

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
“JÚLIO DE MESQUITA FILHO”
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

Gisleine de Fátima Durigan

MULHERES UNIDAS A FAVOR DE QUEM?
DISCURSOS E IDENTIDADES DE MOVIMENTOS POLÍTICOS
FEMININOS NAS REDES SOCIAIS DURANTE A
PANDEMIA DE COVID-19

Bauru/SP
2023

Gisleine de Fátima Durigan

**MULHERES UNIDAS A FAVOR DE QUEM?
DISCURSOS E IDENTIDADES DE MOVIMENTOS POLÍTICOS FEMININOS
NAS REDES SOCIAIS DURANTE A PANDEMIA DE COVID-19**

Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Área de Concentração: Comunicação Midiática, como requisito parcial para obtenção do título de Doutora em Comunicação, sob a orientação do Prof. Dr. Claudio Bertolli Filho.

Bauru/SP

2023

D962m

Durigan, Gisleine de Fátima

Mulheres unidas a favor de quem : discursos e identidades de movimentos políticos femininos nas redes sociais durante a pandemia de Covid-19 / Gisleine de Fátima Durigan. -- Bauru, 2023

186 f. : il., tabs.

Tese (doutorado) - Universidade Estadual Paulista (Unesp), Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Bauru
Orientador: Claudio Bertolli Filho

1. Redes Sociais. 2. Movimentos femininos. 3. Covid-19. 4. Desinformação. 5. Comunicação. I. Título.

Sistema de geração automática de fichas catalográficas da Unesp. Biblioteca da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Bauru. Dados fornecidos pelo autor(a).

Essa ficha não pode ser modificada.

IMPACTO ESPERADO NA SOCIEDADE

Ao evidenciar a inter-relação entre as redes sociais on-line, os movimentos políticos femininos contemporâneos e a saúde pública – uma proposta inédita no campo acadêmico sob essas perspectivas – a presente tese espera contribuir para o avanço da compreensão do papel do ativismo digital feminino e sua importância para a sociedade brasileira. Desta forma, a pesquisa colabora com os pontos 3 e 5 da lista de Objetivos do Desenvolvimento Sustentável, respectivamente, Saúde e Bem-estar e Igualdade de Gênero.

EXPECTED IMPACT ON SOCIETY

By highlighting the interrelationship between online social networks, contemporary female political movements and public health – an unprecedented proposal in the academic field from these perspectives – this thesis hopes to contribute to advancing the understanding of the role of female digital activism and its importance for Brazilian society. In this way, the research collaborates with points 3 and 5 of the list of Sustainable Development Goals, respectively, Health and Well-being and Gender Equality.

ATA DA DEFESA PÚBLICA DA TESE DE DOUTORADO DE GISLEINE DE FATIMA DURIGAN, DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, DA FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN - CÂMPUS DE BAURU.

Aos 06 dias do mês de junho do ano de 2023, às 14:30 horas, no(a) Auditório dos Programa de Pós-graduação, realizou-se a defesa de TESE DE DOUTORADO de GISLEINE DE FATIMA DURIGAN, intitulada **Mulheres unidas a favor de quem? Discursos e identidades de movimentos políticos femininos nas redes sociais durante a pandemia de Covid-19**. A Comissão Examinadora foi constituída pelos seguintes membros: Professor Associado CLAUDIO BERTOLLI FILHO (Orientador(a) - Participação Presencial) do(a) Departamento de Ciências Humanas / Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação de Bauru / UNESP Bauru, Professora Doutora ANGELA MARIA GROSSI (Participação Presencial) do(a) Departamento de Comunicação Social / Universidade Estadual Paulista, Professor Associado MAXIMILIANO MARTIN VICENTE (Participação Presencial) do(a) Departamento de Ciências Humanas / UNESP/Câmpus de Bauru, Professor Doutor ROZINALDO ANTONIO MIANI (Participação Presencial) do(a) Departamento de Comunicação / UNIVERSIDADE ESTADUAL DE LONDRINA, Professora Doutora KATARINI GIROLDI MIGUEL (Participação Virtual) do(a) Tecnologias da Informação e Comunicação / Universidade Federal do Mato Grosso do Sul. Após a exposição pela doutoranda e arguição pelos membros da Comissão Examinadora que participaram do ato, de forma presencial e/ou virtual, a discente recebeu o conceito final: APROVADO _ _ _ _ . Nada mais havendo, foi lavrada a presente ata, que após lida e aprovada, foi assinada pelo(a) Presidente(a) da Comissão Examinadora.



Professor Associado CLAUDIO BERTOLLI FILHO

*Em memória do meu pai, Ademir Durigan, e a
tantas vidas perdidas durante o obscuro período
pandêmico e negacionista. As mortes jamais serão
silenciadas!*

AGRADECIMENTOS

Agradeço, antes de tudo, a Deus que de modo, realmente, sobrenatural, deu-me forças para que eu pudesse superar tantos obstáculos e chegasse até o momento de conclusão dessa tese. Agradeço a um Deus de graça e misericórdia, que se traduz, acima de tudo, no amor e na compaixão ao próximo, com o respeito às diferenças de cada um. Agradeço a Deus como Pai, à Jesus, Seu filho, e ao seu Santo Espírito. Porque Dele, por Ele e para Ele são todas as coisas. A Ele toda honra e toda glória!

Agradeço também, imensamente, ao meu orientador, Prof. Dr. Claudio Bertolli Filho, que além de sempre oferecer direcionamentos valiosos para a presente pesquisa, mais do que orientar o meu trabalho, amparou-me com toda a compreensão, amizade, generosidade e sabedoria. A minha eterna gratidão não só por acreditar no potencial desta tese, mas também por me incentivar a superar todos os desafios que surgiram ao longo do caminho.

Ao meu pai, Ademir Durigan (in memoriam), que em vida nunca mediu esforços para me ensinar o valor do caráter, da honestidade e da educação, e que com seu falecimento, durante a pandemia, deu-me forças para terminar esta tese e evidenciar como tantas vidas poderiam ter sido poupadas se não fosse o negacionismo que assolou o país.

À minha mãe, Marlene Durigan, que mesmo enfrentando a dor do luto, ofereceu-me todo o apoio emocional e espiritual em todos os momentos. Ao seu zelo e cuidado incomensurável pela minha vida em todos os sentidos, à sua dedicação em me ensinar, desde a infância, o prazer da leitura e a importância do estudo. Agradeço ainda todo o seu esforço e empenho para eu nunca desistir e as suas orações que sempre foram a minha base de sustentação.

Aos professores que participaram da banca de qualificação, Prof. Dr. Maximiliano Martin Vicente, que desde os tempos da minha graduação contribuiu com seus grandes ensinamentos e Profa. Dra. Angela Maria Grossi, exemplo de competência e amor à educação. Muito obrigada pela avaliação cuidadosa de ambos e pelas observações que colaboraram, substancialmente, para esta pesquisa.

Agradeço, também, aos integrantes da banca de defesa, novamente Prof. Dr. Maximiliano e Profa. Dra. Angela, além dos professores que, prontamente, aceitaram

o convite: Prof. Dr. Rozinaldo Miani, que tive o prazer de conhecer pessoalmente e Profa. Dra. Katarini Giroldo Miguel, que tive a alegria imensa em rever depois de tantos anos.

À PPGCom e à Seção Técnica de Pós-graduação da FAAC-Unesp, em especial, ao Silvio Carlos Decimone, pelo auxílio e suporte, sempre com extrema competência e gentileza.

Ao apoio financeiro da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) que me possibilitou a dedicação necessária para a captação do *corpus* da pesquisa.

Por fim, e não menos importante, agradeço a todos os meus amigos, irmãos de coração, que fiz dentro e fora da Unesp, que me deram todo o apoio emocional e afetivo durante a minha jornada acadêmica. Mesmo sabendo que vou deixar de citar alguns importantes, não posso deixar de mencionar, em especial: Milena Almeida; Douglas Galan; Luís Henrique Sampaio Júnior; Rafaela Perucci; Danilo Bressan, Bruna Valle e os grupos “Meninas de Bauru” e “Connect Hillsong”.

“Eu levanto a minha voz, não
para que eu possa gritar, mas para que
aqueles sem voz possam ser ouvidos”

Malala Yousafzai

RESUMO

Esta tese tem o propósito de discutir como as mulheres, usuárias das redes sociais on-line, pertencentes a grupos alinhados às pautas da direita e da esquerda, comportaram-se diante da conjuntura política e social aliada ao contexto pandêmico da Covid-19. O objetivo é identificar e analisar os discursos e as identidades dos movimentos políticos femininos, seus posicionamentos em relação às medidas sanitárias contra a Covid-19, as principais pautas femininas, as informações de maior circulação e suas respectivas fontes, investigando, também, a presença de possíveis conteúdos de desinformação. Para a pesquisa, foram selecionados dois grupos de mulheres, presentes na rede social Facebook, que ganharam destaque no cenário político durante a campanha eleitoral de 2018 e continuam em atuação: “Mulheres Unidas Contra Bolsonaro” e “Mulheres de Direita Unidas Pelo Brasil”. Como metodologia, este trabalho emprega a análise de conteúdo e a hermenêutica de profundidade, com a coleta de dados quantitativa e qualitativa, além de se fundamentar, teoricamente, em conceitos como o filtro-bolha, o *gatekeeping* algorítmico, a desordem informativa, o feminismo e o antifeminismo. O *corpus de análise* se constituiu a partir da captação das publicações on-line dos dois grupos femininos durante os seis primeiros meses da pandemia de Covid-19, entre abril e outubro de 2020. Defendemos a tese de que a polarização on-line e política se refletiram na identidade e nos discursos dos movimentos femininos atuais e em suas reações à emergência da pandemia. Os resultados evidenciaram que a atuação dos dois grupos femininos trouxe impactos substanciais para a sociedade brasileira.

Palavras-chave: Redes sociais. Movimentos femininos. Covid-19. Desinformação. Comunicação.

ABSTRACT

This thesis aims to discuss how women that use online social networks and belong to groups aligned with the agendas of the right-wing and left-wing behaved in the face of the political and social situation during the pandemic context of Covid-19. The objective of this research is to identify and analyze the speeches and identities of female political movements, their positions in relation to sanitary measures against Covid-19, the main female agendas, the most widely circulated information and their respective sources, also investigating the presence of possible misinformation content. For the research, two groups of women present on Facebook were selected because of their prominence in the political scenario during the 2018 election campaign and their activities that remain in progress: "Mulheres Unidas Contra Bolsonaro" and "Mulheres de Direita Unidas Pelo Brasil". This research employs content analysis and depth hermeneutics as methodology, with quantitative and qualitative data collection, in addition to being theoretically based on concepts such as the filter bubble, algorithmic gatekeeping, information disorder, feminism and antifeminism. The corpus of analysis was constituted from the collection of online publications by the two female groups during the first six months of the Covid-19 pandemic, between April and October 2020. We defend the thesis that online and political polarization were reflected in the identity and discourses of current women's movements and in their reactions to the emergence of the pandemic. The results showed that the performance of the two female groups had substantial impacts on Brazilian society.

Keywords: Social networks. Feminine movements. Covid-19. Disinformation. Communication.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Descrição no Facebook do coletivo “Mulheres Unidas Contra Bolsonaro”	20
Figura 2 - Descrição no Facebook do coletivo “Mulheres de Direita Unidas pelo Brasil” ...	20
Figura 3 - <i>Information Disorder</i>	53
Figura 4 – Grupo Mulheres Unidas Contra Bolsonaro - abril de 2020	92
Figura 5 - Grupo Mulheres de Direita Unidas pelo Brasil - abril de 2020	94
Figura 6 - Publicação do grupo Mulheres de Direita Unidas pelo Brasil – maio de 2023 ...	96
Figura 7 - Publicação do grupo Mulheres Unidas Contra Bolsonaro – maio de 2023	97
Figura 8 - Post Tema 1 – Apoio à figura política de Jair Bolsonaro	106
Figura 9 - Post Tema 1 – Apoio às ações governamentais de Jair Bolsonaro	107
Figura 10 - Post Tema 1 – Crítica à figura política de Jair Bolsonaro	108
Figura 11 - Post Tema 1 – Crítica às ações governamentais de Jair Bolsonaro	109
Figura 12 - Post Tema 2 – Denúncia de violência contra a mulher	110
Figura 13 - Post Tema 2 – Incentivo e exemplos do empoderamento feminino	111
Figura 14 - Post Tema 2 – Incentivo e exemplos de sororidade	112
Figura 15 - Post Tema 2 – Crítica às expressões de machismo	113
Figura 16 - Post Tema 2 – Crítica às feministas	114
Figura 17 - Post Tema 3 – Apoio às medidas sanitárias contra a Covid-19	115
Figura 18 - Post Tema 3 – Crítica às medidas sanitárias contra a Covid-19	116
Figura 19 - Post Tema 4 – Solidariedade em relação aos mortos e seus familiares	117
Figura 20 - Post Tema 4 – Solidariedade em relação aos profissionais da saúde	118
Figura 21 - Post Tema 4 – Solidariedade em relação às empresas	119
Figura 22 - Post Tema 4 – Solidariedade em relação aos desempregados e à população mais carente	119
Figura 23 - Post Tema 5 – Crítica aos adversários de Jair Bolsonaro	120
Figura 24 - Post Tema 5 – Crítica aos apoiadores de Jair Bolsonaro	121
Figura 25 - Post Tema 5 – Crítica aos veículos da imprensa	122
Figura 26 - Post Tema 6 – Incentivo para protesto por impeachment	122
Figura 27 - Post Tema 6 – Incentivo a atos em defesa de Jair Bolsonaro	123
Figura 28 - Post Conteúdo desinformativo – informação incorreta	124
Figura 29 - Post Conteúdo desinformativo – informação maliciosa	125
Figura 30 - Post Conteúdo desinformativo – desinformação	126
Figura 31 - Post do grupo “Mulheres de Direita Unidas pelo Brasil” sobre robôs	130

Figura 32 - Post contra discriminação racial do Grupo Mulheres Unidas Contra Bolsonaro	137
Figura 33 - Post do grupo Mulheres de Direita Unidas pelo Brasil com fonte “veículo da grande mídia”	141
Figura 34 - Post com conteúdo desinformativo do grupo Mulheres de Direita Unidas pelo Brasil – crítica às medidas sanitárias contra a Covid-19	146
Figura 35 - Post com conteúdo desinformativo do grupo Mulheres Unidas Contra Bolsonaro – crítica aos apoiadores do então presidente Jair Bolsonaro	148
Figura 36 - Post com maior engajamento do grupo Mulheres Unidas Contra Bolsonaro	154
Figura 37 - Post com maior engajamento do grupo Mulheres de Direita Unidas pelo Brasil	155
Figura 38 - Post entre as publicações de maior engajamento com conteúdo desinformativo captado em 23.04.2020	159
Figura 39 - Post entre as publicações de maior engajamento com conteúdo desinformativo captado em 25.05.2020	160
Figura 40 - Post entre as publicações de maior engajamento com conteúdo desinformativo captado em 04.06.2020	161
Figura 41 - Post entre as publicações de maior engajamento com conteúdo desinformativo captado em 04.09.2020	162
Figura 42 - Post entre as publicações de maior engajamento com conteúdo desinformativo captado em 10.08.2020	163
Figura 43 - Post entre as publicações de maior engajamento com conteúdo desinformativo captado em 30.09.2020	164
Figura 44 - Post entre as publicações de maior engajamento contra a candidatura de mulheres	168

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Posts coletados para o corpus de pesquisa	100
Quadro 2 - Unidades temáticas	102
Quadro 3 - Fontes de informação	103
Quadro 4 - Conteúdos desinformativos	105
Quadro 5 – Análise quantitativa dos posts coletados	128
Quadro 6 – Resultados da classificação temática dos posts dos dois grupos analisados	132
Quadro 7 – Categoria temática “Outros”	133
Quadro 8 - Resultados da classificação das fontes de informação	138
Quadro 9 - Resultados da classificação dos conteúdos desinformativos	143
Quadro 10 – Resultados da classificação temática dos posts com conteúdos desinformativos	144
Quadro 11 - Resultados da classificação das fontes de informação dos posts com conteúdos desinformativos	149
Quadro 12 – Resultados da classificação temática dos posts com maior engajamento ..	151
Quadro 13 - Resultados da classificação das fontes de informação dos posts com maior engajamento	156
Quadro 14 - Resultados da classificação dos conteúdos desinformativos dos posts com maior engajamento	157

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	14
 CAPÍTULO 1 - AS REDES SOCIAIS: DO PODER CIDADÃO AO	
GATEKEEPING ALGORÍTMICO	24
1.1 O advento das redes sociais on-line como espaço colaborativo e horizontal ...	24
1.1.1 O surgimento dos movimentos sociais em rede	28
1.2 A ascensão do Facebook como a maior rede social do mundo	30
1.2.1 A chegada do Facebook no Brasil e sua concorrência com o Orkut	36
1.3 O uso do Facebook para o consumo e difusão de notícias	39
1.4 O surgimento do filtro bolha e do <i>gatekeeping</i> algorítmico	43
 CAPÍTULO 2 - A DESINFORMAÇÃO NO CONTEXTO POLÍTICO E	
PANDÊMICO DA COVID-19	50
2.1 O aumento da polarização e da desinformação nas redes sociais on-line	50
2.2 As implicações da polarização on-line e da desinformação no cenário político atual	55
2.3 O surgimento da pandemia de Covid-19 no contexto da polarização política brasileira e as implicações da desinformação para a saúde pública	61
2.3.1 Do discurso à ação: o negacionismo científico e a desinformação refletidos na gestão de combate à pandemia no Brasil	68
 CAPÍTULO 3 – MULHERES, REDES SOCIAIS E OS	
MOVIMENTOS POLÍTICOS FEMININOS NA CONTEMPORANEIDADE	73
3.1 As mulheres e o uso das redes sociais on-line: uma abordagem de gênero	73
3.2 A luta das mulheres pelos seus direitos: o feminismo ontem e hoje	78
3.2.1 O surgimento de “gênero” como categoria de análise e a pluralidade do movimento feminista	80
3.3 O antifeminismo como um contramovimento social	83

CAPÍTULO 4 – METODOLOGIA	88
4.1 Fundamentos teórico-metodológicos	88
4.1.2 A hermenêutica de profundidade	90
4.2 Apresentação dos grupos selecionados para a análise	91
4.3 Procedimentos para coleta e análise dos dados	97
 CAPÍTULO 5 – MULHERES UNIDAS CONTRA BOLSONARO E MULHERES DE DIREITA UNIDAS PELO BRASIL	128
5.1 Análise quantitativa	128
5.2 Análise qualitativa das categorias temáticas e fontes	131
5.3 Análise quantitativa e qualitativa dos conteúdos desinformativos	142
5.4 Análise qualitativa dos posts com maior engajamento	150
5.5 Discussão dos resultados encontrados	165
5.5.1 Discussão dos resultados encontrados sobre o posicionamento das medidas sanitárias contra a Covid-19 e a desinformação	168
 CONSIDERAÇÕES FINAIS	172
 REFERÊNCIAS	178

INTRODUÇÃO

Desde o advento da internet e, posteriormente, da popularização das redes sociais on-line, as relações midiáticas e sociais têm passado por significativas transformações. Conectados por uma rede global, os indivíduos ganharam a possibilidade de produzir e compartilhar conteúdos informacionais de forma instantânea. Os meios de comunicação tradicionais, como emissoras de rádio, TV, jornais e sites, que antes detinham, preponderantemente, o poder da informação, já que o principal papel exercido pelo público era o de receptor da mensagem, passaram a ter a sua posição reconfigurada no cenário midiático.

Diante disso, inicialmente, as redes sociais on-line, aliadas à disseminação do uso dos dispositivos móveis, foram avaliadas por diferentes autores (LÉVY, 2011; ESPIRITUSANTO & GONZALO, 2011; CASTELLS, 2013; PERUZZO, 2013) como uma poderosa ferramenta para exercer o poder cidadão na construção de uma sociedade mais democrática e igualitária, estabelecendo uma expressiva contraposição ao poder hegemônico da imprensa tradicional e possibilitando redes de articulações de ativismo social. De fato, por meio de conexões em escala mundial, que fortaleceram a formação de grupos com interesses em comum, movimentos sociais como a Primavera Árabe (Oriente Médio), o Movimento 22M (Espanha), o Occupy Wall Street (EUA) e, no caso do Brasil, os protestos de junho de 2013 tiveram na integração entre as redes sociais on-line e off-line sua força motriz, como aponta Castells (2013).

No entanto, não só no exemplo brasileiro, como também em outros países nos quais ocorreram esses movimentos, como nos Estados Unidos, por exemplo, os desdobramentos históricos após o acontecimento desses protestos revelaram o fortalecimento de políticas marcadamente opostas às diretrizes desses movimentos e suas reivindicações. Ao contrário do cenário que parecia ter se formado em prol de um sistema de participação política que dava voz, principalmente, aos mais excluídos e marginalizados na sociedade, tendo como um dos pilares a possibilidade de articulação dos cidadãos nas mídias sociais contrapondo-se à hegemonia da imprensa tradicional, o que se seguiu foi a ascensão cada vez maior de processos políticos antidemocráticos pautados na disseminação de conteúdos desinformativos.

No Brasil, notadamente, após os protestos de junho de 2013, como observam Machado e Miskolci (2019), as redes sociais on-line não só passaram a expressar,

como também a acentuar a polarização política e ideológica que tem marcado todas as esferas da vida no país. Ainda que as oposições já existissem antes do advento das redes sociais on-line, estas amplificaram os conflitos, oferecendo condições propícias para que os usuários reforçassem as suas convicções políticas e comportamentais firmadas em argumentos emocionais e não racionais, por meio da formação das chamadas bolhas de opinião.

Ademais, como também apontam Machado e Miskolci (2019), além de intensificar a polarização, as redes sociais on-line têm gerado, frequentemente, ações coletivas de caráter anti-institucional, com potencial de desestabilizar contextos democráticos, usando a manipulação de dados e informações em prol de interesses de grupos autoritários. Para o autor, as redes sociais, especialmente o Facebook, foram decisivas para que as Jornadas de Junho de 2013 se tornassem “um ponto de inflexão na vida brasileira, um ponto que modificou as relações políticas tornando-as não apenas mais polarizadas e conflitivas, mas também moldadas por uma gramática moral e anti-institucional” (MACHADO; MISKOLCI, 2019, p. 961).

Assim como Machado e Miskolci (2019), outros pesquisadores como Ribeiro (2018), Pinheiro-Machado e Freixo (2019) e Miguel (2019) também consideram que as manifestações de 2013 foram um marco para o cenário político brasileiro da atualidade, a partir do qual a direita conseguiu se reorganizar e ampliar a sua força no país. Ao verem a capacidade de mobilização popular por meio das redes sociais on-line, diversos setores da direita reagiram e passaram a se articular intensamente por esses meios digitais, usando, para isso, de artifícios como a disseminação da desinformação.

Apesar da presente pesquisa se ater na problemática brasileira, é pertinente salientar que este novo tipo de atuação política, sustentada pelas articulações nas redes sociais on-line, aliada à propagação da desinformação e ancorada na chamada “pós-verdade” (WAISBORD, 2018) também tem ocorrido em outros países como Estados Unidos, França e Espanha, por exemplo. Como aponta Castells (2018), diante deste panorama, a democracia liberal encontra-se na maior crise de sua história, apresentando uma dimensão global. Os autores Levitsky e Ziblatt (2018) também ressaltam que diferente de tempos passados, atualmente, o colapso democrático não é resultado de golpes militares ou tomadas violentas de poder, mas de processos sutis realizados pelos próprios governos eleitos. Tais processos estão intimamente relacionados com uma polarização extrema que se estende além das

diferenças políticas e alcança outros campos sociais, como raça e cultura. “E, se uma coisa é clara ao estudarmos colapsos ao longo da história, é que a polarização extrema é capaz de matar democracias” (LEVITSKY; ZIBLATT, 2018, p. 18).

Como exemplo de polarização que foi elevada a extremos com o advento das redes sociais on-line está a oposição entre o movimento pelos direitos das mulheres, comumente chamado de feminismo e seu contramovimento, o antifeminismo. Mesmo fazendo parte de um grupo que representa uma minoria, conhecido, historicamente, por se mobilizar para reivindicar seus direitos, articulando-se em ações ativistas, após o fortalecimento dos movimentos conservadores em atuação no Brasil e em outros países do mundo, milhares de mulheres se colocaram como defensoras das narrativas que as oprimiram por séculos, dando origem a um novo discurso antifeminista nas redes sociais (BONET-MARTÍ, 2020a).

Apesar do antifeminismo já existir como contramovimento desde o século XIX, quando surgiu em oposição à primeira onda do movimento feminista que reivindicava o sufrágio feminino, o fenômeno ganhou força, atualmente, articulando-se nas redes sociais on-line, vinculado ao populismo digital da nova direita e à propagação da desinformação. A força da mobilização antifeminista brasileira, ligada a ideais reacionários e apoiada por diversos setores da extrema-direita, pôde ser claramente visível nas eleições de 2018, quando milhares de mulheres preferiram se posicionar contrárias a seus pares e defender um candidato político com posições claramente machistas e sexistas.

Assim como em seu surgimento, no século XIX, e ao longo da história, a emergência do contramovimento antifeminista, durante a campanha eleitoral de 2018, aconteceu em resposta às mobilizações de coletivos femininos que criaram o movimento conhecido como #EleNão, contra o então candidato à Presidência da República, Jair Bolsonaro. Formado, majoritariamente, por mulheres que se identificavam com as pautas da esquerda, o grupo se articulou nacional e internacionalmente sob a hashtag #EleNão. Frente a isso, o outro grupo de mulheres, alinhado às posições da direita, passou a se organizar e difundir a hashtag #EleSim, em apoio à candidatura de Bolsonaro. Mesmo após as eleições de 2018, os dois grupos continuaram ativos no Facebook, com suas usuárias interagindo digitalmente, compartilhando conteúdos de acordo com suas posições iniciais, não só em relação ao então Presidente da República Jair Bolsonaro, mas também com posts feministas no grupo alinhado às pautas de esquerda e antifeministas no grupo oposto.

Em meio a todo esse cenário caracterizado pelo compartilhamento instantâneo de informações, intensa circulação de conteúdos desinformativos, acentuada polarização política e ideológica e a ascensão de movimentos da extrema direita que ameaçam a democracia, surge a primeira pandemia do século XXI: a Covid-19. A doença que começou com o primeiro caso oficial identificado em um grupo de pacientes com pneumonia atípica na cidade de Wuhan, na China, em dezembro de 2019, logo cruzou fronteiras e se espalhou pelo mundo. No Brasil, o primeiro caso confirmado de Covid-19 foi no dia 26 de fevereiro de 2020. No dia 11 de março de 2020, a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou a Covid-19, doença causada pelo coronavírus da Síndrome Respiratória Aguda Grave 2 (SARS-CoV-2), como uma pandemia.

A pandemia, que surge no momento de maior disseminação de conteúdo informacional, em que o acesso às notícias é o mais facilitado da história, logo se transforma também em uma infodemia que leva ao caos social (FERREIRA; LIMA & SOUZA, 2021). Como aponta os autores, a desinformação, a infodemia e o caos social se correlacionam, em um ciclo no qual estes elementos se retroalimentam de forma dinâmica. Ou seja, a disseminação da desinformação gera a infodemia que leva ao caos social e, por outro lado, situações caóticas favorecem a desinformação, completando um ciclo que produz impactos negativos em todas as esferas sociais.

Para Falcão e Souza (2021, p. 64), o mundo não foi acometido somente pela pandemia de Covid-19, mas também por uma pandemia de desinformação: “Tal como o coronavírus se espalhou pelo mundo, também se espalharam as *fake news* sobre o assunto”. Dessa forma, o excesso de informações imprecisas e falsas não só dificultou que fontes idôneas e orientações confiáveis fossem encontradas pela população, prejudicando a correta tomada de decisões que podiam salvar vidas, mas também contribuiu para que as pessoas ficassem ainda mais ansiosas, deprimidas e exaustas emocionalmente.

Apesar de apontarem que a disseminação da desinformação é um fenômeno mundial, os autores consideram que no Brasil, as *fake news* contaram com um aliado de peso, no caso o próprio então Presidente da República, Jair Bolsonaro, que desde o início da pandemia não tratou a doença de acordo com a sua gravidade, pautando-se pelo negacionismo, desde a importância do isolamento social até a necessidade da vacinação. Dessa forma, o fenômeno da desinformação no Brasil ganhou uma amplitude ainda maior, já que os seguidores do presidente, comumente, também são

conhecidos por espalharem as *fake news*, a exemplo do que ocorreu nas eleições de 2018.

Diante de todo o exposto, a presente pesquisa tem o propósito de analisar como as mulheres, usuárias das redes sociais on-line, pertencentes a grupos alinhados às pautas da direita e da esquerda se comportaram diante da conjuntura política e social aliada ao contexto pandêmico, identificando seus posicionamentos em relação às medidas sanitárias contra a Covid-19, às pautas femininas, as informações de maior circulação e suas respectivas fontes, além da presença ou ausência de conteúdos desinformativos. A hipótese considerada é que a polarização on-line e política se reflitam na identidade e nos discursos dos movimentos femininos atuais e em suas reações à emergência da pandemia.

Sob essa perspectiva, tendo em vista as problematizações que levantamos até o dado momento acerca da conjuntura sócio-política atual, as principais questões norteadoras da pesquisa são: Como dois grupos de gênero semelhante, mas posições políticas antagônicas, reagiram no contexto pandêmico? Quais as principais diferenças entre esses grupos antagônicos, em relação à circulação de informação e comportamento ativista? Como esses diferentes grupos usam as redes sociais on-line, que nasceram com a promessa de propiciar a democracia e hoje são usadas para a propagação de pautas autoritárias e anti-institucionais? Como os conteúdos desinformativos circularam nesses dois grupos e qual a sua ligação a posicionamentos políticos?

Se durante muito tempo, os meios de comunicação de massa foram um dos principais temas de estudo para analisar a relação entre os conteúdos veiculados e a sua influência no comportamento dos indivíduos, na atualidade, as redes sociais on-line estão passando a ocupar esse papel central, uma vez que a difusão e consumo de conteúdos informacionais por esses canais é intensa e constante. E, algo além, mais do que um espaço de compartilhamento de conteúdo, as redes on-line se configuram em ambientes que abrigam debates públicos, com consequências para toda a sociedade, o que justifica a sua importância como tema desta pesquisa.

Dessa forma, observa-se a relevância e a originalidade desta tese ao analisar a inter-relação entre os elementos: redes sociais, movimentos políticos femininos e saúde pública, buscando identificar as suas possíveis associações e consequências para a sociedade brasileira. Com os resultados obtidos, espera-se contribuir para o

avanço da compreensão do papel das redes sociais na atualidade, assim como da importância dos movimentos políticos femininos, em suas diferentes vertentes.

Neste contexto, o objeto desta pesquisa são os movimentos femininos brasileiros, alinhados às pautas de direita e de esquerda, realizados na rede social on-line, em especial no Facebook, durante o surgimento da pandemia de Covid-19. Para o estudo foram selecionados dois grupos de mulheres que ganharam destaque no cenário político durante a campanha eleitoral de 2018 e continuam em atuação até os dias atuais: “Mulheres Unidas Contra Bolsonaro”, atualmente com 2.219.918 membros e “Mulheres de Direita Unidas Pelo Brasil” com 352.752 membros¹.

O primeiro coletivo, criado em 30 de agosto de 2018, surgiu na internet, com o propósito de fazer oposição ao então candidato à presidência Jair Bolsonaro. Em menos de uma semana, já chamou a atenção da imprensa² ao agregar mais de 300 mil mulheres em um único dia. Em duas semanas, o grupo chegou a 1 milhão de integrantes³. A mobilização que começou nas redes sociais on-line, unindo o público feminino com a hashtag #EleNão, posteriormente, também tomou as ruas “tornando-se a maior manifestação de mulheres da história do Brasil⁴”, como classifica a historiadora e doutora em Ciência Política, Céli Pinto, em entrevista à BBC News.

Em resposta, as mulheres que se colocavam a favor de Bolsonaro também se articularam nas redes sociais, dando origem ao movimento #EleSim, sendo pauta, inclusive, em revistas femininas⁵. No Facebook, ao contrário do movimento #EleNão, que desde o início concentrou os seus membros no grupo “Mulheres Unidas Contra Bolsonaro”, as eleitoras do candidato formaram diferentes grupos na rede social, entre eles o objeto desta pesquisa, o “Mulheres de Direita Unidas Pelo Brasil”, criado em 11 de setembro de 2018 que, posteriormente, mudou o nome para Mulheres Unidas A

¹ O número de membros se refere à consulta realizada no dia 06 de maio de 2023. Os números de membros no período da coleta do material do *corpus* serão apresentados no capítulo 4.

² “Mulheres se unem nas redes contra Bolsonaro”. Disponível em: <[Mulheres se unem nas redes contra Bolsonaro - Política - Estadão \(estadao.com.br\)](https://www.estadao.com.br/mulheres-se-unem-nas-redes-contra-bolsonaro-politica)>. Acesso em 06 de maio de 2023.

³ “Um milhão de mulheres contra Bolsonaro”. Disponível em: <[Um milhão de mulheres contra Bolsonaro: a rejeição toma forma nas redes | Notícias | EL PAÍS Brasil \(elpais.com\)](https://www.elpais.com.br/um-milhao-de-mulheres-contra-bolsonaro-a-rejeicao-toma-forma-nas-redes-noticias)>. Acesso em 06 de maio de 2023.

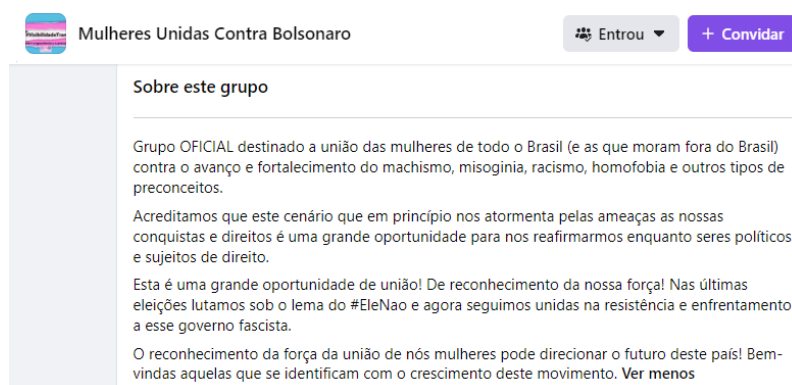
⁴ “#EleNão: A Manifestação histórica liderada por mulheres no Brasil vista por quatro ângulos”. Disponível em: <[#EleNão: A manifestação histórica liderada por mulheres no Brasil vista por quatro ângulos - BBC News Brasil](https://www.bbc.com/brasil/angulos/ele-nao-manifestacao-historica-liderada-por-mulheres-no-brasil-vista-por-quatro-angulos)>. Acesso em 06 de maio de 2023.

⁵ #EleNão e #EleSim: o que representam os movimentos de mulheres contra e pró Bolsonaro. Disponível em: <[#EleNão e #EleSim: o que representam os movimentos de mulheres contra e pró Bolsonaro - Revista Marie Claire | Notícias \(globo.com\)](https://www.globo.com/revista-marie-claire/noticias/ele-nao-e-ele-sim-o-que-representam-os-movimentos-de-mulheres-contra-e-pro-bolsonaro)>. Acesso em 06 de maio de 2023.

FAVOR do Bolsonaro (OFICIAL) em 13 de setembro de 2018, voltando ao nome de origem em 10 de dezembro de 2018.

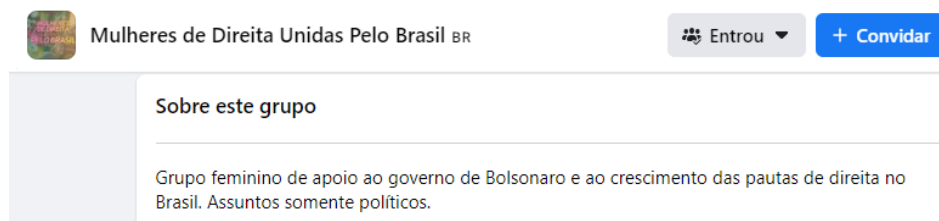
Após a campanha eleitoral, a despeito da motivação inicial da formação dos coletivos que seria somente se mobilizar para que Bolsonaro não ganhasse as eleições, enquanto o outro grupo teve o objetivo oposto, a atuação dos grupos continuou, com o compartilhamento de conteúdos e notícias alinhados aos seus propósitos iniciais. De acordo com a descrição dos respectivos coletivos no Facebook, os posicionamentos seguiram antagônicos:

Figura 1 - Descrição no Facebook do coletivo “Mulheres Unidas Contra Bolsonaro”



Fonte: Plataforma do Facebook ⁶

Figura 2 - Descrição no Facebook do coletivo “Mulheres de Direita Unidas pelo Brasil”



Fonte: Plataforma do Facebook ⁷

⁶ Disponível em: < <https://www.facebook.com/groups/499414607198716> >. Acesso em 01 de fevereiro de 2022.

⁷ Disponível em: < <https://www.facebook.com/groups/291884498070220> >. Acesso em 01 de fevereiro de 2022.

O contraste entre os dois grupos pode ser percebido desde a forma da descrição: mais detalhada e difusa no primeiro coletivo e mais direto e pontual no segundo. Além disso, como já apontado, o conteúdo é diametralmente oposto. A escolha por dois grupos de gênero semelhante (mulheres), mas com posições políticas antagônicas, explica-se uma vez que o objetivo geral é identificar e analisar os discursos e as identidades dos movimentos políticos femininos nas redes sociais diante do surgimento da pandemia de Covid em 2020, verificando como os grupos alinhados às pautas da direita e da esquerda reagiram no contexto pandêmico, investigando as suas formas de interação e suas relações pelas plataformas digitais, em especial no Facebook, considerando a atual conjuntura política, social e midiática.

