



UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS DE IMPERATRIZ
CURSO DE LICENCIATURA EM CIÊNCIAS HUMANAS/SOCIOLOGIA

QUEREN REBECA DUARTE BEZERRA

**O CIBERESPAÇO E A FORMAÇÃO SOCIOPOLÍTICA:
UMA ANÁLISE DAS COMUNIDADES VIRTUAIS BOLSONARISTAS**

IMPERATRIZ-MA

2023

QUEREN REBECA DUARTE BEZERRA

O CIBERESPAÇO E A FORMAÇÃO SOCIOPOLÍTICA:
UMA ANÁLISE DAS COMUNIDADES VIRTUAIS BOLSONARISTAS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Licenciatura em Ciências Humanas/Sociologia, da Universidade Federal do Maranhão/ UFMA, campus Imperatriz-MA, como requisito para obtenção do título de licenciado (a) sob orientação do/a prof. Dr. Rogerio de Carvalho Veras.

Aprovado em: __21/_07/ 2023

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Rogerio de Carvalho Veras.
(Orientador)

Prof^ª. Dra. Vanda Maria Leite Pantoja
(Examinadora)

Prof. Dr. Wellington Da Silva Conceição
(Examinador)

Ficha gerada por meio do SIGAA/Biblioteca com dados fornecidos pelo(a) autor(a).
Diretoria Integrada de Bibliotecas/UFMA

DUARTE BEZERRA, QUEREN REBECA.

O Ciberespaço e a Formação Sociopolítica: uma análise das comunidades virtuais bolsonaristas / QUEREN REBECA DUARTE BEZERRA. - 2023.

25 p.

Orientador(a): Rogério de Carvalho Veras.

Curso de Ciências Humanas - Sociologia, Universidade Federal do Maranhão, Imperatriz, 2023.

1. Ciberespaço. 2. Comunicação. 3. Comunidades Bolsonaristas. 4. Populismo digital. I. de Carvalho Veras, Rogério. II. Título.

AGRADECIMENTOS

Quero agradecer primeiramente aos meus pais Álvaro Bezerra de Sousa e Antônia Edileusa Duarte Bezerra, por me incentivarem e me darem suporte em momentos difíceis, sempre acreditando na minha capacidade de concluir este trabalho e todos os demais ao decorrer de minha graduação. Sou grata também ao meu noivo, Carlos Lucas Pacheco Lima, pelo suporte emocional e por acreditar em mim mais do que eu mesma, esteve ao longo de toda a jornada torcendo por meu êxito. Reconheço também a importância do apoio de meus irmãos, Lucas Duarte e Levi Duarte, ao longo de minha formação.

Agradeço também aos meus professores, por me darem as bases necessárias para o meu desenvolvimento enquanto professora e pesquisadora na área de Ciências Humanas e Sociais, cito aqui especialmente: Alexandre Peixoto, por me orientar no programa de Iniciação Científica; Betânia Oliveira, por me orientar durante a Residência Pedagógica; Vanda Pantoja, por me ensinar a ter mais critérios em relação a metodologia, principalmente durante a disciplina de TCC 1; Wellington Conceição, que inspira com a sua paixão pela Sociologia; e quero destacar a minha profunda gratidão pela orientação de Rogério Veras, que aceitou de prontidão desenvolver o presente trabalho comigo e me acompanhou ao longo de todo processo, onde pude crescer academicamente e como pessoa, agradeço pela paciência, compreensão e dedicação.

Sou grata também por minha companheira de graduação e grande amiga Mônica Juliana de Jesus Oliveira, por todos os trabalhos que realizamos juntas e por nossa parceria ao longo de nossa formação e que segue para vida além da universidade.

RESUMO: O espaço digital vem ganhando centralidade no conjunto de meios de comunicação, o que influencia, entre muitas áreas da vida, a formação sociopolítica dos sujeitos; eventos recentes das democracias modernas – como as eleições de 2018 no Brasil – demonstram essa influência. Considerando uma teoria geral da mídia (THOMPSON, 1995), pesquisas anteriores sobre comunidades bolsonaristas (KALIL, 2018; CESARINO, 2020) e a partir do acompanhamento de grupos no Facebook e no WhatsApp, tendo a *netnografia* como método, este artigo busca compreender a maneira como grupos bolsonaristas se organizam no espaço digital e como as características da comunicação online se associam a suas especificidades enquanto fenômeno populista.

Palavras-chaves: Ciberespaço; Comunicação; Comunidades Bolsonaristas; Populismo digital.

ABSTRACT: The digital sphere has been getting prominence within the communication platforms / channels, exerting influence over various aspects of life, including the sociopolitical formation of individuals. Recent events in modern democracies - like the 2018 elections in Brazil - serve as evidence of that influence. Taking into account a general media theory, previous research on Bolsonaro communities through the monitoring of groups on Facebook and WhatsApp - applying netnography as method - this paper aims to comprehend the dynamics of Bolsonaro groups within the digital ground and explore how the characteristics of online communication associate with their specificities as a populist phenomenon.

Keywords: Digital Sphere, Communication, Bolsonaro Communities, Digital Populism

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	6
1. A INTERNET COMO MEIO TÉCNICO DE COMUNICAÇÃO	7
2. A CONSTRUÇÃO DAS COMUNIDADES BOLSONARISTAS	9
3. UMA NETNOGRAFIA DE COMUNIDADES BOLSONARISTAS	14
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	22
REFERÊNCIAS	23

INTRODUÇÃO

No dia 18 de março de 2018, grandes veículos da imprensa mundial noticiaram o uso indevido de informações privadas de usuários do Facebook com fins políticos, por parte da empresa Cambridge Analytica (CA). De maneira resumida, a empresa usava um software para que ao clicar em um teste¹ e aceitar os termos (que em geral não são lidos), o usuário permita o acesso não somente a informações relacionadas a suas atividades na rede social, mas também de todos os seus amigos, informações como: publicações curtidas, páginas seguidas, mensagens trocadas e comentários em posts. Esses dados permitiam que a CA elaborasse um perfil psicológico de cada usuário, viabilizando o direcionamento de conteúdos de forma personalizada, considerando as prioridades e a personalidade dos receptores, assim a empresa se utilizava de Fake News e *peças* apelativas para induzir os usuários a pensarem e agirem segundo os interesses daqueles que os contratavam.

