

A influência dos *bots* na ascensão da extrema direita no Brasil, durante e após 2018

Andreia Cristina Guimarães Cantuária Lucini ⁽¹⁾ e
Lorenzo dos Santos Konageski ⁽²⁾

Data de submissão: 19/1/2021. Data de aprovação: 7/7/2021.

Resumo – O presente artigo visa entender como as transformações tecnológicas influenciam no corpo social, principalmente o impacto gerado no processo democrático de escolha e apoio pós-eleição a representantes políticos para cargos do executivo no país, focando na escolha para presidente da República. Pesquisou-se especificamente sobre a utilização de ferramentas denominadas *bots* (programas que agem como usuários reais através de Inteligência Artificial) nas redes sociais, na eleição do presidente Jair Messias Bolsonaro, em 2018. Nesse contexto, os *bots* – ou robôs – atuam para dar mais visibilidade a determinada causa ou tema e atuam também replicando discursos de ódio e notícias falsas nas redes sociais. Pode-se afirmar que, em todo o mundo, essa ferramenta tem sido utilizada por alguns grupos políticos mais ligados a partidos de extrema direita para ganharem popularidade, sendo esse mesmo expediente utilizado para garantir a eleição do presidente Donald Trump, nos Estados Unidos. Esses grupos ou personalidades políticas passam a ser chamados de *outsiders* e a serem vistos como uma “nova política”, uma perspectiva de “salvação” para o país. Ao serem eleitos, essas personalidades políticas continuam fazendo uso dos *bots* em uma tática de manutenção do poder, apoio às suas ideias e às ações governamentais e permanecem com a retaliação aos seus opositores. Para a realização do estudo, houve uma pesquisa estruturada em artigos já existentes sobre a temática.

Palavras-chave: Eleição. Notícias falsas. Robôs. Tecnologia.

The influence of bots in the far-right ascension in Brazil, during and after 2018

Abstract - This article aims to understand how technological transformations influence the society, mainly the impact generated in the democratic process of choice and post-election support to political representatives for executive positions in the country, focusing on the choice for president. We specifically researched the use of tools called bots (programs that act like real users through Artificial Intelligence) in social networks, in the election of president Jair Messias Bolsonaro, in 2018. In this context, bots - or robots - act to give more visibility to a specific cause or theme and also act by replicating hate speech and fake news on social networks. It can be said that, worldwide, this tool has been used by some political groups, mainly connected to far-right parties, to gain popularity, and this same device was used to guarantee the election of president Donald Trump in the United States. These groups or political personalities come to be called outsiders and to be seen as a “new policy”, a perspective of “salvation” for the country. When elected, these political personalities continue to use the bots in a tactic of maintaining power, supporting their ideas and government actions and continuing retaliation against their opponents. In order to carry out the study, there was a research structured on existing articles on the subject.

¹ Professora de Geografia do Campus Palmas, do Instituto Federal do Tocantins – IFTO, e doutora em Ciências do Ambiente na Universidade Federal do Tocantins – UFT. *andreia@iftc.edu.br. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8751-9336>.

² Técnico em Informática para Internet pelo Campus Palmas, do Instituto Federal do Tocantins – IFTO . Ex-bolsista do IFTO. Graduando em Ciências Sociais pelo Campus Darcy Ribeiro, da Universidade de Brasília – UnB. *lorenzo.konageski@aluno.unb.br. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7190-2982>.

Keywords: Election. Fake news. Robots. Technology.

Introdução

O desenvolvimento tecnológico possibilitou novas maneiras de comunicação entre os seres humanos, minimizando as barreiras do espaço e do tempo e influenciando os aspectos social, político, cultural e econômico da vida em sociedade. De acordo com Pourtois (1999, p. 31), “as tecnologias têm como característica integrar instantaneamente, com corretivos e melhorias, os saberes mais diversos, contribuindo para a emancipação de todas as linguagens”. Nesse sentido, a tecnologia é promissora ao permitir que novos modelos de linguagem surjam, sejam percebidos e modifiquem, assim, as formas de comunicação.

Como um novo mecanismo de comunicação, de linguagem, amparado nos recursos tecnológicos, surgem os *bots*. *Bots* são “programas de computador capazes de controlar contas nas redes sociais e imitar usuários reais” (MESSIAS *et al.*, 2018, p. 2). Em outras palavras, são robôs (tradução literal) que imitam indivíduos nas redes sociais e na internet, através da Inteligência Artificial (IA).

Esses robôs são utilizados para engajamento, impulsionamento, comunicação e formação de opinião já que podem repetir ideias que são passadas, espalhando, dessa forma, ideologias para mais pessoas na internet. Hodiernamente, são mais utilizados no Twitter como modo de impulsionamento político, espalhando, muitas vezes, notícias falsas e fábulas sobre determinado partido, ideologia ou político.

O Brasil viveu uma eleição presidencial baseada no engajamento nas redes sociais em 2018, com a eleição de Jair Bolsonaro. Bolsonaro, assim como visto em 2016 na eleição norte-americana de Donald Trump, utilizou-se das redes sociais – em específico o Twitter – para disseminar suas ideias e propostas. Para isso, formou um sistema de *bots* que disseminavam várias inverdades acerca de seus opositores, o que pode ter contribuído para sua eleição e a descredibilização dos adversários políticos. Assim como Bolsonaro, os *bots* também reproduziam discursos de ódio, com facetas autoritárias.

Por meio dos *bots*, Bolsonaro promoveu um controle da massa. Com esse controle, promove-se a alienação, que afasta, distancia ou leva o indivíduo a uma renúncia de seus próprios valores e o faz assumir os valores de seu candidato. Portanto, nesse processo de alienação, há também uma apropriação simultânea, porque “a apropriação surge como alienação, e a alienação como apropriação” (MARX, 2002, p. 122).

As perspectivas e a velocidade que a alienação e a apropriação podem ser conduzidas por meio dos recursos tecnológicos têm sido cada vez maior alvo de estudos no meio acadêmico, e a importância que os robôs tiveram na eleição de Bolsonaro em 2018 é o tema de discussão deste artigo.

Materiais e métodos

A pesquisa foi realizada através de uma revisão bibliográfica de diversos artigos, presentes em plataformas científicas, tais como Scielo e revistas eletrônicas de diversas universidades. Para que se encontrassem os artigos necessários para a realização da revisão, foram utilizadas as seguintes palavras/expressões-chave: autoritarismo, redes sociais nas eleições, influências das redes sociais nas eleições de Trump e Bolsonaro, entre outras.

Além disso, o artigo também se utilizou de reportagens para fins de explicitação de casos denunciados no Brasil em relação à utilização de *fake news* e *bots* em razão da atualidade dos assuntos e do ainda pequeno número de publicações acadêmicas sobre a temática.