De forma mais específica, tem-se os objetivos de: analisar os discursos dos coletivos, identificando os temas mais recorrentes e seus posicionamentos em relação aos assuntos abordados; compreender as formas de circulação dos conteúdos informacionais dos grupos, identificando as suas principais fontes e possíveis elementos de desinformação; investigar se a polarização política também se reflete na forma como os membros dos grupos recebem as notícias referentes à Covid-19 e quais comportamentos são estimulados e, por último, identificar as possíveis associações entre os posicionamentos políticos e as pautas feministas e antifeministas, analisando as identidades dos coletivos.

Em relação à perspectiva teórico-metodológica, a presente pesquisa é realizada a partir da revisão bibliográfica, buscando as bases teóricas que fundamentam a tese, e também do estudo empírico, para o qual foram selecionados os referenciais metodológicos da análise de conteúdo (BARDIN, 2016) e da hermenêutica de profundidade (THOMPSON, 2011).

Diante da temática escolhida e sua problematização, os principais referenciais teóricos abarcam os conceitos e estudos sobre filtro bolha e *gatekeeping* algorítmico nas redes sociais on-line; desinformação e polarização on-line; feminismo e antifeminismo e suas inter-relações no contexto social e político atual. A problemática sanitária causada pela emergência da Covid-19 também será tratada, considerando as pesquisas já realizadas. Dessa forma, o levantamento bibliográfico buscou abranger as bases teóricas mais adequadas para a multidimensionalidade da pesquisa empírica desenvolvida.

Por fim, a tese estrutura-se em cinco capítulos, além da introdução, com a apresentação da pesquisa. O primeiro capítulo apresenta um percurso histórico

abordando desde o surgimento das redes sociais on-line, como um espaço colaborativo e de desenvolvimento de novas formas de mobilização dos cidadãos, até a emergência do chamado *gatekeeping* algorítmico que altera substancialmente as possibilidades de uso das redes on-line para fins democráticos. A partir da consideração que o Facebook é a plataforma digital na qual estão inseridos os grupos femininos que constituem o corpus da presente pesquisa, a análise histórica tem ênfase nesta rede em particular.

No segundo capítulo, são abordados os desdobramentos da modulação algorítmica, discutindo a polarização on-line e o aumento da disseminação da desinformação e suas inter-relações no contexto político e pandêmico da Covid-19. Primeiramente, é tratado como o filtro-bolha e o *gatekeeping* algorítmico contribuíram para o fortalecimento do ecossistema desinformativo. Em seguida, são apresentadas as implicações desses fenômenos no contexto político atual e como isso têm afetado os processos democráticos. Por fim, na terceira e última parte, é trazida a discussão sobre a presença da desinformação no ambiente on-line em relação à pandemia de Covid-19. A partir do levantamento das pesquisas já realizadas, é analisado como as *fake-news* e o negacionismo científico afetaram as medidas contra a propagação do novo coronavírus.

O terceiro capítulo discute, primeiramente, as relações das mulheres com as redes sociais on-line, em uma perspectiva de gênero, abordando as diferenças referentes ao ambiente digital, desde o acesso à internet e aos dispositivos tecnológicos até os diferentes usos que homens e mulheres fazem das redes sociais on-line. Além disso, é abordado como o próprio ambiente digital também reitera a desigualdade de gênero, corroborando com as relações de poder. Em seguida, a discussão é concentrada nos movimentos políticos femininos, fazendo uma retrospectiva histórica dos principais pontos da luta feminista, assim como do seu contramovimento: o antifeminismo, chegando até os dias atuais.

No quarto capítulo, é apresentada, de forma detalhada, a metodologia empregada para a realização da presente pesquisa, com a apresentação do processo metodológico baseado na análise de conteúdo (BARDIN, 2016) e na hermenêutica de profundidade (THOMPSON, 2011), que é discutido na primeira seção do capítulo. Em seguida, são apresentados os dois grupos femininos selecionados para a análise e, por último, na terceira seção, são expostos os procedimentos que foram realizados para a coleta e análise dos dados do *corpus* da pesquisa, indicando os meios de

captação, os critérios de codificação e a exemplificação da categorização empreendida.

Finalmente, no quinto e último capítulo, são apresentados os resultados da categorização do material selecionado para análise de conteúdo, contemplando as suas diferentes dimensões. Primeiramente, é descrita a análise quantitativa das publicações dos dois grupos, em seguida, a atenção será voltada para a parte qualitativa relacionada às categorias temáticas e às fontes, aos conteúdos desinformativos e, por último, para os posts classificados com maior engajamento. Após a descrição das análises, são discutidos os resultados encontrados estabelecendo uma relação com a abordagem sócio-histórica e a fundamentação teórica presentes nos três primeiros capítulos desta pesquisa, de acordo com os direcionamentos das metodologias empregadas. Por fim, as considerações finais encerram a tese trazendo as reflexões acerca dos resultados obtidos e suas consequências para a sociedade brasileira.

CAPÍTULO 1 - AS REDES SOCIAIS: DO PODER CIDADÃO AO GATEKEEPING ALGORÍTMICO

Este primeiro capítulo apresenta um percurso histórico abordando desde o surgimento das redes sociais on-line, como um espaço colaborativo e de desenvolvimento de novas formas de mobilização dos cidadãos, até a emergência do chamado *gatekeeping* algorítmico que altera substancialmente as possibilidades de uso das redes on-line para fins democráticos. A partir da consideração que o Facebook é a plataforma digital na qual estão inseridos os grupos femininos que constituem o corpus da presente pesquisa, a análise histórica tem ênfase nesta rede em particular, discutindo as suas origens, especificidades, sua ascensão como a maior rede social do mundo e seu papel como fonte de notícias.

1.1 O advento das redes sociais on-line como espaço colaborativo e horizontal

Formadas como um dos desdobramentos da internet, as redes sociais on-line trouxeram transformações expressivas em todas as esferas da sociedade. Desde o seu surgimento no final do século XX, propiciando novas práticas de sociabilidade e formas de exercer o poder cidadão, por meio das plataformas digitais, até os dias atuais, com a modulação algorítmica e o surgimento do filtro-bolha, fortalecendo a desinformação e a polarização político-ideológica, as redes sociais on-line tiveram mudanças significativas em seus usos e atribuições e, conseqüentemente, no seu papel na conjuntura social, cultural, política e econômica em todo o mundo.

Apesar do ambiente digital não ser o responsável por inaugurar as relações que se estabelecem sob a denominação de redes sociais, que remonta à metade do século XX (ACIOLI, 2007), com raízes históricas muito antigas (CASTELLS, 2003), as tecnologias digitais possibilitaram o desenvolvimento das redes sociais on-line que, possuem características muito diferentes das redes sociais off-line, justamente por conta da mediação, como aponta Recuero (2012). Segundo a autora, no meio digital, as conexões não se estabelecem entre os indivíduos, mas entre as suas representações, ou seja, entre os perfis criados por esses sujeitos, que expressam partes de sua personalidade ou individualidade. As conexões, por sua vez, são os elementos que criam a estrutura na qual as representações formam as redes sociais. “Essas conexões, na mediação da Internet, podem ser de tipos variados, construídas

pelos atores através da interação, mas mantidas pelos sistemas online. Por conta disso, essas redes são estruturas diferenciadas” (RECUERO, 2009, p.39).

Para Boyd e Ellison (2007), a principal característica que diferencia as redes sociais on-line das outras formas de comunicação, mesmo de outros meios digitais, não é a possibilidade dos seus usuários se conectarem com outros indivíduos desconhecidos, mas de permitir que os usuários possam se articular e tornarem visíveis as suas redes para outras redes, resultando em uma grande articulação social que não seria possível de outra forma. Boyd (2010) considera que, neste novo espaço de convivência digital, há a formação de públicos em rede, “que são públicos que são reestruturados pelas tecnologias em rede; são simultaneamente um espaço e um conjunto de pessoas” (BOYD, 2010, p.41, tradução nossa). O que distingue os públicos em rede, explica o autor, é a própria estrutura tecnológica que reorganiza o modo como a informação flui e a interação dos usuários entre si e entre os conteúdos disponíveis.

Neste novo ambiente midiático digital, nas quais as relações sociais se reconfiguram, há também a alteração do tradicional paradigma do emissor-receptor. Segundo Cogo e Brignol (2011), considerando a lógica das redes on-line que possibilitam estabelecer conexões e dinamizar as interações sociais entre os sujeitos que a apropriam, não é mais possível tratar a esfera da produção e da recepção midiáticas como blocos homogêneos. A partir do momento que um mesmo indivíduo produz, compartilha e recebe conteúdos, simultaneamente, a sua própria categorização precisa ser revista. Para as autoras, é justamente o reconhecimento das alterações nos polos da produção e recepção que revela a complexidade do processo comunicacional nas redes on-line e sua multidimensionalidade.

Outro aspecto a ser ressaltado, para além do surgimento das plataformas que suportam as redes on-line, é a popularização dos dispositivos móveis que elevou a comunicação e o compartilhamento de informações nas redes sociais digitais a um nível sem precedentes, como observa Lemos (2004). Conectados de forma constante, os indivíduos passaram a ter a possibilidade de estabelecer redes de comunicação horizontal independentes dos meios de comunicação de massa e de instituições tradicionais. Neste novo espaço, a sociedade constrói suas próprias redes, de forma individual e coletiva, apropriando-se dos meios tecnológicos para gerar novas formas de vida, relacionamento e organização social.

O autor também considera que o desenvolvimento das tecnologias móveis, que permitem o contato permanente com o mundo, foi um dos elementos centrais para a transformação das práticas sociais contemporâneas. Depois do computador pessoal e da internet fixa, a conexão móvel coloca definitivamente o usuário no centro da comunicação, uma vez que o indivíduo não precisa mais buscar a rede, já que é a rede que vai até o usuário, em um ambiente de amplo acesso. Com a conexão sem fio e sem barreiras, o espaço real vai, em certa medida, sendo substituído pelo espaço virtual, que se torna onipresente.

Desse modo, uma das primeiras mudanças trazidas pelas redes sociais on-line e a mobilidade foi a emergência de novas formas de sociabilidade, como defende Amaral (2016). A autora argumenta que em ambientes digitais a comunicação é recontextualizada, permitindo que a interação social se efetive em novas relações e práticas coletivas. O ciberespaço, que transcende os limites espaço-temporais, promove uma mudança de referência e sentido, impulsionada pelas tecnologias digitais. A apropriação das funcionalidades das plataformas sociais possibilita a formação de redes cujo maior laço relacional é o conteúdo, com a reinvenção dos códigos sociais e comunicativos tradicionais. As novas modalidades de sociabilidade se adaptam às condições das redes on-line, sem determinismo geográfico, centradas a partir do conteúdo, auto-organizadas e com potencial de ação coletiva e viralidade.

Para Santos e Cypriano (2014), uma das principais características dessa nova sociabilidade é a colaboração, que aparece sob novas configurações com os recursos da web 2.0. Com o surgimento dos coletivos, em especial do Facebook, observa-se a passagem de uma web instrumental, usada, primordialmente, como meio para executar determinadas atividades, como pesquisa de dados e produção de textos, por exemplo, para uma web social com ênfase em um uso menos utilitarista da internet e mais voltado às relações sociais interativas das redes on-line. Ao ser um facilitador de laços sociais, que se formam no espaço on-line, o Facebook fomenta dinâmicas colaborativas diferentes das existentes no mundo físico.

Neste contexto, com o advento das redes on-line possibilitando novas formas de interação social, superando os limites de tempo e espaço e oferecendo as condições para os usuários produzirem e compartilharem conteúdo em uma rede global, a chamada web 2.0 foi celebrada, inicialmente, como a emergência de um espaço de participação democrática.

As novas plataformas interativas – Blogger, Wikipedia, Facebook, YouTube – entraram em cena com a promessa de converter a cultura em um âmbito mais ‘participativo’, ‘baseado no usuário’ e ‘de colaboração’. Entre 2000 e 2006, não foram poucos os teóricos dos meios que afirmaram que as aplicações da web 2.0 estimulavam ao limite a natural necessidade humana de se relacionar, criar, e até chegaram a celebrar, com demasiada antecendência, o triunfo virtual do usuário. (VAN DIJCK, 2016, p. 17)

De fato, não só no período mencionado entre 2000 e 2006, mas nos anos seguintes a estes, importantes teóricos como Gillmor (2005), Jenkins (2006) e Shirky (2011) ressaltaram o protagonismo do usuário em produzir e compartilhar conteúdos como um grande passo para a construção de uma cultura mais participativa, pluralista e democrática. Os indivíduos, agora interconectados, com acesso a uma ampla circulação de conteúdos, teriam mais oportunidades de escolha e poder de decisão. Libertos do poder hegemônico das mídias massivas, os sujeitos teriam acesso à pluralidade de informações e poderiam exercer seu papel cidadão com maior expressividade.

Em 2003, mesmo antes do advento do que viria a ser a principal rede social, o Facebook, o filósofo Pierre Lévy discorreu sobre as transformações geradas pela internet que, em sua visão, permitiriam a criação de um espaço de comunicação inclusivo, participativo e desterritorializado, cunhando o termo ciberdemocracia, que seria uma espécie de aprofundamento das abordagens de uma livre diversidade em espaços abertos da comunicação e da cooperação (LÉVY, 2003). Para o autor, o surgimento dos meios interativos, que proporcionam livre acesso à informação, e das comunidades virtuais desterritorializadas, abririam o espaço para a criação de uma sociedade mais democrática tanto a nível regional como em escala mundial. Dessa forma, dentro de uma ciberdemocracia planetária, haveria a construção de um novo tipo de Estado transparente a serviço de uma consciência coletiva.

Por alguns anos, realmente, Pierre Lévy, assim como outros autores que destacaram as potencialidades democráticas das redes sociais on-line, puderam confirmar que a posição que defenderam estava correta, principalmente ao assistir a emergência dos chamados “movimentos sociais em rede” (CASTELLS, 2013), como será discutido a seguir. Somente anos mais tarde, as redes sociais on-line passaram a sofrer uma série de transformações, motivadas, primordialmente, por questões econômicas e depois políticas, que mudou de forma radical o seu papel em toda a sociedade.

1.1.1 O surgimento dos movimentos sociais em rede

Com a possibilidade dos indivíduos se conectarem em uma rede global, por meio das tecnologias móveis e digitais, além de novas formas de sociabilidade, começaram a surgir, também, novos modos de organização de movimentos sociais, que passaram a se articular nos espaços on-line. Para Machado (2007, p.248), essas tecnologias “não apenas se tornaram instrumentos de fundamental importância para a organização e articulação de tais coletivos sociais, como também proporcionaram a formação de novos movimentos sociais e novas formas de ativismo”.

Segundo o autor, entre as características destes movimentos sociais estão: novas formas de aliança e conexões de alcance global; maior horizontalidade e flexibilidade nas organizações; intenso dinamismo; grande poder de articulação com protestos simultâneos em diferentes países e localidades; luta por causas universalistas ou particularistas ligadas a princípios universais e multiplicidade de identidades dos militantes, ou seja, um mesmo indivíduo podendo participar de vários coletivos sociais, simultaneamente. Assim, ao se apropriar dos espaços on-line, os movimentos sociais articulados em rede se fortaleceriam ganhando novas possibilidades de ações e de fazer política para atender as demandas sociais, de acordo com Machado (2007).

Gohn (2011) também considera que, depois do advento da internet, os principais movimentos sociais atuam através de redes conectadas por meios tecnológicos. Dessa forma, observa que na primeira década deste século ampliaram-se os movimentos sociais que ultrapassam as fronteiras de uma nação, como é o caso do movimento antiglobalização, presente no Fórum Social Mundial. Além disso, muitas das características apontadas por Machado (2007) para os novos movimentos sociais, depois do advento das redes on-line, também são mencionadas pela autora como: movimentos transnacionais; novas formas de organização dos movimentos por meio das ferramentas tecnológicas; luta por pautas universais que viabilizem ações conjuntas; e surgimentos de novos atores que militam pelas causas com perfis mais dinâmicos.

De fato, durante os primeiros anos do século XXI, o mundo assistiu à emergência do que Castells (2013) viria a designar “movimentos sociais em rede”. Mobilizações sociais começaram a eclodir em diversas partes do planeta, como no Oriente Médio (Primavera Árabe - 2011), Espanha (Os Indignados – 2011), Estados Unidos (Occupy Wall Street - 2011), entre outros. De acordo com Castells (2013), para

além das diferenças entre os contextos em que esses movimentos surgiram em cada parte do mundo, é possível observar a presença de certas características que se constituem como um padrão comum: o modelo dos movimentos sociais na era da internet, mais conhecido como movimentos sociais em rede. Neste padrão emergente, uma das características essenciais é a conexão em rede de forma multimodal, com redes sociais on-line e off-line de múltiplas formas. As redes se formam dentro do movimento local e se interligam a movimentos de todo o mundo, constituindo-se em rede de redes. Dessa forma, as tecnologias possibilitam a expansão das ações dos movimentos e transformam o seu formato.

Embora os movimentos tenham em geral sua base no espaço urbano, mediante ocupações e manifestações de rua, sua existência contínua tem lugar no espaço livre da internet. Por serem uma rede de redes, eles podem dar-se ao luxo de não ter um centro identificável, mas ainda assim garantir as funções de coordenação, e também de deliberação, pelo inter-relacionamento de múltiplos núcleos. Desse modo, não precisam de uma liderança formal, de um centro de comando ou de controle, nem de uma organização vertical, para passar informações ou instruções. Essa estrutura descentralizada maximiza as chances de participação no movimento, já que ele é constituído de redes abertas, sem fronteiras definidas, sempre se reconfigurando segundo o nível de envolvimento da população em geral. Também reduz a vulnerabilidade do movimento à ameaça de repressão, já que há poucos alvos específicos a reprimir, exceto nos lugares ocupados; e a rede pode se reconstituir enquanto houver um número suficiente de participantes, frouxamente conectados por seus objetivos e valores comuns. (CASTELLS, 2013, p. 129)

O autor ainda aponta que, em sua gênese, os movimentos sociais em rede são totalmente espontâneos, geralmente desencadeados por uma centelha de indignação, seja por um evento específico ou por uma aversão às ações dos governantes. Além disso, pela lógica das redes on-line, esses movimentos também são virais, espalhando-se com extrema facilidade, desencadeando a esperança da possibilidade de mudança, por meio dos movimentos que se apresentam também como horizontais e cooperativos.

As características dos movimentos sociais em rede também puderam ser vistas no Brasil, um pouco depois de Castells ter exposto a sua teoria. Em junho de 2013, as ruas de mais de 350 cidades do Brasil foram tomadas por uma série de protestos que começou como um ato de repúdio contra o aumento na tarifa do transporte público em São Paulo e Rio de Janeiro e acabou se espalhando por todo o país. Convocadas, inicialmente, pelo Movimento Passe Livre (MPL) através das redes sociais on-line, as

manifestações começaram a se ampliar, agregando diferentes bandeiras de luta e perfis de participantes. Centenas de milhares de pessoas saíram às ruas pelas mais diversas causas, como a corrupção, os gastos públicos com a Copa do Mundo, as condições na saúde e na educação, a violência policial e uma insatisfação generalizada contra os governantes. Em 20 de junho de 2013, considerado como o dia de maior mobilização, mais de um milhão de pessoas participaram dos protestos.

Na época, muitos autores como Peruzzo (2013), Braga (2013), Scherer-Warren (2014) e, até mesmo, Castells (2013) que incluiu um posfácio sobre os protestos brasileiros em seu livro *Redes de Indignação e Esperança*, viram com muito otimismo as chamadas Jornadas de Junho, suscitando afirmações como: “Pois o que é irreversível no Brasil como no mundo é o empoderamento dos cidadãos” (CASTELLS, 2013, p. 147); “Argumentamos acima que a atual onda de mobilizações significou a retomada da luta do proletariado precarizado brasileiro por seus direitos sociais” (BRAGA, 2013, p.58); “Há interesse da sociedade em interferir e participar. Foi explicitado um grito de revolta, mas também um grito por mudanças. Exige-se ética na política” (PERUZZO, 2013, p. 91). Apenas para citar alguns exemplos.

No entanto, como será discutido no final deste capítulo, infelizmente, os desdobramentos dos movimentos sociais em rede não foram exatamente o que os autores citados esperavam, nem no Brasil nem em outros vários países do mundo. Aos poucos, novos usos das redes sociais on-line foram surgindo e alterando a sua configuração em direção oposta a um espaço propício para ampliação da cidadania e luta em prol de demandas sociais.

1.2 A ascensão do Facebook como a maior rede social do mundo

Não só pelo fato dos objetos desta pesquisa estarem hospedados nesta plataforma de rede social, mas até mesmo para entender a própria evolução e transformação das redes on-line, consideramos importante, neste momento, discorrer sobre o modo como se sucedeu a ascensão do Facebook até se tornar a maior rede social do mundo, o que trouxe implicações para todas as esferas da sociedade. Como afirmou Emily Bell, em 2016 (web, tradução nossa): “O Facebook está engolindo o mundo”.

Ainda que um relatório divulgado em fevereiro de 2022⁸, referente ao último trimestre, mostre que a plataforma tenha perdido usuários ativos diários, pela primeira vez em sua história desde que foi lançada, o Facebook continua sendo a maior rede social do mundo. A empresa conta, globalmente, com 2,91 bilhões de usuários mensais, deixando em segundo lugar o YouTube com 2,562 bilhões de usuários e, em terceiro, o Instagram, com 1,478 bilhão de usuários. O Brasil ocupa a 4ª posição mundial no número de usuários, com 130 milhões de pessoas na rede; precedido pela Indonésia, com 140 milhões de usuários; Estados Unidos, com 190 milhões e a Índia, com 320 milhões de usuários, em primeiro lugar⁹.

Lançado, oficialmente, no dia 04 de fevereiro de 2004, o Facebook tem suas origens relacionadas ao *Facemash*, um projeto desenvolvido por Mark Zuckerberg, estudante universitário de Harvard e seus colegas Andrew McCollum, Chris Hughes e Dustin Moskovitz, como aponta Correia e Moreira (2014). Criado no dia 28 de outubro de 2003, o *Facemash* era um site para os estudantes de Harvard que disponibilizava fotos dos universitários e permitia que os visitantes votassem na pessoa mais atraente do campus. Idealizado por Zuckerberg, o *Facemash* alcançou, com poucas horas on-line, 450 visitantes que votaram nas fotos de seus colegas pelo menos 22 mil vezes (SCHWARTZ, 2003, web). No entanto, como Zuckerberg conseguiu as fotos na base de dados de identificação dos alunos de Harvard, informalmente conhecido como facebook, invadindo o sistema sem autorização, a instituição de ensino desativou o site poucos dias depois e, até mesmo, considerou a sua expulsão.

Apesar da repreensão que sofreu do Conselho de Administração de Harvard, o sucesso do *Facemash* chamou a atenção de Divya Narendra, um estudante que já tinha pensado em criar uma rede social on-line para Harvard. Em dezembro de 2002, Narendra compartilhou a sua ideia com os irmãos gêmeos Tyler Winklevoss e Cameron Winklevoss que, juntos, decidiram colocar em prática o projeto, batizando-o de “Harvard Connection” (O’BRIEN, 2007, web). Porém, como nenhum dos três jovens tinha todo o conhecimento necessário para colocar o site no ar, quando Narendra soube da experiência de Zuckerberg, logo o convidou para participar da equipe que

⁸ “Facebook perde usuários ativos diários pela primeira vez em sua história”. Disponível em: < <https://olhardigital.com.br/2022/02/03/internet-e-redes-sociais/facebook-perde-usuarios-ativos-pela-primeira-vez-em-sua-historia/> >. Acesso em 02 de março de 2022.

⁹ Dados disponíveis em: <<https://wearesocial.com/uk/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital/>>. Acesso em 02 de março de 2022.

estava desenvolvendo o projeto. Diversas partes da codificação do site já estavam prontas e Narendra e os irmãos Winklevoss exigiram confidencialidade.

Porém, logo depois das reuniões iniciais, Zuckerberg não voltou a se encontrar com os demais integrantes do empreendimento. Somente em meados de dezembro, a equipe do Harvard Connection conseguiu encontrar o programador em seu dormitório, que afirmou que o site estaria quase completo. No dia 14 de janeiro de 2004, voltaram a se encontrar e Zuckerberg informou que estava envolvido em outro projeto. “Ele não deu mais detalhes, e os dois lados não voltaram a falar substancialmente. Em 4 de fevereiro, Zuckerberg lançou o Facebook” (O’BRIEN, 2007, web, tradução nossa).

Oficialmente¹⁰, o Thefacebook, primeiro nome dado à rede social on-line, foi fundado por Mark Zuckerberg juntamente com seus cofundadores, os norte-americanos Dustin Moskovitz, Chris Hughes e o brasileiro Eduardo Saverin. Como explica Cassidy (2006, web), a ideia era deixar a plataforma o mais simples possível, para facilitar o acesso dos estudantes. Assim, quando o site foi lançado, qualquer pessoa com um endereço de e-mail de Harvard poderia acessar e criar um perfil, que consistia em uma fotografia e algumas informações pessoais. Em 24 horas, o site já contava com algo entre 1.200 a 1.500 inscritos (CASSIDY, 2006, web).

A popularidade da nova plataforma cresceu de forma vertiginosa. No final de fevereiro, o Thefacebook começou a ser lançado em outras faculdades, onde também se expandiu rapidamente. “Em meados de junho, quando terminou o ano letivo, o site havia se expandido para quarenta escolas e tinha cento e cinquenta mil usuários cadastrados” (CASSIDY, 2006, web). Neste período, Zuckerberg, Moskovitz e outro amigo de Harvard, Andrew McCollum, mudaram-se para o Vale do Silício, onde alugaram um estabelecimento em Palo Alto, Califórnia, para ser a sede da nova empresa. No início de dezembro de 2004, o Thefacebook alcançava 1 milhão de usuários, sendo uma rede ainda só para estudantes universitários.

Ainda em 2004, o fundador e investidor anjo do Napster, Sean Parker, tornou-se o presidente da empresa. A partir de então, com novos aportes financeiros, a empresa entra em outro estágio. Em 2005, a rede passou a se chamar apenas Facebook, retirando o the, depois de comprar o nome de domínio facebook.com. No

¹⁰ Informação disponível em: < <https://about.facebook.com/br/company-info/> >. Acesso em 02 de março de 2022.

ano seguinte, a empresa de capital de risco Accel Partners investiu US\$ 12,7 milhões na empresa, o que possibilitou a criação de uma versão da rede para alunos do ensino médio.

O ano de 2006 também foi marcado pelo lançamento da plataforma para celulares, seguindo a tendência da comunicação móvel que começava a crescer, e pela introdução do Feed de Notícias, que será explicado no próximo tópico. Outro passo importante, e decisivo, foi dado no dia 26 de setembro de 2006, com a ampliação do acesso à rede a qualquer pessoa acima de 13 anos que tivesse um endereço de e-mail válido. Devido a essa mudança, em um ano, o Facebook dobrou o número de usuários, alcançando 12 milhões de pessoas ativas.

Nos anos que se seguiram, a empresa continuou implementando melhorias, como a possibilidade de inserção de vídeos, anúncios e o lançamento da plataforma para iPhone, em julho de 2008. Em fevereiro de 2009, foi criado o botão “Curtir”, caracterizado pelo sinal de “jóia” (o polegar voltado para cima), aumentando a interação entre os usuários e favorecendo, significativamente, a competição pela popularidade na rede – a busca não só por ter mais “amigos”, como por ter as mensagens mais curtidas. “Em 2009, tornou-se o serviço de rede social mais usado do mundo, de acordo com um relatório do site de análise Compete.com.” (BELLIS, 2020, web).

Com a sua liderança consolidada no mercado, a empresa inicia a sua estratégia de compra de redes que pudessem ameaçar a sua hegemonia. Assim, em 2012, anuncia a aquisição do Instagram por US\$ 1 bilhão e, em 2014, anuncia a compra do WhatsApp por US\$ 22 bilhões. Recentemente, em 2020, uma coalizão de 48 estados americanos, em uma ação conjunta com a Federal Trade Commission (FTC), abriu um processo¹¹ contra o Facebook acusando-o de práticas anticompetitivas nos Estados Unidos, caso que envolve as compras do Instagram e do WhatsApp. Com a compra dessas redes, a empresa de Mark Zuckerberg passou a ter uma dominância de mais de 70% do mercado de redes sociais do mundo.

Dessa forma, o Facebook mantém a sua liderança global, sem, contudo, deixar de passar por processos judiciais e polêmicas que marcaram a sua trajetória desde o

¹¹ “Facebook é processado e pode ser obrigado a vender Instagram e WhatsApp”. Disponível em: <<https://exame.com/tecnologia/facebook-e-processado-e-pode-ser-obrigado-a-vender-instagram-e-whatsapp/>>. Acesso em 05 de março de 2022.

início. Neste sentido, um dos casos que tiveram maior repercussão até hoje, e que se relaciona diretamente com o Brasil, trata-se do maior vazamento de dados da história da plataforma, quando a empresa americana Cambridge Analytica conseguiu obter, indevidamente, através do Facebook, as informações pessoais de 87 milhões de usuários, sendo destes 443 mil brasileiros¹². O vazamento, que foi denunciado pelos jornais The New York Times¹³ e The Guardian¹⁴, em março de 2018, ocorreu por meio da instalação de um aplicativo de teste psicológico no Facebook chamado thisisyourdigitallife, (essa é sua vida digital, em português) e foi usado como instrumento para propaganda política em favor do então candidato à Presidência dos Estados Unidos, Donald Trump.

Ao responder o questionário do teste, os usuários concordavam em ter seus dados compartilhados para uso acadêmico. No entanto, além de guardar os dados de quem fazia os testes, o aplicativo também coletava informações dos amigos do Facebook dos participantes do teste, resultando em um conjunto de dados de milhões de pessoas. Os dados incluíam não só informações pessoais básicas como nome, profissão e local de moradia, como também preferências e hábitos, o que possibilitava traçar o perfil psicológico e as inclinações políticas dos usuários. Depois da coleta dos dados, que aconteceu em 2014, a empresa Cambridge Analytica, que trabalhou com a equipe eleitoral de Donald Trump e a campanha vencedora do Brexit, comprou o acesso às informações e as usou para criar um sistema para prever e influenciar as escolhas dos eleitores na campanha presidencial dos Estados Unidos em 2016. Os dados coletados foram usados para catalogar o perfil das pessoas e, a partir disso, direcionar, de forma personalizada, as propagandas a favor de Donald Trump e os materiais contrários à sua adversária Hillary Clinton. De acordo com as denúncias, as mesmas estratégias teriam sido usadas em relação ao referendo britânico sobre o Brexit. O escândalo levou ao fechamento da empresa Cambridge Analytica e ao pagamento de uma multa no valor de 500 mil libras pelo Facebook.

¹² “Facebook admite uso indevido de dados de 87 milhões de usuários, 443 mil no Brasil”. Disponível em: < <https://www.bbc.com/portuguese/geral-43646687> >. Acesso em 09 de maio de 2022.

¹³ “Facebook and Cambridge Analytica: What You Need to Know as Fallout Widens”. Disponível em: < <https://www.nytimes.com/2018/03/19/technology/facebook-cambridge-analytica-explained.html> >. Acesso em 09 de maio de 2022.

¹⁴ “Revealed: 50 million Facebook profiles harvested for Cambridge Analytica in major data breach”. Disponível em: < <https://www.theguardian.com/news/2018/mar/17/cambridge-analytica-facebook-influence-us-election> >. Acesso em 09 de maio de 2022.

No Brasil, a rede social também esteve envolvida em um caso polêmico no cenário eleitoral, na campanha de 2018. De acordo com reportagem da BBC News Brasil¹⁵, marqueteiros e militantes ligados a campanhas políticas compravam programas para coletar os números de celulares das pessoas no Facebook e, posteriormente, usavam esses dados para criar grupos no WhatsApp e enviar mensagens de campanha política. Apesar da prática violar as regras de uso do Facebook e ter sido considerada crime eleitoral de acordo com alguns especialistas ouvidos pela BBC News Brasil, não houve consenso sobre a ilegalidade. Por um lado, há a argumentação de que seria crime pois a legislação proíbe a comercialização de bancos de dados para campanhas eleitorais; por outro, há a alegação de que os números de telefones estavam disponíveis no Facebook como um dado público, sendo assim, a consulta não seria ilegal.

As pessoas que relataram à reportagem da BBC News Brasil que foram adicionadas nos grupos de WhatsApp, sem consentimento prévio, disseram que receberam muitas mensagens com conteúdo a favor de políticos alinhados à extrema direita. Na mesma época, a Folha de S.Paulo¹⁶ apurou que empresas estavam comprando pacotes de disparos em massa pelo WhatsApp contra o PT e a favor do então candidato à Presidência da República Jair Bolsonaro, PSL. Os contratos, que chegavam a R\$ 12 milhões para cada pacote comprado, configuravam doação não declarada de campanha, o que é proibido pela legislação eleitoral. Entre as empresas compradoras, uma das principais denunciadas foi a Havan, rede de lojas de departamentos, cujo fundador é Luciano Hang, considerado, em 2022, o 10º brasileiro mais rico do país, com uma fortuna de R\$ 22,6 bilhões¹⁷.

Devido às denúncias, o já presidente Jair Bolsonaro, seu vice Antônio Mourão e o empresário Luciano Hang, entre outros que atuaram na campanha em 2018, sofreram processos judiciais por abuso do poder econômico e uso indevido dos meios

¹⁵ “Eleições 2018: Como telefones de usuários do Facebook foram usados por campanhas em ‘disparos em massa’ no WhatsApp”. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-45910249>>. Acesso em 11 de maio de 2022.

¹⁶ “Empresários bancam campanha contra o PT pelo WhatsApp”. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/empresarios-bancam-campanha-contr-o-pt-pelo-whatsapp.shtml?origin=folha>>. Acesso em 11 de maio de 2022.

¹⁷ “Com R\$ 22,6 bilhões, Luciano Hang é o 10º mais rico do Brasil”. Disponível em: <<https://exame.com/negocios/com-r-226-bilhoes-luciano-hang-e-o-10o-mais-rico-do-brasil/>>. Acesso em 23 de maio de 2022.

de comunicação. No entanto, os ministros do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) ¹⁸ foram unânimes ao julgarem improcedentes as duas ações de Investigação Judicial Eleitoral (Aijes) por falta de provas suficientes. De acordo com o relator, as Aijes foram propostas com base apenas na reportagem do jornal Folha de S. Paulo e faltariam elementos que comprovassem a suposta contratação dos disparos das mensagens pelo WhatsApp.

1.2.1 A chegada do Facebook no Brasil e sua concorrência com o Orkut

No Brasil, a plataforma chegou, oficialmente, em 2007, quando recebeu suporte à língua portuguesa. Diferente de outros países, em que o Facebook cresceu rapidamente sem grandes obstáculos, no Brasil, a rede teve que enfrentar uma forte concorrência para ganhar espaço: o Orkut. Criado também em 2004, o Orkut foi desenvolvido pelo mesmo engenheiro do site Google, o Orkut Buyukkokten, que deu o seu nome à rede. Com o propósito de oferecer aos usuários a possibilidade de fazer novas amizades e ampliar a sua rede de relacionamentos, o Orkut chegou ao Brasil no mesmo ano em que foi lançado mundialmente, ganhando grande popularidade logo nos primeiros meses, com um alto número de inscritos.

A identificação dos brasileiros com a rede foi tamanha que deu origem a um fenômeno chamado “a tomada do Orkut” (FRAGOSO, 2006), quando ainda no segundo semestre de 2004 os brasileiros começaram a se engajar na rede on-line para ultrapassar o número de usuários dos Estados Unidos e “tomar” o Orkut dos americanos. Com esse objetivo, diversas comunidades foram criadas, como “Brazilians own Orkut”; “O Brasil dominou o Orkut”; “O Brasil lidera o Orkut”, “United States of Brazil”, entre outras, demonstrando uma clara competição entre os usuários brasileiros e estadunidenses. Além dessa disputa, como aponta Fragoso (2006), muitas comunidades como “Eu odeio os Estados Unidos”, “Eu odeio quem odeia o Brasil”, “Eu odeio os EUA – I hate the USA”, por exemplo, revelavam uma agressividade expressa pelos brasileiros, especialmente, contra os estadunidenses.

Em diversas Comunidades do Orkut, muitos usuários (a maioria deles brasileiros, mas por vezes também de outras nacionalidades) repetidamente

¹⁸ “TSE julga improcedente duas ações contra Bolsonaro por suposto disparo em massa de mensagens pelo WhastApp nas eleições de 2018”. Disponível em: <<https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2021/Fevereiro/tse-julga-improcedentes-duas-aco-es-contr-a-bolsonaro-por-suposto-disparo-em-massa-de-mensagens-pelo-whatsapp-nas-eleicoes-de-2018>>. Acesso em 24 de maio de 2022.

associam a invasão do Orkut pelos brasileiros a características positivas de nosso povo, que se diz ser amigável e alegre. Observando o comportamento dos usuários brasileiros no Orkut, entretanto, essas descrições parecem, na melhor das hipóteses, sarcásticas. Muitas comunidades, tópicos e mensagens criadas por uma parcela significativa de usuários brasileiros no Orkut testemunham por um alto grau de intransigência, sobretudo (mas não apenas) para com os estrangeiros, notadamente os estadunidenses. (FRAGOSO, 2006, p. 12)

Diante disso, é interessante notar que o discurso de ódio, tão presente nos dias atuais no Facebook, na verdade, já estava presente desde os primórdios do uso das redes sociais no Brasil, não sendo um fenômeno novo, o que será melhor discutido no próximo capítulo. No Orkut, com o passar dos meses, o espaço foi se tornando menos hostil, à medida em que a rivalidade entre os brasileiros e os americanos foi aos poucos se desvanecendo. O que permaneceu nos anos seguintes foi a presença massiva dos brasileiros na rede, mesmo depois do suporte do Facebook à língua portuguesa em 2007. No relato da trajetória do Orkut no Brasil, Assis e Saar (2012, p.06) afirmam que: “Em se tratando de redes sociais, o Brasil foi durante 7 anos o número ‘um’ em adeptos ao Orkut.” Os autores lembram que no final de junho de 2007, cerca de 60 milhões de pessoas estavam participando dessa rede social, sendo 55,32% brasileiros.