A Cambridge Analytica influenciou a opinião pública e por consequência teve papel fundamental em decisões importante para a política interna e externa de países, a exemplo do Brexit² que, segundo o ex-funcionário Christopher Wylie, não teria acontecido sem a influência da CA; e das eleições estadunidenses de 2016, em que a empresa de modo muito articulado, radicalizou deliberadamente vários usuários/eleitores em prol do projeto de extrema direita do candidato Donald Trump. Uma das frentes da empresa, por exemplo, visava especialmente os estados considerados coringas (Califórnia, Florida e Nova Iorque) por, de maneira geral, terem um maior número de indecisos. De acordo com Fornacier e Beck (2019, p. 188-189) sobre uma ex-funcionária que atuava como diretora de desenvolvimento de negócios:

Kaiser tinha como uma de suas principais funções a criação de ataques-focais aos *the persuadables* ou os persuadíveis. Dessa forma, tornou-se possível moldar como tais Estados votariam, mesmo que isso significasse manipular uma cultura regional e decidir a política de maneira antiética e antidemocrática.

O escândalo da CA iniciou um debate em torno de questões como a privacidade, uso de dados e a responsabilidade das plataformas digitais como ferramentas que podem ser usadas para abalar instituições sociais e políticas das democracias modernas; mas apesar de reconhecer a urgência destas questões, creio existir um debate ainda mais

¹ Me refiro a testes de personalidade, muito frequentemente relacionado a produções audiovisuais, como “quem você seria em Game of Thrones?”.

² Saída do Reino Unido da União Europeia, que foi decidido por meio de referendo.

fundamental: qual o papel das mídias digitais no processo de formação das comunidades? E de que maneira podem influenciar os processos políticos (para além do período eleitoral)?

No Brasil, as eleições de 2018 marcaram uma nova forma de fazer campanha, tendo em vista que o tempo de TV não foi um fator determinante para a vitória de Bolsonaro, que tinha um espaço muito menor em relação aos seus principais concorrentes. Contudo a sua presença nas redes alavancou sua popularidade, com uma presença no ambiente digital (ciberespaço³), que se assemelha muito a de Donald Trump nos Estados Unidos na campanha de 2016. Bolsonaro venceu apesar de fatores que tradicionalmente seriam considerados desvantagens.

Tendo essas questões como pontos basilares (mas sem pretensão de esgotá-las) para a compreensão do fenômeno das mídias digitais na formação sócio-política dos sujeitos, o presente trabalho propõe uma análise de comunidades bolsonaristas no ambiente online, a partir do acompanhamento de grupos no Facebook e no WhatsApp, tendo a *netnografia*⁴ como método. Para tal, considera-se, primeiro, as características da internet como meio técnico que cria determinadas dinâmicas de sociabilidade e que possui uma cultura e valores próprios; secundamente, a importância desse espaço no processo de formação das comunidades bolsonaristas; e, por fim, faz uma análise de suas formas de comunicação a partir de material colhido em ambiente virtual.

1. A INTERNET COMO MEIO TÉCNICO DE COMUNICAÇÃO

É preciso mensurar o impacto da internet enquanto meio de comunicação social, tendo em vista sua relativa novidade – quando comparado a outros meios – e seu conjunto de características singulares. Para isso é necessário levar em conta a velocidade na qual ela se amplia, segundo Eisenberg:

Foram 38 anos até que o rádio atingisse 50 milhões de usuários no mundo e 16 para que o computador atingisse o mesmo número. A televisão levou 13 anos, e a Internet somente 4. Hoje, aproximadamente 2,4% da população mundial usa a rede mundial de computadores (Internet). (2003, p.492)

³ Entendo aqui o ciberespaço como espaço de comunicação digital, que independe de território, onde as relações se constroem no online (RAMOS, 2015). Neste trabalho, visando a fluência do texto, usarei termos como “espaço digital”, “ambiente on line” e similares, como expressões que derivam dessa noção.

⁴ É importante considerar que existe uma ampla discussão em torno do termo adequado para esse tipo de pesquisa onde etnografia virtual, ciberantropologia e netnografia são exemplos de variações, com diferenças muito pontuais entre si, mas que são constantemente referidas como sinônimos – e será o caso no presente trabalho – por exemplo, no artigo de Soares e Stengel (2021). Para um aprofundamento maior indica-se a leitura de Amaral (2010).

Esses números referem-se a 2003, atualmente esses dados correspondem a 51% da população mundial⁵. Apesar da rápida difusão e do aumento do tempo gasto em rede, é importante considerar que existem limitações técnicas, financeiras, geográficas e institucionais – devido ao controle público e privado – que tornam a sociabilidade online um fenômeno bem heterogêneo (alguns sujeitos não conseguem acessar ou acessam de forma limitada). Esse aspecto não deve ser ignorado, mas sim destacado como algo que exclui/limita a existência de algumas pessoas neste espaço público emergente.

A internet como meio técnico de comunicação vem ganhando relevância em vários aspectos da vida social, para além do entretenimento, o mundo do trabalho se complexifica, como por funções que passam a poder ser realizadas remotamente, trabalhos precarizados através de plataformas que não exigem um contato direto entre patrão e empregado; e as relações afetivas podem se desenvolver antes mesmo do contato físico, através de plataformas como Tinder, Instagram e Facebook.

Dessa forma, a exclusão digital representa um leque menor de possibilidades no desenvolvimento de várias áreas da vida social para o indivíduo acometido por ela. Algo que ficou evidente durante a pandemia de Covid 19 em que, por exemplo, alunos que residiam em determinadas áreas rurais não puderam ter acesso às aulas e aqueles em situação de vulnerabilidade socioeconômica, quando conseguiam ter algum acesso, este era limitado por uma má conexão ou por ter que dividir o aparelho com outros membros da família⁶. Diante de tamanha significância é preciso pensar as especificidades da rede.