Pesquisou-se também sobre as transformações tecnológicas que deram origem à popularidade das redes sociais e, sobretudo, do Twitter. “A sociedade não pode ser entendida ou representada sem suas ferramentas tecnológicas” (CASTELLS, p. 43, 1999), que operam na

construção social, econômica, política, ambiental e em todas as outras esferas da vida humana, especialmente desde o advento da Revolução Técnico-Científico-Informacional.

Ademais, utilizou-se de pesquisas sobre a utilização do Twitter. Para isso, é necessário o entendimento de algumas características dessa rede social: 1) *tweet*: mensagem publicada no Twitter, pode ser texto (de até 280 caracteres) e/ou mídia (foto, vídeo etc); 2) *retweet*: compartilhamento de um *tweet* já publicado; 3) *replie*: resposta que um *tweet* recebe, funciona como comentário; 4) *hashtag*: simbolizada por “#”, antecede uma frase que dê efeito para a postagem, é utilizada para impulsionamento de uma ideia e da própria postagem.

Também se utilizou do TweetDeck, que é um aplicativo que permite o gerenciamento no Twitter, permitindo assim pesquisar *tweets* por palavras, *hashtags*, perfis, locais, datas e outras informações. Por fim, foi utilizado o PEGABOT, plataforma lançada em 2018, fruto do projeto do Instituto de Tecnologia e Sociedade do Rio de Janeiro (ITS Rio) e do Instituto Equidade & Tecnologia, que possui financiamento da União Europeia e é responsável por analisar perfis do Twitter e identificar a probabilidade de serem robôs ou não.

Resultados e discussões

Contexto histórico

A sociedade brasileira passou por diversas construções de poder e governos ao longo de sua história. No período dos anos de 1964 até 1985, vivenciou um regime ditatorial, capitaneado pelos militares do país, em que alguns opositores ao regime foram torturados, exilados ou mortos (OLIVEIRA, 2011). A partir de 1985, o Brasil iniciou o período de redemocratização.

Em 1989, ocorreu a eleição de Fernando Collor de Mello, que sofreu *impeachment*³ em 1992, por acusações de corrupção, sendo substituído pelo então vice-presidente, Itamar Franco, substituído em 1995 pelo sociólogo Fernando Henrique Cardoso, eleito em 1994 e reeleito em 1998.

Na sucessão presidencial tivemos Luiz Inácio Lula da Silva (2003-2006 e 2007-2010), escolhido democraticamente pela população brasileira para governar o país em dois pleitos sucessivos. A candidata Dilma Vana Rousseff foi eleita em 2010, com o apoio do presidente Lula. Em 2013, ocorreram as chamadas “Jornadas de Junho”, que ocorreram, principalmente, nos grandes centros urbanos do país e se iniciaram com manifestações contra tarifas abusivas de ônibus e, gradualmente, associaram-se manifestações contra o governo Dilma. Ainda assim, a presidente foi reeleita em 2014, em uma eleição acirrada, marcada pela reprovação popular do governo. Após a eleição o governo encontra dificuldade em aprovar as chamadas “pautas-bomba”⁴ em virtude da forte resistência da oposição. Dilma foi destituída do cargo em 2016, após um processo de *impeachment*, sendo substituída pelo então vice-presidente, Michel Temer, que ficou no cargo até 2018.

Eleições 2018 e a extrema direita

As eleições em 2018, no Brasil, foram marcadas pela polarização política, “um fenômeno global, nascido do crescimento das redes sociais [...] ainda dominada pelo discurso de ódio e de difamação, seja por indivíduos raivosos ou por milícias digitais” (ABRANCHES, 2019, p. 19). Para Abranches (2019), esse contexto está relacionado com as eleições no continente europeu e nos Estados Unidos, onde há polarização afetiva, repletas de emoção.

³ É o nome que se dá ao processo de impedimento de um/a presidente/a, por crime de responsabilidade, de acordo com a Lei nº 1.079, de 10 de abril de 1950, que estipula em seu art. 2º que “os crimes definidos nesta lei, ainda quando simplesmente tentados, são passíveis da pena de perda do cargo, com inabilitação, até cinco anos, para o exercício de qualquer função pública, imposta pelo Senado Federal nos processos contra o Presidente da República ou Ministros de Estado, contra os Ministros do Supremo Tribunal Federal ou contra o Procurador Geral da República (BRASIL, 1950).

⁴ Medidas que são contrárias ao alcance da meta fiscal, gerando aumento de gastos e o consequente déficit fiscal.

No Brasil, a polarização política deu resultado aos dois lados conhecidos: os apoiantes do candidato tipicamente da direita, com conotações relacionadas à extrema direita vinculadas ao discurso e ideologia da campanha política, e os seus opositores, em geral, apoiadores da esquerda no país, que adentraram na guerra digital, bem como resultou em uma divisão sem precedentes. Podemos inferir ainda que, nessa polarização política acirrada, houve uma terceira via, marcada por uma grande rejeição do candidato ligado ao PT, partido dos ex-presidentes Lula e Dilma, e que almejava uma alternância de poder. Essa configuração social, política e econômica vivenciada no país em 2018 culmina com a eleição do candidato da direita Jair Bolsonaro;

pela primeira vez, a direita tem uma candidatura explícita no Brasil e encontra, também de forma inédita desde o fim da Segunda Guerra, movimentos de direita organizados partidariamente por toda a Europa, com destaque para os ultranacionalistas Ukip no Reino Unido e AfD na Alemanha, e, nos Estados Unidos, para a ala de ultradireita no partido Republicano ligada ao presidente Donald Trump. Embora assumindo o papel de candidatos contra a esquerda, nem Jânio Quadros nem Fernando Collor aderiram de forma tão clara e manifesta a um ideário tipicamente de direita como Bolsonaro (ABRANCHES, 2019, p. 17).

O trecho anterior demonstra a novidade da candidatura de Bolsonaro, explicitamente de direita, possuindo finíssima relação com o Partido de Independência da Inglaterra (Ukip) e com a Alternativa para a Alemanha (AfD), bem como com o candidato à reeleição nos Estados Unidos da América (EUA), Donald Trump. O fenômeno da ascensão da extrema direita é mundial, e possui expressões no corpo social, sendo uma grande parte “pulverizadas em práticas violentas não autorais dirigidas a imigrantes, negros, homossexuais e, no caso do Brasil, também a nortistas e nordestinos” (SILVA *et al.*, 2014, p. 423). Entende-se, portanto, as visões conservadora, estereotipada e preconceituosa que essa ideologia incide na sociedade, caracterizadas pelo ódio e pela violência.