O ano da virada foi em 2011, quando de acordo com o relatório mundial da ComScore¹⁹, divulgado em janeiro de 2012, o número de usuários brasileiros do Facebook alcançou a marca de 36,1 milhões, ultrapassando os 34,4 milhões de usuários do Orkut, em dezembro de 2011. Meses antes, em agosto de 2011, a pesquisa do Instituto Brasileiro de Opinião Pública (Ibope)²⁰ já revelava a liderança do Facebook apresentando 30,9 milhões de usuários brasileiros contra 29 milhões do Orkut. Como aponta Assis e Saar (2012), no começo de 2011 era improvável o Facebook atingir esse recorde, pois estava bem distante da liderança das redes sociais. No entanto, em apenas um ano, a rede de Mark Zuckerberg passou de 24

¹⁹ “Facebook passa Orkut e vira maior rede social do Brasil, diz pesquisa”. Disponível em: <[²⁰ “Facebook ultrapassa Orkut em usuários únicos no Brasil, diz Ibope”. Disponível em: <<https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2011/09/facebook-ultrapassa-orkut-em-usuarios-unicos-no-brasil-diz-ibope.html>>. Acesso em 03 de maio de 2022.](https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2012/01/facebook-passa-orkut-e-vira-maior-rede-social-do-brasil-diz-pesquisa.html#:~:text=O%20Facebook%20se%20tornou%20a,ter%C3%A7a%20feira%20(17)>”. Acesso em 03 de maio de 2022.</p>
</div>
<div data-bbox=)

milhões para mais de 36 milhões de usuários, enquanto o Orkut perdeu quase 1 milhão de inscritos.

Para os autores, o filme “A Rede Social”, sobre a história do Facebook, que concorreu, em 2011, ao Oscar de melhor filme, contribuiu bastante para o crescimento da rede no país. Dirigido por David Fincher, com roteiro de Aaron Sorkin e baseado no livro ‘*The Accidental Billionaires: The Founding of Facebook – A Tale of Sex, Money, Genius and Betrayal*’, escrito por Ben Mezrich, em 2009, o filme foi um sucesso mundial. Aclamado pela crítica, o filme recebeu oito indicações ao Oscar – melhor filme, melhor diretor, melhor ator, melhor fotografia, melhor mixagem de som, melhor roteiro adaptado, melhor trilha sonora e melhor edição – saindo vencedor nestas três últimas categorias. O filme ainda foi o grande vencedor do Globo de Ouro 2011, levando o maior número de prêmios entre os filmes que estavam concorrendo – melhor filme de drama, melhor diretor, melhor roteiro e melhor trilha sonora.

O sucesso também alcançou o público, tanto nos Estados Unidos como em outros países do mundo. A estreia do filme liderou a bilheteria dos cinemas americanos e canadenses e, no primeiro final de semana de exibição, arrecadou US\$ 23 milhões. No Brasil, como assinala Assis e Saar (2012), a recepção do público foi igualmente positiva, com a venda de, aproximadamente, 400 mil ingressos de cinema entre dezembro de 2010 a janeiro de 2011, arrecadando cerca de R\$ 2,5 milhões nesse período. “O filme, que no Brasil levou milhares de pessoas ao cinema, fez com que os antigos e os novos usuários do Orkut fossem apresentados definitivamente ao Facebook” (ASSIS; NAAR, 2012, p. 07).

O ano de 2011 também foi marcado pela abertura do escritório do Facebook no Brasil²¹, o primeiro da América Latina e responsável pela operação por toda essa região. Inaugurado, oficialmente, em agosto de 2011, o escritório foi aberto na cidade de São Paulo com o objetivo de ampliar seus negócios com os anunciantes. No início de 2013, menos de dois anos após o início da operação do escritório no Brasil, a rede atingia a marca de 67 milhões de usuários no país²², revelando um alto crescimento que continuaria nos anos seguintes.

²¹ “Facebook abre escritório no Brasil responsável por operação na América Latina”. Disponível em: <<https://tecnologia.uol.com.br/ultimas-noticias/redacao/2011/08/18/facebook-abre-escritorio-no-brasil-responsavel-por-operacao-na-america-latina.jhtm>>. Acesso em 06 de maio de 2022.

²² “67 milhões de brasileiros estão registrados no Facebook”. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/facebook/37808-67-milhoes-de-brasileiros-estao-registrados-no-facebook.htm>>. Acesso em 06 de maio de 2022.

1.3 O uso do Facebook para o consumo e difusão de notícias

Originalmente criado para ser uma rede social para universitários, como um meio de estreitar as relações entre os alunos, o Facebook expandiu o seu alcance ao longo dos anos, como vimos no tópico acima, acarretando mudanças, também, no seu uso. Depois de possibilitar a conexão entre os indivíduos, mediada pela internet, reconfigurando as relações humanas com a emergência de novas formas de sociabilidade, as redes sociais on-line e, em especial o Facebook, passaram a ser usadas também para o consumo de notícias. Como afirma Parisier (2012, p. 11): “Seu fundador, Mark Zuckerberg, costuma se vangloriar dizendo que o Facebook talvez seja a maior fonte de notícias do mundo”.

O primeiro passo para essa mudança foi a introdução do chamado Feed de Notícias, no dia 05 de setembro de 2006, 21 dias antes de ampliar o cadastro para qualquer pessoa participar da rede, que antes era exclusiva para estudantes. O Feed de Notícias se configura como a principal funcionalidade do Facebook, com uma lista de publicações de amigos, produtores de conteúdos e outros integrantes do ecossistema disponível na interface inicial da rede on-line (FERNANDES ARAÚJO, 2018). O autor assinala que com o feed de notícias, há o surgimento de um novo padrão que amplia a exposição de conteúdos aos usuários, isso porque, antes dessa mudança, a estrutura do Facebook dava grande ênfase ao perfil dos usuários, no espaço onde tinham para manifestarem a sua individualidade. Contudo, para acessar essas informações, era preciso ir até o perfil de cada um deles, não havia o envio automático para os outros usuários.

Apenas três anos após o lançamento do feed de notícias, Recuero (2009) já discutia o papel das redes sociais on-line como difusoras de informação e suas intersecções com o jornalismo. Em pouco tempo de existência, a ferramenta já ganhava proeminência no cenário informativo. Diferente do modelo jornalístico tradicional off-line, nas redes sociais on-line, a circulação das informações tornou-se constante e facilmente replicável. Além disso, estes espaços passaram a atuar, simultaneamente, como fontes de informação, filtros e divulgadores de notícias, uma vez que os indivíduos têm capacidade de produzir conteúdos, debatê-los e reverberá-los. Um outro ponto destacado ainda pela autora refere-se ao valor social construído pela difusão de informações pelas redes. “Ao repassar informações que foram publicadas por veículos, os atores estão dando credibilidade ao veículo e tomando

parte dessa credibilidade para si, pelo espalhamento da informação” (RECUERO, 2009, p. 09).

Ainda nos primeiros anos do uso das redes sociais on-line como fontes e difusoras de informações, Primo (2011) avaliou que o advento dessas tecnologias digitais permitiu que todo o processo noticioso se tornasse menos centralizado, já que passou a contar com a colaboração dos usuários das redes. Desse modo, essa mudança representava o surgimento de um processo mais democrático, uma vez que o poder de produzir e distribuir conteúdos não estava mais atrelado somente às grandes empresas jornalísticas.

Quando se diz que hoje a economia se organiza não mais em torno da fábrica, mas sim em virtude do conhecimento, da informação, poder-se-ia pensar que o jornalismo de referência sairia ileso, pois sempre foi informação. Contudo, a “fábrica jornalística” — as rotativas, os estúdios, as antenas, etc.— só podia ser possuída por poucos e abastados empresários. A produção e circulação de notícias dependia de caros meios de produção, de sistemas de logística e da divisão do trabalho de grandes equipes. Hoje, com o barateamento e simplificação das formas de publicação na Internet, a informação se desgarra do imperativo industrial. É através da potencialização da comunicação, dos afetos, do trabalho voluntário, dos movimentos de colaboração e das interações em redes que o jornalismo vai se transformando no contexto da cibercultura. (PRIMO, 2011, p. 131).

Nesse cenário, o autor defende que os veículos jornalísticos tradicionais perderam o controle soberano sobre o conteúdo noticioso e o poder de decidir o que seria ou não divulgado. Os indivíduos passaram a ter a possibilidade de fazerem a cobertura e a posterior divulgação de qualquer evento no qual estivessem presentes, desde um acontecimento banal até um fato com potencial para ganhar repercussão mundial, como o princípio de um terremoto, por exemplo.

Tal mudança relaciona-se intimamente com o conceito de “jornalismo cidadão” (GILLMOR, 2005; ESPIRITUSANTO, 2011) que define a participação cidadã na geração e difusão de conteúdos noticiosos por meio das redes on-line. Para Espiritusanto e Gonzalo (2011), a colaboração e o diálogo são elementos fundamentais no jornalismo cidadão que nunca pretendeu ser uma alternativa ao jornalismo tradicional, tomando o lugar de um profissional da área, “mas a intenção do jornalismo cidadão sempre foi e será encontrar ambientes comuns para facilitar o diálogo com a cidadania, a participação e, em suma, ampliar o valor da democracia” (ESPIRITUSANTO; GONZALO, 2011, p. 13, tradução nossa).

Sob essa perspectiva, Espiritusanto e Gonzalo (2011) defendem que essas transformações proporcionaram um grande poder aos indivíduos, alterando as suas relações não só com o jornalismo tradicional mas também com os órgãos políticos que governam a sociedade. A existência do jornalismo cidadão contribuiria para gerar uma maior diversidade de opiniões e exigir mais transparência nas ações dos veículos midiáticos e dos governos. “O quarto poder (a mídia) e os Estados são agora vigiados por um quinto poder desagregado e ubíquo: os cidadãos” (ESPIRITUSANTO; GONZALO, 2011, p. 20, tradução nossa). Como exemplos desse poder, os autores destacam os protestos populares que ocorreram no Irã, em 2009, e no Egito em 2011, entre outros casos nos quais o compartilhamento de informações e imagens das manifestações, por meio das redes sociais on-line, fortaleceu os movimentos, rompendo a censura política imposta aos veículos tradicionais.

A ideia do surgimento de um “quinto poder” através do uso das tecnologias digitais e das redes on-line também é compartilhada por diversos autores como Ramonet (2003), Ianoni (2003), Almiron (2006), Vivar (2007), entre outros. As origens do termo, que define o poder que seria exercido pelos cidadãos para fiscalizar a imprensa, usando para isso, os meios digitais, remetem-se a 2003, quando Ignacio Ramonet publicou um artigo intitulado “O Quinto Poder”, no jornal *Le Monde Diplomatique*²³, do qual era diretor na época. Na publicação, o autor defendeu a necessidade de criar um Observatório Internacional da Mídia como uma arma cívica contra os meios de comunicação de massa que passaram a se fundir cada vez mais, agindo unicamente sob a lógica do mercado e da ideologia neoliberal.

Em 2013, Ignacio Ramonet reafirmou a necessidade de se criar um outro poder que pudesse exercer a função que, originalmente, deveria ser da imprensa: de se contrapor ao poder dominante econômico e político e despertar um senso crítico na opinião pública. Porém, dessa vez, o autor coloca as redes sociais como elemento central viabilizador desse quinto poder.

Minha proposta é que todos nós participemos da criação de um quinto poder, que se expressaria mediante a crítica ao funcionamento dos meios de comunicação, papel que antes cabia ao quarto poder. O que um cidadão mais ou menos ativo numa sociedade democrática deve fazer? Questionar a forma como a mídia dá conta da realidade. Essa função crítica consiste em informar

²³ “O Quinto Poder”. Disponível em: < <https://diplomatie.org.br/o-quinto-poder/> >. Acesso em 15 de março de 2022.

sobre a informação, que não é neutra, sempre é construída a partir de um ponto de vista. Portanto, revelar a quem pertence essa informação, quem ela está ajudando, em que medida ela é a expressão dos grupos privados que são seus proprietários já é uma maneira de se dizer para quem os meios de comunicação estão trabalhando. Isso é criar um quinto poder, ressignificando o que a opinião pública deve ser. Curiosamente, foram as redes sociais que permitiram isso. (RAMONET, 2013, p. 109).

O conceito de quinto poder, como arma cívica e democrática, a partir do uso da internet, tornou-se tão difundido que foi o nome dado ao filme sobre a criação do site *WikiLeaks*, que disponibilizou mais de 250 mil documentos oficiais de diferentes países, considerado o maior vazamento da história do jornalismo²⁴. O filme “O Quinto Poder”, em inglês *The Fifth Estate*, foi lançado em 2013, mas duramente criticado por Julian Assange, criador do WikiLeaks, que continua na prisão de alta segurança de Belmarsh, em Londres, acusado de crimes de espionagem e invasão informática, mesmo com grande campanha de organizações civis por sua libertação²⁵.

Para Ramonet (2013), o Wikileaks é um exemplo de como as mídias tradicionais deixaram de exercer o seu papel como deveriam, pois informações políticas fundamentais como os excessos da repressão no Iraque e os crimes cometidos no Afeganistão eram desconhecidas da sociedade, que acreditava estar bem informada pelos veículos jornalísticos. Dessa forma, o autor vê com entusiasmo o uso do site e das redes sociais para enfrentar o poder obscuro dos Estados, “as novas gerações começaram a conhecer o conteúdo do WikiLeaks, repassando a informação pelo Facebook, Twitter ou e-mail. Elas se autoinformaram, protestaram, criaram uma contraopinião pública” (RAMONET, 2013, p. 109).

Até este ponto, faz-se necessário notar que nestes primeiros anos da abertura das redes sociais para o consumo e difusão de notícias, assim como ocorreu na área cultural, social e de participação política, o principal destaque em relação ao espaço on-line foi a sua potencialidade para o fortalecimento da democracia, da transparência das informações e do empoderamento cidadão. No entanto, como será visto a partir do próximo tópico, pequenas, mas significativas mudanças, realizadas devido a interesses econômicos e também políticos, fizeram as plataformas das redes sociais

²⁴ Disponível em: <https://apublica.org/2020/11/o-ano-em-que-o-wikileaks-mudou-o-mundo/> Acesso em 15 de março de 2022.

²⁵ Disponível em: < <https://brasil.elpais.com/internacional/2021-02-14/o-que-julian-assange-ainda-faz-na-prisao.html> >. Acesso em 15 de março de 2022.

on-line, em especial o Facebook, caminharem em um sentido diametralmente oposto ao que parecia estar se conduzindo em seus primeiros anos, frustrando as expectativas mais otimistas dos autores, como as que citamos até o momento.

1.4 O surgimento do filtro bolha e do *gatekeeping* algorítmico

Se até meados da década de 2010 as plataformas das redes sociais on-line permitiram um vislumbre de esperança em relação ao seu uso para fins democráticos, a partir desse período, essa possibilidade foi aos poucos se desfazendo. Como afirma Parisier (2011, p.08), que desenvolveu o conceito de bolha dos filtros ou filtro bolha, como ficou mais conhecido: “A democracia exige que nos baseemos em fatos compartilhados; no entanto, estão nos oferecendo universos distintos e paralelos”.

A pesquisa do autor começou a partir da percepção de que seus amigos conservadores desapareceram do seu *Feed* de Notícias; apesar dele ter inclinações de esquerda e consumir muito mais conteúdo alinhado a esse posicionamento, também gostava, às vezes, de saber o que os conservadores pensavam, por isso acompanhava suas postagens. No entanto, os links de seus contatos de direita não apareciam mais na seção de principais notícias. Com base nessa constatação, Parisier (2011) passou a pesquisar o funcionamento do Facebook e descobriu que, por meio da ação dos algoritmos da rede, há a criação de filtros on-line que personalizam o conteúdo oferecido ao usuário, de acordo com mecanismos de previsão que consideram o que o indivíduo mais gosta, os links que mais acessa e as pessoas com quem mais interage.

Juntos, esses mecanismos criam um universo de informações exclusivo para cada um de nós – o que passei a chamar de bolha dos filtros – que altera fundamentalmente o modo como nos deparamos com ideias e informações. (PARISIER, 2011, p. 11)

Essa personalização de conteúdo, explica o autor, teve como motivação inicial os interesses financeiros e comerciais, para oferecer aos usuários anúncios cada vez mais direcionados, aumentando, assim, a chance de compra do produto. Por meio da extração dos dados de navegação, com a análise dos cliques, visualizações e outras interações, presume-se um perfil de consumo para cada usuário. Nessa estratégia de negócio, o Facebook desempenha um papel fundamental já que seus usuários

compartilham na rede inúmeras informações íntimas de suas vidas. E ainda que o fundador da rede, Mark Zuckerberg, tenha afirmado diversas vezes que os dados dos usuários do Facebook são protegidos, escândalos como da empresa Cambridge Analytica, citado anteriormente neste capítulo, revelam a fragilidade dos mecanismos de segurança dos dados dos usuários.

Apesar do problema do mercado de informações pessoais e da personalização do conteúdo terem se desenvolvido como resultado de interesses comerciais, esses mecanismos não impactam apenas a oferta de anúncios. Foram a partir dessas mudanças que surgiu a bolha dos filtros que afeta também os fluxos de informação não só do *Feed* do Facebook, mas de sites como o Google e o Yahoo Notícias que passaram a disponibilizar aos internautas manchetes segundo os seus interesses, como destaca Parisier (2011). Somado a isso, a bolha dos filtros ainda traz três novas dinâmicas com as quais os indivíduos nunca tinham se deparado antes. A primeira se refere ao fato de que cada pessoa está sozinha em sua bolha, ou seja, não há um referencial que possa ser compartilhado. A segunda trata-se da invisibilidade da bolha dos filtros, os usuários não sabem que o conteúdo que chega até eles está sendo personalizado, assim, consideram que as informações sejam imparciais. E a terceira é que os usuários das redes on-line não têm a possibilidade de escolher se querem ou não entrar nessa bolha dos filtros, isso é imposto arbitrariamente. Com todas essas interações inéditas, “é difícil enxergarmos plenamente aquilo de que a personalização e as bolhas de filtros são capazes” (PARISIER, 2011, p. 15).

Depois de mais de uma década da identificação dos filtros invisíveis, lamentavelmente, foi possível observar grande parte do que a nocividade desses mecanismos é capaz de fazer em praticamente todas as áreas da sociedade. Tufekci (2015) também tentou alertar sobre os danos causados pelas manipulações algorítmicas.

Em muitas plataformas, incluindo o Facebook, manipulações algorítmicas são realizadas rotineiramente; elas variam de propósitos tão simples como decidir a cor de um botão, até decisões tão importantes quanto qual notícia é mostrada ao público. Essas decisões são cada vez mais centrais para os processos sociais, políticos e cívicos; conseqüentemente, os danos algorítmicos que podem surgir de tal computação formam uma nova categoria, incluindo uma série de questões, que vai desde difamação à violência. (TUFEKCI, 2015, p. 205, tradução nossa)

Diferente de Parisier (2011), que usa o termo “bolha dos filtros” ou “filtros invisíveis”, Tufekci (2015) conceitua o fenômeno como *Algorithmic gatekeeping*.

“*Gatekeeping* algorítmico é o processo pelo qual essas ferramentas computacionais algorítmicas não transparentes filtram dinamicamente, realçam, suprimem ou de outra forma desempenham um papel editorial – total ou parcial” (TUFEKCI, 2015, p. 208, tradução nossa). O autor constrói essa definição tomando como base a semelhança entre a função desses algoritmos com o processo segundo o qual o editor de um jornal decide como e quais notícias serão publicadas em seu veículo, o que ficou conhecido como “*gatekeeping*” (WHITE, 1950; SNIDER, 1967; SHOEMAKER, 1991; SHOEMAKER & VOS, 2011).

A teoria do *gatekeeping*, uma das mais conhecidas nos estudos da Comunicação, evidencia como a informação precisa atravessar diferentes portões até se tornar, de fato, uma notícia disponível à audiência. Neste percurso, muitos fatores influenciam quais informações conseguem chegar ao público e de que forma são noticiadas, como critérios editoriais, acessibilidade às fontes e aos canais de informação, espaço do veículo, interesses econômicos ou políticos, entre outros. Os *gatekeepers* (literalmente “guardiões dos portões”) seriam os responsáveis por decidirem quais elementos informacionais passariam por cada um desses portões e quais mudanças as mensagens teriam neste percurso.

O termo, que foi usado pela primeira vez por Lewin (1947) em estudos sobre mudança de hábitos alimentares, surgiu no campo da Comunicação em 1950, quando White aplicou os fundamentos da teoria em uma pesquisa jornalística. Desde então, o *gatekeeping* ganhou notoriedade como uma das principais Teorias de Comunicação de Massa (WOLF, 2001), com novas abordagens sendo desenvolvidas até os dias atuais, devido à sua importância. “O processo de *gatekeeping* determina o modo como definimos nossas vidas e o mundo ao nosso redor; consequentemente, o *gatekeeping* afeta a realidade social de todas as pessoas” (SHOEMAKER & VOS, 2011, p. 14).

Atualmente, de acordo com Tufekci (2015), os *gatekeepers* não são somente os jornalistas, como era no passado, quando a teoria foi concebida; hoje, essa função passou a ser exercida também e, especialmente, pelos algoritmos que “são programas de computador, um conjunto de instruções para realizar procedimentos passo a passo, e variam de bastante simples a muito complexos” (TUFEKCI, 2015, p. 206, tradução nossa). É claro que nem todos os algoritmos são *gatekeepers*, explica o autor, pois muitos deles são usados em processos objetivos como na organização

alfabética de um banco de dados com nomes de pessoas ou em um cálculo de vendas de funcionários de uma empresa, por exemplo. Nestes casos, os métodos são objetivos e claros. Porém, o pesquisador se refere aos algoritmos responsáveis por operações complexas, com direcionamentos subjetivos e dificilmente identificáveis, como os que são usados no *Feed* de notícias do Facebook.

Sob esses processos velados, o funcionamento dos algoritmos *gatekeepers* difere muito da ação realizada pelos editores dos jornais no passado, pois a modulação algorítmica é dinâmica, pouco visível e adaptada individualmente, explica Tufekci (2015), permitindo ajustes de conteúdo, na maioria das vezes, desconhecidos dos usuários das redes on-line. “Os algoritmos são capazes de agir de forma disfarçada, como *gatekeepers* extremamente potentes; *gatekeepers* desacompanhados de transparência e visibilidade”. (TUFEKCI, 2015, p. 209, tradução nossa).

Gillespie (2014) concorda que é muito difícil identificar os critérios que os algoritmos usam para definir quais conteúdos devem ser expostos a cada usuário, o que abre a suspeita de que esses critérios podem estar sendo usados como um benefício comercial às empresas ou a interesses políticos. Com uma falsa promessa de objetividade, os algoritmos se valem de uma suposta imparcialidade tecnológica, conferindo credibilidade aos resultados que oferecem, enquanto suas ações são baseadas em avaliações que não são claras e visíveis.

Como Tufekci (2015), Gillespie (2014) também compara a função algorítmica com a dos editores de jornais, mas com algumas diferenças. Para Gillespie (2014), tanto as plataformas on-line sob a ação dos algoritmos quanto os jornais buscam trabalhar com o conceito da objetividade, no entanto, nesse papel, a modulação algorítmica leva vantagem já que sua atuação, aparentemente, não depende da intervenção de mãos humanas, mas apenas de máquinas que passam a imagem de neutralidade tecnológica para o público.

A partir dessa perspectiva, devemos ver os algoritmos não apenas como códigos com consequências, mas sim como o mais recente mecanismo construído socialmente e institucionalmente gerenciado para convencer o julgamento público: uma nova lógica de conhecimento. Podemos considerar a lógica algorítmica como oposta, e até talvez suplantar, à editorial enquanto lógica concorrente. (GILLESPIE, 2014, p. 117)

Diante dessa nova lógica de conhecimento, o autor defende a necessidade urgente da elaboração de pesquisas que se dediquem a analisar o complexo funcionamento dos algoritmos, seus critérios implícitos e o processo social que o torna um sistema legítimo. No entanto, desvendar essas ferramentas e seus mecanismos tem sido um grande desafio para os pesquisadores. Recentemente, em uma entrevista para a BBC News Brasil²⁶, Stuart Russel, professor da Universidade da Califórnia em Berkeley, que se dedica há décadas ao estudo da Inteligência Artificial, afirmou que nem mesmo o conselho independente encarregado de supervisionar o Facebook tem acesso pleno ao algoritmo que faz a curadoria do conteúdo que será visto pelos usuários e isso pode trazer consequências desastrosas. Para Russel, a falta de controle sobre os algoritmos das redes sociais pode ser tão potencialmente perigoso, em escala global, quanto a explosão de uma bomba nuclear, mas com a diferença que os danos podem ocorrer de forma lenta e quase invisível.

Corroborando com a visão do pesquisador sobre os efeitos nocivos dos algoritmos das redes sociais, em outubro de 2021, a ex-funcionária do Facebook, Frances Haugen denunciou²⁷ a empresa ao Senado dos Estados Unidos, fazendo um apelo aos parlamentares pela regulamentação da rede social. Especialista em gerenciamento algorítmico de produtos, Haugen vazou uma série de documentos internos do Facebook que revela como a empresa prioriza o lucro em detrimento da segurança de seus usuários. Contratada pelo Facebook em 2019, a ex-gerente de produto da corporação reuniu diversos relatórios e pesquisas internas, antes de sair em maio de 2021, que demonstram como os algoritmos da rede incentivam a polarização, incitam o discurso de ódio e ameaçam a democracia.

De acordo com Frances Haugen, é possível reverter a situação, mas desde que haja uma intervenção do governo para regulamentar a classificação algorítmica, pois mesmo sabendo de todos os problemas causados, a liderança do Facebook se recusa a realizar qualquer mudança no critério de exposição de conteúdo. Haugen defende a eliminação da classificação baseada no engajamento, a que personaliza o conteúdo de acordo com a maior interação do usuário, e o retorno ao *Feed* de notícias em ordem

²⁶ “Por que algoritmos das redes sociais estão cada vez mais perigosos, na visão de pioneiro da Inteligência Artificial”. Disponível em: < <https://www.bbc.com/portuguese/geral-58810981> >. Acesso em 15 de abril de 2022.

²⁷ “Entenda por quê a delatora do Facebook diz que os algoritmos da plataforma são perigosos”. Disponível em: <<https://mittechreview.com.br/entenda-por-que-a-delatora-do-facebook-diz-que-os-algoritmos-da-plataforma-sao-perigosos/>>. Acesso em 16 de abril de 2022.

cronológica. A ex-funcionária da plataforma compara o Facebook às empresas de tabaco que negaram por décadas que fumar fazia mal à saúde e só passaram a alertar publicamente sobre os riscos de seu produto devido à intervenção do Congresso.

Apesar da regulamentação dos algoritmos das redes sociais on-line ir contra os interesses econômicos das empresas responsáveis pelas plataformas digitais e, por isso, não ser algo bem visto por elas, essa é uma realidade que já não parece mais tão distante. Em agosto de 2021, a China criou a primeira regulação para algoritmos do mundo²⁸, abrangendo regras contra *fake news* e medidas de segurança contra contas falsas ou automatizadas. De acordo com as normas chinesas, será vedado o uso dos algoritmos para gerenciar perfis falsos, assim como manipular falsos *likes*, comentários e compartilhamentos, além da proibição de interferir no ranking de resultados dos buscadores. A regulação também se aplica à personalização das informações disponibilizadas aos indivíduos que devem seguir princípios éticos, transparentes e não prejudiciais aos interesses dos usuários, vedando práticas de discriminação e que possam promover compulsão ou vício no uso dos serviços. Em casos específicos, as leis criadas abrem a possibilidade de inspecionar o funcionamento dos algoritmos.

Com a regulamentação, a China deu um grande passo contra a manipulação algorítmica baseada na atuação obscura das ferramentas tecnológicas, como foi apontado pelos autores citados acima. Porém, mais do que apenas uma preocupação com os interesses dos cidadãos, a decisão chinesa representa uma importante estratégia na disputa pela liderança digital no mundo. Em busca de se consolidar como a principal potência em inteligência artificial, a implementação das regras sobre a ação dos algoritmos, um tema em debate há anos na União Europeia e nos Estados Unidos, também significa um maior controle para o desenvolvimento das novas tecnologias na China.

Neste contexto, diante da iniciativa chinesa a reação dos demais países ainda é incerta. Ademais, também existe a possibilidade do governo chinês usar a regulação em benefício próprio, aprimorando o bloqueio de informações negativas relacionadas ao Partido Comunista, um controle que já existe no país. Dessa forma, não é seguro afirmar de que modo a experiência chinesa vai repercutir nos outros países ao redor

²⁸ “China cria a primeira regulação para algoritmos”. Disponível em:

<<https://www1.folha.uol.com.br/colunas/ronaldolemos/2021/09/china-cria-a-primeira-regulacao-para-algoritmos.shtml>>. Acesso em 20 de abril de 2022.

do mundo. Por enquanto, a única certeza que temos é sobre os desdobramentos do filtro-bolha e da modulação algorítmica que se refletem, de forma problemática, na atual configuração midiática. Consequências como o fortalecimento da polarização on-line e da segregação dos grupos, assim como do ecossistema desinformativo e suas inter-relações nas áreas sociais, políticas e sanitárias, têm trazido efeitos prejudiciais nas diferentes esferas da sociedade brasileira, como será visto no capítulo a seguir.

CAPÍTULO 2 - A DESINFORMAÇÃO NO CONTEXTO POLÍTICO E PANDÊMICO DA COVID-19

Neste capítulo, serão abordados os desdobramentos da modulação algorítmica, destacando a polarização on-line e o aumento da disseminação da desinformação e suas inter-relações no contexto político e pandêmico da Covid-19. Primeiramente, será tratado como o filtro-bolha e o *gatekeeping* algorítmico contribuíram para o fortalecimento do ecossistema desinformativo, trazendo também uma discussão entre os conceitos que envolvem esse ecossistema — pós-verdade, *fake news* e desinformação. Em seguida, serão apresentadas as implicações desses fenômenos no contexto político atual e como isso têm afetado os processos democráticos.

Por fim, na terceira e última parte, será trazida a discussão sobre a presença da desinformação no ambiente on-line em relação à pandemia de Covid-19. A partir do levantamento das pesquisas já realizadas, será analisado como as *fake-news* e o negacionismo científico afetaram as medidas contra a propagação do novo coronavírus. De acordo com os estudos recentes, neste capítulo também será identificado como a comunicação negacionista de líderes governamentais, especialmente do então presidente, Jair Bolsonaro, impactou negativamente a saúde pública durante a pandemia.

2.1 O aumento da polarização e da desinformação nas redes sociais on-line

Os desdobramentos do filtro-bolha e do *gatekeeping* algorítmico também se refletiram na disseminação da desinformação nas redes sociais on-line, como apontam Amaral e Santos (2019). Apesar de reconhecerem que as chamadas “notícias falsas” não são uma prática nova, pontuam “o espaço digital – em particular os algoritmos e as redes sociais – altera formas de participação e encerra uma nova dinâmica de *gatekeeping* que favorece uma maior proliferação de *fake news*” (AMARAL & SANTOS, 2019, p. 65). Para os autores, além de favorecer o aumento das *fake news*, em termos de números, também há o fortalecimento da validação das informações falsas que estão em circulação.

Amaral e Santos (2019) defendem que, embora na gênese do alcance disseminado da desinformação possam ser identificados diferentes fatores, o processo de *gatekeeping* pelos usuários das redes sociais on-line através dos

algoritmos se salienta. Uma vez que a seleção e filtragem da informação que, tradicionalmente, eram de domínio dos veículos profissionais jornalísticos, envolvendo um conjunto de regras éticas e deontológicas específicas, passou a ser um processo realizado por todos os usuários do ambiente on-line, mediado pelos algoritmos, a veracidade da informação tornou-se expressivamente comprometida. Isso acontece, segundo os autores, porque além dos algoritmos limitarem o acesso à pluralidade de conteúdos, já que oferecem aos usuários do ambiente on-line as informações seguindo um padrão de preferências, de acordo com o filtro-bolha (PARISIER, 2011), a validação e compartilhamento dos conteúdos acontecem, tendencialmente, por meio de lógicas emotivas e pessoais.

Na perspectiva de Bakir e McStay (2017), a importância das emoções na validação dos conteúdos noticiosos nas redes sociais on-line também ocupa um papel primordial. A partir do estudo de caso das *fake news* que surgiram na campanha presidencial dos Estados Unidos em 2016, na disputa entre Donald Trump e Hillary Clinton, os autores identificaram que o fundamento do problema das *fake news* está no que eles chamaram de “economia da emoção”.

Defendemos que, ao coração, o problema das notícias falsas diz respeito à economia da emoção: especificamente, como as emoções são aproveitadas para gerar atenção e tempo de visualização, que se convertem em receita de publicidade. Ressaltamos ainda os incentivos econômicos e políticos para a produção de *fake news* automatizadas que reagem ao que chamamos de “sentimento de companheirismo” online, ou comportamento emocional de grupo dentro das redes sociais. (BAKIR; MCSTAY, 2017, p. 01, tradução nossa).

Dessa forma, os autores destacam que, com as informações falsas alimentadas por sistemas algorítmicos e também cognitivos, há a formação de câmaras de eco digitais, nas quais as mesmas ideias e crenças são amplificadas e reforçadas. O fenômeno também está relacionado, psicologicamente, com o chamado viés de confirmação, segundo o qual há uma tendência das pessoas procurarem e acreditarem em informações que confirmam as suas crenças pré-existentes, pontuam Bakir e McStay (2017).

Consonantemente, Wardle e Derakhshan (2017) também consideram que as emoções são um ponto fundamental para a disseminação da desinformação. “O conteúdo problemático mais ‘bem-sucedido’ é aquele que mexe com as emoções das pessoas, encorajando sentimentos de superioridade, raiva ou medo.” (WARDLE &

DERAKHSHAN, 2017, p. 07, tradução nossa). Os autores explicam que os conteúdos com essas características impulsionam o compartilhamento entre os indivíduos para se conectarem com suas comunidades on-line ou tribos.

Muito antes do advento das redes sociais on-line, Maffesoli (1998) já argumentava que nas sociedades contemporâneas o principal vínculo social surgia a partir da emoção compartilhada ou do sentimento coletivo. Dessa forma, o individualismo cede espaço ao instinto de fazer parte de uma tribo, mas que, diferente da estabilidade do tribalismo clássico das décadas passadas, o neotribalismo se caracteriza pela fluidez e dispersão, com a constante mudança dos indivíduos de um grupo a outro, de acordo com as suas emoções.

Neste cenário, Amaral e Santos (2019) identificam a articulação e a alimentação recíproca entre os conceitos de “pós-verdade”, “*fake news*” e “desinformação”. Para os autores, embora não haja consenso na literatura sobre as definições dos termos, por serem processos ainda em evolução, a atual configuração do ambiente on-line favorece a retroalimentação entre esses elementos.

De acordo com o Oxford Dictionary, *post-truth*, “pós-verdade” em português, eleita a palavra do ano em 2016²⁹ pela editora do dicionário britânico, é definida como “relativo ou referente a circunstâncias nas quais os fatos objetivos são menos influentes na opinião pública do que as emoções e as crenças pessoais” (OXFORD UNIVERSITY PRESS, 2016, tradução nossa). Para Waisbord (2018), a comunicação da pós-verdade revela o desmoronamento de um modelo racionalista definido e aceito de contar a verdade com fundamentação na razão e na ciência. A noção modernista de que a verdade deveria ser determinada por paradigmas científicos ou por normas factuais se choca com a ampla circulação, no ambiente digital, de crenças generalizadas que não se baseiam em fatos, mas são popularmente consideradas representações da realidade, analisa o autor.