Essencialmente a comunicação online não traz nada novo já que áudio, vídeo, texto e comunicação dialógica já se davam separadamente em outros meios, mas na vida cotidiana, em razão do conjunto de suas características técnicas, representou uma grande mudança na comunicação.

A integração potencial de texto, imagens – e sons no mesmo sistema — interagindo a partir de pontos múltiplos, no tempo escolhido (real ou atrasado) em uma rede global, em condições de acesso aberto e de preço acessível, muda de forma fundamental o caráter da comunicação. E a comunicação, decididamente, molda a cultura porque, como afirma Postman “nós não vemos a realidade ... como ‘ela’ é, mas como são nossas linguagens. E nossas linguagens são nossos meios de comunicação. Nossos meios de comunicação são nossas metáforas. Nossas metáforas criam o conteúdo de nossa cultura”. (CASTELLS, 2000, p. 414)

⁵ NOBERTO Cristina; LOIOLA, Catarina 51% da população mundial têm acesso à internet, mostra estudo da ONU. **Correio Braziliense**, 04/11/2019. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/economia/2019/11/04/internas_economia.803503/51-da-populacao-mundial-tem-acesso-a-internet-mostra-estudo-da-onu.shtml> Acesso em: 01/04/2023

⁶ Algo que pôde ser atestado durante o meu programa de residência pedagógica e que é mais amplamente abordado em “Educação remota em tempos de pandemia”, organizado por Lacerda; Greco Junior (2021).

Ainda sobre isso Eisenberg afirma:

Por um lado, a agilidade, o custo reduzido e os novos recursos comunicativos das interações via Internet, quando aliados à impessoalidade característica da comunicação eletrônica, incentivam as pessoas a expandirem suas redes de interação cotidiana para além do círculo de pessoas com quem normalmente se comunicavam através de contatos ao vivo, por telefone ou por cartas. Por outro lado, essas novas interações via comunicação eletrônica tendem a ser mais horizontais em decorrência da ausência de enlances institucionais as mediando. Dessa maneira, o globo terrestre parece tornar-se uma grande aldeia e, ao mesmo tempo, o círculo mais próximo de interações de cada pessoa se globaliza. (2003, p. 497)

Embora a expressão *Global Village* seja hiperbólica, por fazer parecer que o acesso é mais amplo do que efetivamente é, esse termo é interessante por ilustrar a capacidade que a internet tem de construir comunidades independentes da território, ampliando o núcleo de relações dos sujeitos participantes, algo que não era possível com a tv, rádio, jornal impresso, telefone ou qualquer outro meio de comunicação anterior⁷.

Thompson (1995), em “A Mídia e a Modernidade”, desenvolve uma lista de quatro propriedades dos meios técnicos de comunicação que são pertinentes para a presente pesquisa, de forma resumida: 1) fixação que “substitui a memória, produzindo dessa forma um conjunto de registros da interação”; 2) reprodução que “confere ao emissor uma maior capacidade de difundir sua mensagem, pois pode proferi-la simultaneamente a muitos receptores”; 3) distanciamento espaço temporal, que define o quanto a mensagem não precisa ser recebida presencialmente, nem simultaneamente; 4) capacidade cognitiva que diz respeito a “capacidades cognitivas diferentes daquelas associadas à compreensão da comunicação oral”. Eisenberg (2003, p.503) utiliza esses atributos para estabelecer um comparativo entre diferentes meios⁸:

Tabela 1 – Comparação entre as propriedades dos meios de comunicação.

Atributo x Mídia	Imprensa	Rádio e TV	Internet
Fixação	Alta/Memória	Baixa/Esquecimento	Alta/Memória
Reprodução	Lenta/Controle	Rápida/Dispersão	Rápida/Dispersão
Distanciamento Espaço-temporal	Pequeno/Redução	Grande/Ampliação	Grande/Ampliação
Competências Cognitivas	Alta/Exclusão	Baixa/Inclusão	Alta/Exclusão

⁷ Anterior em relação à centralidade no conjunto de meios de comunicação, não sobre terem sido superados.

⁸ Em trabalhos sobre comunicação online, é especialmente importante considerar o ano de publicação, uma vez que as mudanças em relação ao uso social se dão de forma mais acelerada.

Fonte: EISENBERG, 2003.

Essa tabela, embora relevante para compreender as diferenças entre formas de mídia, precisa ser contextualizada uma vez que o desenvolvimento técnico da internet faz com que as competências cognitivas para o uso da rede diminuam com o passar do tempo (em 2003, não existia pesquisa por voz ou mensagens por áudio, por exemplo). Feito a devida ressalva, é possível visualizar o que a comunicação digital representa de mudança para a comunicação social de maneira geral, alterando as práticas sociais uma vez que a prática social é invariavelmente uma prática que diz respeito a comunicação, logo se algo altera tão significativamente a forma como nos comunicamos, gera novas práticas sociais ou modifica as antigas.

Além disso, é importante considerar que não existe uma natureza intrínseca dos meios técnicos, mas o gerenciamento daqueles que participam dela definem suas tendências. No caso da internet, é possível existir ao mesmo tempo uma comunidade antirracista e outra em apoio a KKK⁹, ambas com alcances distintos e com participantes de diferentes recortes sociais. A forma como se encontram dispostas no mesmo espaço são definidas por determinações das empresas que gerenciam a rede social em questão, e em alguns casos a regulação estatal influencia essas determinações. Desse modo, não apenas a atividade individual de cada usuário, mas também os interesses empresariais e a regulação do Estado influenciam as relações que se estabelecem, o que torna a análise dessas dinâmicas algo mais complexo.

Outro aspecto a ser considerado é a ideologia e cultura da rede, a ideia de que a comunicação online é livre, que possibilita a autonomia dos usuários sem a interferência do Estado ou de grandes corporações. Algo associado a cultura universitária e *hacker* do começo do desenvolvimento desse meio técnico, mas que não corresponde à realidade no atual contexto, em razão do uso de algoritmos, controle das *big techs*¹⁰, e a recente tentativa dos Estados de criar uma legislação que regule o ambiente digital¹¹.