Para Silva *et al.* (2014, p. 424), a extrema direita costuma negar esse termo, devido à conotação negativa no que se refere ao nazifascismo, porém, “suas formulações são reveladoras do campo político no qual se situam”. Destacam-se algumas características do nazismo, como o preconceito contra judeus (antisemitismo), homossexuais, negros e mulheres (ELÍDIO, 2010; PINSKY, 2018; VIEIRA, 2019).

Os ideais de direita também tiveram crescimento na América do Sul, para além de Bolsonaro, eleito em 2018: Mauricio Macri (eleito em 2015), na Argentina; Sebastian Piñera (eleito em 2017), no Chile; Ivan Duque (eleito em 2017), na Colômbia; Lenin Moreno (eleito em 2017), no Equador, eleito com um discurso de centro-esquerda, ao assumir, adotou posturas direitistas (ZUCATTO, 2019). Além desses países, o Paraguai também entrou na lista em 2018, com a eleição de Mario Abdo Benítez⁵, assim como o Uruguai, com a eleição de Luis Lacalle Pou, em 2019⁶. Esses líderes entram com um discurso de mudança e de varredura da “velha política”.

Partidos e líderes que possuem o discurso da “nova política”, como Bolsonaro, são entendidos como *outsiders*, isto é,

figuras que, afirmando representar a “voz do povo”, entram em guerra contra o que descrevem como uma elite corrupta e conspiradora. Populistas tendem a negar a legitimidade dos partidos estabelecidos, atacando-os como antidemocráticos e mesmo antipatrióticos. Eles dizem aos eleitores que o sistema não é uma democracia de verdade, mas algo que foi sequestrado, corrompido ou fraudulentamente manipulado pela elite. E prometem sepultar essa elite e devolver o poder “ao povo” (LEVITSKY; ZIBLATT, 2018, p. 32).

⁵ Disponível em: <https://g1.globo.com/mundo/noticia/conservador-mario-abdo-benitez-vence-eleicao-no-paraguai.ghtml>. Acesso em: 12 out. 2020.

⁶ Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2019/11/28/internacional/1574958210_943004.html. Acesso em: 12 out. 2020.

Tendo isso em base, os políticos que vêm do “lado de fora” (*outside*) se acobertam pela falsa moralidade e pregam um discurso apolítico e apartidário. Para exemplificar esse fenômeno, podemos citar Bolsonaro, que em sua campanha utilizou-se da frase “Meu partido é o Brasil”. Nesse mesmo sentido, os autores destacam que “quando populistas ganham eleições, é frequente investirem contra as instituições democráticas” (*ibid.*, p. 35), já que, segundo eles, elas estão corrompidas. Esse clima favorece o surgimento de governos de características autoritária e totalitária.

“A existência do autoritarismo e de certas tendências/disposições antidemocráticas, em alguns posicionamentos políticos, deixou marcas indeléveis em nossa história” (LINARD, 2017, p. 197). Essas disposições são movidas pelo apoio da população, que, em razão da repetição de atitudes autoritárias e maléficas, normalizam o autoritarismo, entrando no conceito de “banalização do mal” (ARENDT, 1999).

O mundo, hoje, encontra um paradoxo:

Ao mesmo tempo que a extrema direita no mundo impõe um processo descivilizatório, ela está se colocando como alternativa de futuro para muita gente (SOLANO, 2019, p. 320).

Este é o reflexo da polarização: algumas pessoas acreditam que a extrema direita representa retrocesso, enquanto outras apostam nela para que ocorram mudanças estruturais no futuro.

Uma visão cínica do mundo político é uma espécie de arena entregue às manobras de ambiciosos sem convicção, guiados pelos interesses ligados à competição que os opõe. Essa atenção exclusiva ao “microcosmo” político e aos fatos e aos efeitos que lhes são imputáveis tende a produzir uma ruptura com o ponto de vista do público ou pelo menos de suas fraquezas mais preocupadas com as consequências reais que as tomadas de posição políticas podem ter sobre sua existência e sobre o mundo social (BOURDIEU, 1997, p. 317).

Essa ruptura, afirmada por Bourdieu (1997), provocada por essa atenção exclusiva ao “microcosmo” político, leva à tomada de posicionamentos e à escolha de agentes públicos. E essa escolha tende a negligenciar uma avaliação mais ampla, racional e relacional da construção de seu mundo social e os efeitos em longo prazo que ela pode provocar.

É nesse contexto que Bolsonaro se apresentou como a opção que salvaria a população e ressolveria as mazelas do Brasil. O atual presidente foi amplamente beneficiado pelo juiz da Operação Lava-Jato⁷, Sérgio Moro, e utilizou-se do dogmatismo religioso, pautado na intolerância (LIMA, 2019). Para consolidar sua eleição, Bolsonaro também se valeu da crise econômico-social e da crise política que inicia-se em 2014, com o questionamento da eleição de Dilma Rousseff e que é “agravada pela oposição parlamentar, simbolicamente encarnada pelo presidente da Câmara [dos Deputados], Eduardo Cunha”, que aceita o pedido de *impeachment* da então presidenta (GOMES, 2019, p. 179). Esses processos foram cumulativos, frutos da organização de movimentos, como o Movimento Brasil Livre (MBL). Além disso, utilizou-se de robôs para impulsãoamento de suas ideias e para espalhar mentiras e notícias falsas, as conhecidas *fake news*⁸.

Uso das mídias sociais e dos bots

O Brasil passou por grandes transformações, que culminaram em aumentar a popularidade da internet e das redes sociais; assim, os políticos encontraram potenciais nessas ferramentas, como “barateamento das campanhas, acesso a um maior número de pessoas num espaço menor de tempo, maior interação com os usuários, promoção de imagens e de ideias etc.” (BICHARA, 2019, p. 8). Por isso, “[...] é preciso interpretar a interface entre a

⁷ A Lava-Jato foi “iniciada em 17 de março de 2014, com o objetivo de apurar crimes financeiros e de desvio de recursos públicos” (PADULA; ALBUQUERQUE, 2018, p. 406).

⁸ As *fake news* começaram a ser uma tática desde o *impeachment* da ex-presidente Dilma (PIAIA, 2018).

comunicação política e as redes digitais como um processo de reconfiguração e rearrumação de posições no jogo político.” (ROSSETTO; CARREIRO; ALMADA, 2013, p. 195). De forma geral, esse processo fortaleceu o sistema midiático social e facilitou a comunicação de político e/ou candidato com os eleitores, aproximando essas duas figuras essenciais para a democracia. Raquel Recuero sintetiza esse contexto:

Com a amplitude de acesso e a participação online tanto de candidatos quanto de eleitores, vimos na mídia social uma arena política, onde a circulação de diversos discursos é capaz de influenciar as decisões de voto dos eleitores (RECUERO, 2016, p. 158).