Rochlin (2017) argumenta que na era da pós-verdade, as emoções e crenças pessoais não só influenciam os indivíduos, mas substituem os fatos e evidências, modificando a própria natureza das notícias. “A verdade da história não importa mais. O que importa é que a história esteja de acordo com o que a pessoa quer ouvir” (ROCHLIN, 2017, p. 386, tradução nossa). Para a autora, neste contexto, as *fake*

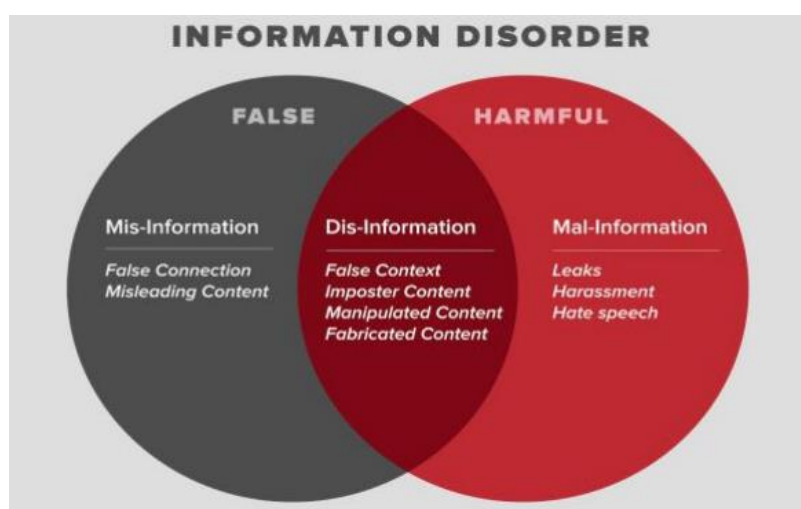
²⁹ “Dicionário Oxford dedica sua palavra do ano, ‘pós-verdade’, a Trump e Brexit”. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2016/11/16/internacional/1479308638_931299.html>. Acesso em 01 de abril de 2023.

news podem ser definidas como “manchete e história sabidamente falsas que são escritas e publicadas em um website que é projetado para se parecer com um site de notícias real, e é divulgado por meio de mídia social” (ROCHLIN, 2017, p. 388, tradução nossa).

A autora complementa que a intenção das *fake news* é fazer com que o máximo de pessoas acreditem e compartilhem a notícia pelas redes sociais on-line. E, situando as *fake news* no cenário da pós-verdade, o problema não é tão facilmente resolvido simplesmente indicando quais seriam as notícias falsas ou verdadeiras, uma vez que os indivíduos acreditam nos conteúdos seguindo as suas emoções e crenças pessoais.

Neste sentido, considerando o papel das emoções no comportamento social e reconhecendo que a maioria das plataformas sociais é projetada para o compartilhamento de conteúdos emocionais em busca de reconhecimento público que se expressa por meio de curtidas, comentários e compartilhamentos, Wardle e Derakhshan (2017) desenvolveram uma estrutura conceitual para o que chamam de *Information Disorder* ou “Desordem Informativa”. Os autores criaram três categorias³⁰, conforme a figura abaixo:

Figura 3 - *Information Disorder*



Fonte: Wardle e Derakhshan (2017).

³⁰ A classificação dos autores servirá de base para uma das categorizações de análise do corpus desta pesquisa.

Além das características na figura, os autores também descrevem as categorias como “*Mis-Information* - informação que é falsa, mas não criada com a intenção de causar dano; *Mal-Information* – informação que é baseada na realidade, mas é usada para infligir dano a uma pessoa, organização ou país” (WARDLE; DERAKHSHAN, 2017, p.20, tradução nossa). Os vazamentos, assédios e discursos de ódio são classificados como *Mal-Information* ou informação maliciosa. E, finalmente, tem-se a “*Dis-Information* – informação que é falsa e criada deliberadamente para prejudicar uma pessoa, um grupo social, organização ou país” (WARDLE; DERAKHSHAN, 2017, p.20, tradução nossa).

Para os autores, ainda que a existência de informações que não tenham correspondência com os fatos ou notícias fabricadas não seja algo inédito, a complexidade e a escala do que nomeiam como “desordem informativa” apresentam, na atualidade, um desafio sem precedentes. Em um ambiente digital marcado pela conexão em rede e pela polarização, torna-se, cada vez mais urgente, a necessidade de buscar caminhos para entender os fluxos de informações poluídas e identificar soluções viáveis.

As redes sociais são impulsionadas pelo compartilhamento de conteúdo emocional. A arquitetura destes sites é projetada de forma que toda vez que um usuário publica conteúdo — e é curtido, comentado ou compartilhado ainda mais — seu cérebro libera uma pequena dose de dopamina. Como seres sociais, intuimos os tipos de postagens que melhor se adequarão às atitudes predominantes em nosso círculo social. E assim, sobre esta questão da desordem da informação, este aspecto performativo de como as pessoas usam as redes sociais é fundamental para entender como informações erradas e falsas se espalham. (WARDLE; DERAKHSHAN, 2017, p.13, tradução nossa).

A partir desta observação, é que os autores desenvolveram a estrutura conceitual *Information Disorder* ou “Desordem Informativa”, uma vez que consideram que o termo *fake news* não consegue abarcar a diversidade de informações errôneas, suas motivações e disseminação. Além disso, sublinham a importância da verificação não só dos fatos, mas também das fontes e dos agentes de compartilhamento dos conteúdos.

Para exemplificar a categorização que criaram, Wardle e Derakhshan (2017) trazem três exemplos de situações que ocorreram durante a campanha para a eleição presidencial da França em 2017. O caso de *Dis-Information* pôde ser observado

quando houve a criação de uma sofisticada versão do jornal *Le Soir* com um artigo falso afirmando que o então candidato Emmanuel Macron estava sendo financiado pela Arábia Saudita e também quando circulou, no Twitter, a informação de que Macron estava tendo um relacionamento íntimo com a sua enteada. Já para a classificação de *Mis-Information*, o exemplo usado foi quando houve o ataque à Champs Elysees, conhecida avenida parisiense, em 20 de abril de 2017, que gerou muitos compartilhamentos de conteúdos com desinformação, como a notícia de que um segundo policial havia sido morto. Os autores observam que em ocorrências de notícias de última hora, como a que houve, raramente os indivíduos compartilham as informações nas redes sociais na tentativa de causar dano.

Por fim, o exemplo de *Mal-Information* foi o vazamento dos e-mails de Emmanuel Macron, por hackers, na sexta-feira antes da realização do segundo turno, em 07 de maio de 2017. Assim, ao liberar informações privadas para a esfera pública, ainda que os dados fossem verdadeiros, o vazamento foi projetado para causar o máximo de dano à candidatura de Macron.

O uso da campanha para a eleição presidencial da França para exemplificar as três categorias da “Desordem Informativa” não é por acaso. Assim como Wardle e Derakhshan (2017), diferentes autores, como veremos a seguir, apontam a intensa disseminação da desinformação no cenário político atual.

2.2 As implicações da polarização on-line e da desinformação no cenário político atual

As discussões sobre as relações entre o fenômeno da desinformação e sua influência no contexto político atual, assim como suas consequências nos processos democráticos, aumentaram consideravelmente desde as eleições presidenciais dos Estados Unidos, em 2016, quando conteúdos desinformativos foram disseminados para favorecer a candidatura de Donald Trump, como assinalam diversos autores (BAKIR & MCSTAY, 2017; ROCHLIN, 2017; WARDLE & DERAKHSHAN, 2017; AMARAL & SANTOS, 2019; BUCCI, 2019; EMPOLI, 2019; MARCONDES FILHO, 2019).

Para Amaral e Santos (2019), a desinformação se desloca do espaço on-line para o off-line, com capacidade de influenciar os resultados de eleições e a vida política dos países. “Os algoritmos, a datificação e a manipulação que ocorrem nas plataformas digitais, com particular ênfase para as redes sociais, influenciam

diretamente as esferas sociais e políticas” (AMARAL; SANTOS, 2019, p. 78). Desta forma, os efeitos do atual ecossistema on-line podem afetar diretamente o processo democrático.

Recuero, Zago e Soares (2017) também apontam que a polarização nas redes sociais on-line pode trazer implicações para a democracia. Ao se isolarem em bolhas, nas quais somente determinados conteúdos circulam, há uma falsa percepção em que todas as pessoas estão falando e que a maioria concorda. Apesar de, supostamente, todos terem a possibilidade de fazer as informações circularem nas redes sociais, a combinação dos filtros sociais, dos algoritmos e das preferências pessoais favorecem a exposição seletiva dos conteúdos. “Com isso, o silenciamento do contraditório pode ter efeitos no posicionamento político e nas próprias instituições democráticas.” (RECUERO, ZAGO & SOARES, 2017, p. 02).

No Brasil, Machado e Miskolci (2019) observam que as redes sociais on-line tiveram um papel fundamental no desenvolvimento das polarizações políticas e ideológicas que têm marcado a vida do país desde os protestos de junho de 2013. Apesar de manter uma perspectiva crítica aos determinismos tecnológicos, evitando meramente culpabilizar as plataformas digitais pelos resultados políticos e sociais da atualidade, o autor não deixa de constatar que a dinâmica das redes sociais on-line, em especial do Facebook, aprofunda e amplifica os conflitos que já existiam anteriormente. “O modo de funcionamento do Facebook gera bolhas de opinião em torno de certos consensos, os quais, por sua vez, se consolidam por meio de oposições a outras “bolhas”/grupos sociais.” (MACHADO & MISKOLCI, 2019, p. 960).

Ao longo do tempo, essa dinâmica destrói pactos sociais de tolerância e formas de mediações preexistentes, transformando a discussão de temas complexos em debates rasos e maniqueístas. Este cenário, argumenta o autor, foi propício para a atuação dos grupos conservadores e para o fortalecimento de pautas moralistas e discursos anti-institucionais, que transformam adversários em inimigos, utilizando a oposição entre as “pessoas de bem” e as representações do “mal”. Nesse sentido, disputas políticas são reduzidas a uma gramática moral com interpretações simplificadoras e polarizadas, muitas vezes manipulando dados e informações com o uso de *fake news*.

A campanha para as eleições presidenciais de 2018, no Brasil, pela qual o candidato Jair Messias Bolsonaro foi eleito, exemplifica os argumentos apontados por Machado e Miskolci (2019). A partir da disseminação de conteúdos desinformativos,

especialmente, os vinculados à defesa da família tradicional brasileira, como a crítica ao chamado “kit gay” e à “ideologia de gênero”, a campanha de Bolsonaro articulou diversos setores conservadores para combater um mal comum que foi personificado em seu opositor nas eleições, Fernando Haddad, em seu partido (PT – Partido dos Trabalhadores) e nos diferentes representantes sociais da esquerda que se tornaram um inimigo em comum, em particular, as feministas e a população LGBTQIA+. As informações disseminadas sobre o “kit gay”³¹, por exemplo, que começaram a ser veiculadas por Bolsonaro em janeiro de 2016, por meio de um vídeo que publicou no Facebook, chegaram a ser proibidas de circular por determinação do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) mas somente no dia 16 de outubro de 2018, poucos dias antes da votação do segundo turno.

Maranhão Filho, Coelho e Dias (2018) defendem que a desinformação impulsionou decisivamente a campanha de Jair Bolsonaro. “Dentre outros elementos possíveis, Bolsonaro foi eleito presidente por conta da veiculação de notícias inverídicas em redes sociais como o WhatsApp, Twitter e Facebook” (MARANHÃO FILHO, COELHO & DIAS, 2018, p. 67). Os autores argumentam que as *fake news* foram usadas como a base discursiva para aliar as lideranças político-religiosas conservadoras, despertando o sentimento de pavor social com a finalidade estratégica de combater o “inimigo comum da nação” que levaria à destruição dos valores morais e da família.

Por meio da disseminação da desinformação, instigando o discurso de ódio para tomar o lugar do debate objetivo, como aponta Marcondes Filho (2019), as elites conservadoras brasileiras estimularam o campo do irracional e emocional, na campanha presidencial de 2018, mostrando o seu caráter extremista e antidemocrático. Neste cenário de fortalecimento da conexão emocional em detrimento das práticas racionais e consensuais, há o esvaziamento da formação da opinião pública através dos agentes tradicionais de veiculação de informação. O autor defende que, diante desta conjuntura, embora as notícias falsas sejam um fenômeno antigo, estamos agora frente a uma situação inédita. “Nova, em verdade, é a combinação entre *fake news*, transformações da política e a ação da internet

³¹ “TSE manda tirar do ar fake news de Bolsonaro sobre ‘kit gay’”. Disponível em: < [TSE manda tirar do ar fake news de Bolsonaro sobre ‘kit gay’](https://www.veja.com.br/tse-manda-tirar-do-ar-fake-news-de-bolsonaro-sobre-kit-gay) | VEJA (abril.com.br) >. Acesso em 03 de abril de 2023.

intervindo em decisões políticas, transformando radicalmente o debate, especialmente em momentos de crise” (MARCONDES FILHO, 2019, p.16-17).

Entre as ações da internet, Marcondes Filho (2019) pontua não só as *fake news* que são disseminadas, mas também o uso massivo de computadores (robôs) que replicam as notícias falsas. De fato, uma pesquisa³² realizada pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e pela Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo (FespSP), em 15 de março de 2020, mostra que os robôs foram responsáveis por 55% das publicações favoráveis ao presidente Jair Bolsonaro no Twitter. Nesta data, que houve manifestações de rua em prol do governo, foram identificados 1,2 milhão de posts que usaram a expressão #BolsonaroDay. Ou seja, não somente durante a campanha eleitoral, mas também depois de se tornar presidente da República, foram identificadas ações de robôs³³ em prol de Bolsonaro. É também notável lembrar que, nesta data, o Brasil já vivia medidas de restrição social devido ao coronavírus. O presidente compareceu na manifestação, em Brasília-DF, mesmo depois de ter voltado dos Estados Unidos, dias antes, em uma comitiva na qual vinte pessoas foram diagnosticadas com a Covid-19.

Marcondes Filho (2019) defende, ainda, que a atuação das *fake news* acontece de duas formas: o disparo a médio prazo, de modo constante e intermitente, usando, para isso, blocos monolíticos de pensamento, de fácil absorção e sem haver a necessidade de reflexão e, também, como uma ação pontual, em circunstâncias decisivas, por meio de um alto volume de posts nas diferentes redes sociais, como Facebook e Twitter. “As notícias falsas, o uso de robôs para viralizar boatos, chantagens, pressões em momentos políticos decisivos instituem efetivamente uma virada excepcional no universo da política e da participação popular nas decisões” (MARCONDES FILHO, 2019, p. 23).

Sobre o conteúdo das atuais *fake news*, o autor lembra que, historicamente, os blocos monolíticos de pensamento já tiveram resultados expressivos nos grandes movimentos de massa, que tiveram o apoio de camadas populares marcadas por posturas pragmáticas e imediatistas, como foi o caso do nazismo alemão. Para

³² “55% de publicações pró-Bolsonaro são feitas por robôs”. Disponível em: <<https://valor.globo.com/politica/noticia/2020/04/03/55-de-publicacoes-pro-bolsonaro-sao-feitas-por-robos.ghtml>>. Acesso em 05 de abril de 2023.

³³ “Rede de fake news com robôs pró-Bolsonaro mantém 80% das contas ativas”. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2019/09/19/fake-news-pro-bolsonaro-whatsapp-eleicoes-robos-disparo-em-massa.htm>>. Acesso em 05 de abril de 2023.

Marcondes Filho (2019), ao contrário dos discursos progressistas que sempre valorizam, excessivamente, a argumentação lógica, a base discursiva das elites conservadoras consegue usufruir melhor da nova dinâmica midiática já que explora mais o campo emocional e imaginário do que real.

Bucci (2019) apresenta uma visão semelhante ao argumentar que as campanhas presidenciais dos Estados Unidos, em 2016, e do Brasil, em 2018, trazem evidências de que os seguidores da extrema-direita são mais propensos a propagar *fake news* nas redes sociais. O autor destaca que ainda é preciso novos estudos para confirmar a maior aptidão do conservadorismo político na disseminação de notícias fraudulentas nas redes sociais on-line, porém, os indícios já encontrados devem servir de base para novas pesquisas em comunicação. “A julgar pelos dados de que dispomos até agora, pessoas mais à direita compartilham mais notícias falsas do que aquelas situadas ao centro ou à esquerda” (BUCCI, 2019, p.24).

Como aponta Bucci (2019), para entender a eficácia das *fake news* na política, primeiramente é preciso considerar que estas se espalham mais rapidamente do que as notícias verdadeiras. De acordo com uma pesquisa³⁴, citada pelo autor, realizada pelo *Massachusetts Institute of Technology* – MIT, publicada no dia 08 de março de 2018, na revista *Science*, as notícias falsas se espalham 70% mais rápido em comparação às verdadeiras. Os pesquisadores analisaram mais de 126 mil postagens compartilhadas por cerca de 3 milhões de pessoas no Twitter, no período entre 2006, quando a rede foi lançada, até 2017. Para realizar o estudo, os cientistas avaliaram todos os posts que foram verificados por seis agências independentes de checagem de fatos. “Cada postagem verdadeira atinge, em média, mil pessoas, enquanto as postagens falsas mais populares — aquelas que estão entre o 1% mais replicado — atingem de mil a 100 mil pessoas” (AGÊNCIA ESTADO, 2019). A pesquisa ainda constatou que apesar dos robôs contribuírem no compartilhamento das *fake news*, os principais responsáveis foram as pessoas, usuárias do Twitter.

Para Empoli (2019), que também menciona a pesquisa do MIT para argumentar sobre o poder das *fake news* no atual ecossistema digital, as notícias falsas e conteúdos conspiracionistas funcionam nas redes sociais on-line pois provocam fortes

³⁴ 'Fake news se espalham 70% mais rápido que notícias verdadeiras, diz MIT'. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/tecnologia/2018/03/08/interna_tecnologia,664835/fake-news-se-espalham-70-mais-rapido-que-noticias-verdadeiras.shtml>. Acesso em 07 de abril de 2023.

emoções, polêmicas, raiva e indignação, propulsionando mais interações e cliques, o que, por sua vez, faz com que os usuários fiquem ainda mais conectados nessas redes. “A indignação, o medo, o preconceito, o insulto, a polêmica racista ou de gênero se propagam nas telas e proporcionam muito mais atenção e engajamento que os debates enfadonhos da velha política” (EMPOLI, 2019, p. 63).

Diante disso, sinaliza o autor, a própria democracia representativa é ameaçada, uma vez que os estrategistas e líderes políticos extremistas exploram na sociedade o sentimento de desamparo diante de forças que ameaçam o seu bem-estar e a incapacidade das classes dirigentes em defendê-la, acionando os circuitos do medo e da raiva. Segundo Empoli (2019), estamos diante de uma nova realidade, na qual os conteúdos são oferecidos e direcionados aos indivíduos, com cálculos cada vez mais sofisticados, por meio dos algoritmos das redes sociais on-line, de acordo com as informações que mais os interessam e para atender aos objetivos de quem produz esses conteúdos. Para enfrentar essa nova realidade, que pode “produzir efeitos crescentemente imprevisíveis e irracionais” (EMPOLI, 2019, p. 124), é necessário, primeiramente, que as forças moderadas e progressistas saibam reconhecer e interpretar essa dinâmica contemporânea para, posteriormente, criarem novos mecanismos para combatê-la, aponta o autor.

Sob uma perspectiva similar, Castells (2018) analisa que a democracia liberal encontra-se na maior crise de sua história, apresentando uma dimensão global. Uma conjunção de processos que se reforçam de forma mútua, como crises econômicas mundiais, políticas de terrorismo, ameaças de guerras, violência crescente e *fake news* resulta em uma crise de legitimidade, segundo a qual nasce o sentimento nos indivíduos de que os políticos não os representam.

E como num mundo de redes digitais em que todos podem se expressar não há outra regra além da autonomia e da liberdade de expressão, os controles e censuras tradicionais se desativam, as mensagens de todo tipo formam uma onda bravia e multiforme, os *bots* multiplicam e difundem imagens e frases lapidares aos milhares, e o mundo da pós-verdade, do qual a mídia tradicional acaba participando, transforma a incerteza na única verdade confiável: a minha, a de cada um. A fragmentação da mensagem e a ambiguidade da comunicação remetem a emoções únicas e pessoais constantemente realimentadas por estratégias de destruição da esperança. Para que tudo continue igual. (CASTELLS, 2018, p. 28)

Para o autor, como as mensagens negativas têm um poder de influência muito maior do que as positivas, a forma de luta política mais eficaz tem sido a destruição

da imagem dos adversários políticos pela disseminação de conteúdos de efeito destrutivo, muitas vezes, manipulados. Com isso, o vínculo de confiança dos cidadãos em seus governantes é eliminado, contribuindo para a ruptura entre cidadãos e governos, um colapso gradual da democracia liberal, que abre espaço para o surgimento de lideranças políticas que ameaçam as instituições democráticas existentes.

2.3 O surgimento da pandemia de Covid-19 no contexto da polarização política brasileira e as implicações da desinformação para a saúde pública

Em meio a todo esse cenário caracterizado pelo compartilhamento instantâneo de conteúdos noticiosos, o ecossistema digital marcado pela desinformação, a acentuada polarização política e ideológica e a ascensão de movimentos da extrema direita que ameaçam a democracia, surge a primeira pandemia do século XXI: a Covid-19. A doença que começou com o primeiro caso oficial identificado em um grupo de pacientes com pneumonia atípica na cidade de Wuhan, na China, em dezembro de 2019, logo cruzou fronteiras e se espalhou pelo mundo. No Brasil, o primeiro caso confirmado de Covid-19 foi no dia 26 de fevereiro de 2020. No dia 11 de março de 2020, a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou a Covid-19, doença causada pelo coronavírus da Síndrome Respiratória Aguda Grave 2 (SARS-CoV-2), como uma pandemia.

Depois de pouco mais de dois anos do primeiro caso oficial identificado, mais de 385 milhões de casos foram confirmados com 5,7 milhões de óbitos em todo o mundo. No Brasil, até o início de fevereiro de 2022, foram confirmados mais de 26 milhões de casos com 630 mil óbitos em todo o país³⁵. No dia 28 de março de 2023, passados três anos e um mês do primeiro caso registrado em território brasileiro, o país atingiu a marca de 700 mil mortes³⁶ por Covid-19. De acordo com o Ministério da

³⁵ De acordo com dados do Our World In Data, da University of Oxford. Disponível em: < <https://ourworldindata.org/coronavirus> >. Acesso em 04 de fevereiro de 2022.

³⁶ “Brasil chega à marca de 700 mil mortes por Covid-19”. Disponível em: < <https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/noticias/2023/marco/brasil-chega-a-marca-de-700-mil-mortes-por-covid-19> >. Acesso em 07 de abril de 2023.

Saúde³⁷, até o dia 04 de abril de 2023, foram registrados 37 milhões e 319 mil casos, com 700.556 óbitos no Brasil. Em comparação com os dados mundiais, o Brasil ocupa o segundo lugar em número total de mortes por Covid-19, ficando atrás apenas dos Estados Unidos, que apresenta mais de 1 milhão de óbitos³⁸ até a mesma data.

A pandemia, que surgiu no momento de maior disseminação de conteúdo informacional, em que o acesso às notícias é o mais facilitado da história, logo se transforma também em uma infodemia que leva ao caos social (FERREIRA, LIMA & SOUZA, 2021). Como apontam os autores, a desinformação, a infodemia e o caos social se correlacionam, em um ciclo no qual estes elementos se retroalimentam de forma dinâmica. Ou seja, a disseminação da desinformação gera a infodemia que leva ao caos social e, por outro lado, situações caóticas favorecem a desinformação, completando um ciclo que produz impactos negativos em todas as esferas sociais.

Para Falcão e Souza (2021, p. 64), o mundo não vive só a pandemia de Covid-19, mas também uma pandemia de desinformação: “Tal como o coronavírus se espalhou pelo mundo, também se espalharam as *fake news* sobre o assunto”. Dessa forma, o excesso de informações imprecisas e falsas não só dificulta que fontes idôneas e orientações confiáveis sejam encontradas pela população, prejudicando a correta tomada de decisões que podem salvar vidas, mas também contribui para que as pessoas fiquem ainda mais ansiosas, deprimidas e exaustas emocionalmente.

Os autores pontuam que o fato da pandemia de Covid-19 ter surgido durante a chamada era da pós-verdade “período em que decisões tomadas por apelos emocionais parecem ter mais peso do que aquelas motivadas por fatos objetivos” (FALCÃO & SOUZA, 2021, p. 57) contribuiu significativamente no aumento da influência das notícias falsas no campo da saúde. Nessa conjuntura, a desconfiança nas instituições e meios de comunicação tradicionais e o compartilhamento massivo de conteúdos desinformativos prejudicou diretamente o combate à pandemia.

Apesar de apontarem que a disseminação da desinformação é um fenômeno mundial, os autores consideram que no Brasil, as *fake news* contaram com um aliado de peso, no caso o próprio presidente da República, Jair Bolsonaro, que desde o início da pandemia não tratou a doença de acordo com a sua gravidade, pautando-se pelo

³⁷ “Painel Coronavírus Brasil”. Disponível em: < <https://covid.saude.gov.br/> >. Acesso em 07 de abril de 2023.

³⁸ De acordo com dados do Our World In Data, da University of Oxford. Disponível em: < <https://ourworldindata.org/covid-deaths> >. Acesso em 07 de abril de 2023.

negacionismo, desde a importância do isolamento social até a necessidade da vacinação. Dessa forma, o fenômeno da desinformação no Brasil ganhou uma amplitude ainda maior, já que os seguidores do presidente, comumente, também são conhecidos por espalharem as *fake news*, a exemplo do que ocorreu nas eleições de 2018. “Do negacionismo quanto à gravidade da pandemia à divulgação massiva de remédios sem qualquer comprovação científica de eficácia, o principal líder do Executivo pode ter contribuído para a disseminação da doença no Brasil” (FALCÃO & SOUZA, 2021, p. 67).

Os autores identificaram que além das inúmeras declarações públicas minimizando o impacto do coronavírus na saúde, questionando a necessidade do isolamento social e até mesmo o número de mortes pela doença, a *fake news* mais disseminada por Bolsonaro foi a defesa da cloroquina e da hidroxicloroquina³⁹ para o tratamento da Covid-19. Mesmo sem nenhuma comprovação científica de sua eficácia para esse fim, o líder do Executivo recomendou o uso das drogas por diversas vezes em entrevistas e publicações nas redes sociais on-line. No dia 07 de julho de 2020, quando Bolsonaro divulgou seu diagnóstico positivo para a Covid-19, continuou defendendo o uso do medicamento, usando o seu próprio caso como exemplo. Em 25 de julho do mesmo ano, com uma caixa de hidroxicloroquina na mão⁴⁰, o líder do Executivo anunciou, nas suas redes sociais on-line, que estava curado, exaltando o uso do remédio.

No dia 20 de maio de 2020, a Organização Mundial da Saúde (OMS) já havia anunciado que não recomendava o uso de hidroxicloroquina e cloroquina no tratamento da Covid-19⁴¹. Segundo a entidade, as drogas deveriam ser usadas somente em estudos clínicos, em hospitais, e sob supervisão médica por apresentarem efeitos colaterais. Em 23 de julho de 2020, foi publicado um estudo

³⁹ “Bolsonaro completa 410 dias de propaganda de remédio ineficaz contra a covid”. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/blog/octavio-guedes/post/2021/05/04/bolsonaro-completa-410-dias-de-propaganda-de-remedio-ineficaz-contr-a-covid.ghtml>>. Acesso em 08 de abril de 2023.

⁴⁰ “Com hidroxicloroquina na mão, Bolsonaro anuncia teste negativo para covid-19”. Disponível em: <<https://www.estadao.com.br/politica/com-hidroxicloroquina-na-mao-bolsonaro-anuncia-teste-negativo-para-covid-19/>>. Acesso em 08 de abril de 2023.

⁴¹ “OMS recomenda que cloroquina só seja usado em experimentos, sob supervisão”. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2020/05/oms-recomenda-que-cloroquina-so-seja-usada-em-experimentos-sob-supervisao.shtml>>. Acesso em 08 de abril de 2023.

brasileiro⁴² na revista científica *The New England Journal of Medicine*, evidenciando que o uso da hidroxicloroquina, associada ou não ao antibiótico azitromicina, não tem eficácia no tratamento de pacientes internados com quadros leves e moderados de Covid-19. A pesquisa, realizada com 667 pacientes de 55 hospitais, verificou ainda que o uso dos medicamentos pode aumentar o risco de arritmia cardíaca e lesões no fígado. Outros estudos internacionais já haviam indicado que o uso da hidroxicloroquina não tinha eficácia para os casos graves.

A despeito da ausência da comprovação científica de sua eficácia e dos efeitos colaterais causados, o governo federal determinou que os laboratórios do Exército e da Marinha produzissem cloroquina em grande escala⁴³, em 2020. Os laboratórios que têm licença junto à Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) para produzirem os medicamentos, para auxiliar no combate da malária no país, sintetizaram 3,2 milhões de comprimidos da droga em 2020. A produção foi 25 vezes maior do que a produção habitual por ano — até 2019 eram produzidos 250 mil comprimidos a cada dois anos para o combate à malária. A maior parte dos medicamentos, mais de 2,4 milhões, foi distribuída via Ministério da Saúde a secretarias de saúde de estados e municípios brasileiros. A cloroquina integrava ainda o chamado “kit Covid” (aspas nossa), do qual fazia parte também a ivermectina, outro medicamento sem comprovação científica de eficácia no combate à Covid.

Segundo Gutemberg (2021), o comportamento do então presidente de defender o uso de medicamentos sem comprovação científica na prevenção e cura da Covid-19 desloca o debate sobre a pandemia para o terreno da polarização política. Em uma análise das 100 postagens marcadas como as mais relevantes publicadas no Instagram ligadas às *hashtags* #cloroquinasalvavidas e #cloroquinanãoprevinecovid19, realizada em setembro de 2020, o autor constatou que enquanto ao investigar a primeira *hashtag* foram encontradas publicações majoritariamente ligadas à base política de Bolsonaro, a segunda *hashtag* referia-se a publicações, em sua maioria, contrárias ao presidente.

⁴² “Maior estudo brasileiro mostra que hidroxicloroquina não funciona para caso leve e moderado de covid”. Disponível em:

<<https://www.estadao.com.br/saude/estudo-brasileiro-mostra-que-hidroxicloroquina-nao-funciona-para-caso-leve-e-moderado-de-covid/>>. Acesso em: 08 de abril de 2023.

⁴³ “O mapa da cloroquina: como governo Bolsonaro enviou 2,8 milhões de comprimidos para todo o Brasil”. Disponível em: <<https://apublica.org/2021/03/o-mapa-da-cloroquina-como-governo-bolsonaro-enviou-28-milhoes-de-comprimidos-para-todo-o-brasil/>>. Acesso em 08 de abril de 2023.

Dessa forma, verificou que a discussão sobre um tema que deveria permanecer, prioritariamente, na esfera da saúde, sendo fundamentada cientificamente, acabou sendo usada como estratégia para a polarização política. Em consonância com a era da pós-verdade, aponta Gutemberg (2021), em que as emoções e crenças pessoais ganham mais relevância na tomada de decisões do que a realidade objetiva, o fato de um presidente eleito apresentar um remédio como cura leva imediatamente uma parcela considerável da sociedade a absorver o seu discurso devido à confiança em que deposita pelo cargo que ocupa.

Recuero, Soares e Zago (2021) também identificaram a influência da polarização política na discussão sobre o combate à pandemia. Ao analisar a circulação de links desinformativos a respeito da hidroxicloroquina e da cloroquina no Twitter, relativa ao período entre 01 de março de 2020 a 20 de julho do mesmo ano, constaram a existência de uma rede polarizada, com a formação de dois grupos distintos que tendem a compartilhar os links de mesmo posicionamento dentro de sua comunidade, e que os links que circulam em um grupo não circulam, em sua maioria, no outro. A pesquisa que investigou 159.560 *tweets* que continham 106.222 URLs, aprofundando a análise nas 100 URLs que mais circularam em cada um dos grupos, também observou que no grupo pró-hidroxicloroquina dos 100 links de maior circulação, 72 deles continham algum tipo de desinformação. Já no grupo anti-hidroxicloroquina foram identificados somente 7 links desinformativos.

Os autores ainda constataram que as URLs que continham desinformação eram originárias, majoritariamente, de veículos “hiperpartidários”. Segundo Recuero, Soares e Zago (2021) esses veículos se referem a mídias, geralmente, nativas digitais que produzem conteúdo sem compromisso com as normas éticas do jornalismo visando objetivos políticos. Já as URLs que continham informação verídica vieram, majoritariamente, de veículos jornalísticos tradicionais e fontes institucionais, como universidades e ministérios.

Em relação ao conteúdo dos links pró-hidroxicloroquina, os pesquisadores detectaram a predominância de declarações do então presidente Jair Bolsonaro, de ministros e de estudos que, supostamente, mostrariam que o medicamento matava o coronavírus. No outro grupo, nos links anti-hidroxicloroquina havia, principalmente, conteúdos factuais sobre a não recomendação do uso do medicamento em testes pela OMS, além de links para periódicos científicos. Por fim, a pesquisa ainda observou que o grupo em defesa da droga é mais ativo em repassar os links para outros

usuários da rede do que o grupo contrário, aumentando, assim, a propagação da desinformação. “O partidarismo, a polarização e a ação de usuários muito ativos podem influenciar negativamente a circulação de conteúdo verdadeiro, que permite que a população se engaje com as políticas públicas de combate à doença” (RECUERO, SOARES & ZAGO, 2021, p. 12).

Outra pesquisa que corrobora a existência de uma íntima relação entre a polarização política e as discussões sobre as medidas de combate à pandemia foi realizada por Alcantara e Ferreira (2020), que investigaram o fluxo de desinformação no contexto da pandemia de Covid-19 e como os assuntos relacionados a saúde e política foram articulados. Em uma amostra de 197 publicações relacionadas à pandemia, classificadas como conteúdos desinformativos pela agência de *fact-checking* Aos Fatos, e que circularam nas redes Facebook, Instagram, WhatsApp e Twitter, entre janeiro e maio de 2020, os autores identificaram “que as narrativas de desinformação predominantes no debate público estão à luz da postura, das declarações e dos atos do presidente Jair Bolsonaro” (ALCANTARA & FERREIRA, 2020, p. 149).

Ao analisar o *corpus* de pesquisa, os autores constataram que nos dois temas mais abordados — “Tratamentos e prevenção” e “Número de casos e mortes” — predominam a minimização do risco da pandemia. No primeiro caso, prevalece a recomendação de remédios caseiros ou sem comprovação científica, em particular, a cloroquina; no segundo, a quase totalidade dos conteúdos alega a existência de fraudes para aumentar o número de óbitos. Nesta segunda categoria, uma das narrativas de maior engajamento público trata-se de uma falsa alegação⁴⁴ de que caixões estariam sendo enterrados contendo pedras com o objetivo de aumentar, de forma fraudulenta, o número de mortes por Covid-19. Já a terceira temática mais recorrente corresponde ao “Isolamento social” com conteúdos de crítica às medidas de quarentena, colocando-as como exagero e sendo prejudiciais à economia, com apoio ao posicionamento do então presidente que defendia a retomada das atividades.

⁴⁴ “Mulher que divulgou vídeo fake sobre caixões cheios de pedra em BH é indiciada pela Polícia Civil”. Disponível em: < <https://g1.globo.com/mg/minas-gerais/noticia/2020/08/24/mulher-que-divulgou-video-fake-sobre-caixoes-cheios-de-pedra-em-bh-e-indiciada-pela-policia-civil.ghml> >. Acesso em 10 de fevereiro de 2023.

A análise sugere que, no Brasil, a própria pandemia foi enquadrada no contexto da disputa política local, bem como pela polarização e toxidade que têm caracterizado o debate público no país, o que ficou refletido nas narrativas de desinformação sobre a covid-19. A desinformação sobre a pandemia atuou em compasso com vozes e agendas específicas, em semelhança com o demonstrado por outros estudos no período eleitoral de 2018 e em pontos de inflexão da atual governação brasileira. Este processo pode ter agravado, no país, os efeitos da maior crise sanitária de nossa geração, influenciando medidas de resposta, e não de somenos importância, as reações da população. (ALCANTARA & FERREIRA, 2020, p. 155).

Em consonância com os resultados das pesquisas acima citadas, as reações do então líder do Executivo, Jair Bolsonaro, diante da emergência da pandemia de Covid-19, suscitaram críticas de amplos setores da sociedade nacional e internacional. Não só ao considerar o período de seis meses, de março a outubro de 2020, que corresponde às datas das publicações analisadas pela presente tese, mas até o final de seu mandato, a gestão do então presidente em relação ao surgimento do coronavírus até a campanha de vacinação, pode ser considerada, no mínimo, desastrosa.

Além de defender o uso de medicamentos sem comprovação científica de eficácia, como é o caso da cloroquina e da hidroxicloroquina, como já foi mencionado, suas declarações públicas⁴⁵ para se referir à pandemia, usando termos como “gripezinha”, “histeria”, “fantasia”, “frescura”, “mimimi”, inclusive em pronunciamentos oficiais em redes de televisão e rádio, tornaram-se notórias. Ademais, as principais medidas de combate à propagação do coronavírus, antes do desenvolvimento da vacina, consideradas um consenso pelas autoridades científicas e sanitárias em todo o mundo — o uso de máscaras de proteção e o isolamento social — também foram criticadas em seus discursos. No dia 25 de fevereiro de 2021, quando o país registrou 1.582 mortes pela Covid-19 em 24h, o primeiro recorde de mortes diárias causadas pela doença, o então presidente criticou o uso de máscaras⁴⁶, em sua live semanal no YouTube, apresentando supostos malefícios de seu uso, apontados em estudos, sem citar a origem dos dados. Em outro momento, mesmo com mais de 400 mil mortes

⁴⁵ “Relembre o que Bolsonaro já disse sobre a pandemia, de gripezinha e país de maricas a frescura e mimimi”. Disponível em: < <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2021/03/relembre-o-que-bolsonaro-ja-disse-sobre-a-pandemia-de-gripezinha-e-pais-de-maricas-a-frescura-e-mimimi.shtml> >. Acesso em 14 de abril de 2023.