Embora extremamente diversa em seu conteúdo, a fonte comunitária da Internet a caracteriza de fato como um meio tecnológico para a comunicação horizontal e uma nova forma de livre expressão. Assenta também as bases para a formação autônoma de redes como um instrumento de organização, ação coletiva e

⁹ Kum Klux Klan - Grupo racista norte americano, atualmente espalhado pelo mundo, com a ajuda das redes virtuais.

¹⁰ Grandes empresas de tecnologia que dominam esse mercado, como Google, Meta ou Apple.

¹¹ Como a PL 2630/2020 (Lei das Fake News) – que encontrou grande resistência por parte das big techs para mais recomendasse: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2023-05/big-techs-agem-para-impedir-aprovacao-do-pl-das-fake-news>

construção de significado. (CASTELLS, 2003, p.49)

Talvez resida na liberdade e autonomia, como pedra angular das comunidades virtuais, a dificuldade em se regular esse novo meio de comunicação, o que acaba resultando em episódios como o escândalo da Cambridge Analytica, mas também pode resultar em uma maior visibilidade para problemas sociais que tradicionalmente não tem muita importância para grandes conglomerados da mídia tradicional (TV, rádio, jornal impresso, etc.), como por exemplo o perfil de Instagram *PerifaConnection*¹², que se define como uma “plataforma de disputa de narrativas sobre as periferias através da comunicação, formação e articulação política”.

Uma nova dinâmica de comunicação se estabelece e é preciso mapear as consequências disso, pois o desenvolvimento da comunicação online é atualmente o ponto último do desenvolvimento do processo de produção e intercâmbio de informações e conteúdos simbólicos.

Em virtude destes desenvolvimentos, as formas simbólicas foram produzidas e reproduzidas em escala sempre em expansão; tornaram-se mercadorias que podem ser compradas e vendidas no mercado; ficaram acessíveis aos indivíduos largamente dispersos no tempo e no espaço. De uma forma profunda e irreversível, o desenvolvimento da mídia transformou a natureza da produção e do intercâmbio simbólicos no mundo moderno. (THOMPSON, 1995, p.19)

É a partir do simbólico que os sujeitos constroem suas subjetividades e se tornam capazes de atribuir sentido e agir no mundo em seu entorno¹³. Partindo disso e considerando os atributos específicos da internet enquanto meio técnico de comunicação, busquemos agora compreender um fenômeno que talvez não fosse possível ou não teria a relevância que teve se não fossem as redes: o Bolsonarismo, mais propriamente, a construção das comunidades bolsonaristas.

2. A CONSTRUÇÃO DAS COMUNIDADES BOLSONARISTAS

Conforme o digital ganha centralidade/destaque no conjunto dos meios de comunicação, ele cria práticas sociais e modifica as antigas, como já mencionado anteriormente, e um dos exemplos onde isso pode ser percebido são as campanhas

¹² Perfil do instagram: **Perifa connection**. Disponível em: <<https://www.instagram.com/perifaconnection/>> Acesso em: 01/04/2023.

¹³ Aqui é interessante citar a influência de “A Construção Social da Realidade” de Berger e Luckmann (2011), e pontuar a importância de desenvolver um trabalho que considere os conceitos apresentados na obra, junto a uma metodologia que realize o acompanhamento dos sujeitos no online e no offline, simultaneamente, a fim de entender mais propriamente a formação de suas subjetividades no espaço digital, o que planejo concretizar em uma futura pesquisa.

políticas como no caso das eleições americanas em 2016 e as brasileiras em 2018:

Entre as principais mudanças, está o deslocamento da centralidade do tempo de propaganda eleitoral de rádio e televisão para uma forma de comunicação direta com os eleitores por meio da internet. Plataformas digitais e aplicativos de mensagem instantânea, como Facebook e WhatsApp, se tornaram o espaço privilegiado para a campanha de Bolsonaro com o compartilhamento de notícias falsas e teorias conspiratórias. (KALIL, 2022, p.238)

É possível estabelecer um comparativo com as eleições brasileiras de 89, onde Fernando Collor contou com o apoio da maior emissora do país (rede Globo) na formação de sua imagem pública, em um momento em que a TV tinha a centralidade no conjunto de meios técnicos de comunicação. Tanto a imagem positiva de Collor, quanto a negativa de seu principal opositor foram diariamente construídas ao decorrer da programação da emissora, chegando até a manipulação da reprise de um debate entre os dois candidatos antes do segundo turno daquele ano¹⁴.

O exemplo de 1989 tem como semelhança com os mais recentes (2016 e 2018) o uso de peças apelativas vinculadas no meio de comunicação mais relevante de sua época, como parte fundamental de sua estratégia política. Contudo a internet possibilita o direcionamento de discursos (como já apresentado no caso da Cambridge Analítica), conforme o perfil dos receptores/eleitores e com isso grupos com demandas distintas passam a se sentir contemplados nas promessas de campanha, por mais inconciliáveis que essas possam parecer.

Sobre o bolsonarismo mais propriamente, essa capacidade de personalização acaba tornando o fenômeno bem heterogêneo, a antropóloga Isabela Kalil (2018) em sua pesquisa, “Quem são e no que acreditam os eleitores de Jair Bolsonaro?”, estabelece dezesseis perfis diferentes de eleitores, com muitas semelhanças entre si, mas também diferenças que beiram o contraditório.