De acordo com Empoli (2019, p. 43), “fomos nos habituando a ter nossas demandas e nossos desejos imediatamente satisfeitos”. Esses movimentos foram naturais; aos poucos, a internet começou a suprir necessidades, mostrando aquilo que os indivíduos querem ver. Essa satisfação só é possível graças ao capitalismo de vigilância, sistema no qual detecta-se os comportamentos dos usuários (ZUBOFF, 2019). Com o estudo desses comportamentos, as empresas e os políticos conseguem segmentar os conteúdos e direcionar especificamente para cada pessoa ou grupo social, atingindo um alto nível de aproveitamento.

O capitalismo de vigilância e a análise das informações que ele fornece podem ser utilizados para vários fins: eleitorais, comerciais, etc. E este uso, possui consequências:

A irrupção da internet e das redes sociais na política muda, [...], as regras do jogo e, paradoxalmente, ao mesmo tempo que fundadas sobre cálculos cada vez mais sofisticados, corre o risco de produzir efeitos crescentemente imprevisíveis e irracionais (EMPOLI, 2019, p. 99).

Em outras palavras, essa reestruturação possui resultados que não podem ser previstos, mas que, nos últimos anos, estão sendo detectados, como é o caso da sua influência em eleições.

Dessa forma, a internet teve “grande peso nas eleições de 2018, talvez até maior que os veículos tradicionais de comunicação” (VIEIRA; PEREIRA, 2018, p. 12). Segundo Vieira e Pereira, através das redes se falava sobre a agenda do candidato, prestígio e apoio recebido, posicionamento sobre diversos assuntos, divulgavam-se notícias, realizavam-se defesas, apelos, propostas e, especialmente, ataques, sabendo que “a disseminação dessa retórica negativa é reforçada ainda pelo uso de robôs e perfis falsos que replicam conteúdo como se fossem pessoas reais” (2018, p. 9). Ou seja, as campanhas puderam ser passadas, quase de forma completa, para as redes e foram marcadas pelos ataques e discursos de ódio, que eram replicados pelos *bots*.

A utilização das mídias sociais é realizada pela emissão de discursos. Bardin prega que

Se o discurso for perspectivado como processo de elaboração onde se confrontam motivações, desejos e investimentos do sujeito com as imposições do código linguístico e com as condições de produção, então o desvio pela enunciação é a melhor via para se alcançar o que se procura (BARDIN, 2011, p. 173).

Assim como os *outsiders*, os discursos emitidos na utilização das redes sociais também fogem às normas e se apresentam como uma novidade na esfera digital e política.

No cenário hodierno, “grupos de WhatsApp, contas com grande número de seguidores no Twitter se tornam câmaras de eco e adotam um viés severo de seleção de informações e notícias que disseminam” (ABRANCHES, 2019, p. 23). Desses seguidores, muitos são robôs, que replicam informações e notícias em massa, de forma sistemática e organizada.

O que se vê nessa nova forma de fazer política e campanhas eleitorais, nas palavras de Fausto (2019), é a “sofisticação dos hitlerianos”; nesse sentido, o autor evidencia a relação intrínseca com o nazifascismo: “Hitler utilizava os meios tecnicamente mais modernos de comunicação, e também soluções de propaganda muito elaboradas” (FAUSTO, 2019, p. 150).

A principal rede social utilizada por Bolsonaro é o Twitter, que foi utilizada de forma maciça nos meses de agosto, setembro e outubro de 2018, como visto no Gráfico 1, que contém a média de postagens e o número de tweets feitos por semana nos meses de agosto, setembro e

outubro de 2018. O Twitter “é uma das redes sociais que mais movimenta usuários e uma das que mais geram troca de informações”; nessa rede, indivíduos podem influenciar e ser influenciados, “o que tem atraído grande interesse político e de empresas relacionadas ao marketing” (MESSIAS *et al.*, 2018. p. 1). Pode ser percebido, então, que o Twitter é uma mídia que facilita o despejo informacional.

Gráfico 1 - Número de *tweets* de Bolsonaro por semana



Fonte: *Print screen* do gráfico realizado por BICHARA (2019, p. 33), com base nos *tweets* de Jair Bolsonaro

O excesso informacional é uma característica que cresce no Twitter, já que a ele podem ser introduzidos os *bots* que

são contas controladas por softwares e essas contas performam tarefas automatizadas, podendo postar conteúdo, interagir entre si e com usuários humanos e outros bots, por meio de conexões on-line – assim como pessoas reais (REGATTIERI, 2019, p. 133).

Com uma quantidade expressiva de *bots* que se parecem muito com usuários reais, fica difícil discernir os robôs de indivíduos que existem não apenas no mundo virtual (REGATTIERI, 2019). Essa foi a tática utilizada por Bolsonaro: por meio do uso de um número expressivo de robôs, gerava-se a crença de um grande apoio ao então candidato e convencia-se os indivíduos disso, culminou em mais apoio. Assim dizendo, os indivíduos foram manipulados pelos *bots*, que contribuíram e ainda contribuem para fomentar um aparente apoio. Os *bots* também utilizam-se de *hashtags* (exemplo: #EuVotoBolsonaro) para gerar mais interação e visualizações; essas *hashtags* também foram utilizadas pelo próprio presidente (Figura 1).

Figura 1 - Tweet de Bolsonaro utilizando hashtag



Jair M. Bolsonaro 
@jairbolsonaro

Obrigado a todos pelo apoio na hashtag
#EuVotoBolsonaro. Vamos juntos mudar o destino do Brasil!

Translate Tweet
6:15 PM · Oct 6, 2018 · Twitter for iPhone

17K Retweets 77.6K Likes

Fonte: *Print screen* do tweet presente na dissertação de BICHARA (2019, p. 36), que possui como fonte o Twitter de Jair Bolsonaro

É importante diferenciar os *bots* dos usuários reais, para que não se adentre no falso apoio a determinado candidato. A análise feita por FREITAS (2014, p. 18) evidencia que “bots postam mais tweets com URLs que usuários legítimos” e “tendem a postar mais hashtags que usuários legítimos, talvez com o intuito de aparecer mais em buscas de determinados tópicos”. Nesse âmbito, para diferenciá-los de pessoas reais, é necessário notar o engajamento dos *bots* em discussões, por exemplo.