⁴⁶ “Em dia de recorde de mortes por Covid-19 no Brasil, Bolsonaro fala contra uso de máscaras”. Disponível em: < <https://www1.folha.uol.com.br/eqilibrioesaude/2021/02/em-dia-de-recorde-de-mortes-por-covid-19-no-brasil-bolsonaro-fala-contr-uso-de-mascaras.shtml> >. Acesso em 14 de abril de 2023.

causadas pela Covid-19 no Brasil, no dia 17 de maio de 2021, o chefe de Estado chegou a chamar de “idiotas”⁴⁷ os brasileiros que ficavam em casa, respeitando as medidas de isolamento social.

O número de mortes oficialmente registrado pela Covid-19 também foi alvo das críticas de Jair Bolsonaro. Por diversas vezes, mesmo sem provas, colocou em dúvida a veracidade dos laudos que atestavam os óbitos causados pela doença e o número de pacientes internados. No dia 11 de junho de 2020, em sua live semanal, sugeriu que as pessoas “arranjassem um jeito”⁴⁸ de invadir hospitais com uma câmera para filmar e checar se os leitos estariam de fato sendo ocupados por pacientes acometidos por Covid-19.

2.3.1 Do discurso à ação: o negacionismo científico e a desinformação refletidos na gestão de combate à pandemia no Brasil

Não só no âmbito do discurso, mas também as ações governamentais do chefe de Estado brasileiro no combate à pandemia mostraram-se equivocadas. No primeiro ano da pandemia, no período entre março de 2020 a março de 2021, o Ministério da Saúde, órgão do Poder Executivo Federal responsável por coordenar as políticas públicas em prol da saúde da população, área fundamental para as ações de combate durante uma crise sanitária, passou por grave instabilidade com a nomeação de quatro diferentes ministros.⁴⁹

No dia 16 de abril de 2020, menos de dois meses da chegada do novo coronavírus no Brasil, ocorreu a demissão do então ministro da Saúde, o médico Luiz Henrique Mandetta, devido à discordância de Bolsonaro em relação às medidas de contenção da pandemia defendidas por Mandetta que, por sua vez, também eram as recomendadas pela OMS. Além do isolamento social, ambos divergiam também sobre

⁴⁷ “Bolsonaro critica isolamento na pandemia: ‘Tem alguns idiotas que até hoje ficam em casa’.” Disponível em: < <https://www.estadao.com.br/politica/bolsonaro-critica-isolamento-na-pandemia-tem-alguns-idiotas-que-ate-hoje-ficam-em-casa/> >. Acesso em 14 de abril de 2023.

⁴⁸ “Bolsonaro incentiva invasão a hospitais para checar ocupação”. Disponível em: < <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/ansa/2020/06/12/bolsonaro-incentiva-invasao-a-hospitais-para-checar-ocupacao.htm> >. Acesso em 15 de abril de 2023.

⁴⁹ “Mandetta, Teich, Pazuello e Queiroga: os 4 ministros da Saúde da pandemia”. Disponível em: < <https://noticias.uol.com.br/saude/ultimas-noticias/redacao/2021/03/15/mandetta-teich-pazuello-e-queiroga-os-4-ministros-da-saude-da-pandemia.htm> >. Acesso em 15 de abril de 2023.

o tratamento com o uso da cloroquina, fortemente defendida por Bolsonaro, mas sem eficácia comprovada cientificamente.

Em seu lugar, foi nomeado o médico Nelson Teich que permaneceu no Ministério até 15 de maio de 2020, menos de um mês. O motivo da sua saída foi semelhante à demissão de Mandetta, pois Teich apesar de ser um pouco mais flexível sobre o isolamento social do que seu antecessor, também não aceitava a recomendação do uso da cloroquina e alegou não ter autonomia para exercer a sua função — sequer foi consultado quando o governo federal editou um decreto que ampliava as atividades consideradas essenciais para incluir academias e salões de beleza. Após ser pressionado⁵⁰ por Bolsonaro para mudar o protocolo médico liberando o uso da cloroquina em pacientes com quadros leves de Covid-19, mesmo contra as evidências científicas, Teich pediu demissão.

Com a saída de Nelson Teich, o general da ativa do Exército, Eduardo Pazuello, passou a ser ministro interino da Saúde até a escolha de um nome que fosse mais adequado, já que o general não tinha formação na área médica. Porém, Pazuello comandou o órgão por dez meses, período em que o país enfrentou recordes diários de mortes, superlotação em hospitais e tragédias como a que ocorreu em Manaus, no Amazonas, quando pacientes internados por Covid-19 faleceram por falta de oxigênio. No dia 15 de março de 2021, diante das críticas pela intensificação da crise sanitária do país que levou, inclusive, à abertura de um inquérito⁵¹ para apurar a conduta de Pazuello no colapso dos hospitais em Manaus, o médico Marcelo Queiroga assumiu o Ministério da Saúde.

Como é possível constatar, a desinformação e o negacionismo científico não foram só observados nos discursos de Jair Bolsonaro mas também se refletiram em diversas ações de seu governo. De acordo com um estudo⁵², realizado pelo Centro de Pesquisas e Estudos de Direito Sanitário (CEPEDISA) da Faculdade de Saúde Pública (FSP) da Universidade de São Paulo (USP) e a Conectas Direitos Humanos,

⁵⁰ “Após ultimato sobre cloroquina, Teich pede demissão do Ministério da Saúde”. Disponível em: < <https://www1.folha.uol.com.br/equilibriosaude/2020/05/apos-ultimato-sobre-cloroquina-teich-pede-demissao-do-ministerio-da-saude.shtml> >. Acesso em 15 de abril de 2023.

⁵¹ “PF abre inquérito para investigar conduta de Pazuello em Manaus”. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/politica/pf-abre-inquerito-para-investigar-conduta-de-pazuello-em-manaus/>>. Acesso em 15 de abril de 2023.

⁵² “Pesquisa revela que Bolsonaro executou uma ‘estratégia institucional de propagação do vírus’.” Disponível em: < <https://brasil.elpais.com/brasil/2021-01-21/pesquisa-revela-que-bolsonaro-executou-uma-estrategia-institucional-de-propagacao-do-virus.html> >. Acesso em 16 de abril de 2023.

que analisou 3049 normas federais relacionadas à pandemia, produzidas entre março de 2020 a janeiro de 2021, o Governo brasileiro, sob a liderança do então presidente Jair Bolsonaro, promoveu uma estratégia institucional de propagação do coronavírus.

A partir da análise de leis, decretos, medidas provisórias, portarias, resoluções e instruções normativas do Governo Federal, assim como o levantamento das declarações públicas do chefe de Estado, a pesquisa aponta que houve um plano e uma ação sistemática da atuação da União em prol da disseminação do vírus no território nacional com o objetivo de retomar a atividade econômica o mais rápido possível e a qualquer custo. Nesse sentido, as notícias falsas e informações técnicas sem comprovação científica, disseminadas por Bolsonaro, tiveram o propósito calculado de desacreditar as autoridades sanitárias e promover o ativismo político contra as medidas de saúde pública para conter o avanço da Covid-19.

Não só no âmbito acadêmico, mas também na esfera da sociedade civil, levantamentos indicam a culpabilidade do Governo Federal e de seus aliados nas milhares de mortes pela Covid-19, devido às ações tomadas e ao discurso desinformativo. Segundo o relatório final⁵³ da Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) da Covid-19, instaurado pelo Senado para investigar as ações e omissões do Governo Federal no enfrentamento da pandemia e os repasses federais a estados e municípios, o então presidente Jair Bolsonaro é o principal responsável⁵⁴ pelas falhas cometidas nas ações que contribuíram para as mais de 600 mil mortes (números computados até o momento do relatório final) causadas pela Covid-19 no país.

A comissão, composta por 11 senadores, entre governistas e oposição, iniciou a apuração em 27 de abril de 2021, contando com mais de 50 depoimentos, entre empresários, políticos, médicos, pesquisadores e familiares de vítimas, além da análise de 8,4 terabytes de documentos sigilosos, o que resultou em um relatório de 1.179 páginas, apresentado no dia 20 de outubro de 2021. Após as investigações, a comissão indicou 68 propostas de indiciamento de culpados, entre eles membros do Governo Federal, atores políticos, profissionais da saúde, blogueiros e empresários,

⁵³ “Leia a íntegra do relatório final da CPI da pandemia”. Disponível em:

< <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/leia-a-integra-do-relatorio-final-da-cpi-da-pandemia/> >. Acesso em 17 de abril de 2023.

⁵⁴ “Os principais culpados pelas mais de 600.000 mortes de covid-19 no Brasil, segundo a CPI da pandemia”. Disponível em: < <https://brasil.elpais.com/brasil/2021-10-21/os-principais-culpados-pelas-mais-de-600000-mortes-da-covid-19-no-brasil-segundo-a-cpi-da-pandemia.html> >. Acesso em 17 de abril de 2023.

sendo a maioria das acusações a incitação ao crime, no caso dos disseminadores de *fake news*, e epidemia com resultado morte, referente aos defensores de tratamento precoce e de outras medidas sanitárias comprovadamente ineficazes.

No caso do então presidente Jair Bolsonaro, as denúncias que englobam Código Penal — crimes de epidemia com resultado morte, infração de medida sanitária preventiva, charlatanismo, incitação ao crime, falsificação de documento particular, emprego irregular de verbas públicas e prevaricação; o Tratado de Roma — crimes contra a humanidade, nas modalidades de extermínio, perseguição e outros atos desumanos e crimes de responsabilidade — violação do direito social e incompatibilidade com dignidade, honra e decoro do cargo — podem chegar a penas de 68 anos de prisão.

No entanto, apesar da gravidade das evidências encontradas, passados mais de um ano após a aprovação do relatório final da CPI da Covid-19, não houve a punição de nenhum acusado. Com a finalização dos trabalhos, o relatório foi enviado ao Ministério Público Federal (MPF) e à Procuradoria-Geral da República (PGR) para dar seguimento aos indiciamentos, pois a CPI só pode exercer o papel investigativo, cabendo às outras instâncias a competência da denúncia formal.

Em julho de 2022, pouco antes da campanha eleitoral presidencial, a PGR conseguiu arquivar as cinco principais acusações⁵⁵ contra Bolsonaro no Supremo Tribunal Federal (STF): a responsabilidade pelo aumento do número de mortes na pandemia, crimes de prevaricação, charlatanismo, uso irregular de verbas e infração de medidas sanitárias. Até novembro de 2022, antes de Jair Bolsonaro deixar o Palácio do Planalto e perder o foro privilegiado, a PGR já havia requerido ao (STF) o arquivamento de nove apurações⁵⁶ relacionadas à CPI da Covid-19. Os demais inquéritos seguem em andamento mas sem conclusões.

Ainda que o *corpus* analisado para a presente tese corresponda aos seis primeiros meses da pandemia, consideramos importante trazer essa breve explanação dos desdobramentos da Covid-19 no Brasil, relacionados à gestão do

⁵⁵ “PGR enterra CPI da Covid e facilita discurso eleitoral de Bolsonaro sobre a pandemia”. Disponível em: < <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/07/pgr-enterra-cpi-da-covid-e-facilita-discurso-eleitoral-de-bolsonaro-sobre-a-pandemia.shtml> >. Acesso em 17 de abril de 2023.

⁵⁶ “PGR pede arquivamento em série de investigações que atingem Bolsonaro; Supremo dá protagonismo à PF”. Disponível em: < <https://www.estadao.com.br/politica/pgr-pede-arquivamento-em-serie-de-investigacoes-que-atingem-bolsonaro-supremo-da-protagonismo-a-pf/> >. Acesso em 17 de abril de 2023.

então presidente Bolsonaro, com especial atenção aos seus discursos, já que o objeto de pesquisa mostra-se intimamente vinculado à sua figura pessoal e política. Propositamente, não abordamos a temática da vacinação, que demandaria uma análise extensa, pois como o *corpus* trata-se do início da pandemia, o então presidente ainda não havia se pronunciado sobre as vacinas, o que explica a ausência de publicações a respeito nos grupos pesquisados.

Posto isso, enquanto neste capítulo nos dedicamos a mostrar os principais elementos que se relacionam entre si no universo do objeto da presente pesquisa, no capítulo a seguir, trataremos do ator principal do *corpus* — as mulheres e suas relações nas redes sociais on-line.

CAPÍTULO 3 – MULHERES, REDES SOCIAIS E OS MOVIMENTOS POLÍTICOS FEMININOS NA CONTEMPORANEIDADE

Neste capítulo, primeiramente, serão discutidas as relações das mulheres com as redes sociais on-line, em uma perspectiva de gênero, abordando as diferenças referentes ao ambiente digital, desde o acesso à internet e aos dispositivos tecnológicos até os diferentes usos que homens e mulheres fazem das redes sociais on-line. Além disso, será abordado como o próprio ambiente digital também reitera a desigualdade de gênero, corroborando com as relações de poder.

Em seguida, a discussão será concentrada nos movimentos políticos femininos, fazendo uma retrospectiva histórica dos principais pontos da luta feminista, assim como do seu contramovimento: o antifeminismo, chegando até os dias atuais.

3.1 As mulheres e o uso das redes sociais on-line: uma abordagem de gênero

Apesar do desenvolvimento tecnológico, especialmente nas últimas décadas, atrelado à popularização da rede móvel de internet trazer a promessa da universalização do acesso a esses recursos, com uma plena inclusão tecnosocial, o ambiente on-line ainda reflete as desigualdades de gênero⁵⁷ e as relações de poder existentes na sociedade (OLIVEIRA; SILVA; SILVEIRA, 2020). De acordo com o último levantamento da *International Telecommunication Union - ITU* (União Internacional de Telecomunicações), agência especializada das Nações Unidas (ONU) para tecnologias de informação e comunicação - TICs, divulgado em 30 de novembro de 2022, há uma significativa diferença de gênero dentro da exclusão digital.

Em seu relatório '*Facts and Figures 2022*'⁵⁸, os dados mostram que embora as mulheres representem quase metade da população mundial, há 259 milhões a menos de mulheres que têm acesso à internet do que os homens, ou seja, apenas 63% das mulheres estavam usando a internet em 2022 em comparação com 69% dos homens. Segundo o estudo, a diferença de gênero é ainda maior em países de baixa renda, nestes 21% das mulheres estão on-line em comparação com 32% dos homens. Em

⁵⁷ O conceito de gênero será melhor discutido na próxima seção do capítulo que abordará os movimentos feministas.

⁵⁸ Relatório '*Facts and Figures 2022*'. Disponível em: < <https://www.itu.int/itu-d/reports/statistics/facts-figures-2022/> >. Acesso em 19 de abril de 2023.

termos globais, estima-se que, aproximadamente, um terço da população mundial — 2,7 bilhões de pessoas — ainda esteja desconectada da internet, devido, principalmente, ao custo dos serviços para a conexão.

No Brasil, os dados também apontam para uma diferença de gênero e classe social no acesso à internet. De acordo com a última pesquisa⁵⁹ realizada sobre o uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos Domicílios brasileiros (TIC Domicílios) divulgada em 21 de junho de 2022 pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), 80% das mulheres brasileiras têm acesso à internet, enquanto 82% dos homens apresentam essa condição. Apesar da diferença percentual não ser alta, o relatório⁶⁰ aponta outro indicativo mais problemático: o acesso à internet exclusivamente pelo telefone celular foi mais recorrente entre os usuários das áreas rurais (83%), entre as mulheres (68%) e entre pretos (65%) e pardos (69%), sendo também maior nas classes C (67%) e DE (89%) quando comparadas às classes A (32%) e B (33%).

Esse é um marcador importante das diferenças das condições de acesso à rede, segundo o estudo, já que o tipo de dispositivo utilizado tem associação com as atividades que podem ser realizadas, além de estar relacionado ao desenvolvimento de habilidades digitais. “A histórica exclusão digital recai na população rural, a menos conectada, e nas mulheres negras (pretas e pardas). E quando esses grupos acessam a Internet há uma diferença na qualificação da conexão” (LOPES, CARDOSO & LEAL, 2022, p. 135).

A diferença de gênero e classe não está só no acesso à internet e aos dispositivos tecnológicos que possibilitam a conexão, mas, também, pode ser verificada no uso das plataformas de mídias sociais das quais as redes sociais on-line fazem parte. Como aponta o ‘*Digital 2023 – Global Overview Report*’⁶¹, produzido pela agência global *We are Social* em parceria com a *Meltwater*, 59,4% da população

⁵⁹ “Em 2021, 82% dos domicílios brasileiros tinham acesso à internet”. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2022-06/em-2021-82-dos-domicilios-brasileiros-tinham-acesso-internet>>. Acesso em 19 de abril de 2023.

⁶⁰ “Pesquisa sobre o uso das Tecnologias de Informação e Comunicação dos domicílios brasileiros – TIC Domicílios 2021”. Disponível em: <<https://cetic.br/pt/publicacao/pesquisa-sobre-o-uso-das-tecnologias-de-informacao-e-comunicacao-nos-domicilios-brasileiros-tic-domicilios-2021/>>. Acesso em 19 de abril de 2023.

⁶¹ ‘*Digital 2023 – Global Overview Report*’. Disponível em: <<https://wearesocial.com/uk/blog/2023/01/the-changing-world-of-digital-in-2023/>>. Acesso em 20 de abril de 2023.

mundial é usuária de alguma plataforma de mídia social, o que representa 4,76 bilhões de pessoas, sendo que desse total, 46,3% são mulheres e 53,7% são homens.

Em relação às regiões, a maior conexão às plataformas é encontrada na Europa (83,6%) e a menor na região da África Central (7,4%). Já as maiores disparidades entre os gêneros são encontradas no Sul da Ásia (29% das mulheres conectadas e 71% dos homens) seguido do Norte da Ásia (38% de mulheres e 62% de homens) e da África Central (40% de mulheres e 60% de homens).

Entre as plataformas de mídias sociais mais usadas, em primeiro lugar está o Facebook, como já mencionamos no primeiro capítulo desta tese, com 2,9 bilhões de usuários ativos mensais, o que corresponde a 36,9% da população total existente no planeta e a 47,2% se considerarmos somente as pessoas acima de 13 anos no mundo. Sobre a diferença de gênero no Facebook, o relatório '*Digital 2023 – Global Overview Report*' traz dois dados pertinentes. O primeiro é referente à audiência que os anúncios podem alcançar na rede, de 43,7% de mulheres e 56,3% de homens. O segundo trata sobre a audiência que o mercado pode esperar, especificamente, com anúncios em formato *reels* no Facebook: 37,6% de mulheres e 62,4% de homens, uma diferença de mais de 60%.

Para compreender a significativa desigualdade de gênero relacionada à audiência dos anúncios no Facebook, a análise de um outro fator, certamente, poderá contribuir de modo relevante: as diferentes finalidades para as quais homens e mulheres usam as redes sociais on-line de acordo com os papéis tradicionais que desempenham na sociedade. Ao investigar os possíveis efeitos do gênero sobre os usos e práticas com as TICs, Pinto, Silva e Fiúza (2021) identificaram que o uso e apropriação das novas tecnologias e redes sociais on-line estão associados às representações do “ser mulher” e “ser homem” na sociedade, perfazendo desigualdades de gênero. Apesar das mulheres apresentarem uma frequência de uso maior das redes sociais on-line, em especial do Facebook, passando mais tempo conectadas, a pesquisa realizada pelos autores mostrou que o público feminino era mais propenso a buscar interação social e a manutenção de relacionamentos, além de informações sobre os cuidados com a casa e com a família. Já entre os homens verificou-se uma tendência a buscar notícias sobre esportes, política, finanças e oportunidades de emprego, além do interesse na participação de jogos on-line.

Os dados ainda mostraram que enquanto os interesses das mulheres estavam, prioritariamente, voltados para a gestão do espaço familiar doméstico, no caso

masculino, o objetivo maior era aumentar o reconhecimento profissional, expondo imagens para a reafirmação do “ser homem” e de sua posição de poder no espaço público. “As práticas de utilização das mídias, nas suas diversas funcionalidades, se mostraram associadas aos papéis sociais que ambos desempenham no espaço doméstico e no trabalho” (PINTO; SILVA; FIÚZA, 2021, p.14). Os autores ressaltam que, embora o grupo pesquisado fosse constituído por profissionais de ambos os sexos que trabalham por tempo integral fora de casa, os resultados mostraram que esta condição não flexibilizou os padrões de gênero constituídos historicamente.

Entretanto, se por um lado, homens e mulheres procuram as redes sociais on-line por motivos e usos diferentes, também há que se considerar o papel dessas tecnologias na corroboração dos estereótipos de gênero, como pontua Rossi (2016). Para o autor, tendo em conta que o processo de socialização não se restringe até o limiar da vida adulta, mas trata-se de um aspecto contínuo, a abundante oferta de referências simbólicas e comportamentais, propiciada pelas mídias digitais, tem papel relevante em processos socializadores, tanto na manutenção quanto na percepção dos elementos diferenciadores de gêneros, reforçando, muitas vezes, a crença em sua “naturalidade” por meio de imagens e narrativas.

Nos conteúdos compartilhados e reproduzidos nas redes sociais on-line e nas mídias digitais, Rossi (2016) observou a predominância da imagem feminina ligada, essencialmente, aos ideais do casamento heteronormativo e da maternidade, em uma idealização romântica de que a “natureza feminina” seria mais inclinada à afetividade. Neste sentido, verifica-se que mesmo nos discursos que, aparentemente, tinham o intuito de desconstruir ou questionar esses estereótipos femininos persistia a ideia de relacionar a autoestima feminina a seu valor estético e à conquista ou manutenção de um relacionamento afetivo. Dessa forma, o autor também constata a presença de perspectivas constituídas em torno das emoções que são mobilizadas para reiterar as diferenciações “naturais” de gênero, reproduzindo, pela via dos afetos, relações de desigualdade e dominação, o que se reflete na construção de identidades femininas e nas relações sociais entre os gêneros.

Uma série de normas sociais específicas permeia as relações mediadas pelas novas tecnologias de comunicação, e também nelas há limites, interditos, prescrições e modos considerados legítimos e desejáveis de expressão de gostos e afetos. E todos esses, mais ou menos diretamente, passam pelo escrutínio de demarcações de gênero e expressam a manutenção de relações gendradas de poder. O exemplo mais patente seria

o dos casos de pornografia de vingança, como forma de abuso majoritariamente exercido por homens sobre mulheres. (ROSSI, 2016, p. 38).

Como ressalta o autor, na maioria dos casos conhecidos, os responsáveis pela chamada pornografia de vingança, na qual as imagens íntimas de mulheres são divulgadas na internet, são ex-parceiros de relacionamentos duradouros. Nestes casos de violência simbólica, Rossi (2016) destaca que o escrutínio diferenciado por gênero também é perceptível quando, além de sofrerem o constrangimento de ter a sua privacidade violada, as mulheres ainda são culpabilizadas por parcelas significativas da população que as censuram por permitirem ser filmadas e/ou fotografadas por seus parceiros íntimos.

Segundo dados da SaferNet Brasil, organização não governamental que atua em parceria com o Ministério Público Federal, a exposição de imagens íntimas sem consentimento lidera o ranking⁶² das principais violações de direitos na internet. De acordo com o levantamento, somente em 2019, houve 467 denúncias deste tipo de crime, com as mulheres representando 55% das vítimas. Além disso, em outras infrações relacionadas ao ambiente digital, o público feminino também é o que mais busca a organização para denúncias, como nos casos de encontros virtuais (86%), cyberstalking (85%), aliciamento sexual infantil on-line (80%), divulgação de conteúdo de ódio ou violência (69,7%) e cyberbullying (61,5%).

Já um levantamento a partir de informações do Conselho Nacional de Justiça (CNJ) e da consulta aos Tribunais de Justiça dos estados mostra que, entre janeiro de 2019 e julho de 2022, o Brasil registrou ao menos 5.271 processos judiciais⁶³ envolvendo o registro e a divulgação de imagens íntimas sem consentimento. Isso representa uma média de quatro registros por dia, sendo as mulheres a maioria das vítimas. Os dados divulgados do estado de São Paulo revelam que 87% das vítimas citadas em boletins de ocorrência no estado se refere ao público feminino. Entretanto,

⁶² “Exposição de imagens íntimas sem consentimento lidera ranking de violação de direitos na internet”. Disponível em: < <https://g1.globo.com/sp/santos-regiao/educacao/noticia/2020/10/17/exposicao-de-imagens-intimas-sem-consentimento-lidera-ranking-de-violacao-de-direitos-na-internet.ghtml> >. Acesso em 21 de abril de 2023.

⁶³ “Brasil tem ao menos 4 processos por dia por registro e divulgação de imagens íntimas sem consentimento”. Disponível em: < <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2023/02/05/brasil-tem-ao-menos-4-processos-por-dia-por-registro-e-divulgacao-de-imagens-intimas-sem-consentimento.ghtml> >. Acesso em 21 de abril de 2023.

os especialistas apontam que há uma subnotificação dos casos já que as vítimas, em sua maioria mulheres, sentem-se constrangidas e culpadas pela violência sofrida.

Para Oliveira, Silva e Silveira (2020), as subnotificações das violências cibernéticas são reforçadas pela crença social de que as mulheres são culpadas pelo ocorrido e que, portanto, devem assumir a responsabilidade pelo compartilhamento.

Acrescentado a isso atenta-se para as diversas e cotidianas violações e estereótipos de subordinação, objetificação e todas as características englobadas a concepção de feminilidade e que é atrelada a existência e corpo da mulher, e são constantemente perpetrados pelas mídias sociais. (OLIVEIRA, SILVA & SILVEIRA, 2020, p. 451).

Dessa forma, as autoras destacam que o uso e apropriação das novas tecnologias, dentre as quais estão as redes sociais on-line, desenvolvem-se sob a influência dos valores sociopolíticos e culturais próprios do contexto nos quais estão inseridas. Frente a este cenário, Oliveira, Silva e Silveira (2020) ressaltam a importância do uso das ferramentas de comunicação on-line para ampliar e visibilizar, para diferentes campos sociais, as pautas de reivindicação dos direitos das mulheres, em ações que visam lutar contra as discriminações e diversas formas de subjugação da existência da mulher, como tem realizado os diferentes movimentos feministas, o que será visto no tópico a seguir.

3.2 A luta das mulheres pelos seus direitos: o feminismo ontem e hoje

A luta das mulheres por seus direitos e contra a opressão masculina sempre esteve presente na história da humanidade, ainda que, por muitas vezes, não tenha sido devidamente registrada (ALVES; PITANGUY, 1981). Como lembram as autoras, somente a partir do século XVIII, no início do processo revolucionário na França, é que a luta feminina por seus direitos de cidadania começa a ganhar características de uma ação política organizada, obtendo notoriedade histórica.

As mulheres francesas passam a reivindicar mudanças nas leis sobre o casamento, segundo as quais conferiam ao marido poder absoluto sobre o corpo e os bens da esposa. Para as mulheres, essa legislação era uma forma de despotismo incompatível com os princípios da Revolução Francesa, reivindicando, assim, direitos femininos e masculinos iguais. Sob essa bandeira, reuniam-se publicamente, redigiam manifestos, participaram dos principais eventos da Revolução, até que um decreto de 1795, da Assembleia Nacional, proíbe severamente toda e qualquer manifestação

feminina. “Fecha-se assim, formalmente, o acesso da mulher à participação na esfera pública, de acordo, afinal, com as próprias ideias de Rousseau — principal ideólogo da Revolução” (ALVES; PITANGUY, 1981, p. 25). As autoras destacam que, para Rousseau, por natureza, o mundo masculino deveria ser o mundo externo e o feminino deveria se ocupar do mundo interno, ou seja, do âmbito doméstico, a serviço do homem.

Apesar da luta das mulheres francesas ser duramente reprimida sem obter grandes conquistas, Garcia (2015) aponta que diferentes autoras consideram que esse foi um dos momentos-chave para a articulação do movimento feminista no mundo. “Na Revolução Francesa, vemos não apenas o forte protagonismo das mulheres nos eventos revolucionários, mas também a aparição das mais contundentes demandas de igualdade sexual” (GARCIA, 2015, p. 36). Embora a misoginia estivesse presente no pensamento filosófico da maior parte dos intelectuais da época, explica a autora, o feminismo como projeto político, só pôde se articular teoricamente a partir das premissas de liberdade e igualdade de direitos, defendidas na Revolução.

Dessa forma, estavam formadas as bases para as lutas nos anos seguintes. Historicamente, o feminismo é conhecido por ser um movimento dividido em três “ondas”, de acordo com a época em que cada uma se desenvolveu e suas principais bandeiras de luta (PINTO, 2010; CRUZ & DIAS, 2015; GARCIA, 2015; RIBEIRO, 2018). A chamada primeira onda, ocorrida entre as últimas décadas do século XIX e início do século XX, refere-se, principalmente, à luta das mulheres pelo direito ao voto, conhecida como movimento sufragista. A segunda onda, que eclode a partir da década de 1960 e se estende até o final da década de 1970, além de reivindicar a igualdade de direitos políticos e civis passa também a questionar as raízes culturais da desigualdade de gêneros, tendo como uma das suas principais bases teóricas o livro *O segundo sexo*, de 1949, escrito por Simone de Beauvoir. Dessa forma, a segunda onda do feminismo denuncia as relações de poder entre os sexos e “refuta a ideologia que legitima a diferenciação de papéis, reivindicando a igualdade em todos os níveis, seja no mundo externo, seja no âmbito doméstico” (ALVES e PITANGUY, 1981, p.40).

Para Fraser (2019), as feministas da segunda onda ampliaram o número de eixos que abrigavam as injustiças, incluindo assuntos anteriormente privados como sexualidade, serviço doméstico, reprodução e a violência contra as mulheres em suas

diferentes formas, sendo precursoras da “interseccionalidade” característica marcante da terceira onda. Com isso, o resultado descoberto pelas feministas da segunda onda não foi uma lista de questões isoladas. “Ao contrário, o que relacionava a pletora de injustiças recém-descobertas era a noção de que a subordinação das mulheres era sistêmica, fundamentada nas estruturas profundas da sociedade” (FRASER, 2019, p. 35). Dessa forma, propuseram um projeto político transformador baseado na crítica sistêmica da sociedade capitalista, com lutas multidimensionais voltadas contra a exploração econômica, a hierarquia de status e a sujeição política.

Entretanto, como expõe a autora, se por um lado o projeto das feministas da segunda onda foi visionário, por outro, só alcançou maior adesão quando ganhou novos contornos com o advento do neoliberalismo. “As aspirações que tinham impulso emancipatório claro no contexto do capitalismo organizado pelo Estado assumiram um significado muito mais ambíguo na era neoliberal” (FRASER, 2019, p. 40). Ou seja, segundo a autora, a segunda onda do feminismo, mesmo que involuntariamente, forneceu subsídios que foram apropriados pelo neoliberalismo que elaborou uma narrativa de avanço feminino e de justiça de gênero, por meio da entrada em grande escala das mulheres nos mercados de trabalho ao redor do globo, mesmo com salários baixos e condições de trabalho precárias.

3.2.1 O surgimento de “gênero” como categoria de análise e a pluralidade do movimento feminista

É na passagem da segunda para a terceira onda feminista que começam a se desenvolver as principais teorias sobre a relação direta entre gênero e poder. Scott (2019) lembra que o termo “gênero” surgiu pela primeira vez entre as feministas americanas como uma maneira de referir-se à organização social da relação entre os sexos. A palavra, então, indicava uma rejeição ao determinismo biológico implícito no uso dos termos “sexo” ou “diferença sexual”, uma vez que as feministas americanas defendiam o caráter fundamentalmente social das distinções entre homens e mulheres. Posteriormente, como os estudos teóricos sobre as mulheres, até aquele momento, necessitavam de uma abrangência e profundidade maior que não mais cabiam apenas na relação entre experiências masculinas e femininas de formas separadas, o “gênero” foi concebido como uma categoria de análise.

A partir deste momento, como destaca Scott (2019), o termo “gênero” passou a ser usado academicamente pelos estudos feministas, ainda nos anos 1980, para

designar não só “mulheres”, mas para indicar que a informação a respeito das mulheres é necessariamente também sobre os homens, ou seja, um implica o estudo do outro. Desse modo, “gênero” passou a designar as relações sociais entre os sexos, uma forma de se referir às construções sociais das ideias sobre os papéis dos homens e das mulheres. “O gênero é um elemento constitutivo de relações sociais baseado nas diferenças percebidas entre os sexos; e o gênero é uma forma primeira de significar as relações de poder” (SCOTT, 2019, p. 76).

Com o advento da terceira onda, que se inicia na década de 1980, há a priorização do estudo das relações de gênero em suas múltiplas dimensões e a incorporação das causas de outros grupos e minorias, lutando, em especial, contra a homofobia e qualquer preconceito de ordem sexual. Autoras como Butler (2019) começam a teorizar sobre gênero rompendo o seu espectro binário mulher x homem e passando a entendê-lo como resultado de atos performáticos fluidos e em constante mudança. Dessa forma, o gênero deixa de ser uma identidade estável para se constituir em novas configurações de acordo com as temporalidades sociais (BUTLER, 2019).

Devido a diversidade surgida a partir dos anos 80, Cruz e Dias (2015) afirmam que alguns acadêmicos chamam a fase de pós-feminismo, o que está longe de ser um consenso entre as teóricas feministas atuais. No entanto, resguardadas as especificidades e diferenças, os autores destacam que, nessa fase, há o avanço mundial de núcleos de estudos e pesquisas acadêmicas sobre a mulher, gênero e feminismo, em um campo de reflexão transdisciplinar, incluindo diversas abordagens e saberes. Há o encontro entre o feminismo caracterizado como movimento de luta das mulheres e o feminismo acadêmico. As propostas passam a se concentrar na diversidade e na produção discursiva da subjetividade.

Como aponta Pinto (2010), o movimento feminista tem uma característica muito peculiar que não deve ser esquecida pelos estudiosos que tentam entendê-lo: “é um movimento que produz sua própria reflexão crítica, sua própria teoria” (PINTO, 2010, p. 15). Portanto, a pluralidade de conceitos, teorias e práticas está sempre presente. “É importante ressaltar que não existe apenas um enfoque feminista: há diversidade quanto às posições ideológicas, abordagens e perspectivas adotadas, assim como há grupos diversos, com posturas e ações diferentes” (RIBEIRO, 2018, p. 46).

Neste cenário, autores como Martinez (2021) identificam a existência de uma chamada “quarta onda” do feminismo, associada à era digital e à articulação do

movimento nas redes sociais on-line. Martinez (2021) observa que a partir dos anos 2000, o feminismo passa por uma expansão no Brasil com a crescente apropriação das novas tecnologias e o aumento gradual de popularidade até o advento das redes sociais on-line, que propulsionou o ativismo digital feminista. A autora pontua que no momento de expansão das redes sociais on-line, o feminismo procurou abarcar uma diversidade de sujeitos e suas demandas, fragmentando-se em diferentes vertentes e alinhamentos teóricos. “Esta segmentação estritamente marcada por ‘nichos identitários’ se apresenta de forma potente, como a gramática do feminismo cibernético hoje em dia” (MARTINEZ, 2021, p. 3).

No entanto, para as perspectivas teóricas da presente pesquisa, mais do que identificar as correntes históricas do feminismo, o esforço volta-se, prioritariamente, para a problemática dos movimentos femininos atuais, em suas desigualdades e paradoxos. Costa (2004) sublinha que é essencial rever os campos de tensão já que, em grande parte, o antifeminismo se desenvolve a partir do desgaste e das fragilidades dos ideários feministas. A autora avalia que, nos diferentes movimentos em todas as partes do mundo, as desigualdades entre as próprias mulheres têm sido pouco consideradas em suas pautas de luta. “Os movimentos feministas movem-se no campo das lutas por direitos, mas direitos para algumas mulheres apenas” (COSTA, 2004, p.28). Além disso, pontua que, atualmente, devido aos avanços neoliberais, as mulheres se apresentam menos unidas e mais competitivas, imersas em jogos de poder.

Carneiro (2019) ao defender que é preciso “enegrecer o feminismo” também identifica que o movimento, ao longo dos anos, não tem reconhecido as pautas das mulheres negras. “Quando falamos do mito da fragilidade feminina, que justificou historicamente a proteção paternalista dos homens sobre as mulheres, de que mulheres estamos falando?” (CARNEIRO, 2019, p. 375-376). A autora lembra que, ao contrário das mulheres brancas, as negras nunca foram tratadas como frágeis, pois trabalharam durante séculos como escravas em tarefas pesadas, inclusive.

Ribeiro (2018) corrobora a visão ao afirmar que ao tratar a universalização da categoria “mulher”, tendo como base a mulher branca de classe média, muitas das pautas feministas não representaram as mulheres negras. “Trabalhar fora sem a autorização do marido, por exemplo, jamais foi uma reivindicação das mulheres negras ou pobres” (RIBEIRO, 2018, p. 45). Para a autora, é fundamental rever quem são os sujeitos que o feminismo estaria representando. “Se a universalização da

categoria ‘mulheres’ não for combatida, o feminismo continuará deixando muitas delas de fora e alimentando assim as estruturas de poder” (RIBEIRO, 2018, p. 47).

Para Hollanda (2020), o panorama desta segunda década do século XXI, que se mostra tão inesperado quanto assustador, marcado pelo desgaste sem precedentes da democracia representativa, crise do capitalismo global e o retrocesso político representado pela ascensão da direita conservadora, também traz o ativismo digital feminista mais insurgente do que revolucionário. Ademais, o feminismo eurocentrado começa a ser visto como um modo de opressão alinhado ao que rejeita baseado numa branquitude patriarcal, levando ao questionamento de categorias e questões consolidadas pela academia feminista até então. Diante disso, para a autora, é preciso repensar as práticas do feminismo tanto políticas quanto teóricas. “Uma nova história, novas solidariedades, novos territórios epistêmicos impõem urgência em ser sonhados” (HOLLANDA, 2020, p.12).