Para quem acompanha a trajetória de Bolsonaro parece haver uma série de contradições e incoerências em seus discursos. [...] No entanto, ao segmentar o direcionamento de suas mensagens para grupos específicos, a figura do “mito” – como é chamado por seus eleitores – consegue assumir diferentes formas, a partir das aspirações de seus apoiadores. (KALIL, 2018, p. 28)

Por exemplo, a noção de Estado mínimo, que não significa a mesma coisa para eleitores do perfil “periférico de direita” e “meritocrata”, para o primeiro:

¹⁴ SOUSA, Alana; HENRIQUE, Leonardo; COELHO, Penélope. LULA X COLLOR: Como a mídia influenciou as eleições de 1989. **Aventuras na História- UOL**, 20/10/2019. Disponível em: <<https://aventurasnahistoria.uol.com.br/noticias/reportagem/lula-x-collor-como-midia-influenciou-eleicoes-de-1989.phtml>> Acesso em: 01/04/2023

O Estado deveria intervir o mínimo possível em questões consideradas como o campo da religião ou da vida íntima (leia-se moral) e não necessariamente implicariam em uma redução de serviços públicos, como a educação e a saúde. (KALIL, 2018, p. 20)

Já para o meritocrata:

Possuem uma visão mais racional e esclarecida a respeito de um projeto de Estado neoliberal ou Estado mínimo. Defendem redução ou corte de programas sociais, tendem a ver estes programas ou como privilégios ou como formas de tornar as pessoas pouco produtivas. (KALIL, 2018, p. 20)

Esse é apenas um exemplo entre os vários em que a relação entre *significante* e *significado* não é estável, outro caso interessante é o *significante* corrupção que pode se referir tanto a corrupção política propriamente, quanto a corrupção moral, fruto da aventada degeneração advinda da ideologia de gênero e do globalismo. Essa relação instável de significação demonstra o que Laclau (2005) chamou de “*significantes* flutuantes” e que Silva (2020) definiu da seguinte forma:

Trata-se de palavras e imagens que, embora sejam centrais para instauração da hegemonia de um projeto político (e sua vitória num pleito eleitoral, por exemplo), não possuem um conteúdo estável, claro, transparente e sempre invocável sem a necessidade de procedimentos de estabilização e/ou delimitação da natureza e do escopo de sua significação, por isso estão em constante disputa no jogo político. (p. 1176-1177)

Essa maneira de integrar demandas distintas em um único projeto só é possível pela mobilização de *significantes* flutuantes e a formação de uma unidade política. No caso do bolsonarismo, essa unidade pode ser “o cidadão de bem”, “patriota” ou de forma mais simples e abrangente “o povo”. Desse modo, se estabelece um *nós* e consequentemente um *outro* que é construído no processo de sociabilidade dentro de comunidades online. Nesse ponto é importante delimitar o bolsonarismo como um exemplar de uma nova forma de populismo que se utiliza de estratégias típicas desse tipo de fenômeno ao decorrer da história, mas integra a estas as características técnicas da internet (apresentadas na sessão anterior), dando forma ao “populismo digital”.

A perspectiva aqui empregada sobre populismo, corresponde a Laclau, que compreende esse fenômeno como uma lógica política, não se associando necessariamente a uma determinada orientação ideológica. Surge em tempos de crise da hegemonia estabelecida, tende a unir uma série de demandas não satisfeitas em torno de *significantes* vazios, gerando a “ruptura populista” que se refere a dicotomização da sociedade entre poder e povo:

Nesse sentido, Francisco Panizza (2009, p. 13) observa que Ernesto Laclau

entende o populismo como um discurso anti-status-quo, que simplifica o espaço político mediante a divisão simbólica da sociedade entre “o povo” e os “outros”, cujas identidades são construções políticas constituídas simbolicamente. (BATISTELA, 2020, p.17)

Levando isso em consideração o:

Populismo digital, neste sentido, refere-se tanto a um aparato midiático (digital) quanto a um mecanismo discursivo (de mobilização) e uma tática (política) de construção de hegemonia (Cesarino, 2019a). (CESARINO, 2020, p.95)

Aqui é possível compreender como a comunicação online tem características que potencializam o tipo de dinâmica que se estabelece em fenômenos populistas, o direcionamento de mensagens e a grande capacidade de reprodução maximizam a capacidade de produzir mobilização em torno de significantes vazios. Uma campanha que se apresenta como “contra tudo isso que tá aí” deixa aberto ao receptor preencher esse “tudo” com aquilo que lhe é mais caro; se constrói comunidades com propósitos difusos, mas que ao mesmo tempo buscam construir e consolidar uma unidade entre os membros. A partir disso, busquemos compreender as dinâmicas estabelecidas no cotidiano dessas comunidades.

3. UMA NETNOGRAFIA DE COMUNIDADES BOLSONARISTAS

O presente trabalho partilha da noção de que o espaço digital precisa ser compreendido como lugar de socialização e construção de significado, sendo assim, pretende contribuir com o entendimento de suas dinâmicas, pois as práticas sociais estabelecidas na rede geram consequências para além dela. Partindo da mesma perspectiva de Rifiotis:

Rifiotis (2016) ratifica a importância de dar crédito às ações realizadas na internet e, para ele, a criação de uma etnografia virtual é uma maneira de fazer isso, pois encara a internet como fenômeno sociológico. (SOARES; STENGEL, 2021, p.2)

E tendo a netnografia como método de pesquisa, uma vez que cumpriu as cinco etapas que caracterizam esta metodologia:

definição das questões de pesquisa; identificação e seleção da parcela da internet que será estudada; a entrada no campo, que é marcada pela observação participante ou não, além da coleta de dados; análise e interpretação dos dados produzidos e, por fim, a redação e o relato dos resultados de pesquisa, articulando-os à teoria. (SOARES; STENGEL, 2021, p.2)

A presente pesquisa acompanhou comunidades bolsonaristas¹⁵ no Facebook (desde 2020) e no WhatsApp (desde o início de 2021) a fim de compreender suas dinâmicas. Inicialmente o trabalho teve como campo apenas o Facebook e posteriormente agregou o WhatsApp, por percebê-lo como especialmente relevante para os bolsonaristas, algo apontado pela antropóloga Leticia Cesarino (2020) em sua pesquisa e que pode ser percebido nessa também. Embora o Facebook seja interessante para entender a produção imagética desse fenômeno (por meio de memes e fotos), o WhatsApp é essencial no entendimento de trocas mais diretas (diálogos entre a comunidade, compartilhamento de informação, articulação para ação pública). Dessa forma, o acompanhamento das duas redes permite uma compreensão mais integral sobre o fenômeno bolsonarista.