No contexto pesquisado, os *bots* replicavam as ideias de Jair Bolsonaro, bem como a estratégia da campanha de depreciação de adversários, chamada de campanha negativa, levando em consideração que “a maior parte dos tweets dessa estratégia tinham como alvos o Partido dos Trabalhadores e Fernando Haddad⁹” (BICHARA, 2019, p. 56). Como já dito, os robôs apenas reproduziam os ataques contido no discurso de Bolsonaro, que agiu com a política do pânico e do circo: nota ou inventa algo que aflige a população e culpa o inimigo, o que “inocula medo e raiva contra esse inimigo” (MENDES, 2019, p. 232).

Sendo todos esses processos globais, destaca-se uma característica importante:

Pela primeira vez depois de muito tempo, a vulgaridade e os insultos não são mais tabus. Os preconceitos, o racismo e a discriminação de gênero saem do buraco. As mentiras e o conspiracionismo se tornam chaves de interpretação da realidade (EMPOLI, 2019, p. 52).

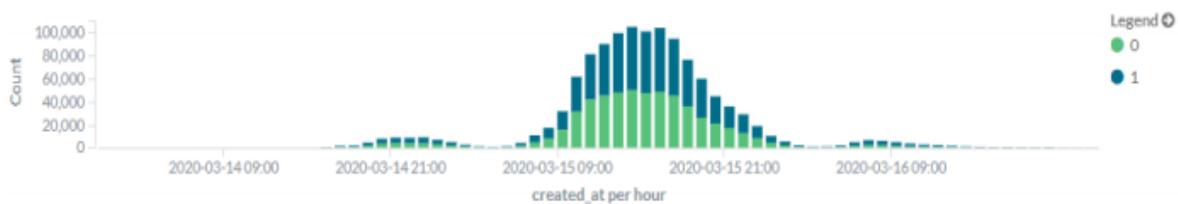
Essa circunstância tecnológica abriu oportunidades para os discursos de ódio serem normalizados no ambiente digital, pois todos os indivíduos podiam falar aquilo que era de sua vontade, mesmo que já tivesse sido aprovado o Marco Civil da Internet¹⁰, que regula as ações no mundo virtual.

De acordo com o estudo da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e da Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo (FespSP), 55% das publicações feitas com a “#BolsonaroDay”, que antecedeu as manifestações pró-governo Bolsonaro do dia 15 de março de 2020, foram realizadas pelos *bots* (KALIL; SANTINI, 2020), conforme Gráfico 2, demonstrando a influência deles na política bolsonarista. Essa pesquisa reitera que, mesmo após as eleições, essa continua sendo uma tática de Bolsonaro e de sua família.

⁹ Candidato do Partido dos Trabalhadores, que fazia oposição a Jair Bolsonaro nas eleições de 2018.

¹⁰ Lei nº 12.965, de 23 de junho de 2014.

Gráfico 2 - Histograma de *tweets* automatizados que usaram a hashtag “#BolsonaroDay” no dia 15 de março (os *tweets* automatizados estão representados pela cor azul e os não-automatizados em verde)



Fonte: *Print screen* do gráfico realizado por Kalil e Santini (2020, p. 14), segundo o classificador de *bots* Gotcha

Em agosto de 2019, foi criada a Comissão Parlamentar Mista de Inquérito (CPMI) das *fake news* no Congresso Nacional, que visa “investigar [...] os ataques cibernéticos que atentam contra a democracia e o debate público, a utilização de perfis falsos para influenciar os resultados das eleições 2018”, além da “prática de *cyberbullying* sobre os usuários mais vulneráveis [...], bem como sobre agentes públicos” e, não menos importante, “o aliciamento e orientação de crianças para o cometimento de crimes de ódio e suicídio”¹¹. No final de 2019, já foi identificado o chamado “gabinete do ódio”, que é “como internamente integrantes do governo passaram a se referir ao grupo formado por três servidores ligados ao vereador do Rio de Janeiro Carlos Bolsonaro (PSC), filho do presidente [Jair Bolsonaro]”. Nesse gabinete, os assessores “produzem relatórios diários, com suas interpretações, sobre fatos do Brasil e do mundo, e são responsáveis pelas redes sociais da Presidência da República”¹².

Em 2020, mais informações acerca do funcionamento do “gabinete do ódio” são dadas por ex-aliados de Jair Bolsonaro. O deputado federal Heitor Freire (PSL-SP) disse “que a atuação é regionalizada, com vários colaboradores nos diferentes estados, a grande maioria sendo assessores de parlamentares federais e estaduais” (SAID, 2020, s/p). Já o deputado Nereu Crispim (PSL-RS) disse que a organização agia “para atacar incessantemente a honra de qualquer pessoa que ousasse discordar da orientação do que chamou de ‘grupos conservadores extremistas’” (SAID, 2020, s/p). Por sua vez, a ex-líder do governo no Congresso, Joice Hasselmann (PSL-SP), disse que a “cúpula dessa organização trabalha com a construção de narrativas e estuda os canais mais eficazes para sua rápida divulgação” (SAID, 2020, s/p). Nota-se, portanto, o esquema de *fake news* e discursos de ódio que foi estabelecido pelo governo Bolsonaro, com a ajuda dos *bots*, que são capazes de divulgar essas *fake news* em massa, com a intenção de desestabilizar adversários.

Ainda no ano de 2020, na ocasião da demissão do ex-ministro Sérgio Moro, muitas foram as hashtags em apoio a Bolsonaro. Nessa situação, foi evidenciada uma provável ação de robôs no Twitter, que levantaram a hashtag “#FechadosComBolsonaro”, na qual há um erro de grafia no nome do presidente, um “L” a mais e é interessante perceber que ela continua sendo utilizada pelos usuários até abril de 2021, quase um ano após a saída de Sérgio Moro, conforme visto na Figura 2¹³.

Outra hashtag vista na Figura 2 é a “#robocomcpf”, que ironiza a ideia de que o apoio ao presidente Bolsonaro seja fictício, porque robô não pode ter Cadastro de Pessoa Física. Nota-se, em contrapartida, que este perfil sistematiza as postagens e as replica inúmeras vezes, conforme a Figura 3.

¹¹ Disponível em: <https://legis.senado.leg.br/comissoes/comissao?0&codcol=2292>. Acesso em: 12 out. 2020.

¹² Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/republica/gabinete-do-odio-alvo-cpmi-fake-news/>. Acesso em: 12 out. 2020.

¹³ A última verificação da utilização da hashtag ocorreu no dia 24 de maio de 2021, às 19h30.

Figura 2 - Utilização de *hashtags*, como a “#FechadosComBolsonaro”, em apoio a Jair Bolsonaro em abril de 2021.



Fonte: Print screen do TweetDeck

Figura 3 - Utilização de *hashtags*, como a “#FechadosComBolsonaro”, em apoio a Jair Bolsonaro em julho de 2020.