3.3 O antifeminismo como um contramovimento social

Concomitantemente à crise de paradigmas das teorias feministas, um outro fenômeno ganha crescente destaque em diversas partes do mundo: o antifeminismo, como assinala Bonet-Martí (2020a, 2020b). Com expressões nas áreas sociais, culturais, políticas e religiosas, apesar de não se tratar de um fenômeno inusitado, o autor identifica a emergência de um novo discurso antifeminista nas redes sociais online vinculado à ascensão da direita populista. Neste novo cenário, o discurso antifeminista se caracteriza por uma maior agressividade discursiva, representada principalmente pela misoginia, pelo racismo e pela homofobia, amparados pelo recurso da pós-verdade para defender suas posições, apelando para as emoções em detrimento dos fatos. Em comunidades fechadas, marcadas pela polarização, os membros compartilham as mesmas crenças e opiniões antifeministas, defende Bonet-Martí (2020a).

O autor ainda pontua que apesar das características predominantes da atualidade, é preciso considerar que o antifeminismo também se desenvolveu ao longo dos anos abarcando diferentes temas e práticas, assim como o movimento feminista. No entanto, entre suas diferentes vertentes sempre houve algo em comum — a sua identidade sempre se construiu em oposição ao movimento feminista. Dessa forma, o antifeminismo é conceituado como um “contramovimento”, não se configurando como um movimento social autônomo, mas que se define e evolui

sempre em oposição ao movimento feminista, considerando suas ideias, políticas e demandas, adaptando-se a cada momento histórico (BONET- MARTÍ, 2020a, 2020b; DEVREUX & LAMOUREUX, 2012).

Nesta perspectiva, é possível também identificar “três ondas do antifeminismo” que se formaram em oposição às ondas do feminismo, segundo Bonet-Martí (2020a, 2020b). A primeira onda do antifeminismo, em resposta às demandas da universalização do direito ao voto, caracterizou-se pelo movimento antisufragismo, que considerava a extensão dos direitos políticos às mulheres uma ameaça ao modelo de família tradicional. Após, a Segunda Guerra Mundial, o autor sinaliza que houve um renascimento do antifeminismo coincidindo com a segunda onda do feminismo, principalmente, nos Estados Unidos. Neste momento, a luta contra a descriminalização do aborto ajudou a unir as mulheres conservadoras no movimento antifeminista que também lutava contra a aprovação da *Equal Rights Amendment*, (ERA), que promovia a igualdade jurídica para todos os cidadãos norte-americanos, independente do sexo. Por fim, desde o princípio dos anos 1980, até os dias atuais, junto com a ascensão da terceira onda feminista, o autor observa a formação da terceira onda antifeminista caracterizada pelo movimento antigênero, antifeminismos interseccionais e pelo ciberantifeminismo, como um fenômeno global.

Aguiar e Pereira (2019) sublinham que, no Brasil, a partir de 2014, grupos antifeministas passaram a se multiplicar nas redes sociais, junto com a ascensão da chamada “nova direita” no país. Os autores destacam que, em 2018, foi realizado o 1º Congresso Antifeminista do Brasil, na cidade do Rio de Janeiro, com grande parte dos participantes usando camisas de apoio ao então candidato à Presidência da República, Jair Bolsonaro. Ao realizarem uma pesquisa sobre os primeiros nove meses de seu governo, identificaram que o “antifeminismo é característica do governo Bolsonaro” (AGUIAR e PEREIRA, 2019, p.30). Não só pelos discursos que reforçam uma visão estereotipada das mulheres feministas, mas também por projetos políticos contra os direitos das mulheres, os autores apontam que o governo legitima e contribui para o antifeminismo.

Para Beleli (2022), é visível o entrelaçamento dos discursos de ódio, característica dos grupos antifeministas da atualidade, e o retrocesso de políticas públicas para os direitos das mulheres no governo de Bolsonaro. Sustentado, muitas vezes, na desinformação e em desqualificações pessoais, o contramovimento antifeminista brasileiro atual afasta-se cada vez mais da possibilidade de um debate

democrático de ideias. Ao se referir às feministas de forma estereotipada em uma dicotomia entre mulheres de bem (conservadoras) e *feminazis* como “porcas e putas”, os direitos são contestados até mesmo em relação a leis já conquistadas como a lei do feminicídio, por exemplo, que seria fruto de vitimismo, já que não importaria a razão do crime, a pena deveria ser a mesma (BELELI, 2022).

Com a ascensão do antifeminismo no Brasil, especialmente após o impeachment da presidenta Dilma Rousseff em 2016, como aponta a autora, os ataques às feministas começam a surgir de forma mais articulada tanto nas redes sociais on-line como em outras mídias. Um dos exemplos é o livro lançado, em 2019, pela então deputada estadual Ana Campagnolo (PSL), *Feminismo: perversão e subversão*, cuja imagem de capa — uma mulher segurando a cabeça de um homem em uma bandeja — remete à imagem que o antifeminismo possui das feministas.

Cruz e Dias (2015) observam que, no Brasil, o discurso antifeminista se alimentou por meio da retórica da família tradicional que encontra os seus fundamentos no pensamento patriarcal e senhorial. Dessa forma, as refutações ao feminismo sinalizam que as raízes do patriarcado estão vivas na sociedade brasileira, ancorando um sistema social de relações de poder em que formas de misoginia e de racismo foram instrumentais para os interesses de classe da elite dominante. Os autores também observam que na contemporaneidade as diferentes expressões de antifeminismo que emergem são baseadas na intolerância às diferenças e na luta contra a ampliação dos direitos das mulheres e de grupos socialmente vulneráveis como negros e homossexuais.

Ao analisar a relação entre as ações contra o movimento feminista, incluindo suas pautas dos grupos minoritários, e a ascensão das lideranças de extrema direita em diversas partes do mundo, Biroli (2020) argumenta que há mais do que apenas uma ligação de contemporaneidade. Se até a segunda década do presente século a agenda da igualdade de gênero, em suas diferentes dimensões, teve avanços ou resistências em uma disputa entre setores conservadores e progressistas, dentro da arena democrática, agora a situação é diferente. “O momento é outro: estão em risco os fundamentos da agenda da igualdade de gênero, em conjunto com os fundamentos da democracia e do Estado de direito” (BIROLI, 2020, p. 190).

A autora explica que a conexão entre os fenômenos existe por dois motivos. Primeiro porque a campanha contra a igualdade de gênero e às minorias se opõe a valores democráticos como laicidade, pluralidade e respeito aos oponentes políticos.

Ao naturalizar desigualdades e abrir caminho para alternativas autoritárias, transformando o outro em inimigo, evidencia-se o potencial de erosão da própria democracia. E segundo porque a agenda antigênero tem sido usada para legitimar lideranças extremistas em tempos de antipolítica. Neste contexto, “a defesa da família” tem sido um argumento usado para justificar restrições a direitos, a naturalização de desigualdades e mesmo colocar em xeque políticas públicas que visam garantir a integridade física das minorias, salienta Biroli (2020).

No entanto, é muito difícil explicar a aversão pelo feminismo por parte das próprias mulheres, como assinala Soihet (2008). Em suas pesquisas, a autora constatou que o antifeminismo abrange representantes de todas as classes sociais, desde os segmentos mais populares até os mais elitizados, ao contrário do que afirma algumas correntes teóricas, segundo as quais o antifeminismo seria restrito aos segmentos mais populares. Uma das possibilidades, segundo a autora, para a difusão do antifeminismo seria a dominação simbólica, em que os dominados, no caso as mulheres, ainda que de forma não consciente, incorporariam as estruturas conforme os dominantes as percebem.

Segundo Devreux et Lamoureux (2012), o antifeminismo se desenvolve hoje com base na ideia de que as mulheres já conseguiram todos os seus direitos e que as feministas estariam na origem de uma “guerra dos sexos” sem sentido. E em sua luta contra o feminismo usam diversas técnicas como negação de realidades, ameaças, reescrita da história, intimidação e outros meios de violência. “Se o feminismo é perigoso para a sociedade, então é normal usar meios coercitivos para combatê-lo” (DEVREUX & LAMOUREUX, 2012, p. 17, tradução nossa).

De fato, é bem difícil entender a adesão das mulheres às ações antifeministas, uma vez que, ainda que não haja concordância com todas as pautas do movimento feminista, as evidências da desigualdade de gênero em diferentes áreas da sociedade são inegáveis. Ao contrário do que defende o antifeminismo na atualidade, as mulheres estão bem longe de conquistar a igualdade de direitos. De acordo com o último *Global Gender Gap Report* (Relatório Global de Desigualdade de Gênero),⁶⁴ publicado em julho de 2022, pelo Fórum Econômico Mundial, o Brasil tem caído no ranking global da desigualdade de gênero. De acordo com o relatório que analisa

⁶⁴ “Por que Brasil tem caído em ranking global de desigualdade de gênero”. Disponível em: < <https://www.bbc.com/portuguese/articles/c4nljwjq0nno> >. Acesso em 25 de abril de 2023.

quatro pilares — saúde e sobrevivência, grau de instrução, participação econômica e oportunidades e empoderamento político — o país ocupou o 94º lugar entre 146 nações em 2022, duas posições abaixo de 2020, quando ocupou o 92º lugar.

Entre os quatro pilares analisados, o pior indicador no caso brasileiro é o empoderamento político, com escore de 0,136 — a pontuação vai de 0 a 1, quanto mais perto de 1, mais próximo de atingir a igualdade de gênero. Nos outros pilares considerados, o desempenho está melhor, o que coloca o país com escore geral de 0,696. Em comparação com outros países da região, o Brasil tem um dos piores índices da América Latina e Caribe. Entre 22 países, está à frente apenas de Belize e da Guatemala. No ranking mundial, o país com melhor pontuação é que, portanto, está mais próximo de atingir a igualdade de gênero é a Islândia (0,908), seguido por Finlândia (0,860) e Noruega (0,845).

Dado o exposto, torna-se ainda mais relevante a tentativa de compreender os discursos e identidades dos movimentos e contramovimentos políticos femininos no país e suas possíveis consequências para a sociedade brasileira. É nesta direção que os próximos capítulos vão se debruçar a partir deste momento, primeiramente com a explicitação dos procedimentos metodológicos e, em seguida, com a análise da pesquisa empírica e a discussão dos resultados encontrados.

CAPÍTULO 4 – METODOLOGIA

Neste capítulo será apresentada a metodologia empregada para a realização da presente pesquisa. Além da revisão bibliográfica realizada para abarcar os principais referenciais teóricos que fundamentam a tese e que foram expostos nos três capítulos anteriores, o processo metodológico da pesquisa baseia-se na análise de conteúdo (BARDIN, 2016) e na hermenêutica de profundidade (THOMPSON, 2011), que serão discutidos na primeira seção do capítulo.

Em seguida, serão apresentados os dois grupos femininos selecionados para a análise, com suas características gerais e os critérios para a escolha de serem o objeto da pesquisa. Por último, na terceira seção, serão expostos os procedimentos que foram realizados para a coleta e análise dos dados do *corpus* da pesquisa, indicando os meios de captação, os critérios de codificação e a exemplificação da categorização empreendida.

4.1 Fundamentos teórico-metodológicos

Segundo Bardin (2016, p.15), a análise de conteúdo é: “Um conjunto de instrumentos metodológicos cada vez mais sutis em constante aperfeiçoamento, que se aplicam a ‘discursos’ (conteúdos e continentes) extremamente diversificados”. Com procedimentos sistemáticos que permitem a inferência dos elementos de significações das mensagens, a análise de conteúdo é um método empírico muito adaptável ao vasto campo de aplicação das comunicações. A partir do uso da metodologia, pontua a autora, que oscila entre o rigor da objetividade e a fecundidade da subjetividade, o investigador consegue “desocultar” o latente nas mensagens analisadas.

Para Moraes (1999), mais do que uma simples técnica de análise de dados, a análise de conteúdo representa uma abordagem metodológica com características e possibilidades próprias, mas sempre renováveis, em função dos problemas diversificados que se propõe a investigar. Carlomagno e Rocha (2016) também defendem que a análise de conteúdo tem sido especialmente relevante para pesquisadores na área da comunicação social, jornalismo, mídias sociais e correlatas, na medida em que tem o potencial de revelar profundos aspectos sobre os objetos analisados.

Sob essa perspectiva e de acordo com os objetivos propostos para a presente pesquisa, a primeira referência metodológica selecionada foi a análise de conteúdo.

Dessa forma, os dados coletados, que perfazem o *corpus*, passaram por três procedimentos principais, conforme preconiza a referida metodologia: a pré-análise, exploração do material — codificação e categorização — e, por fim, a inferência/interpretação. De acordo com Bardin (2016), apesar dos procedimentos serem bem definidos, também são flexíveis, dependendo do objeto de pesquisa. No entanto, ao realizar o percurso metodológico, desde o primeiro contato com o material coletado, a autora recomenda que sejam identificados os indicadores que vão orientar a interpretação.

A pré-análise, segundo Bardin (2016), corresponde ao momento da organização do material coletado, que tem como objetivo tornar operacionais e sistematizar as ideias iniciais, realizando o plano de análise que vai conduzir o desenvolvimento das operações sucessivas. Com a constituição do *corpus*, neste primeiro momento é preciso fazer uma “leitura flutuante” para saber as primeiras impressões, avaliar se a escolha do material foi adequada aos objetivos da pesquisa e estabelecer os índices e indicadores da análise.

Na segunda fase — a exploração do material — devem ser realizadas a codificação e categorização. Como explica Bardin (2016), a codificação consiste na transformação, segundo regras precisas, dos dados brutos do material em uma representação do conteúdo que permita a análise de suas características. Desse modo, deverão ser escolhidas as unidades de registro (segmento do conteúdo que será considerado para a categorização) e a forma de enumeração. Em seguida, a categorização deve ser o momento de classificação dos elementos previamente definidos que consiste em duas etapas: o isolamento dos elementos e a sua posterior classificação. A autora destaca que a categorização tem como primeiro objetivo fornecer, por condensação, uma representação simplificada dos dados brutos, uma tarefa fundamental que deve ser realizada com precaução. “As distorções devidas à subjetividade dos codificadores e à variação dos juízos não ocorrem se a escolha e a definição das categorias forem bem estabelecidas” (BARDIN, 2016, p. 150).

Por fim, na terceira e última fase, a inferência/interpretação, a autora aponta que com resultados significativos e fiéis, o pesquisador poderá propor inferências a propósito dos objetivos propostos ou mesmo sobre outras descobertas inesperadas. Ainda é possível, como ressalta Bardin (2016), que os resultados obtidos, a confrontação sistemática do material selecionado e os tipos de inferências alcançadas sirvam como base para outras pesquisas em torno de novas dimensões teóricas.

4.1.2 A hermenêutica de profundidade

O referencial metodológico da hermenêutica de profundidade coloca em evidência o fato de que o objeto de análise é uma construção simbólica, que exige interpretação e que as formas simbólicas, por sua vez, também estão inseridas em determinados contextos sociais e históricos que devem ser analisados (THOMPSON, 2011). Para o autor, que sistematizou a hermenêutica de profundidade, mais do que uma alternativa aos métodos de análise existentes, trata-se de um referencial metodológico, dentro do qual outros métodos podem ser situados e ligados entre si, possibilitando diferentes enfoques de análise com aspectos multifacetados dos fenômenos estudados.

Nazário, Reino e Manfredini (2016) destacam que a hermenêutica de profundidade é uma organização metodológica flexível que permite a sua aplicação em diferentes tipos de estudo na área da Comunicação, como nos contextos comunicacionais inovados pelas Tecnologias de Comunicação e Informação (TICs) e em redes sociais na internet, por exemplo. Os autores apontam que apesar da metodologia ter sido proposta antes do advento das tecnologias contemporâneas, é possível usá-la, juntamente com referenciais teóricos que abordem os processos mais recentes.

Desse modo, aliada à análise de conteúdo, a hermenêutica de profundidade foi adotada como um referencial metodológico complementar uma vez que permite compreender a produção e circulação de mensagens; a construção de formas simbólicas e a recepção e apropriação dessas formas pelos indivíduos. Além disso, com esse referencial metodológico, que inclui formas de análise complementares entre si, é possível ter uma maior dimensão analítica do objeto pesquisado.

De acordo com sua concepção, a hermenêutica de profundidade é um referencial metodológico que compreende três fases ou procedimentos principais. “Essas três fases devem ser vistas não tanto como estágios separados de um método sequencial, mas antes como dimensões analiticamente distintas de um processo interpretativo complexo” (THOMPSON, 2011, p. 365). Assim, diferentes tipos de análise podem ser integrados de uma maneira sistemática, possibilitando a investigação da contextualização social e a constituição das formas simbólicas representados pelas diversas ações, falas, imagens e textos referentes ao objeto de análise.

A primeira fase, o autor designa como análise sócio-histórico que tem como objetivo reconstruir as condições sociais e históricas de produção, circulação e recepção das formas simbólicas, analisando as situações no tempo e espaço e suas interações nas estruturas sociais e de poder. É o momento de examinar o contexto sócio-histórico no qual as formas simbólicas do objeto estão inseridas.

Na segunda fase, denominada análise formal ou discursiva, parte-se do pressuposto de que as formas simbólicas são construções complexas com estruturas articuladas através das quais algo é expresso ou dito. Sendo assim, é preciso analisar a organização interna das formas simbólicas, seus padrões e relações. “Como na análise sócio-histórica, existem várias maneiras de se conduzir a análise formal ou discursiva, dependendo dos objetos e circunstâncias particulares de investigação” (THOMPSON, 2011, p. 370).

Por último, na terceira fase, chamada de interpretação/reinterpretação, deve ser explorado todo o potencial crítico da pesquisa, superando as aparências evidentes e contribuindo para a construção de um saber de sentido emancipatório. O autor explica que esta última fase deve ser facilitada pelos métodos da análise formal ou discursiva, mas é diferente da anterior, já que a interpretação deve ser construída também sobre o resultado da primeira fase, da análise sócio-histórica. Desse modo, a interpretação implica em um movimento novo de pensamento, uma construção de possíveis significados, transcendendo a contextualização das formas simbólicas. Thompson (2011) também considera que a fase é, simultaneamente, um processo de reinterpretação, uma vez que as formas simbólicas, que são o objeto de interpretação, são parte de um campo pré-interpretado, ou seja, já são interpretadas previamente pelos sujeitos que integram o mundo sócio-histórico.

4.2 Apresentação dos grupos selecionados para a análise

Antes de passarmos para o detalhamento dos procedimentos realizados para a coleta e análise dos dados, consideramos necessário apresentarmos, neste momento, o objeto desta pesquisa. Conforme mencionado anteriormente, na introdução, foram selecionados, para o estudo, dois grupos femininos que ganharam destaque no cenário político durante a campanha eleitoral de 2018 e continuam em atuação até os dias atuais na rede social on-line Facebook: “Mulheres Unidas Contra

Bolsonaro” e “Mulheres de Direita Unidas Pelo Brasil”, alinhados, respectivamente, às pautas de esquerda e de direita.

Os grupos foram selecionados por sua representatividade enquanto movimentos femininos contemporâneos brasileiros realizados na rede social on-line e por suas posições antagônicas, que se remetem à polarização política discutida na tese. Dessa forma, atendem a um dos principais objetivos da pesquisa que é investigar se a polarização política se reflete na forma como os membros dos grupos receberam as notícias referentes à Covid-19 e quais comportamentos foram estimulados.

O coletivo “Mulheres Unidas Contra Bolsonaro”, criado em 30 de agosto de 2018, representa o grupo feminino com o maior número de membros no Facebook com o propósito de fazer oposição à Jair Bolsonaro. No dia 12 de abril de 2020, no primeiro dia da coleta dos posts, o grupo tinha 2.406.123 membros, como demonstrado na figura abaixo, com destaque em amarelo. Na época, devido aos ataques cibernéticos, o grupo havia mudado o seu nome para “Mulheres Unidas com o Brasil”, mas depois de poucas semanas, voltou ao seu nome original.

Figura 4 - Grupo Mulheres Unidas Contra Bolsonaro - abril de 2020



Fonte: Plataforma do Facebook.

O grupo foi precursor da mobilização que começou nas redes sociais on-line, unindo o público feminino com a hashtag #EleNão e, posteriormente, também tomou

as ruas “tornando-se a maior manifestação de mulheres da história do Brasil⁶⁵”, como classifica a historiadora e doutora em Ciência Política, Céli Pinto, em entrevista à *BBC News*. Para a pesquisadora da história do feminismo no país, o movimento #EleNão representou um momento de popularização do feminismo no Brasil, unindo diversos segmentos da sociedade contra um candidato que demonstrou claramente a misoginia em suas falas.

Em resposta, as mulheres que se colocavam a favor de Bolsonaro também se articularam nas redes sociais, dando origem ao movimento #EleSim, sendo pauta, também, na mídia⁶⁶. No Facebook, ao contrário do movimento #EleNão, que desde o início concentrou os seus membros no grupo “Mulheres Unidas Contra Bolsonaro”, as eleitoras do candidato formaram diferentes grupos na rede social, entre eles o objeto desta pesquisa, o “Mulheres de Direita Unidas Pelo Brasil”, criado em 11 de setembro de 2018 que, posteriormente, mudou o nome para Mulheres Unidas A FAVOR do Bolsonaro (OFICIAL) em 13 de setembro de 2018, voltando ao nome de origem em 10 de dezembro de 2018.

No dia 12 de abril de 2020, no primeiro dia da coleta dos posts, o grupo tinha 386.869 membros, como demonstrado na figura abaixo, com destaque em amarelo.

⁶⁵ “#EleNão: A Manifestação histórica liderada por mulheres no Brasil vista por quatro ângulos”. Disponível em: <[#EleNão: A manifestação histórica liderada por mulheres no Brasil vista por quatro ângulos - BBC News Brasil](#)>. Acesso em 01 de maio de 2023.

⁶⁶ #EleNão e #EleSim: o que representam os movimentos de mulheres contra e pró Bolsonaro. Disponível em: <[#EleNão e #EleSim: o que representam os movimentos de mulheres contra e pró Bolsonaro - Revista Marie Claire | Notícias \(globo.com\)](#)>. Acesso em 01 de maio de 2023.

Figura 5 - Grupo Mulheres de Direita Unidas pelo Brasil - abril de 2020



Fonte: Plataforma do Facebook.

Com a criação do movimento #EleSim, o embate entre os dois grupos femininos se acirrou. Logo após conquistar notoriedade, o coletivo “Mulheres Unidas Contra Bolsonaro” passou a sofrer diversos ataques cibernéticos⁶⁷, chegando a ser hackeado e ter o seu nome alterado para “Mulheres COM Bolsonaro”. Além disso, as administradoras e moderadoras do grupo sofreram ameaças em suas contas do Whatsapp e Facebook. Com isso, o grupo que se mobilizou contrário ao candidato ganhou ainda mais apoio popular, fazendo com que o movimento #EleNão alcançasse repercussão até mesmo internacional.

Em entrevista para a revista *Exame*⁶⁸, no dia 12 de setembro de 2018, quando o grupo “Mulheres Unidas Contra Bolsonaro” atingiu 1 milhão de membros, em menos de duas semanas após sua criação, a publicitária Ludmilla Teixeira, uma das criadoras do grupo, afirmou que a iniciativa surgiu para ser apartidária e não alinhada com nenhum espectro ideológico, a única bandeira fixa era ser contra a candidatura de

⁶⁷ “Grupo ‘Mulheres contra Bolsonaro’ no Facebook sofre ataque cibernético”. Disponível em: <[Grupo “Mulheres contra Bolsonaro” no Facebook sofre ataque cibernético | Brasil | EL PAÍS Brasil \(elpais.com\)](https://elpais.com/brasil/mulheres-unidas-contra-bolsonaro-tem-1-milhao-de-membros-no-facebook/)>. Acesso em 01 de maio de 2023.

⁶⁸ “ ‘Mulheres Unidas Contra Bolsonaro’ tem 1 milhão de membros no Facebook”. Disponível em: <<https://exame.com/brasil/mulheres-unidas-contra-bolsonaro-tem-1-milhao-de-membros-no-facebook/>>. Acesso em 01 de maio de 2023.

Bolsonaro. A fundadora também explicou que o objetivo principal era organizar mobilizações de rua por todo o país e que homens não são aceitos pois a ideia é o grupo ser um espaço de protagonismo das mulheres e, além disso, a presença de homens poderia constranger algumas mulheres em suas manifestações sobre assuntos relacionados à gênero.

Apesar do objetivo inicial da criação do grupo ser o incentivo a mobilizações contra a candidatura de Bolsonaro, a publicitária, que continua atualmente como administradora do grupo, afirmou na entrevista que nada impediria que o grupo se transformasse em uma rede de mulheres para discutir temas sobre direitos do público feminino e apoiar mulheres vítimas de violência.

No dia seguinte, 13 de setembro de 2018, a revista *Exame* ouviu⁶⁹ uma das criadoras do grupo em apoio à Bolsonaro. A estudante de enfermagem⁷⁰, que hoje já não é mais administradora do grupo, contou na entrevista que teve a ideia de criar o coletivo para unificar outros espalhados pelo Facebook, após tomar conhecimento do grupo “Mulheres Unidas Contra Bolsonaro”. A estudante afirmou ainda que o grupo só aceitava mulheres favoráveis ao então candidato para evitar “bagunça”. Sobre as falas misóginas de Bolsonaro, a criadora do grupo alegou, na entrevista, que considerava se tratar de vitimismo e distorções da mídia.

No dia 29 de setembro de 2018 foi realizada a manifestação histórica liderada pelas mulheres sob a hashtag #EleNão, com protestos públicos em 114 cidades, incluindo todos os estados brasileiros e outras partes do mundo como Nova York, Lisboa, Paris e Londres. As manifestações foram convocadas pelas redes sociais online, com participação proeminente do grupo “Mulheres Unidas Contra Bolsonaro”, e tomaram as ruas. “#EleNão surge como um movimento de não deixar que as conquistas das gerações passadas das mulheres morram ou fiquem à margem” (SCHWENGBER; PINHEIRO, 2020, p. 10).

Após a campanha eleitoral, a despeito da motivação inicial da formação dos coletivos que seria somente se mobilizar para que Bolsonaro não ganhasse as eleições, enquanto o outro grupo teve o objetivo oposto, a atuação dos grupos

⁶⁹ “‘Mulheres com Bolsonaro’ tem mais de 300 mil membros no Facebook”. Disponível em: < <https://exame.com/brasil/mulheres-com-bolsonaro-tem-mais-de-300-mil-membros-no-facebook/> >. Acesso em 01 de maio de 2023.

⁷⁰ O nome da estudante de enfermagem está público na referida reportagem da revista *Exame*, porém, como atualmente a fundadora não faz mais parte da administração do grupo do Facebook, preferimos não expor o seu nome na tese.

continuou, com o compartilhamento de conteúdos e notícias alinhados aos seus propósitos iniciais. Atualmente, o grupo “Mulheres Unidas Contra Bolsonaro” possui 2.219.918 membros e o grupo “Mulheres de Direita Unidas pelo Brasil” tem 352.752 membros.

Mesmo com a derrota de Bolsonaro nas urnas, em 2022, o grupo que nasceu em apoio a sua candidatura, em 2018, continua o considerando como “o legítimo presidente do país”, conforme figura 06, abaixo, com uma das publicações do grupo de 01 de maio de 2023. Enquanto o outro coletivo segue com o objetivo principal de levar Bolsonaro à prisão pelos crimes cometidos durante o seu governo, como mostra a figura da página principal do coletivo com o desenho de uma cela e as hashtags #BolsonaroemHaia e #JailBolsonaro, sendo este último um trocadilho com o nome de Jair Bolsonaro com a palavra *Jail* em inglês que significa prender.

Figura 6 - Publicação do grupo Mulheres de Direita Unidas pelo Brasil – maio de 2023



Fonte: Plataforma do Facebook.

Figura 7 - Publicação do grupo Mulheres Unidas Contra Bolsonaro – maio de 2023



Fonte: Plataforma do Facebook.

4.3 Procedimentos para coleta e análise dos dados

Dado o exposto sobre o objeto de análise e as duas referências metodológicas, tendo em vista que ambas permitem a flexibilização e a complementariedade, optou-se, primeiramente, pela análise de conteúdo, em suas três fases — pré-análise, exploração do material com a codificação e categorização e a inferência/interpretação — para conduzir os procedimentos de coleta dos dados e análise do *corpus*.

Em seguida, a hermenêutica de profundidade foi aplicada, em sua primeira fase — análise sócio-histórica — ao considerar o contexto social, histórico, político e tecnológico dentro dos quais foram produzidas as publicações referentes aos dois grupos analisados. A contextualização foi discutida juntamente com os aspectos teóricos nos três capítulos anteriores. Já a segunda fase da hermenêutica de profundidade — análise formal ou discursiva — corresponde à análise de conteúdo que foi usada de forma integral. Por fim, a terceira fase, interpretação/reinterpretação foi realizada após a conclusão da análise de conteúdo, relacionando os seus

resultados com os dados da análise sócio-histórica, como preconiza Thompson (2011).

A partir da definição da metodologia, foram realizados os procedimentos para a coleta dos dados. Para o ingresso nos grupos femininos, a pesquisadora já tinha recebido um convite de participação dos membros, dessa forma, iniciou-se a observação não-participante, na qual não há interação com os membros dos grupos, somente o acompanhamento de suas ações.

Primeiramente, foi escolhido o recorte temporal, optando-se pelo período de seis meses, um tempo considerado adequado para identificar as características dos grupos, observar a sua reação no contexto pandêmico e atingir os objetivos propostos. Desta forma, a captação dos posts foi realizada no período entre 12 de abril de 2020 a 13 de outubro de 2020. O período inicial foi escolhido pois coincide com o começo das reações acerca da pandemia e das medidas sanitárias contra o coronavírus no Brasil e a baliza final foi estabelecida devido à campanha para as eleições municipais, que foram realizadas no dia 15 de novembro, e que passaram a ocupar, prioritariamente, o tema das discussões, extrapolando o meu recorte de pesquisa.

Para a captação dos posts, como os grupos selecionados não são abertos, não foi possível o uso de nenhum *software*, sendo o recurso de *print screen* manual a única forma de coleta possível e a que foi utilizada pela pesquisadora. Embora a coleta e o mapeamento de dados de forma automatizada sejam muito comuns, com o uso de *softwares* como o *Gephi*⁷¹ (Recuero e Gruzd, 2019), por exemplo, os métodos digitais não devem ser as únicas opções para as pesquisas empíricas nas plataformas on-line, como aponta D'Andrea (2020).

Há diferentes caminhos para pesquisarmos as plataformas. Seja através de uma análise focada na extensa documentação gerada pelas e sobre as plataformas, seja através dos dados fornecidos por elas, o fundamental parece ser a adoção de um olhar que ressalte sua multidimensionalidade e que, ao tensionar as plataformas, busque leituras alternativas àquelas induzidas por esses artefatos tecnológicos. (D'ANDREA, 2020, p. 69).

⁷¹ Disponível em: < <https://gephi.org/users/> >. Acesso em 10 de junho de 2022.

Dessa forma, procedeu-se à coleta manual dos posts, apesar das limitações impostas pela técnica como o grande tempo despendido para a tarefa e a necessidade de redução da amostragem de modo que a análise por instrumento humano fosse exequível. Com a finalidade de explorar, posteriormente, os aspectos qualitativos e também quantitativos do material, a coleta foi realizada de duas formas: a captação de um número limitado e pré-determinado dos posts da categoria mais “relevantes” (aspas nossas) e a captação de todos os posts durante 24 horas em diferentes dias da semana, nos dois grupos.

A categoria “relevantes” é gerada por meio dos algoritmos do Facebook, que selecionam, de forma automática, as postagens com maior engajamento (maior número de curtidas e comentários). Com o propósito de acompanhar a evolução dos grupos por um período de tempo maior (os seis meses, como citado acima), sem que isso pudesse resultar em um *corpus* de tamanho inexecuível para análise, optou-se pela captação dos posts mais relevantes em intervalos de tempo progressivo, conforme demonstrado no Quadro 1, com uma coleta diária durante o mês de abril e em dias alternados nos demais meses.

A escolha pela técnica de coleta de métodos qualitativos e quantitativos justifica-se pela formação de um *corpus* adequado aos objetivos de pesquisa, como preconiza Bardin (2016), aderindo à “regra da representatividade”, segundo a qual a amostra deve ser parte representativa do todo e à “regra da pertinência” que prescreve que os elementos selecionados devem se constituir em fontes de informação adequadas para a análise.

Em relação aos horários da captação dos posts mais relevantes, todas as coletas foram realizadas logo após às 23h59, a fim de capturar as postagens da categoria relevantes relativas ao longo de todo o dia selecionado. Quanto à captação de todos os posts publicados nos grupos durante 24 horas, as coletas foram divididas entre os períodos da manhã, tarde e noite para garantir o arquivo de todo o material postado.

Quadro 1 – Posts coletados para o *corpus* de pesquisa

Datas	Dias da semana	Categoria dos posts	Número dos posts coletados	Número dos posts coletados
			Grupo 1 – Mulheres Unidas Contra Bolsonaro	Grupo 2 - Mulheres de Direita Unidas pelo Brasil
12/04/2020	Domingo	Mais relevantes	20	20
13/04/2020	Segunda-feira	24h	Análise quantitativa	Análise quantitativa
14/04/2020	Terça-feira	Mais relevantes	20	20
15/04/2020	Quarta-feira	Mais relevantes	20	20
16/04/2020	Quinta-feira	Mais relevantes	20	20
17/04/2020	Sexta-feira	Mais relevantes	20	20
18/04/2020	Sábado	Mais relevantes	20	20
19/04/2020	Domingo	Mais relevantes	20	20
20/04/2020	Segunda-feira	Mais relevantes	20	20
21/04/2020	Terça-feira (feriado)	Mais relevantes	20	20
22/04/2020	Quarta-feira	Mais relevantes	20	20
23/04/2020	Quinta-feira	Mais relevantes	20	20
24/04/2020	Sexta-feira	Mais relevantes	20	20
25/04/2020	Sábado	Mais relevantes	20	20
26/04/2020	Domingo	Mais relevantes	20	20
27/04/2020	Segunda-feira	Mais relevantes	20	20
28/04/2020	Terça-feira	24h	Análise quantitativa	Análise quantitativa
29/04/2020	Quarta-feira	Mais relevantes	20	20
30/04/2020	Quinta-feira	Mais relevantes	20	20
01/05/2020	Sexta-feira	Mais relevantes	20	20
03/05/2020	Domingo	Mais relevantes	20	20
05/05/2020	Terça-feira	Mais relevantes	20	20
06/05/2020	Quarta-feira	24h	Análise quantitativa	Análise quantitativa
08/05/2020	Sexta-feira	Mais relevantes	20	20
10/05/2020	Domingo	Mais relevantes	20	20
12/05/2020	Terça-feira	Mais relevantes	20	20
14/05/2020	Quinta-feira	24h	Análise quantitativa	Análise quantitativa
15/05/2020	Sexta-feira	Mais relevantes	20	20
17/05/2020	Domingo	Mais relevantes	20	20
19/05/2020	Terça-feira	Mais relevantes	20	20
21/05/2020	Quinta-feira	Mais relevantes	20	20
23/05/2020	Sábado	Mais relevantes	20	20
25/05/2020	Segunda-feira	Mais relevantes	20	20
27/05/2020	Quarta-feira	Mais relevantes	20	20
29/05/2020	Sexta-feira	24h	Análise quantitativa	Análise quantitativa
31/05/2020	Domingo	Mais relevantes	20	20
02/06/2020	Terça-feira	Mais relevantes	20	20
04/06/2020	Quinta-feira	Mais relevantes	20	20
07/06/2020	Domingo	Mais relevantes	20	20
09/06/2020	Terça-feira	Mais relevantes	20	20
11/06/2020	Quinta-feira	Mais relevantes	20	20
13/06/2020	Sábado	Mais relevantes	20	20
15/06/2020	Segunda-feira	24h	Análise quantitativa	Análise quantitativa

17/06/2020	Quarta-feira	Mais relevantes	20	20
19/06/2020	Sexta-feira	Mais relevantes	20	20
23/06/2020	Terça-feira	Mais relevantes	20	20
26/06/2020	Sexta-feira	Mais relevantes	20	20
03/07/2020	Sexta-feira	Mais relevantes	20	20
08/07/2020	Quarta-feira	Mais relevantes	20	20
13/07/2020	Segunda-feira	Mais relevantes	20	20
18/07/2020	Sábado	24h	Análise quantitativa	Análise quantitativa
23/07/2020	Quinta-feira	Mais relevantes	20	20
30/07/2020	Quinta-feira	Mais relevantes	20	20
04/08/2020	Terça-feira	Mais relevantes	20	20
10/08/2020	Segunda-feira	Mais relevantes	20	20
16/08/2020	Domingo	Mais relevantes	20	20
21/08/2020	Sexta-feira	Mais relevantes	20	20
28/08/2020	Sexta-feira	Mais relevantes	20	20
04/09/2020	Sexta-feira	Mais relevantes	20	20
14/09/2020	Segunda-feira	Mais relevantes	20	20
30/09/2020	Quarta-feira	Mais relevantes	20	20
12/10/2020	Segunda-feira	Mais relevantes	20	20
13/10/2020	Terça-feira	24h	Análise quantitativa	Análise quantitativa
Total de posts da categoria mais relevantes para análise qualitativa			1.100	1.100

Fonte: elaborado pela autora.

Após a coleta dos posts, que deu origem ao *corpus* de pesquisa, iniciou-se a fase da pré-análise e, posteriormente, a exploração do material, conforme a sequência indicada por Bardin (2016) para a metodologia da análise de conteúdo. Em primeiro lugar, houve a separação entre os posts coletados para a pesquisa quantitativa — os posts publicados durante às 24h — e os posts da categoria mais relevantes para a pesquisa qualitativa, conforme descrito no Quadro 1.