É possível perceber uma resistência e até aversão a formas tradicionais de mídias, em especial a TV, mais especificamente a rede Globo, porém não se limitando a ela. A mídia tradicional é constantemente associada a manipulação e mentira, sendo motivada apenas por interesses escusos, como se vê na Figura 1:

Figura 1 - Capturas de telas dos grupos bolsonaristas no Facebook e WhatsApp.



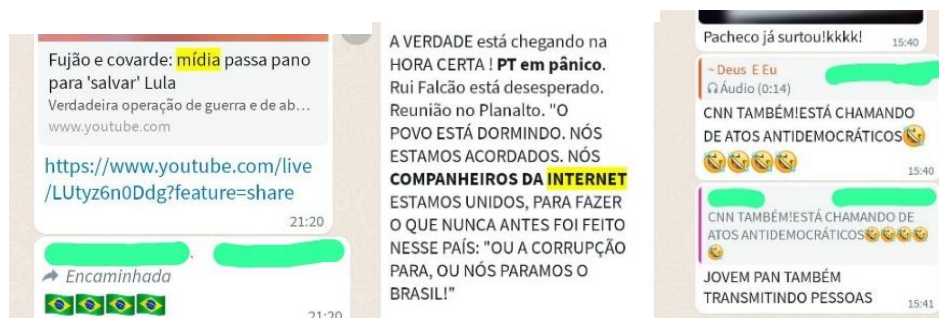
Fonte: Acervo da autora.

Em contraponto, a internet e em especial essas comunidades tornam-se um refúgio, um lugar onde é possível uma comunicação verdadeiramente livre. Nesse sentido, é comum repreensões relacionadas ao consumo de fontes mais consolidadas

¹⁵ Essas comunidades bolsonaristas são um tipo de comunidade digital, sendo assim é importante definir que: se entende como comunidade digital, um agrupamento de pessoas no espaço virtual que compartilham de um mesmo interesse, princípio/valor ou perspectiva de mundo. No caso, dessas comunidades, os elementos que geram unidade são o apoio a um determinado candidato, a defesa de uma série de valores vistos como tradicionais e a ideia de luta contra um inimigo comum.

(grandes empresas de mídia), como se vê na Figura 2, abaixo:

Figura 2 - Capturas de telas dos grupos bolsonaristas no WhatsApp, em que a última se refere a cobertura da CNN sobre a invasão dos três poderes, no dia 8 de janeiro de 2023.



Fonte: Acervo da autora.

O consumo de uma produção de conteúdo independente (por meio de um canal de YouTube), que aponta a mídia tradicional como parcial e pouco confiável, junto ao uso do termo “companheiros de internet” para se referir aos integrantes do grupo e a ridicularização de empresas de comunicação consolidadas, demonstram a dinâmica que se constrói nessas comunidades, onde a imprensa tradicional é mentirosa e a produção independente é verdadeira.

É construído um monopólio desses grupos em torno da noção do real, qualquer informação que não venha desses núcleos é encarada com desconfiança e, em contrapartida, aquelas propagadas internamente muito dificilmente são questionadas. Embora, em momentos de incerteza ou grande mobilização (por exemplo, durante os acampamentos em frente aos quartéis após o segundo turno das eleições de 2022), exista uma maior confusão em relação a quais informações devem ou não ser consideradas, em razão do fluxo intenso de conteúdo.

Nos grupos pesquisados é possível perceber os ideais de autonomia e liberdade associados à rede, como Castells (2003) apresenta. Diferente de outros meios técnicos de comunicação, a internet, na perspectiva desses grupos, não está sujeita aos interesses empresariais da mesma forma que a TV, o ambiente digital parece ser mais livre.

Além disso, é também um espaço de disputa (como por meio de medidores como hashtag, número de seguidores e likes) e construção de significado onde tanto o *eu* quanto o *outro* são definidos, como se observa nas figuras abaixo – uma disputa de hashtag e uma identificação de inimigos:

Figura 3 - Capturas de tela de um grupo bolsonarista no Facebook: onde é levantado uma hashtag em resposta a hashtag #stopbolsonaro no dia 28/06/2020.



Fonte: Acervo da autora.

Fig.4 - Captura de tela de um grupo bolsonarista no WhatsApp, em que o texto simula a perspectiva de figuras que o grupo considera oposição, naquele momento 08/01/23.

EU SOU O GENERAL MOURÃO.
SOU O TRAIADOR DA PÁTRIA
E MAÇON. ME INFILTEI NA
CASERNA, E DEPOIS NO
PLANALTO, PRA ENGANAR E
ILUDIR OS IRMÃOS DE FARDA.
O INIMIGO DA NAÇÃO!

EU SOU COMUNISTA
ESQUERDISTA. FINGI SER DE
DIREITA.

SEM O BOLSONARO, COM
CARISMA E POPULAR
EU NÃO SERIA MANDATÁRIO DO
PAÍS.

Fonte: Acervo da autora

O processo de significação, parece ser sempre feito em uma lógica antagônica e sem apego a definições previamente estabelecidas. O significante “socialista de iPhone”, tal qual o “comunista” tem sentido difuso, não existe uma percepção clara do que essas figuras são essencialmente. De modo que o comunista pode ser qualquer um, inclusive o vice-presidente do “líder”¹⁶ (ou seja, o presidente Bolsonaro) ou figuras tipicamente definidas como de direita, como o João Dória. Não existe nenhum apego a definição

¹⁶ Considerando a nomenclatura usada por Cesarino (2020).

tradicional de termos com “socialista” ou “comunista”, eles são ampliados para abarcar toda aquele que não seja *eu*.