Fonte: Print screen do TweetDeck

De acordo com análise do PEGABOT, realizada no dia 25 de maio de 2021, às 17h40, o usuário mostrado nas Figuras 2 e 3 possui 54% de chances de ser um robô. A plataforma avalia algumas informações¹⁴ e então cruza esses dados para que possa ser identificada uma normalidade no perfil que o caracterize como humano. Em contrapartida, as distribuições das *hashtags* e menções a outros usuários evidenciam a probabilidade de o perfil ser um robô, utilizado para destacar determinadas temáticas de interesse governista, como mostra a Figura 4.

¹⁴ Nome de usuário, nome de perfil, descrição, foto do perfil, favoritos e idade do perfil.
Rev. Sítio Novo Palmas v. 5 n. 4 p. 14-20 out./dez. 2021.

Figura 4 - Análise feita pelo PEGABOT das distribuições das hashtags e menções do usuário em questão

DISTRIBUIÇÃO DAS HASHTAGS	DISTRIBUIÇÃO DAS MENÇÕES
Calcula o tamanho da distribuição dessas hashtags na rede. Ou seja, avalia se a utilização de hashtags do perfil apresenta uma frequência anormal.	Calcula o tamanho da distribuição de menções ao perfil do usuário na rede. Ou seja, avalia as menções realizadas pelo perfil com base em sua frequência.
Quanto mais próximo de 0% menor a probabilidade de ser um comportamento de bot.	Quanto mais próximo de 0% menor a probabilidade de ser um comportamento de bot.
Análise	Análise
Total: 214. Únicas: 48	Total: 107. Únicas: 47
Resultado	Resultado
78.00%	56.00%

Fonte: Print screen da análise realizada pelo PEGABOT

Ainda conforme a análise, as hashtags mais utilizadas pelo usuário foram:

- “#BolsoInRio”;
- “#FechadosComBolsonaro”;
- “#AcrediteNoBrasil”;
- “#DepHelioLopes”;
- “#MinhaCorÉOBrasil”;
- “#FechadoComBolsonaroSempre”;
- “#DeusEstaNoControleDeTudo”;
- “#MandettaGenocida”;
- “#Dia01PeloBrasil”;
- “#SenadoVergonhaNacional”;
- “#STFVergonhaNacional”;
- “#BolsonaroAte2026”;
- “#RicardoSallesFica”;
- “#BolsonaroOrgulhoDoBrasil”;
- “#RicardoSallesFica”;
- “#BolsonaroTemRazaoDeNovo”;
- “#STFDitadoresDeToga”;
- “#Opinião”;
- “#ForaDoria”;
- “#SallesFica”;
- “#FicaSalles”;
- “#GLOBOLIXO”;
- “#FechadoComBolsonaro”;
- “#BolsonaroTemRazão”;
- “#PatriotasComBolsonaro”;
- “#BrasilComBolsonaro”;
- “#VotoImpressoAuditavelJa”;
- “#CensuraDoSTF”;
- “#EuApoioBolsonaro”;
- “#desMOROnou”;
- “#BolsonaroTemRazao”;
- “#DoriaPatife”;
- “#LulaNaCadeia”;
- “#GloboLixo”;
- “#RenanSuspeito”;
- “#STFCumpliceDeBandidos”;
- “#STFOrganizacaoCriminosa”;
- “#KajuruTraidor”;
- “#CPIComGovernadoresPrefeitos”;
- “#FechadosComBolsolnaro”;
- “#VotoImpressoJa”;
- “#VotoImpressoEm2022”;
- “#CalaABocaBotafogo”;
- “#BolsonaroOrgulhaOBrasil”;
- “#FechadoComBolsonaroAte2026”;
- “#ForaMaia”;
- “#ficaadica”;
- “#JoiceNemAPau”.

Nota-se a utilização maciça da hashtag “#FechadosComBolsolnaro”, além de outras sobre o Bolsonaro, o voto impresso e o Supremo Tribunal Federal (STF).

Outra análise foi feita pelo PEGABOT, divulgada no dia 20 de abril de 2021, referente à coleta de tweets entre os dias 14/04 (14h05) e 16/04 (13h55) do mesmo ano, sobre a utilização da “#EuAutorizoPresidente”, em resposta à fala de Jair Bolsonaro, na qual ele diz que esperava um retorno da população para poder tomar medidas diante dos cuidados e restrições que foram exigidos por governadores e prefeitos ante a pandemia do novo coronavírus. Foram analisados 136.550 tweets, dos quais 18,1% (24.757) – envolve retweets também (compõem 79,7% desse total de mais de 24 mil) – foram postados por apenas 5,4% (1.938) dos 36.076 perfis verificados, que possuem alta taxa de probabilidade de serem automatizados, ou seja, bots. Essa informação

demonstra o potencial dos robôs no Twitter, pois quase 1/5 da utilização dessa *hashtag* foi impulsionada por prováveis *bots*¹⁵.

Na campanha presidencial de 2016 nos Estados Unidos, o então candidato de extrema direita, Donald Trump, também se utilizou das redes sociais, realizando postagens informais e provocativas (LIMA, 2017), validando, da mesma forma, a estratégia de utilização dos robôs. Nota-se a semelhança entre os dois líderes, desde o extremismo até a utilização das redes sociais e de *bots*.

Essa estratégia de ascensão à presidência do país, utilizada por Trump e Bolsonaro, também se manifestou na Itália, na qual “o poder foi conquistado por uma forma nova de tecnopopulismo pós-ideológico, fundado não em ideias, mas em algoritmos disponibilizados pelos engenheiros do caos” (EMPOLI, 2019, p. 24). Ou seja, a centralidade passa dos indivíduos políticos para os indivíduos técnicos, que, por sua vez, “tomam diretamente as rédeas do movimento, fundam partidos e escolhem os candidatos mais aptos a encarnar sua visão, até assumir o controle do governo [...]” (EMPOLI, 2019, p. 24). Assim, em uma sociedade cheia de incertezas e questionamentos quanto à condução política do Estado, candidatos como Trump, Bolsonaro e outros utilizam esses conflitos e hostilidades em seu modo de se comunicar, trabalhando com estas características sociais e a utilização de recursos tecnológicos (LIMA, 2017).

Trump, assim como Bolsonaro, mesmo depois de eleito, “levanta diversas polêmicas por trazer discussões muitas vezes extremistas em suas redes e discursos” (LIMA, 2017, p. 3). Para essas duas figuras, a utilização das redes sociais se prolonga “em um estilo de governança no qual postagens em redes sociais substituem lentamente assessorias de imprensa e demais mediações institucionais” (DUNKER, 2019, p. 121). Em outras palavras, as mídias sociais e o seu uso tornam-se um modelo de governo, pautado em *tweets*, *retweets* e *replies*.