Em seguida, foi realizada a codificação, transformando os dados brutos em unidades suscetíveis de análise para identificar as características do material selecionado. Nesta etapa, para os posts da categoria mais relevantes, a unidade de registro selecionada foi o tema, uma das mais usadas segundo Bardin (2016), e como regra de enumeração optou-se pela presença ou ausência e pela frequência das unidades temáticas. Nos posts referentes às 24h foi realizada apenas a pesquisa quantitativa, com a contagem numérica das publicações em cada um dos grupos.

Após a definição dos critérios de codificação, deu-se início ao processo de categorização, estabelecendo as unidades temáticas. Para isso, primeiramente,

houve a exploração de todo material coletado com o objetivo de levantar quais os principais assuntos e temas abordados nos posts dos dois grupos. Na sequência, foram designadas as categorias temáticas, conforme demonstrado no Quadro 2, com a definição de seis temas e suas respectivas subdivisões, atendendo aos princípios de clareza e objetividade necessários para a formação de uma adequada grade categorial. Além disso, como preconiza Bardin (2016) para a categorização temática considerou-se também as fundamentações teóricas que embasam a pesquisa.

Quadro 2: Unidades temáticas

Classificação temática	
Referente à captação dos posts mais relevantes	
Tema 1 - Posicionamento político em relação ao então presidente Jair Bolsonaro	Apoio à figura política
	Apoio às ações governamentais
	Crítica à figura política
	Crítica às ações governamentais
Tema 2 - Posicionamento em relação às mulheres e suas relações na sociedade	Denúncia de violência (física, sexual ou moral) contra a mulher
	Incentivo e exemplos do empoderamento feminino
	Incentivo e exemplos de sororidade
	Crítica às expressões de machismo
	Crítica às feministas
Tema 3 - Posicionamento em relação às medidas sanitárias contra a Covid-19	Apoio às medidas sanitárias contra a Covid-19
	Crítica às medidas sanitárias contra a Covid-19
Tema 4 - Solidariedade em relação aos atingidos pela Covid-19	Solidariedade em relação aos mortos e seus familiares
	Solidariedade em relação aos profissionais da saúde
	Solidariedade em relação às empresas durante a quarentena
	Solidariedade em relação aos desempregados e à população mais carente

Tema 5 - Crítica aos adversários políticos e a representantes da oposição	Crítica às figuras pessoais e políticas adversárias do então presidente Jair Bolsonaro
	Crítica aos apoiadores do então presidente Jair Bolsonaro
	Crítica aos veículos da imprensa
Tema 6 - Comportamento ativista	Incentivo para protesto por impeachment
	Incentivo para atos em defesa do então presidente Jair Bolsonaro
Outros	

Fonte: elaborada pela autora.

Além das unidades temáticas designadas, observou-se a necessidade da criação da categoria “Outros” para abarcar os posts que não se enquadravam nas demais unidades. No final da análise, foi prevista a elaboração de um quadro com o levantamento dos assuntos que foram classificados nesta categoria.

Para atender aos objetivos da pesquisa, também se verificou a necessidade de identificar as fontes de informação dos posts da categoria mais relevantes. Dessa forma, após a exploração inicial do material, foram elencadas as principais fontes utilizadas, conforme consta no Quadro 3.

Quadro 3: Fontes de informação

Classificação das fontes	
*Referente à captação dos posts mais relevantes	
Grande mídia	Folha de S. Paulo
	O Estado de S. Paulo
	G1
	UOL
	Veja

	R7
	O Globo
	Exame
	CNN
	Terra
	The Guardian
	El País Brasil
	Jovem Pan
	Outros veículos da grande mídia
Veículos de imprensa com posição definida	Direita
	Esquerda
Fontes oficiais	Ministério da Saúde
	Outros Ministérios do Governo
	Universidades Públicas
Facebook	Página do Facebook
	Perfil de personalidades públicas do Facebook
	Outros perfis do Facebook
	Evento no Facebook
Outras redes/mídias sociais	YouTube
	Instagram
	Twitter
	TikTok
Conteúdo próprio	
Outros	

Fonte: elaborada pela autora.

Ademais, constatou-se a necessidade da elaboração de mais uma categorização — conteúdos desinformativos — segundo o embasamento teórico de Wardle e Derakhshan (2017), com três categorias: *mis-information* ou informação errada; *mal-information* ou má informação e *dis-information* ou desinformação, conforme segue no Quadro 4, abaixo. Os posts foram classificados de acordo com a

presença ou ausência de conteúdos desinformativos. As descrições no quadro fazem parte do conceito desenvolvido pelos autores que consta na fundamentação teórica desta pesquisa.

Quadro 4: Conteúdos desinformativos

Classificação dos conteúdos desinformativos	
*Referente à captação dos posts mais relevantes	
Conceitos	Descrição
<i>Mis-information</i> ou informação incorreta	Falsa conexão; conteúdo enganoso, mas não há a intenção deliberada de causar dano.
<i>Mal-information</i> ou informação maliciosa	Informação baseada na realidade, mas usada para causar danos, como vazamentos e discurso de ódio.
<i>Dis-information</i> ou desinformação	Informação falsa e criada, propositadamente, para prejudicar algo ou alguém.

Fonte: elaborada pela autora.

Além da classificação de todos os posts coletados da categoria mais relevantes nos três quadros — de unidades temáticas, fontes e desinformação — também foram identificados, em cada dia de coleta, qual o post com maior engajamento: maior número de curtidas e comentários, com a finalidade de averiguar, ao final do levantamento, quais as características dos posts que alcançaram maior popularidade nos dois grupos. E, por fim, os posts com conteúdos desinformativos também passaram por uma nova classificação para identificar quais os temas e fontes dessas publicações.

Para demonstrar como se sucedeu a classificação dos posts nas categorias definidas, seguem os exemplos de publicações de cada unidade temática com suas respectivas fontes e, na sequência, exemplos de posts que se enquadraram com conteúdos de desinformação.

Figura 8 - Post Tema 1 - Apoio à figura política de Jair Bolsonaro



Fonte: Plataforma do Facebook

O post acima do grupo “Mulheres de Direita Unidas Pelo Brasil”, entre os mais relevantes do dia 12 de abril de 2020, expressa o apoio à figura política de Jair Bolsonaro, elogiando o seu pronunciamento público. A classificação se refere ao apoio à figura política pois não faz menção à nenhuma ação governamental específica, mas somente ao seu discurso. A fonte é “Página do Facebook”, pois o post foi compartilhado da página da Deputada Federal Carla Zambelli.

Figura 9 - Post Tema 1 - Apoio às ações governamentais de Jair Bolsonaro



Fonte: Plataforma do Facebook

O post do grupo “Mulheres de Direita Unidas Pelo Brasil”, referente a um dos mais relevantes do dia 03 de julho de 2020, expressa apoio à ação governamental de Jair Bolsonaro referente à inauguração de trecho da obra de transposição do rio São Francisco⁷², que ocorreu no dia 26 de junho de 2020. O post recebeu essa classificação pois trata-se de exaltação à uma determinada ação governamental. A fonte é “Página do Facebook”, pois o post foi compartilhado da página República de Curitiba, de apoio às pautas da direita.

⁷² “Bolsonaro inaugura trecho da obra de transposição do rio São Francisco, assim como Lula, Dilma e Temer”. Disponível em: < <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/06/bolsonaro-inaugura-trecho-da-obra-de-transposicao-do-rio-sao-francisco-assim-como-lula-dilma-e-temer.shtml> >. Acesso em 28 de abril de 2023.

Figura 10 - Post Tema 1 – Crítica à figura política de Jair Bolsonaro



Fonte: Plataforma do Facebook

O post do grupo “Mulheres Unidas Contra Bolsonaro”, que estava entre os mais relevantes no dia 12 de abril de 2020, é uma crítica à figura política do presidente por sua postura em relação ao novo coronavírus, afirmando que a pandemia é superdimensionada pela imprensa. A fonte foi classificada como “Grande Mídia” visto que o post foi compartilhado do jornal *The Guardian*, um veículo de imprensa vinculado a um grande grupo de comunicação e que não assume uma posição política-ideológica declarada de direita ou esquerda.

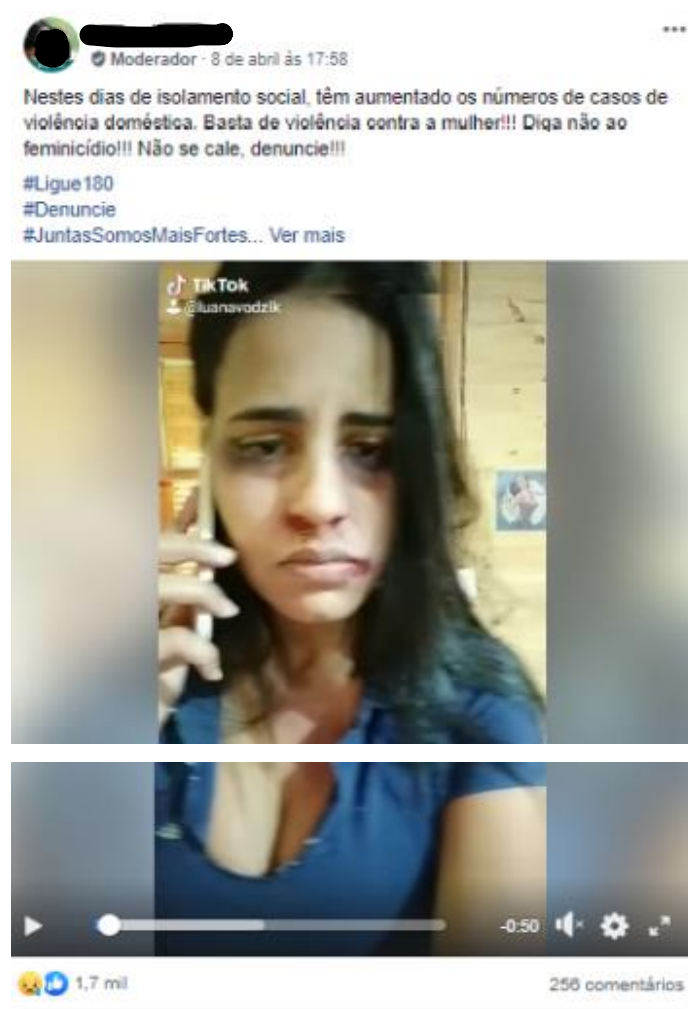
Figura 11 - Post Tema 1 – Crítica às ações governamentais de Jair Bolsonaro



Fonte: Plataforma do Facebook

O post publicado no grupo “Mulheres Unidas Contra Bolsonaro”, entre os mais relevantes do dia 17 de abril de 2020, é uma crítica à ação governamental de Jair Bolsonaro que culminou na demissão do então Ministro da Saúde Luiz Henrique Mandetta e sua posterior substituição pelo oncologista Nelson Teich. A postagem foi compartilhada do veículo *O Estado de S. Paulo*, dessa forma a fonte foi classificada como “Grande Mídia” que se refere a veículo de imprensa vinculado a um grande grupo de comunicação e que não assume uma posição política-ideológica declarada de direita ou esquerda.

Figura 12 - Post Tema 2 – Denúncia de violência contra a mulher



Fonte: Plataforma do Facebook

O post no grupo “Mulheres Unidas Contra Bolsonaro”, referente aos mais relevantes do dia 12 de abril, é um alerta contra a violência doméstica, que cresceu no Brasil durante os dias de isolamento social. A fonte da postagem foi o TikTok, a mídia que, primeiramente, recebeu o vídeo com a denúncia de violência e da qual o post foi compartilhado.

Figura 13 - Post Tema 2 – Incentivo e exemplos do empoderamento feminino



Fonte: Plataforma do Facebook

O post publicado no grupo “Mulheres Unidas Contra Bolsonaro”, referente aos mais relevantes de 05 de maio de 2020, refere-se à notícia de um veículo da “grande mídia” em Portugal que revela que os países apontados como exemplo no combate à pandemia de Covid-19 são liderados por mulheres. Dessa forma, o post recebeu a classificação de exemplos de empoderamento feminino pois exalta o exercício do poder político das mulheres.

Figura 14 - Post Tema 2 – Incentivo e exemplos de sororidade

compartilhou uma publicação. ***



Guerreiras em busca de um Milagre
9 de janeiro de 2019

Curta Página

Parabéns pra você que viu seu filho ir embora antes mesmo de poder tê-lo em seu colo.
 Para você que o teve em seu colo mas apenas para se despedir.
 Para você que o viu por um monitor, de longe e não pôde ou não teve coragem de pegar no seu anjinho.
 Para você que lutou junto com seu filho pela vida dele. 🥺
 Para você que não teve resguardo e velou pelo seu bebê até o último suspiro.
 Para você que gritou de dor, sem saber o que faria naquele momento da perda. ❤️
 Para você que ficou sem reação, ficou quietinha crendo que Deus tinha o controle de tudo.
 Para você que ficou descontrolada dentro daquele hospital.
 Para você que conteve o choro ao ouvir choros dos bebês ao seu redor.
 Para você que sonha em como ele seria, em como vocês estariam hoje.
 Parabéns pra você que se sentiu culpada pela partida dele, se julgou e buscou o porque de ter acontecido com você.
 Para você que gritou com Deus em um momento de desespero.
 Para você que aguentou firme e se rendeu a vontade de Deus.
 Para você que se sentiu mal ao ver grávidas pela rua, queria que fosse você.
 Para você que viu seus planos indo embora. 🥲
 Para você que achou que não conseguiria mais viver ou tentar novamente.
 Para você que saiu da maternidade desolada, voltando para casa de braços vazios e coração sangrando.
 Parabéns pra você que se ficou com a saudade. ❤️
 Para você que além da dor física teve dor na alma.
 Para você que desabou ao ver oquinho e as roupinhas sendo empacotadas.
 Para você que teve dor e teve que secar o seu leite que tanto queria ofertar ao seu bebê.
 Para você que carregou em seu ventre o maior amor do mundo mesmo que por pouco tempo.
 Para você que teve que ser forte mesmo querendo desabar.
 Para você que é ignorada ao tentar falar do seu filho que se foi.
 Para você que merece todo o respeito do mundo, que merece viver seu luto.
 Para você que ainda passa datas com esse vazio mas é incompreendida.
 Para você que é mais forte que muitos pensam mas não liga de ser taxada como fraca.
 Para você que tem Filhos de asas;
 Para você, eu sei que o seu amor é tão lindo e tão Grande que vai até ao céu.
 Parabéns, você que é Mãe, Mãe como todas as mães....
 Via @perdimeubebemaodeanjos
 Adaptado por Juliana Fonseca

1.1 mil 58 comentários

Fonte: Plataforma do Facebook

O post publicado no grupo “Mulheres Unidas Contra Bolsonaro”, entre os mais relevantes do dia 10 de maio de 2020, expressa o apoio às mulheres que perderam

os seus filhos logo após o parto. A fonte é “Página do Facebook”, pois a postagem foi compartilhada da página “Guerreiras em busca de um milagre”, hospedada na plataforma.

Figura 15 - Post Tema 2 – Crítica às expressões de machismo



Fonte: Plataforma do Facebook

O post publicado no grupo “Mulheres Unidas Contra Bolsonaro”, no dia 10 de maio de 2020, representa uma crítica ao machismo estrutural da sociedade. A autora da postagem menciona a diferença dos comentários sobre a hipótese do apresentador Luciano Huck ser candidato à presidência e a cantora Anitta. É interessante notar que, conforme a observação no post, muitas mulheres do grupo também tiveram uma reação de desagrado em relação à reportagem, um comportamento que não era esperado pela autora da postagem. A forma de abordagem da fonte *Diário do Centro do Mundo* classificada como “veículo de imprensa com posição definida de esquerda”, do qual a matéria foi compartilhada, também destoa dos princípios que, normalmente, a posição de esquerda assume em defesa da igualdade de gêneros.

Figura 16 - Post Tema 2 – Crítica às feministas



Fonte: Plataforma do Facebook

O post publicado no grupo “Mulheres de Direita Unidas Pelo Brasil”, entre os mais relevantes do dia 30 de setembro de 2020, expressa a crítica ao comportamento de feministas em um protesto realizado na Polônia. O vídeo foi gravado durante uma manifestação⁷³ católica contra os direitos da população LGBTQ+ no país europeu. A fonte foi classificada como “outros perfis do Facebook”, do qual o post foi compartilhado.

⁷³ “Não, jovens poloneses não fizeram protesto por ‘se identificarem como cachorros’.” Disponível em: < <https://www.estadao.com.br/estadao-verifica/protesto-polonia-latidos-se-sentem-como-cachorros/> >. Acesso em 28 de abril de 2023.

Figura 17 - Post Tema 3 – Apoio às medidas sanitárias contra a Covid-19



Fonte: Plataforma do Facebook

O post publicado no grupo “Mulheres Unidas Contra Bolsonaro”, entre os mais relevantes do dia 12 de abril de 2020, compartilha uma matéria do Jornal *O Globo* na qual relata a gravidade e mortalidade da Covid-19. Junto com a reportagem, a autora do post divulga a hashtag #FicaEmCasa, em apoio à medida de isolamento social. A fonte foi classificada como “grande mídia”.

Figura 18 - Post Tema 3 – Crítica às medidas sanitárias contra a Covid-19

Fonte: Plataforma do Facebook

O post publicado no grupo “Mulheres de Direita Unidas Pelo Brasil”, entre os mais relevantes do dia 18 de abril de 2020, expressa uma crítica ao isolamento social, uma das principais medidas contra a propagação da Covid-19. A autora do post compartilha uma matéria da Central Brasileira de Notícias (CBN) sobre a possibilidade do isolamento ser mantido até 2022 caso não seja encontrada uma vacina ou remédio eficaz contra a Covid-19. A notícia é verídica, porém, ao compartilhá-la, a integrante do grupo usa a manchete como argumento para defender a posição de que “esse isolamento é uma farsa”. A fonte é “grande mídia”.

Figura 19 - Post Tema 4 – Solidariedade em relação aos mortos e seus familiares



Fonte: Plataforma do Facebook

O post publicado no grupo “Mulheres Unidas Contra Bolsonaro”, no dia 16 de abril de 2020, faz um apelo aos médicos e hospitais para a criação de um protocolo de despedida de familiares em caso de falecimento por Covid-19. A autora do post compartilha o caso de uma senhora que conseguiu se despedir da mãe por uma vídeo-chamada de celular. A fonte é “outros perfis do Facebook”.

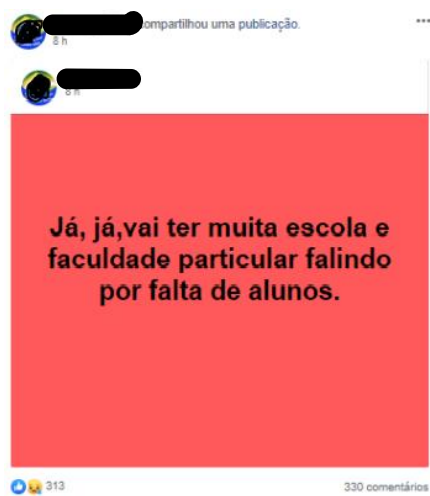
Figura 20 - Post Tema 4 – Solidariedade em relação aos profissionais da saúde



Fonte: Plataforma do Facebook

O post publicado no grupo “Mulheres Unidas Contra Bolsonaro”, entre os mais relevantes do dia 14 de abril de 2020, divulga um vídeo no qual uma família discute com um médico por ele ter colocado “suspeita de coronavírus” no atestado de óbito de um paciente. A autora do post defende o médico e os profissionais de saúde que estavam arriscando suas vidas para salvar os pacientes e ainda precisavam enfrentar ameaças devido ao discurso negacionista do então presidente que influenciava a população. A fonte é “conteúdo próprio”, pois a usuária não compartilhou nenhum link, mas criou a sua postagem denunciando o vídeo.

Figura 21 - Post Tema 4 – Solidariedade em relação às empresas



Fonte: Plataforma do Facebook

O post publicado no grupo “Mulheres de Direita Unidas Pelo Brasil”, no dia 14 de abril de 2020, expressa uma preocupação com as escolas e faculdades particulares devido ao isolamento social e, conseqüentemente, a falta da presença dos alunos. A autora do post compartilhou a sua própria postagem, dessa forma, a fonte foi classificada como “conteúdo próprio”.

Figura 22 - Post Tema 4 – Solidariedade em relação aos desempregados e à população mais carente



Fonte: Plataforma do Facebook

O post publicado no grupo “Mulheres Unidas Contra Bolsonaro”, no dia 15 de abril de 2020, divulga a ação de solidariedade de uma menina de 9 anos que costura máscaras de proteção para doar às pessoas que vivem em situação de rua. A autora do post compartilhou o link do veículo *O Segredo*, que por não ter alinhamento declarado nem com as pautas de esquerda nem de direita, foi classificado como “grande mídia”.

Figura 23 - Post Tema 5 – Crítica aos adversários de Jair Bolsonaro



Fonte: Plataforma do Facebook

O post publicado no grupo “Mulheres de Direita Unidas Pelo Brasil”, no dia 19 de abril de 2020, expressa um ataque ao então presidente da Câmara, Rodrigo Maia, com o qual o então presidente Jair Bolsonaro teve uma discussão pública no dia 16 de abril do mesmo ano. Depois da Câmara aprovar projeto de socorro financeiro aos

estados devido à pandemia, Bolsonaro acusou Maia⁷⁴ de conspirar para tirá-lo do governo. A fonte do post foi classificada como “outros perfis do Facebook”.

Figura 24 - Post Tema 5 – Crítica aos apoiadores ou aliados de Jair Bolsonaro



Fonte: Plataforma do Facebook

O post publicado no grupo “Mulheres Unidas Contra Bolsonaro”, entre os mais relevantes do dia 12 de abril, é uma crítica aos apoiadores de Bolsonaro que bloquearam a passagem de ambulâncias em uma manifestação em prol do presidente. A autora do post compartilhou a postagem do jornalista Fernando Morais, assim, a fonte foi classificada como “perfil de personalidades públicas do Facebook”.

⁷⁴ “Bolsonaro acusa Maia de conspiração e diz que atuação do presidente da Câmara é péssima”. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/04/bolsonaro-acusa-maia-de-conspiracao-e-diz-que-atuacao-do-presidente-da-camara-e-pessima.shtml?utm_source=app&utm_medium=push&utm_campaign=pushfolha&id=1587080336>. Acesso em 27 de junho de 2022.

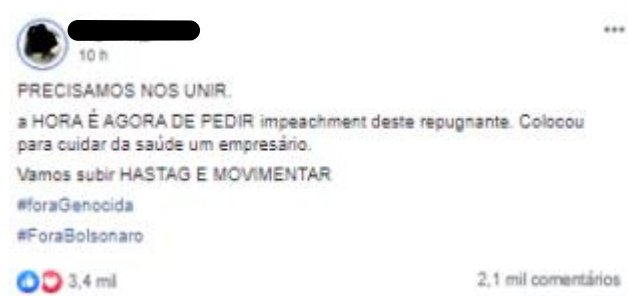
Figura 25 - Post Tema 5 – Crítica aos veículos da imprensa



Fonte: Plataforma do Facebook

O post publicado no grupo “Mulheres de Direita Unidas Pelo Brasil”, no dia 30 de abril de 2020, divulga uma matéria de um veículo de linha editorial de direita afirmando que a Advocacia-Geral da União (AGU) entregou os exames de Covid-19 de Bolsonaro e que fez “jornal passar vergonha”. O veículo a que se refere a notícia é *O Estado de S. Paulo* que acionou a Justiça⁷⁵ para ter acesso aos testes realizados pelo presidente. A fonte do post é “veículo de imprensa com posição definida de direita”.

Figura 26 - Post Tema 6 – Incentivo para protesto por impeachment



Fonte: Plataforma do Facebook

⁷⁵ “Justiça dá prazo para Bolsonaro mostrar exames da Covid-19; AGU recorrerá”. Disponível em: <<https://exame.com/brasil/justica-da-prazo-para-bolsonaro-mostrar-exames-da-covid-19-agu-recorrera/>>. Acesso em 28 de junho de 2022.

O post publicado no grupo “Mulheres Unidas Contra Bolsonaro”, no dia 16 de abril de 2020, incentiva o movimento para pedir o impeachment de Bolsonaro. Apesar da iniciativa, não há nenhuma menção sobre atividade off-line. A fonte é “conteúdo próprio”.

Figura 27 - Post Tema 6 – Incentivo a atos em defesa de Jair Bolsonaro



Fonte: Plataforma do Facebook

O post publicado no grupo “Mulheres de Direita Unidas Pelo Brasil”, referente aos mais relevantes do dia 17 de abril de 2020, faz um convite para participar da carreata em apoio ao presidente Jair Bolsonaro que aconteceria dois dias depois, em 19 de abril. A fonte é “Página do Facebook”, pois o post foi compartilhado da página da Deputada Federal Carla Zambelli.

Figura 28 - Post Conteúdo desinformativo – informação incorreta



Fonte: Plataforma do Facebook

O post publicado no grupo “Mulheres de Direita Unidas Pelo Brasil”, no dia 15 de maio de 2020, refere-se à defesa da hidroxicloroquina pela então Ministra da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos, Damares Alves, como um medicamento eficaz contra a Covid-19, mesmo sem nenhuma comprovação científica para essa finalidade. Dessa forma, o post é classificado como conteúdo desinformativo com informação incorreta, pois a autora não teve uma intenção deliberada de causar dano, mas os dados não correspondiam a uma verdade factual, como discutiu-se no capítulo 2 desta pesquisa. A fonte é “Página do Facebook”.

Figura 29 - Post Conteúdo desinformativo – informação maliciosa



Fonte: Plataforma do Facebook

O post publicado no grupo “Mulheres de Direita Unidas Pelo Brasil”, entre os mais relevantes do dia 31 de maio de 2020, refere-se a uma informação verdadeira — a Proposta de Lei 2630/2020 que cria medidas de combate à disseminação de conteúdo falso na internet, incluindo as redes sociais, um projeto amplo que demanda discussões da sociedade⁷⁶. No entanto, o post associa a PL totalmente à censura e

⁷⁶ “Lei para combater a disseminação segue no Congresso com pontos positivos e negativos”. Disponível em: < <https://abraji.org.br/noticias/lei-para-combater-a-desinformacao-segue-no-congresso-com-pontos-positivos-e-negativos> >. Acesso em 29 de junho de 2022.

também a usa contra Davi Alcolumbre, o então presidente do Senado, com quem Bolsonaro teve muitos conflitos na época. Dessa forma, o post foi classificado como conteúdo desinformativo com informação maliciosa, pois procede de uma informação verdadeira — a PL 2630/2020, advinda de uma espécie de “vazamento” (aspas nossas) sobre o Senado, com o objetivo de depreciar a proposta. A fonte é “Página do Facebook”.

Para esta classificação, é importante observar que de acordo com Wardle e Derakhshan (2017), os conteúdos definidos como *Mal-Information* ou informação maliciosa se referem à “informação que é baseada na realidade, mas é usada para infligir dano a uma pessoa, organização ou país” (WARDLE; DERAKHSHAN, 2017, p.20, tradução nossa). Ou seja, segundo os autores, a intenção basta para a classificação do conteúdo na desordem informativa, ainda que a informação esteja baseada na realidade.

No entanto para a presente pesquisa, para uma melhor visualização da frequência da desinformação nos grupos, enquanto conteúdos que não estivessem totalmente baseados na realidade, usamos a classificação de informação maliciosa somente se o conteúdo também apresentasse alguma presença de inveracidade.

Figura 30 - Post Conteúdo desinformativo – desinformação



Fonte: Plataforma do Facebook

O post publicado no grupo “Mulheres de Direita Unidas Pelo Brasil”, no dia 15 de maio de 2020, refere-se a uma informação falsa criada propositadamente com a intenção de depreciar os governadores estaduais que estariam, supostamente, superestimando os números da Covid-19 para receberem mais recursos federais. A plataforma jornalística de checagem de fatos e campanhas de desinformação *Aos Fatos*⁷⁷ verificou a informação do post, que foi massivamente divulgado nas redes sociais, e atestou a sua inveracidade. De acordo com a plataforma, em um único dia, 19 de maio, o post teve ao menos 90 mil compartilhamentos somente no Facebook. O Ministério da Saúde informou que os repasses não são realizados pelo número de mortes por Covid-19, mas por critérios como o tamanho da população e a complexidade do serviço prestado. A fonte do post é “outros perfis do Facebook”.

Após exemplificarmos a classificação de todas as categorias temáticas, com suas subdivisões, totalizando 20 categorias, além dos três tipos de conteúdos desinformativos, o próximo capítulo terá por finalidade apresentar os resultados da categorização do *corpus* com a discussão dos dados encontrados.

⁷⁷ “É falso que estados recebem verba federal a cada óbito registrado por Covid-19”. Disponível em: < <https://www.aosfatos.org/noticias/e-falso-que-estados-recebem-verba-federal-cada-obito-registrado-por-covid-19/> >. Acesso em 29 de abril de 2023.

CAPÍTULO 5 – MULHERES UNIDAS CONTRA BOLSONARO E MULHERES DE DIREITA UNIDAS PELO BRASIL

Neste capítulo, serão apresentados os resultados da categorização do material selecionado para análise de conteúdo, contemplando as suas diferentes dimensões. Primeiramente, será descrita a análise quantitativa das publicações dos dois grupos, em seguida, a atenção será voltada para a parte qualitativa relacionada às categorias temáticas e às fontes, aos conteúdos desinformativos e, por último, para os posts classificados com maior engajamento.

Após a descrição das análises, serão discutidos os resultados encontrados estabelecendo uma relação com a abordagem sócio-histórica e a fundamentação teórica presentes nos três primeiros capítulos desta pesquisa, de acordo com os direcionamentos das metodologias empregadas.

5.1 Análise quantitativa

A partir da seleção do *corpus*, a primeira análise realizada foi a quantitativa, com o propósito de verificar o nível de atividade dos membros em cada um dos grupos, se seriam mais ou menos ativos (número de publicações diárias) e as possíveis oscilações do nível de atividade ao longo do período estudado, de seis meses. Para isso, foram captadas todas as publicações ao longo de 24 horas em oito dias diferentes, com intervalos de tempo progressivo, conforme descrito no quadro abaixo, lembrando que devido à impossibilidade do uso de *softwares* para a captação dos posts, por se tratar de um grupo privado, a captura de todas as publicações foi realizada manualmente, por meio do recurso de *print screen*. Por essa razão, foram escolhidos somente oito dias em diferentes meses, a fim de tornar a coleta exequível.

Quadro 5 – Análise quantitativa dos posts coletados

Datas	Dias da semana	Categoria dos posts	Número dos posts coletados	Número dos posts coletados
			Grupo 1 – Mulheres Unidas Contra Bolsonaro	Grupo 2 - Mulheres de Direita Unidas pelo Brasil
13/04/2020	Segunda-feira	24h	20	426
28/04/2020	Terça-feira	24h	127	115
06/05/2020	Quarta-feira	24h	71	119
14/05/2020	Quinta-feira	24h	23	395

29/05/2020	Sexta-feira	24h	25	116
15/06/2020	Segunda-feira	24h	47	119
18/07/2020	Sábado	24h	36	188
13/10/2020	Terça-feira	24h	46	115
Total de posts da categoria 24h da análise quantitativa			395	1.593

Fonte: elaborado pela autora.

A partir da contagem dos posts dos dois grupos, destaca-se a diferença exponencial do número de publicações realizadas pelos membros do grupo “Mulheres Unidas Contra Bolsonaro” que, para facilitar a identificação, vamos denominar “MUCB”, sigla já difundida entre os membros, e do grupo “Mulheres de Direita Unidas pelo Brasil” que a partir daqui chamaremos de “grupo 02”. Ao somarmos todas as publicações das 24h dos oito dias selecionados do MUCB o número é inferior à quantidade de posts do primeiro dia analisado, 13 de abril de 2020, do grupo 02 que teve, em 24h, 426 postagens.

A discrepância no número dos posts ganha ainda mais relevância quando lembramos a diferença significativa do tamanho dos grupos — MUCB com 2.406.123 membros e o grupo 02 com 386.869 membros. Dessa forma, o primeiro dado que temos com a análise quantitativa é a alta intensidade do ativismo digital do grupo 02 em contraste com a baixa atividade do MUCB durante o período analisado.

Sobre a possibilidade do uso de robôs no grupo 02, descartamos essa hipótese, em primeiro lugar, por ser um grupo privado, o que dificulta o acesso dessas tecnologias mais invasivas; segundo pelas características observadas nos integrantes que mantinham muitas interações pessoais no grupo e terceiro porque uma das características da ação de robôs é o disparo massivo de informações, de forma automatizada, como é comum se suceder no Twitter⁷⁸, com o impulsionamento de hashtags em apoio a candidatos, o que não é possível em um grupo no Facebook.

De fato, como ficou provado e mencionamos isso no capítulo 2, principalmente durante a campanha eleitoral em 2018, os robôs foram usados para disseminar notícias em prol do então candidato Bolsonaro, incluindo conteúdos desinformativos

⁷⁸ “Robôs impulsionaram metade dos tuites pró-Bolsonaro no início da campanha”. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/eleicoes/2022/08/27/lula-bolsonaro-robos-twitter-impulsionamento-eleicoes-2022.htm>>. Acesso em 02 de maio de 2023.

contra o seu oponente Fernando Haddad (PT). No entanto, sobre o grupo analisado, realmente defendemos que não se trata dessa ferramenta pelos motivos apontados. Inclusive, muitas postagens do grupo 02, como a figura 31, abaixo, tinham a finalidade de confrontar a informação, disponível nos veículos tradicionais, de que Bolsonaro usava robôs para apoiá-lo nas redes sociais on-line.

Figura 31 - Post do grupo “Mulheres de Direita Unidas pelo Brasil” sobre robôs



Fonte: Plataforma do Facebook.

O post acima, publicado no dia 12 de abril de 2020, obteve o maior engajamento entre os 20 mais relevantes da data, com 3,8 mil curtidas e 3,7 mil comentários. Conforme a chamada da postagem, os membros comentaram indicando de qual estado pertenciam, com grande variação entre as localidades. O post foi

compartilhado de um perfil pessoal do Facebook que, por sua vez, também foi disponibilizado no grupo público “#Marketeiros do Jair Oficial”⁷⁹, criado em 18 de outubro de 2018 e atualmente com 2,3 mil membros. O grupo também foi uma das fontes mais compartilhadas nas publicações das “Mulheres de Direita Unidas pelo Brasil”.

Em relação à frequência das publicações nos dois grupos analisados, não foram identificadas variações expressivas nos diferentes dias da semana. Um ponto observado é que em duas determinadas datas — 13 de abril e 14 de maio — houve um número significativamente maior de posts do grupo 02, em relação à média, o que pode ser explicado devido à intensa movimentação política do período. No dia 13 de abril foi três dias antes da saída do Ministro da Saúde Mandetta e no dia 14 de maio representa o dia anterior à saída de seu substituto, o também Ministro da Saúde Nelson Teich, duas datas em que as apoiadoras de Bolsonaro expressaram apoio ao então presidente, no grupo.

Sobre o MUCB verifica-se uma relativa constância na quantidade de posts, com exceção do dia 28 de abril, que teve um alto número, na mesma data em que foi percebida uma drástica diminuição dos posts do grupo 02 comparando-se com a data anterior de captação, 13 de abril. A grande redução de posts no grupo 02 entre 13 de abril e 28 de abril, pode se remeter à demissão do Ministro da Justiça e Segurança Pública Sérgio Moro, no dia 24 de abril, que causou a primeira grande queda na popularidade do então presidente Bolsonaro, culminando na perda de seguidores⁸⁰ nas redes sociais on-line.

5.2 Análise qualitativa das categorias temáticas e fontes

Tendo em vista os procedimentos já explicitados para a categorização do *corpus*, segue o quadro 06 com a classificação das categorias temáticas dos posts captados dos dois grupos e, na sequência, o quadro 07 com a categoria “Outros”, com os demais temas verificados que, por suas características, não puderam ser enquadrados em nenhuma categoria pré-estabelecida.

⁷⁹ Grupo público do Facebook “#Marketeiros do Jair Oficial”. Disponível em:

< <https://web.facebook.com/groups/2267369606832324/about> >. Acesso em 02 de maio de 2023.

⁸⁰ “Pela 1ª vez desde 2017, Bolsonaro perde seguidores nas redes sociais”. Disponível em: <

Quadro 6 – Resultados da classificação temática dos posts dos dois grupos analisados

Classificação temática		Grupo 01 Mulheres Unidas Contra Bolsonaro	Grupo 02 Mulheres de Direita Unidas pelo Brasil
Referente aos posts mais relevantes			
Tema 1 - Posicionamento político em relação ao então presidente Jair Bolsonaro	Apoio à figura política	0	231
	Apoio às ações governamentais	0	45
	Crítica à figura política	199	0
	Crítica às ações governamentais	140	0
Tema 2 - Posicionamento em relação às mulheres e suas relações na sociedade	Denúncia de violência (física, sexual ou moral) contra a mulher	47	0
	Incentivo e exemplos do empoderamento feminino	14	0
	Incentivo e exemplos de sororidade	22	0
	Crítica às expressões de machismo	24	0
	Crítica às feministas	0	3
Tema 3 - Posicionamento em relação às medidas sanitárias contra a Covid- 19	Apoio às medidas sanitárias contra a Covid-19	130	1
	Crítica às medidas sanitárias contra a Covid-19	2	163
Tema 4 - Solidariedade em relação aos atingidos pela Covid-19	Solidariedade em relação aos mortos e seus familiares	12	1
	Solidariedade em relação aos profissionais da saúde	25	4
	Solidariedade em relação às empresas durante a quarentena	0	4
	Solidariedade em relação aos desempregados e à população mais carente	9	4
Tema 5 - Crítica aos adversários políticos e a	Crítica às figuras pessoais e políticas adversárias do então presidente Jair Bolsonaro	0	461
	Crítica aos apoiadores do então presidente Jair Bolsonaro	196	0

representantes da oposição	Crítica aos veículos da imprensa	1	61
Tema 6 - Comportamento ativista	Incentivo para protesto por impeachment	11	0
	Incentivo para atos em defesa do então presidente Jair Bolsonaro	0	15
Outros		268	107
TOTAL		1100	1100

Fonte: elaborada pela autora.