No contexto contemporâneo, a eficácia dos significantes vazios (Laclau, 2005) é ainda potencializada pela maleabilidade extrema do digital, bem como pela produtividade recursiva dos conteúdos produzidos pelos próprios usuários, que formam a base do atual modelo de negócios das mídias sociais (Marres, 2018; Mirowski, 2019). (CESARINO, 2020, p. 102)

E embora significantes vazios sejam uma característica de fenômenos populistas (CESARINO, 2020), a simplicidade da linguagem memética e a grande capacidade de reprodução/compartilhamento parece tornar o espaço digital mais propício a esse tipo de dinâmica comunicacional, é mais fácil estabelecer uma fronteira antagônica entre amigo e inimigo:

Para Laclau, no populismo, o antagonismo amigo-inimigo se sobrepõe a outra divisão, entre elite e povo, a partir da qual o líder alega representar os “de baixo” contra algum tipo de elite privilegiada, auto-interessada, hipócrita e/ou corrupta”. (CESARINO, 2020, p. 99)

É comum publicações e mensagens que delimitem, em um formato de tópicos, aquilo que me define enquanto *eu* e aquilo que me distingue do *outro*, como forma de delimitar os valores e princípios que unificam essas comunidades, conforme Figura 5:

Figura 5 - Capturas de telas dos grupos bolsonaristas no Facebook e WhatsApp



Fonte: Acervo da autora

Não apenas a realidade é cognitivamente compreendida tendo como base os conteúdos disponíveis dentro dos grupos, mas os afetos são constantemente utilizados como elementos de mobilização, o apelo à religiosidade, à família e à pátria, sempre de forma genérica, é uma constante na socialização bolsonarista. De forma que o *nós* é

diariamente construído não apenas de forma cognitiva, mas também afetiva:

Figura 6 - Capturas de telas dos grupos bolsonaristas no Facebook e WhatsApp, no contexto de acampamento em frente aos quartéis.



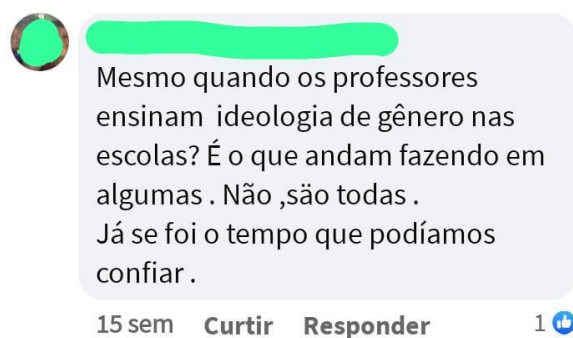
Fonte: Acervo da autora

O medo do inimigo também é um elemento central nessa dinâmica, geralmente associado ao receio diante daquilo que eles enxergam como degradação moral, principalmente em relação a ideia de ideologia de gênero, ameaça comunista, a doutrinação nas escolas ou ligado a concepções mais amplas como “o sistema”, “globalismo” ou, simplesmente, “a esquerda”.

Embora o próprio Laclau não destaque este ponto, é importante que a figura do inimigo funcione também enquanto um perigo permanente à integridade do grupo e/ou da sua liderança. [...] Essa função é frequentemente desempenhada por rumores ou denúncias de risco à vida do líder e/ou de seus aliados, por parte de algum inimigo externo ou, às vezes, interno (infiltrados, traidores). (CESARINO, 2020, p. 100)

Figura 7 - Capturas de telas dos grupos bolsonaristas no Facebook e WhatsApp.

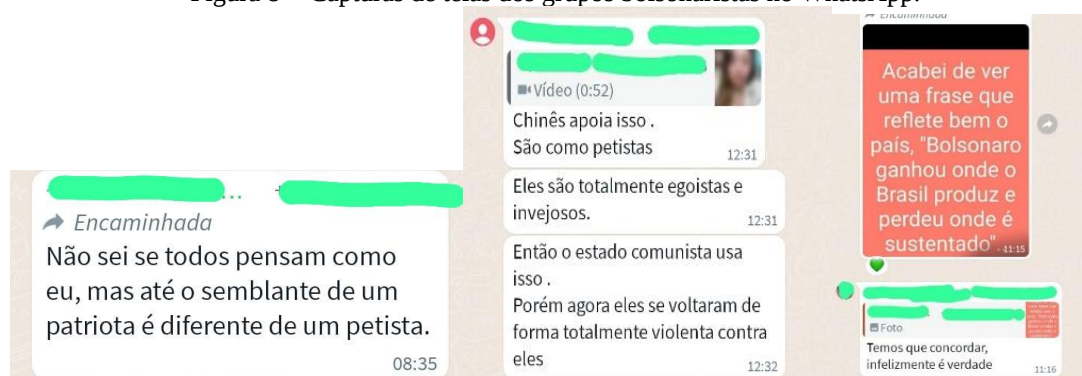




Fonte: Acervo da autora

Além do constante estado de alerta em relação ao inimigo, se estabelece uma relação de superioridade moral, em que os opositores são considerados preguiçosos, egoístas burros e essencialmente maus:

Figura 8 - Capturas de telas dos grupos bolsonaristas no WhatsApp.



Fonte: Acervo da autora.

A lógica binária e a simplificação da realidade são elementos fundamentais desses grupos e exemplifica bem o modo de funcionamento do populismo digital, que incorpora a suas características típicas, elementos da comunicação em rede, algo que não se limita ao bolsonarismo. Apesar da pesquisa ter se concentrado em entender a dinâmica desses grupos online, é importante demonstrar como estas tem a capacidade de gerar consequências no offline. Por exemplo, pela articulação de ações públicas:

Figura 9 - Capturas de telas dos grupos bolsonaristas no WhatsApp, que demonstra as articulações feitas pós segundo turno de 2022.



Fonte: Acervo da autora

Ou para a exposição de pessoas que são tidas como inimigas, sem nenhum tipo de critério, o que pode ocasionar lixamento público ou perseguição, como se vê na figura 10, abaixo:

Figura 10 - Capturas de telas dos grupos bolsonaristas no WhatsApp, que demonstra as articulações feitas pós segundo turno de 2022 .



Fonte: Acervo da autora

Parece haver uma série de fatores sobrepostos que tornam o bolsonarismo possível tal qual se apresenta, características típicas da sociabilidade digital (comunicação livre e autônoma, principalmente quando comparado a outros meios, que tende resistir a qualquer tipo de regulação), se alinham a aspectos característicos de fenômenos populistas (como a mobilização em torno de significantes vazios, a construção de uma unidade política e o estabelecimento do *eu* e do *outro*), em um espaço que possibilita um alto grau de reprodução/compartilhamento ao mesmo tempo que direciona de forma personalizada as mensagens vinculadas.