Ressalta-se que esses líderes reproduzem um mundo violento e ameaçador, com discursos muitas vezes estarrecedores, que desviam a atenção das pessoas para os reais problemas e consequências dessas narrativas. Esses elóquios podem interferir na opinião popular e depravar as regras do jogo democrático, bem como ferir a reputação de um indivíduo inocente.

Porém, a perspectiva sobre Bolsonaro, Trump e outros é prevista; estão destinados “a frustrar as demandas que geraram e a perder o consenso dos eleitores” (EMPOLI, 2019, p. 94). No entanto, inegavelmente, esse modo de fazer política introduzido por eles, “feito de ameaças, insultos, mensagens racistas, mentiras deliberadas e complôs [...], já ocupa o centro nevrálgico” (EMPOLI, 2019, p. 94). Isso mostra que, em algum momento, eles vão decepcionar ou já decepcionaram os seus apoiadores, mas isso não apaga nem apagará o que fizeram para chegar ao poder.

Sabe-se que a utilização dos robôs e das redes sociais não é exclusiva da extrema direita, mas são, na maioria das vezes, uma estratégia desse grupo.

Trabalhos relacionados

O trabalho de Vieira e Pereira (2018) bem como o presente artigo se complementam ao entender o funcionamento da eleição de 2018 no Brasil. Ambos trazem as táticas utilizadas por Jair Bolsonaro nas redes sociais; no entanto, essa pesquisa procurou entender o papel do Twitter, já a pesquisa referenciada esteve mais focada no Facebook.

Vieira e Pereira (2018) mostram que a campanha negativa feita de ataques aos adversários era muito bem utilizada por Bolsonaro, o que é confirmado por Bichara (2019), a qual analisou os *tweets* do então candidato entre os meses de agosto e outubro de 2018. A pesquisadora constatou que a categoria que designou de “Campanha negativa” – referente aos ataques – esteve em 19% dos *tweets* do ex-candidato, ficando atrás apenas dos 37% da categoria “Engajamento”, como as frases de “bom dia” ou “boa noite”.

¹⁵ Disponível em: <https://pegabot.com.br/uploads/euautorizopresidente.pdf>. Acesso em: 24 maio 2021.

Há cerca de um ano (março de 2020), o relatório “CORONAVÍRUS: PANDEMIA, INFODEMIA E POLÍTICA” de Kalil e Santini (2020) reforça a ideia de que, mesmo após as eleições, a utilização de determinadas estratégias nas mídias sociais perduraram, o que foi classificado de “campanha permanente” e que pode ser visto neste artigo.

Considerações finais

Depreende-se que o avanço tecnológico possibilitou o aumento do acesso à internet e, por consequência, do número de usuários nas redes sociais. Então, foi necessária uma adaptação dos políticos, candidatos e partidos para sua inserção nessas redes, e a extrema direita e a direita conseguiram utilizar essas redes em seu benefício, muito mais que outras estratégias.

Por isso, notou-se um crescimento expressivo da direita e da extrema -direita na Europa e nas Américas, principalmente no caso brasileiro e estadunidense, respectivamente, com a eleição dos extremistas Jair Bolsonaro, em 2018, e Donald Trump, em 2016. Infere-se, então, que a tática utilizada pela extrema direita, no Brasil e no mundo, para aumentar seu alcance nas redes sociais, está sendo vitoriosa, principalmente com a utilização do Twitter. Com isso, pode-se espalhar ideias e propostas, bem como as *fake news*, sobre os adversários políticos e/ou ideologias contrárias.

Também é importante frisar que a utilização das redes sociais para fazer política não é em si questionável, em virtude das próprias mudanças nos relacionamentos e nos impactos gerados pelas redes sociais nos amplos aspectos da vida comum (o ano de 2022 será marcado como um ano em que as campanhas serão predominantemente no território virtual). No entanto, a partir do momento em que ocorre a ruptura das instituições democráticas e dos direitos políticos e individuais, bem como a destruição da imagem de qualquer ser humano, essa utilização torna-se imoral, antiética e ilegal.

Referências

ABRANCHES, Sérgio. Polarização radicalizada e ruptura eleitoral. In: ABRANCHES, Sérgio *et al.* **Democracia em Risco?** 22 ensaios sobre o Brasil de hoje. São Paulo: Companhia das Letras, 2019. p. 11-34.

ARENDT, Hannah. **Eichmann em Jerusalém — Um relato sobre a banalidade do mal.** Tradução de José Rubens Siqueira. São Paulo: Companhia da Letras, 1999.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo.** São Paulo: Edições 70, 2011. 229p.

BICHARA, Marina. **Uso do Twitter em Campanhas Eleitorais:** um estudo de caso. 2019. 62 f. Dissertação (Mestrado profissional em Administração Pública) – Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas, Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, 2019.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão.** Rio de Janeiro: Editora Zahar, 1997.

BRASIL. Lei nº 1.079, de 10 de abril de 1950. **Presidência da República.** Casa Civil. Subchefia para Assuntos Jurídicos. Rio de Janeiro, 10 abr. 1950. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/11079.htm. Acesso em: 14 set. 2020.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede.** São Paulo: Paz e Terra, 1999.

DUNKER, Christian Ingo Lenz. Psicologia das massas digitais e análise do sujeito democrático. In: ABRANCHES, Sérgio *et al.* **Democracia em Risco?** 22 ensaios sobre o Brasil de hoje. São Paulo: Companhia das Letras, 2019. p. 116-135.

ELÍDIO, Tiago. O testemunho de um dos homossexuais esquecidos da memória. **Estação Literária Vagão**, v. 5, p. 1-10, 2010. Disponível em:
<http://www.uel.br/pos/letras/EL/vagao/EL5Art23.pdf>. Acesso em: 30 out. 2020.

EMPOLI, Giuliano da. **Os engenheiros do caos:** Como as *fake news*, as teorias da conspiração e os algoritmos estão sendo utilizados para disseminar ódio, medo e influenciar eleições. São Paulo: Vestígio, 2019.

FAUSTO, Ruy. Depois do temporal. In: ABRANCHES, Sérgio *et al.* **Democracia em Risco?** 22 ensaios sobre o Brasil de hoje. São Paulo: Companhia das Letras, 2019. p. 147-163.

FREITAS, Carlos Alessandro Sena de. **Bots Sociais:** implicações na segurança e na credibilidade de serviços baseados no Twitter. 2014. 62f. Dissertação de Mestrado (Programa de Pós-Graduação em Ciência da Computação) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2014.

