORD, Michael (eds.). *The Routledge Handbook of Discourse Analysis*. New York: Routledge, 2012.

Sobre as autoras

Amanda Freitas Carnaíba é mestranda em Ciência Política no Programa de Pós-Graduação em Ciência Política da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo (FFLCH/USP). Bolsista CNPq – Processo: 131170/2022-8.

Bárbara Muniz Vieira é mestranda do Programa em Ciência Ambiental do Instituto de Energia e Ambiente da Universidade de São Paulo (IEE/USP). Bolsista Capes – Processo: 88887.717850/2022-0.

Sandra Gomes Rasquel é doutoranda do Programa de Filologia e Língua Portuguesa do Departamento de Letras Clássicas e Vernáculas da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo (FFLCH/USP). Bolsista Capes – Processo: 88887.703724/2022-0.

Data de submissão: 29/01/2023

Data de aprovação: 26/10/2023