É a confluência desses elementos que torna o funcionamento dessas comunidades possível. Nesse sentido, entender comunidades bolsonaristas no ciberespaço é essencial para compreender suas ações fora da rede, já que é nela que os valores e a noção de unidade são desenvolvidos e estabelecidos. Eventos como a invasão aos três poderes no dia 8 de janeiro de 2023 demonstram a capacidade mobilizadora da comunicação digital.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante da relevância que o espaço online vem ganhando, como uma nova forma de esfera pública, arena de disputas políticas, é preciso compreender as dinâmicas que se estabelecem a partir das especificidades da rede, que são muitas e não caberia esgotá-las nesta pesquisa.

Contudo o esforço aqui empregado pretendia: 1) entender a internet como meio técnico de comunicação, partindo de uma teoria geral da mídia; 2) compreender o bolsonarismo enquanto fenômeno heterogêneo e como a representação de uma nova forma de populismo. 3) Analisar cotidianamente a sociabilidade bolsonarista em grupos do Facebook e WhatsApp, em que foi possível perceber como as características específicas da rede são fundamentais para a forma como essas comunidades se organizam no digital e como gera consequências para o offline.

Foi possível perceber a correlação de fatores que tonam o bolsonarismo possível como ele é, a forma como a comunicação digital, tanto por suas características técnicas quanto por valores associados ao seu desenvolvimento, parece contribuir com o potencial de mobilização de fenômenos populistas como o bolsonarismo, como se torna mais propício ao surgimento e estabelecimento desse tipo de fenômeno.

Dessa forma, buscou-se contribuir para uma melhor compreensão das dinâmicas de sociabilidade em rede, considerando a relevância e a carência de produção

netnográfica, uma vez que sendo esse campo extremamente dinâmico – por causa do rápido desenvolvimento técnico –, é preciso uma análise mais constante, a fim de um maior entendimento dos desenvolvimentos dessas novas práticas sociais.

REFERÊNCIAS

AMARAL, Adriana. Etnografia e pesquisa em cibercultura: limites e insuficiências metodológicas. **REVISTA USP**, São Paulo, n.86, p. 122-135, junho/agosto 2010.

BATISTELLA, Alessandro. Reflexões acerca do conceito de populismo: da teoria clássica às contribuições de Ernesto Laclau. **Tempo e Argumento**, Florianópolis, v. 12, n. 29, e0204, jan./abr. 2020.

BECK, Cesar; FORNACIER, Mateus de Oliveira. Cambridge Analytica: Escândalo, Legado e Possíveis Futuros para a Democracia. Editora Unijuí – **Revista do Departamento de Ciências Jurídicas e Sociais da Unijuí**, v. XX, n. XX, p. 182-195, 2019.

BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. **A Construção Social da Realidade: Tratado de Sociologia do Conhecimento**. 27ª edição. Petrópolis: Vozes, 2011.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet**: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2003.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

CESARINO, Letícia. Como vencer uma eleição sem sair de casa: ascensão do populismo digital no Brasil. **Internet & Sociedade**, v. 1, n. 1, p. 91-120, fev. 2020.

EISENBERG, José. Internet, Democracia e República. **DADOS – Revista de Ciências Sociais**, Rio de Janeiro, v. 46, n. 3, p. 491-511, 2003.

GUIMÓN, Pablo. O 'Brexit' não teria acontecido sem a Cambridge Analytica. **El País**, 26/03/2018. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/03/26/internacional/1522058765_703094.html. Acesso em: 01/07/2023.

JUNIOR, Raul Greco; LACERDA, Tiago Eurico. (org.) **Educação remota em tempos de pandemia: ensinar, aprender e ressignificar a educação** - 1.ed. – Curitiba-PR: Editora Bagai, 2021.

KALIL, Isabela. Do "cidadão de bem" ao "patriota": eleições, desinformação e extremismo. In: INÁCIO, Magna; OLIVEIRA, Vanessa Elias (Orgs.). **Democracia e eleições no Brasil**: para onde vamos? São Paulo: Hucitec Editora, 2022. p. 237-250.

KALIL, Isabela. O que são e no que acreditam os eleitores de Jair Bolsonaro. **Relatório do Núcleo de Etnografia Urbana e Audiovisual (NEU) da FESPSP**. São Paulo, 2018.

Disponível em:
<https://www.fespsp.org.br/upload/usersfiles/2018/Relat%C3%B3rio%20para%20Site%20FESPSP.pdf>. Acesso em: 18 set. 2021.

NOBERTO, Cristina; LOIOLA, Catarina. 51% da população mundial têm acesso à internet, mostra estudo da ONU. **Correio Braziliense**, 04/11/2019. Disponível em: https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/economia/2019/11/04/internas_economia,803503/51-da-populacao-mundial-tem-acesso-a-internet-mostra-estudo-da-onu.shtml. Acesso em: 01/04/2023.

PERIFA CONNECTION. Perfil do Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/perifaconnection/>. Acesso em: 01/04/2023.

RAMOS, Jair de Souza. Subjetivação e poder no ciberespaço. Da experimentação à convergência identitária na era das redes sociais. **Revista de Antropologia, Vivência**. n. 45, 2015, p. 57-76.

SILVA, Danilo da C. P. Embates semiótico-discursivos em redes digitais bolsonaristas: populismo, negacionismo e ditadura. **Trabalhos em linguística aplicada**, v. 59, p. 1171-1195, 2020.

SOARES, Samara Sousa Dinis; SLENGEL, Márcia. Netnografia e a pesquisa científica na internet. **Psicologia USP**, v. 32, p. 1-11, 2021.

SOUSA, Alana; HENRIQUE, Leonardo; COELHO, Penélope. Lula X Collor: como a mídia influenciou as eleições de 1989. **Aventuras na História** - UOL, 20/10/2019. Disponível em: <https://aventurasnahistoria.uol.com.br/noticias/reportagem/lula-x-collor-como-midia-influenciou-eleicoes-de-1989.phtml>. Acesso em: 01/04/2023

THOMPSON, John B. **The Media and Modernity**. Stanford: Stanford University Press, 1995.