GOMES, Angela de Castro. A política brasileira em tempos de cólera. In: ABRANCHES, Sérgio *et al.* **Democracia em Risco?** 22 ensaios sobre o Brasil de hoje. São Paulo: Companhia das Letras, 2019. p. 175-194.

KALIL, Isabela; SANTINI, Marie. “Coronavírus, Pandemia, Infodemia e Política”. **Relatório de pesquisa**. Divulgado em 1º de abril de 2020. 21p. São Paulo/Rio de Janeiro: FESPSP/UFRJ. Disponível em:
https://www.fesp.org.br/store/file_source/FESPSP/Documentos/Coronavirus-e-infodemia.pdf. Acesso em: 14 set. 2020.

LEVITSKY, Steven; ZIBLATT, Daniel. **Como as democracias morrem**. Rio de Janeiro: Zahar, 2018.

LIMA, Flávio Ribeiro de. As eleições de 2018 e a ascensão da extrema direita no Brasil. **Revista Percurso - NEMO**, Maringá, v. 11, n. 1, p. 207-215, 2019.

LIMA, Joana Ribas Bernardes. O uso das redes sociais por Donald Trump: estudo sobre o seu uso para assuntos institucionais. In: **Congresso Internacional de Ciberjornalismo**, 2017, Campo Grande. CIBERJOR 8. Campo Grande: UFMS, 2017. Disponível em:
<http://www.ciberjor.ufms.br/ciberjor8/files/2017/08/O-uso-das-redes-sociais-por-Donald-Trump.pdf>. Acesso em: 14 set. 2020.

LINARD, Danilo. O Fascínio do Fascismo e as Seduções do Autoritarismo nos Filmes “A Onda” (2008) e “Detenção” (2010). **Revista Expedições**, Morrinhos/GO, v. 8, n. 2, mai./ago. 2017.

MARX, Karl. **Manuscritos econômico-filosóficos**. São Paulo: Martin Claret, 2002. 198p.

MENDES, Conrado Hubner. A política do pânico e circo. In: ABRANCHES, Sérgio *et al.* **Democracia em Risco?** 22 ensaios sobre o Brasil de hoje. São Paulo: Companhia das Letras, 2019. p. 230-246.

MESSIAS, Johnnatan; BENEVUTO, Fabrício; OLIVEIRA, Ricardo. Bots Sociais: Como robôs podem se tornar pessoas influentes no Twitter? **Revista Eletrônica de Iniciação Científica em Computação**, v. 16, n. 1, 2018.

PADULA, Ana Julia Akaishi; ALBUQUERQUE, Pedro Henrique Melo. Corrupção Governamental no Mercado de Capitais: um estudo acerca da Operação Lava Jato. **Rev. adm. empres.**, São Paulo, v. 58, n. 4, p. 405-417, ago. 2018. Disponível em:
http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75902018000400405&lng=pt&nrm=iso. Acesso em: 20 set. 2020.
<http://dx.doi.org/10.1590/s0034-759020180406>.

PIAIA, Victor Rabello. **Rumores, fake news e o impeachment de Dilma Rousseff**. Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais – UFJF, v. 13, n. 2, Dez. 2018.

PINSKY, Carla Bassanezi. Nazismo, gênero e as crianças da “raça superior”. **Rev. Estud. Fem.**, Florianópolis, v. 26, n. 2, e51806, 2018. Disponível em:
http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-026X2018000200803&lng=en&nrm=iso. Acesso em: 29 out. 2020. Epub 11 de junho, 2018.
<http://dx.doi.org/10.1590/1806-9584-2018v26n251806>.

RECUERO, Raquel. O twitter como esfera pública: como foram descritos os candidatos durante os debates presidenciais do 2º turno de 2014? **Revista Brasileira de Linguística Aplicada**, Belo Horizonte, v. 16, n. 01, 2016.

REGATTIERI, Lorena Lucas. BOTS COMO AGENTES DE EXPRESSÃO: Regime de visibilidades e o poder de criar redes. **Contracampo**, Niterói, v. 38, n. 2, p. 130-149, ago./nov. 2019.

ROSSETTO, Graça; CARREIRO, Rodrigo; ALMADA, Maria Paula. Twitter e comunicação política: limites e possibilidades. **Revista Compolítica**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 3, p. 189-216, Julho/Dezembro, 2013.

SAID, Flávia. **Ex-aliados de Bolsonaro mostram como funciona o Gabinete do Ódio**. Congresso em Foco, Brasília, 28 de maio de 2020. Disponível em:
<https://congressoemfoco.uol.com.br/governo/ex-aliados-de-bolsonaro-detalham-modus-operandi-do-gabinete-do-odio/>. Acesso em: 12 out. 2020.

SILVA, Adriana Brito da; BRITES, Cristina Maria; OLIVEIRA, Eliane de Cássia Rosa; BORRI, Giovanna Teixeira. A extrema-direita na atualidade. **Serv. Soc. Soc.**, São Paulo, n. 119, p. 407-445, Set. 2014. Disponível em:
http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-66282014000300002&lng=en&nrm=iso. Acesso em: 12 out. 2020.
<https://doi.org/10.1590/S0101-66282014000300002>.

SOLANO, Esther. A bolsonarização do Brasil. In: ABRANCHES, Sérgio *et al.* **Democracia em Risco?** 22 ensaios sobre o Brasil de hoje. São Paulo: Companhia das Letras, 2019a. p. 307-321.

OLIVEIRA, Luciano. Military dictatorship, torture, and history: the "symbolic victory" of the defeated. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 26, n. 75, p. 07-25, 2011.

POURTOIS, Jean Pierre. A educação pós-moderna. In: OLIVEIRA, Antônio Evaldo. (Org.) **Modernidade – pós-modernidade**. Editora Loyola, 1999.

VIEIRA, Aiane de Oliveira; PEREIRA, Bruna Ferrari. A “nova direita” na corrida presidencial de 2018: o “Mito Bolsonaro” e a (re)ascenção de uma cultura autoritária? 42º Encontro Nacional de Pós-Graduação em Ciências Sociais. Simpósio de Pesquisas Pós-Graduadas (SPG) 06. Comunicação política, democracia e eleições no Brasil. **Anais eletrônicos** [...] Caxambú- MG, 2018.

VIEIRA, Fábio Antunes. O antisemitismo em uma breve perspectiva histórica: de Roma ao nazismo. **Arquivo Maaravi**: Revista Digital de Estudos Judaicos da UFMG. Belo Horizonte, v. 13, n. 25, nov. 2019.

ZUBOFF, Shoshana. **The Age of Surveillance Capitalism**. v. 1. New York: PublicAffairs, 2019.

ZUCATTO, Giovana Esther. A ascensão da direita na América do Sul. **Boletim OPSA**, n. 1, Jan./Mar., 2019.