Quadro 7 – Categoria temática “Outros”

Categoria temática “Outros” Referente aos posts mais relevantes	Grupo 01 Mulheres Unidas Contra Bolsonaro	Grupo 02 Mulheres de Direita Unidas pelo Brasil
Apoio ao então ex-presidente Luís Inácio Lula da Silva	14	
Apoio à ex-presidenta Dilma Roussef	19	
Notícia sobre juiz que confundiu 26 mil com 256 milhões na conta de Marisa Letícia Lula da Silva	2	
Defesa dos direitos indígenas	7	
Crítica às expressões de discriminação racial e de violência e defesa da equidade racial	100	
Crítica ao movimento antirracismo		7
Defesa da preservação do Meio Ambiente	12	
Defesa da descriminalização da cannabis medicinal	1	
Crítica à violência e defesa dos direitos da comunidade LGBTQIA+	20	
Crítica às pautas relacionadas aos direitos da população LGBTQIA+		4
Apoio da proposta de lei para liberar as cirurgias de esterilização para mulheres maiores de 18 anos sem filhos.	1	
Crítica ao Projeto de Lei do RN que previa que vítimas de estupro deveriam assistir a cenas de aborto.	3	
Movimento em defesa do direito de menina de 10 anos estuprada realizar o aborto.	11	
Defesa do ensino infantil para proteção contra abusos sexuais.	5	
Defesa da descriminalização do aborto	2	
Crítica à realização do aborto em qualquer circunstância.		3
Defesa dos direitos das pessoas com deficiência	1	
Solidariedade em relação aos jovens não adotados	1	
Solidariedade às pessoas em situação de rua	4	
Apoio aos trabalhadores domésticos	1	
Apoio ao Movimento dos Trabalhadores Sem Terra (MST)	3	

Defesa da Luta Antimanicomial	1	
Defesa da manutenção do regime democrático	15	
Crítica à desigualdade social	5	
Crítica à intolerância religiosa	2	
Apoio ao Supremo Tribunal Federal	2	
Indicações de produtos culturais e acadêmicos (filmes, músicas, peças teatrais, palestras e pesquisas)	5	
Apoio à pesquisa científica nas universidades públicas brasileiras	1	
Crítica aos programas policiais sensacionalistas na TV aberta	2	
Defesa do período da Ditadura Militar no Brasil		1
Crítica do período da Ditadura Militar no Brasil	3	
Apoio aos veículos da imprensa atacados por Bolsonaro	10	
Crítica à Donald Trump	3	
Notícia sobre maconha poder bloquear coronavírus	1	
Apoio a pré-candidaturas de esquerda	1	
Homenagem a artistas que faleceram	3	
Notícia sobre casal que aparece fazendo sexo em reunião virtual da Câmara dos Vereadores do RJ	1	
Crítica à fiscalização que destruiu as plantas de um trabalhador por falta de documentação.	1	
Apoio à propaganda do Burguer King contra voto em branco.	1	
Apoio à brasileiro preso injustamente na Rússia.	1	
Comemoração dos dois anos de formação do MUCB.	1	
Crítica aos chineses		12
Crítica ao comunismo		12
Crítica ao Auxílio Reclusão		1
Crítica à transferência de presos de presídios federais para cadeias estaduais.		1
Crítica a benefícios concedidos à população carcerária.		1
Apoio a artistas e políticos aliados de Bolsonaro		24
Apoio à Polícia Militar		2
Apoio aos direitos dos idosos		1
Crítica ao abuso de autoridade da Polícia Militar	2	
Notícias positivas sobre a Covid (pessoas curadas, diminuição dos casos, novos tratamentos)		7
Notícia falsa sobre origem do coronavírus em laboratório chinês		1
Incentivo para pedido de intervenção do Exército		5
Informação sobre recebimento do Auxílio Emergencial		5
Pedido para não usar hashtag pois o grupo é fechado		4
Crítica à apologia de drogas e sexo em universidades públicas.		2
Crítica à descriminalização da maconha		2
Apoio à atuação da Polícia Rodoviária Federal na apreensão de drogas.		1
Apoio a projeto de lei que prevê castração a estupradores.		1
Crítica à atuação dos traficantes de drogas		2
Crítica à Paulo Freire		2
Crítica ao atual Papa Francisco		1
Crítica à pedofilia e à sexualização infantil		2

Crítica à cena com conteúdo religioso durante o Carnaval de 2020		1
Crítica à construção de camarotes na praia, em Ondina, Salvador (BA)		2
TOTAL	268	107

Fonte: Elaborado pela autora.

Conforme indicado nos dois quadros acima, a categoria “outros” foi a classificação mais frequente nos posts do grupo MUCB, com 268 publicações. Em seguida, está a categoria “crítica à figura política de Jair Bolsonaro” com 199 posts, quase empatado com o terceiro lugar “crítica aos apoiadores do então presidente Jair Bolsonaro” que apresenta 196 postagens. Os dados mostram uma consonância com o próprio nome do grupo e com a pluralidade de pautas que o coletivo pretende abranger, como indica o descritivo do grupo (figura 01).

Já os dados do grupo 02 revelam que a categoria mais frequente é “Crítica às figuras pessoais e políticas adversárias do então presidente Jair Bolsonaro”, com 461 publicações, número que representa praticamente o dobro de posts da categoria que ocupa a segunda posição na classificação que é “apoio à figura política de Jair Bolsonaro” que tem 231 posts. Na terceira posição, encontra-se a categoria “Crítica às medidas sanitárias contra a Covid-19” com 163 publicações. Os dados citados indicam que, mais do que ser um grupo em apoio à figura política ou às ações governamentais do então presidente Jair Bolsonaro, a ação do coletivo, no período analisado, pautou-se de acordo com a postura do líder do Executivo, reproduzindo seus principais discursos e posições defendidas.

Ao considerarmos os seis temas-chave selecionados, com suas respectivas subdivisões, a maior parte dos posts do MUCB está no “Tema 01- Posicionamento político em relação ao então presidente Jair Bolsonaro”, com 339 publicações; enquanto o grupo 02 tem sua maioria de posts no “Tema 5 - Crítica aos adversários políticos e a representantes da oposição”, com 522 publicações, quase metade do total dos posts analisados do grupo, de 1.100.

Os atores que assumiram o papel de adversários políticos e representantes da oposição no grupo 02 abrangeram um diversificado espectro de personagens tanto nos três poderes — Executivo, Legislativo e Judiciário — como nos veículos de imprensa, com destaque para a “Globolixo” como os integrantes do grupo 02 se

referem à Rede Globo. O alto número de posts na categoria de crítica aos adversários remete-se ao momento político do período analisado e será discutido com base na análise sócio-histórica na última seção do capítulo.

Em relação ao tema-chave com menos posts, o resultado mostra-se, no mínimo curioso, nos dois grupos. No MUCB, a menor quantidade de publicações está alocada no “Tema 6 - Comportamento ativista”, com apenas 11 postagens dedicadas ao incentivo para protestos pelo impeachment do então presidente Jair Bolsonaro. O resultado trouxe surpresa, uma vez que o grupo foi formado, justamente, para incentivar os protestos contra Bolsonaro. Ainda que, durante o período analisado, as aglomerações estivessem proibidas devido ao isolamento social, para a classificação dos posts na categoria de comportamento ativista também consideramos válidas as publicações com convocações para manifestos virtuais.

No grupo 02, o tema-chave que recebeu menos posts foi o “Tema 2 - Posicionamento em relação às mulheres e suas relações na sociedade”, que teve apenas 03 publicações, todas com críticas às feministas. Apesar do grupo ter sido formado em prol do então candidato Bolsonaro e não acerca de pautas femininas, uma vez que o grupo é formado exclusivamente por mulheres, esperava-se, ao menos, algumas postagens com a temática feminina. No entanto, verificamos a total ausência de posts nas quatro subcategorias relacionadas ao posicionamento das mulheres na sociedade, com a manifestação apenas na subcategoria “crítica às feministas”.

Os resultados da classificação no “Tema 3 - Posicionamento em relação às medidas sanitárias contra a Covid-19” também despertaram profundas reflexões, possivelmente, as mais importantes desta pesquisa. Os dados dessa categoria temática evidenciam que os grupos reagiram de forma completamente oposta diante do surgimento da pandemia em 2020. Enquanto o MUCB apresentou 130 posts de apoio às medidas sanitárias e dois posts contrários, o grupo 02 publicou 163 críticas às medidas sanitárias e apenas um post de apoio. Os resultados dessa categoria temática serão discutidos de forma mais minuciosa na última seção do capítulo.

Para atender aos princípios de clareza e objetividade necessários para a formação de uma adequada grade categorial, como preconiza Bardin (2016), sem deixar nenhum conteúdo fora de classificação, optamos por alocar na categoria “outros” todos os posts que não se enquadravam nas categorias temáticas previamente propostas. Dessa forma, tivemos 65 temas na categoria “Outros”, sendo

destes, 38 referentes ao MUCB e 27 referentes ao grupo 02. Ao contrário da expectativa da pesquisadora, alguns temas de “Outros”, como “Crítica às expressões de discriminação racial e de violência e defesa da equidade racial” que teve 100 posts no MUCB, representaram uma quantidade maior de publicações do que até mesmo em temas-chave, como um dos exemplos exposto na figura 32, que está também entre os posts de maior engajamento:

Figura 32 - Post contra discriminação racial do Grupo Mulheres Unidas Contra Bolsonaro



Fonte: Plataforma no Facebook.

Verificamos que, de forma geral, os posts da categoria “Outros”, assim como a frequência nos temas-chave e suas subdivisões, têm íntima relação com o contexto sócio-histórico no qual os grupos estão inseridos, dessa forma, como orienta Thompson (2011) os resultados serão melhor interpretados com a sua contextualização histórica, que será realizada no final deste capítulo. Por ora, seguiremos com a apresentação do quadro das fontes de informação que nos trará mais subsídios para a análise.

Quadro 8: Resultados da classificação das fontes de informação

Classificação das fontes		Grupo 01 Mulheres Unidas Contra Bolsonaro	Grupo 02 Mulheres de Direita Unidas pelo Brasil
*Referente aos posts mais relevantes			
Grande mídia	Folha de S. Paulo	8	0
	O Estado de S. Paulo	9	2
	G1	23	5
	UOL	45	6
	Veja	2	4
	R7	0	3
	O Globo	14	6
	Exame	8	2
	CNN	1	2
	Terra	3	2
	The Guardian	3	0
	El País Brasil	5	0
	Jovem Pan	0	2
	Outros veículos da grande mídia	152	33
Veículos de imprensa com posição definida	Direita	0	154
	Esquerda	46	1
Fontes oficiais	Ministério da Saúde	0	1

	Outros Ministérios do Governo	1	0
	Universidades Públicas	1	0
Facebook	Página do Facebook	310	355
	Perfil de personalidades públicas do Facebook	22	5
	Outros perfis do Facebook	324	338
	Evento no Facebook	4	2
Outras redes/mídias sociais	YouTube	3	22
	Instagram	0	1
	Twitter	0	2
	TikTok	9	0
Conteúdo próprio	Conteúdo produzido pelo próprio autor do post	106	151
Outros	Agência de checagem de notícias “Aos Fatos”	1	0
	TV Brasil	0	1
TOTAL		1100	1100

Fonte: elaborada pela autora.

Ao analisarmos a classificação das fontes, é possível verificar que o Facebook é a fonte mais usada nos posts capturados, tanto no MUCB quanto no grupo 02, sendo os outros perfis do Facebook a fonte mais identificada nas publicações do MUCB, com 324 posts e a página do Facebook a fonte mais usada no grupo 02, com 355 posts. Na segunda posição das fontes de informação com maior recorrência, excetuando-se a plataforma Facebook, estão os “veículos da grande mídia” no MUCB com 273 posts e os “veículos de imprensa com posição definida – Direita” no grupo 02 que apresentou 154 posts. Em terceiro lugar para ambos os grupos está o “conteúdo próprio”, com 106 postagens no MUCB e 151 no grupo 02.

A “Página do Facebook”, subcategoria mais identificada na classificação do grupo 02 e a segunda colocada no MUCB, teve grande presença como fonte para os

compartilhamentos dos posts, por isso, também assinalamos as páginas mais citadas nos dois grupos. No MUCB, ressalta-se a presença das páginas: Quebrando o Tabu; Jornalistas Livres; Maria do Rosário; A Luta; Esquerda online; Esquerdalize-se; Mulheres da Resistência no Exterior; A Fantástica Fábrica de Bolsominions 2.0; Desconstruindo Conceitos; Expondo os Falsos Profetas; Não tenho Político de Estimação; Mostre isso a quem votou em Bolsonaro; Falso Humoralista; Agora é que são elas e Desmascarando. Já no grupo 02, sobressai as páginas: Jair Messias Bolsonaro; Eduardo Bolsonaro; Carlos Bolsonaro; Carla Zambelli; República de Curitiba; Movimento Avança Brasil; Marketeiros do Jair; Acampamento com Bolsonaro; Nas Ruas; Magno Malta; Pátria Amada, Brasil; Laurinha opressora; Aliança pelo Brasil; Amigos do Presidente; Brasil Acima de Tudo e Desesquerdizador. Uma observação pertinente é que as páginas do Facebook, em sua maioria no caso do MUCB e em sua totalidade no caso do grupo 02, seguem o mesmo alinhamento político-ideológico dos grupos para os quais serviram de fontes de conteúdo.

Seguindo a tendência da preferência por fontes alinhadas ao mesmo espectro político-ideológico no grupo 02, na subcategoria “veículos de imprensa com posição definida – Direita”, que obteve o segundo maior número de posts na classificação das fontes, destacam-se: Diário do Brasil; Jornal da Cidade Online; O Antagonista; Pleno News; Gazeta Brasil; Brasil Sem Medo; Terra Brasil Notícias; Estudos Nacionais; Blog República de Curitiba; Terça Livre; Portal Novo Norte; Renova Mídia; Agora Notícias Brasil; Revista Oeste; Folha Centro Sul; Conexão Política e Publica Brasil. Como as publicações captadas são do período de abril a outubro de 2020, alguns desses veículos como o Terça Livre⁸¹ e Renova Mídia⁸², por exemplo, foram extintos após seus responsáveis serem acusados de disseminação de *fake news*.

No caso da subcategoria “veículos de imprensa com posição definida – Esquerda”, a fonte já não apresentou tanta relevância no compartilhamento dos posts, atingindo o número de apenas 46 publicações no MUCB e 01 no grupo 02. No entanto, para padronizar os procedimentos, também identificamos as mídias que mais serviram como fontes nessa subcategoria, que foram: Rede Brasil Atual; Poder 360; Diário do

⁸¹ “Blogueiro bolsonarista anuncia encerramento do canal Terça Livre”. Disponível em: <<https://congressoemfoco.uol.com.br/area/justica/blogueiro-bolsonarista-anuncia-encerramento-do-canal-terca-livre/>>. Acesso em 05 de maio de 2023.

⁸² “Renova Mídia encerra atividades alegando perseguições e censura”. Disponível em: <<https://brasilsemmedo.com/renovamidia-encerra-suas-atividades-por-causa-de-perseguiçoes-politico-judiciais-e-censura-das-big-techs/>>. Acesso em 05 de maio de 2023.

Centro do Mundo; Brasil de Fato, Esquerda Online; Mídia Ninja; Brasil 247; Vermelho.Org e Falando Verdades.

Nos “veículos da grande mídia”, categoria que ocupou a segunda posição das fontes de informação com 273 posts no MUCB, além dos veículos que estão listados no quadro 08, que representam as mídias que apareceram com mais frequência, também foram encontrados outros veículos como: Revista Época; Revista Fórum; Plantão ao Vivo; CBN; Record; SBT; BBC News; MSN; Jornal Estado de Minas; Portal de notícias Cada Minuto; Mundo Negro; Portal Observatório do Terceiro Setor; Omelete; Sic Notícias; Portal BH AZ; CBN; Razões para Acreditar; Correio Braziliense; Metrôpoles; Jornal Extra e Jornal A Gazeta. Para o grupo 02, os veículos da grande mídia foram usados como fontes apenas em 67 posts. Além disso, na maioria das vezes que os integrantes do grupo 02 utilizaram um dos veículos da grande mídia como fonte de compartilhamento, o texto da autora do post contestava o conteúdo do veículo, como na figura abaixo:

Figura 33 - Post do grupo Mulheres de Direita Unidas pelo Brasil com fonte “veículo da grande mídia”



Fonte: Plataforma do Facebook.

A publicação acima, que está entre as mais relevantes do dia 13 de julho de 2020, refere-se ao compartilhamento da notícia da revista Veja SP que informa que a Anvisa não recomenda o uso de ivermectina contra a Covid-19. Porém, a autora do post demonstra indignação contra o conteúdo, dizendo que “querem a todo custo proibir o uso de qualquer tipo de medicamento para tratamento da Covid-19, com um único objetivo, o de subir novamente o pico e o número de mortes!” Dessa forma, a autora do post se posiciona contrária à informação disposta no veículo. Este também é um exemplo de postagem que foi classificada como “conteúdo desinformativo - *Mis-information* ou informação incorreta”, que traz falsa conexão, com conteúdo enganoso, mas sem intenção deliberada de causar dano, uma vez que entendemos que os apoiadores de Bolsonaro acreditavam realmente no efeito de medicamentos como a hidroxicloroquina e a ivermectina, mesmo sem evidências científicas e sem a recomendação da OMS. Para melhor discutir o assunto, a classificação dos posts sobre conteúdos desinformativos será o foco da próxima seção.

5.3 Análise quantitativa e qualitativa dos conteúdos desinformativos

Além das análises das categorias temáticas e das fontes usadas para os posts, para atingir os objetivos desta pesquisa também foi averiguado se os conteúdos das postagens se enquadrariam em alguma das três categorias de desordem informativa, segundo o embasamento teórico de Wardle e Derakhshan (2017): *mis-information* ou informação errada; *mal-information* ou má informação e *dis-information* ou desinformação.

Como apontamos nos procedimentos para a análise, e neste momento consideramos válido lembrar, de acordo com os autores, os conteúdos definidos como *Mal-Information* ou informação maliciosa se referem à “informação que é baseada na realidade, mas é usada para infligir dano a uma pessoa, organização ou país” (WARDLE; DERAKHSHAN, 2017, p.20, tradução nossa). Ou seja, segundo os autores, a intenção basta para a classificação do conteúdo na desordem informativa, ainda que a informação esteja baseada na realidade. No entanto, para a presente pesquisa, para uma melhor visualização da frequência da desinformação nos grupos, enquanto conteúdos que não estivessem totalmente baseados na realidade, usamos a classificação de informação maliciosa somente se o conteúdo também tivesse

alguma presença de inveracidade. Dessa forma, todos os posts classificados no quadro abaixo apresentaram conteúdos de desinformação.

Quadro 9 - Resultados da classificação dos conteúdos desinformativos

Classificação dos conteúdos desinformativos *Referente aos posts mais relevantes	Grupo 01 Mulheres Unidas Contra Bolsonaro	Grupo 02 Mulheres de Direita Unidas pelo Brasil
<i>Mis-information</i> ou informação incorreta Falsa conexão; conteúdo enganoso, mas não há a intenção deliberada de causar dano.	0	19
<i>Mal-information</i> ou informação maliciosa Informação baseada na realidade, mas usada para causar danos, como vazamentos e discurso de ódio.	2	74
<i>Dis-information</i> ou desinformação Informação falsa e criada, propositadamente, para prejudicar algo ou alguém.	0	65
TOTAL	2	158

Fonte: elaborada pela autora.

Conforme os resultados encontrados, entre os 1.100 posts analisados de cada grupo, evidencia-se a presença de 02 publicações com conteúdos desinformativos no MUCB (0,2% das postagens) e 158 publicações com conteúdos desinformativos no grupo 02 (14,36% das postagens). Considerando a classificação de Wardle e Derakhshan (2017), a categoria com maior número de posts foi a *Mal-information* ou informação maliciosa, com 74 publicações do grupo 02 e as 02 publicações do MUCB. Em seguida, encontra-se a categoria *Dis-information* ou desinformação com 65 posts do grupo 02 e com o menor número de publicações situa-se a terceira categoria *Mis-information* ou informação incorreta com 19 publicações.

Entre os posts classificados na categoria *Mal-information* ou informação maliciosa, que recebeu o maior número de publicações, destaca-se, em sua maioria, a presença de críticas às figuras pessoais e políticas adversárias do então presidente Jair Bolsonaro, unindo elementos factuais a pontos de inveracidade. Já na categoria *Dis-information* ou desinformação, que também recebeu uma quantidade considerável de posts na classificação, as publicações referem-se tanto a críticas às figuras pessoais e políticas adversárias de Bolsonaro como também a críticas às medidas sanitárias contra a Covid-19. Por último, na categoria *Mis-information* ou informação incorreta verificamos que a maioria dos posts também se referia a críticas às medidas sanitárias contra a Covid-19, mas com outro viés, sem intenção de atacar alguém diretamente, mas apenas de se posicionar contra as medidas adotadas, principalmente, em relação à não recomendação do uso da hidroxicloroquina, da cloroquina e da ivermectina, como apontado na figura 28.

Para aprofundar a análise da presença da desinformação no *corpus*, realizamos, também, a classificação temática especificamente dos posts identificados com conteúdos desinformativos, conforme seguem os resultados no quadro 10, abaixo:

Quadro 10 – Resultados da classificação temática dos posts com conteúdos desinformativos

Classificação temática		Grupo 01 Mulheres Unidas Contra Bolsonaro	Grupo 02 Mulheres de Direita Unidas pelo Brasil
Referente aos posts com conteúdos desinformativos			
Tema 1 - Posicionamento político em relação ao então presidente Jair Bolsonaro	Apoio à figura política	0	4
	Apoio às ações governamentais	0	1
Tema 2 - Posicionamento em relação às mulheres e suas relações na sociedade	Crítica às feministas	0	1
Tema 3 - Posicionamento em relação às	Crítica às medidas sanitárias contra a Covid-19		

medidas sanitárias contra a Covid-19		0	82
Tema 5 - Crítica aos adversários políticos e a representantes da oposição	Crítica às figuras pessoais e políticas adversárias do então presidente Jair Bolsonaro	0	55
	Crítica aos apoiadores do então presidente Jair Bolsonaro	2	0
	Crítica aos veículos da imprensa	0	2
Outros	crítica aos chineses	0	6
	crítica à Paulo Freire	0	1
	crítica ao comunismo	0	1
	Notícia afirmando que o jornalista Caio Copolla foi afastado da CNN por defender Bolsonaro	0	1
	Notícia afirmando que França aprova aborto com 9 meses de gestação	0	2
	Notícia afirmando que reitor fez apologia à sexo e drogas em universidade pública	0	2
TOTAL		2	158

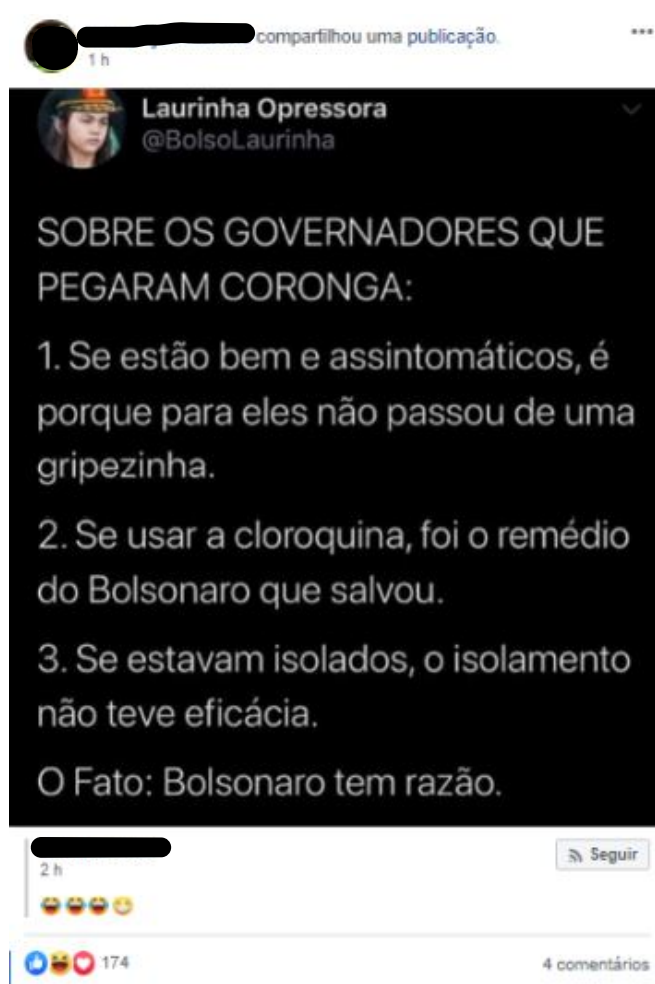
Fonte: elaborada pela autora.

Como indica o quadro 10, a subcategoria temática mais presente nos posts com conteúdos desinformativos é “crítica às medidas sanitárias contra a Covid-19”, com 82 posts; na segunda posição, verifica-se a subcategoria “Crítica às figuras pessoais e políticas adversárias do então presidente Jair Bolsonaro”, com 55 publicações. As demais postagens estão distribuídas nas outras subcategorias, sendo “Crítica aos chineses” o tema mais recorrente, ocupando o terceiro lugar no grupo 02. Já no MUCB, as duas publicações com conteúdos desinformativos estão na subcategoria “Crítica aos apoiadores do então presidente Jair Bolsonaro”.

Entre os posts classificados como “crítica às medidas sanitárias contra a Covid-19” verificamos a presença de publicações com desinformação para defender posições contrárias ao isolamento social, ao uso de máscaras, ao grande número de

mortes causadas pela Covid-19, ao fechamento do comércio para atender à quarentena, à gravidade do novo coronavírus, à existência de um pico da pandemia e à restrição ao uso da hidroxicloroquina, da cloroquina e da ivermectina contra a Covid-19. A narrativa presente na maior parte desses posts reproduz, fielmente, o discurso público de Bolsonaro em relação à pandemia, difundindo a ideia de que independente dos acontecimentos, ele sempre teria razão, como exemplificado no post do dia 14 de abril de 2020, exposto na figura abaixo:

Figura 34 - Post com conteúdo desinformativo do grupo Mulheres de Direita Unidas pelo Brasil – crítica às medidas sanitárias contra a Covid-19



Fonte: Plataforma do Facebook.

Apesar do post também apresentar uma crítica aos adversários de Bolsonaro, no caso os governadores, o propósito principal da publicação é se posicionar de forma contrária à gravidade da Covid-19 “que seria só uma gripezinha”, à favor da cloroquina

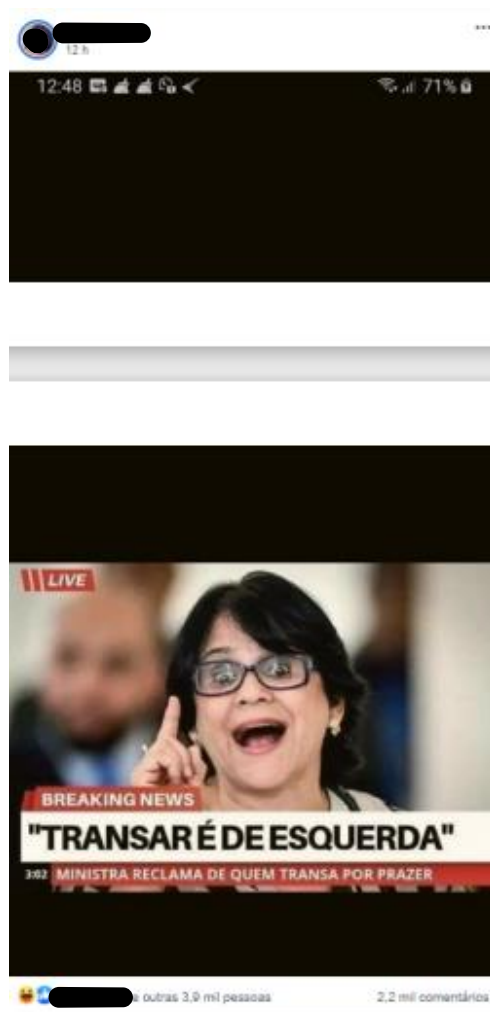
e contra o isolamento social, por este motivo o post foi classificado na subcategoria crítica às medidas sanitárias contra a Covid-19.

Em relação ao “Tema 5 - Crítica aos adversários políticos e a representantes da oposição”, os posts que receberam essa classificação, tanto no grupo MUCB quanto no grupo 02, em sua maioria, usaram argumentos relacionados a verdades factuais para divulgar conteúdos que não se pautavam pela veracidade. Um exemplo foi o que ocorreu na publicação do MUCB, como demonstra o post captado entre os mais relevantes do dia 28 de agosto, na figura 35, abaixo, contra a então Ministra da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos, Damares Alves, que ganhou repercussão nas redes sociais on-line. Apesar de em seu discurso ser favorável à abstinência sexual como uma das formas contraceptivas⁸³, a frase “transar é de esquerda” nunca foi pronunciada pela Ministra, como atestou a agência de checagem de fatos *Boatos.org*⁸⁴.

⁸³ “ ‘Tudo tem seu tempo’ prega campanha de Damares por abstinência sexual”. Disponível em: < <https://veja.abril.com.br/politica/tudo-tem-seu-tempo-prega-campanha-de-damares-por-abstinencia-sexual/> >. Acesso em 05 de maio de 2023.

⁸⁴ “Ministra Damares Alves diz que ‘transar é de esquerda’ #boato”. Disponível em: < <https://www.boatos.org/politica/ministra-damares-alves-diz-que-transar-de-esquerda.html> >. Acesso em 05 de maio de 2023.

Figura 35 - Post com conteúdo desinformativo do grupo Mulheres Unidas contra Bolsonaro – crítica aos apoiadores do então presidente Jair Bolsonaro



Fonte: Plataforma do Facebook.

O outro post do MUCB com conteúdo desinformativo também se relaciona com uma crítica à então Ministra Damare Alves, quando em uma parte de seu discurso disse que o abuso sexual pode ser prazeroso para a criança, mas com o objetivo de explicar que o abusador podia se valer deste artifício para cometer o crime. Como a fala foi tirada de seu contexto original, deu-se a entender que a então Ministra estaria sendo favorável aos abusos, o que se caracteriza como uma inverdade.

Além da classificação temática dos conteúdos desinformativos, também foi realizada a identificação das fontes de informação desses conteúdos, como demonstra os resultados do quadro 11:

Quadro 11: Resultados da classificação das fontes de informação dos posts com conteúdos desinformativos

Classificação das fontes		Grupo 01 Mulheres Unidas Contra Bolsonaro	Grupo 02 Mulheres de Direita Unidas pelo Brasil
*Referente aos posts com conteúdos desinformativos			
Grande mídia	UOL	0	2
	Veja	0	1
	Jovem Pan	0	1
	MSN.com	0	1
	CBN	0	1
	Plantão ao vivo	0	1
Veículos de imprensa com posição definida	Direita	0	28
Facebook	Página do Facebook	0	40
	Perfil de personalidades públicas do Facebook	0	2
	Outros perfis do Facebook	1	64
Outras redes/mídias sociais	YouTube	0	6
Conteúdo próprio	Conteúdo produzido pelo próprio autor do post	1	11
TOTAL		2	158

Fonte: elaborada pela autora.

Como é possível verificar no quadro acima, assim como a principal fonte dos posts em geral foi a própria plataforma Facebook, o resultado se repete em relação aos conteúdos desinformativos, com 106 posts do grupo 02 (67,08% do total dos conteúdos desinformativos do grupo 02) e 01 post no MUCB (50% do total dos conteúdos desinformativos do MUCB). Na segunda posição do grupo 02, com 28 posts, estão os “veículos com posição definida – Direita” representando 17,72% do total dos conteúdos desinformativos do grupo 02. Ou seja, juntos, a plataforma do

Facebook e os veículos de direita perfazem 84,8% das fontes dos posts com conteúdos desinformativos encontrados no grupo 02.

Entre as páginas do Facebook que serviram como fontes para o compartilhamento dos posts com conteúdos desinformativos no grupo 02, as mais populares são: Jair Messias Bolsonaro; Eduardo Bolsonaro; Aliança pelo Brasil São Caetano do Sul-SP; Carla Zambelli; Luiz Lima; Bia Kicis; Luciano Hang; Coronel Sandro; Movimento Avança Brasil; Nas Ruas; Brasil Acima de Tudo; Amigos do Presidente; Lava Jato Notícias; Acampamento com Bolsonaro e Desesquerdizador. Um ponto a se destacar, também, é que para a classificação das fontes, sempre consideramos, primeiramente, o meio pelo qual a informação chegou ao grupo. Assim, por exemplo, no caso da figura 34, apesar do conteúdo do post ser da página Laurinha Opressora, a fonte primária foi um outro perfil do Facebook, pelo qual o conteúdo foi compartilhado pelo membro do grupo.

O mesmo princípio foi usado para as demais categorias, como os “veículos com posição definida – Direita” que foram as fontes primárias dos 28 posts com conteúdos desinformativos do grupo 02, dentre os quais, foram identificados: Jornal da Cidade Online, Renova Mídia, O Alerta, Gazeta Brasil, Diário do Brasil, O Antagonista, Opinião Crítica, Agora Notícias Brasil, Terra Brasil Notícias e Pleno News. Alguns veículos como o Jornal da Cidade Online⁸⁵, por exemplo, já foram alvo de CPIs por denúncias de disseminação de *fake news* e condenados pela Justiça.

5.4 Análise qualitativa dos posts com maior engajamento

Não obstante as análises anteriores, também consideramos necessário fazer um levantamento acerca dos posts que apresentaram maior engajamento em cada um dos 55 dias de captação das publicações sinalizadas pelo Facebook como mais relevantes. Assim, em cada dia de captação foi avaliado entre os 20 posts selecionados qual apresentava o maior número de curtidas e comentários em cada um dos grupos estudados. Para avaliar o melhor engajamento, somou-se o número de curtidas e comentários, considerando qual post obtinha a maior somatória. Após a realização desse processo, deu-se início à classificação temática, das fontes e dos

⁸⁵ “Alvo de CPI, site de *fake news* com 903 anunciantes perde apoio com campanha”. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2020/05/21/alvo-de-cpi-site-de-fake-news-com-903-anunciantes-perde-apoio-com-campanha.htm>>. Acesso em 06 de maio de 2023.

conteúdos desinformativos dos posts com maior engajamento, começando pelas categorias temáticas, como segue no quadro 12:

Quadro 12 – Resultados da classificação temática dos posts com maior engajamento

Classificação temática Referente aos posts com maior engajamento		Grupo 01 Mulheres Unidas Contra Bolsonaro	Grupo 02 Mulheres de Direita Unidas pelo Brasil
Tema 1 - Posicionamento político em relação ao então presidente Jair Bolsonaro	Apoio à figura política	0	21
	Apoio às ações governamentais	0	2
	Crítica à figura política	9	0
	Crítica às ações governamentais	5	0
Tema 2 - Posicionamento em relação às mulheres e suas relações na sociedade	Denúncia de violência (física, sexual ou moral) contra a mulher	1	0
	Incentivo e exemplos do empoderamento feminino	1	0
	Incentivo e exemplos de sororidade	1	0
Tema 3 - Posicionamento em relação às medidas sanitárias contra a Covid- 19	Apoio às medidas sanitárias contra a Covid-19	8	0
	Crítica às medidas sanitárias contra a Covid-19	0	9
Tema 5 - Crítica aos adversários políticos e a representantes da oposição	Crítica às figuras pessoais e políticas adversárias do então presidente Jair Bolsonaro	0	12
	Crítica aos apoiadores do então presidente Jair Bolsonaro	2	0
	Crítica aos veículos da imprensa	0	2
Outros	Apoio à ex-presidenta Dilma Roussef	7	0
	crítica à desigualdade social	2	0
	Defesa do ensino infantil para proteção contra abusos sexuais.	1	0

Crítica às expressões de discriminação racial e de violência e defesa da equidade racial	9	0
Apoio da proposta de lei para liberar as cirurgias de esterilização para mulheres maiores de 18 anos sem filhos.	1	0
Crítica aos programas policiais sensacionalistas na TV aberta.	1	0
Crítica à violência e defesa dos direitos da comunidade LGBTQIA+	4	0
Movimento em defesa do direito de menina de 10 anos estuprada realizar o aborto.	1	0
Defesa da preservação do Meio Ambiente	1	0
Defesa da descriminalização da cannabis medicinal	1	0
Apoio a artistas e políticos aliados de Bolsonaro.	0	6
Notícia positiva sobre estudo que anuncia o fim próximo da pandemia.	0	1
Apoio a projeto de lei que prevê castração a estupradores.	0	1
Crítica aos chineses	0	1
TOTAL	55	55

Fonte: elaborada pela autora.

Os resultados da classificação temática dos posts com maior engajamento apresentaram diferenças e semelhanças em comparação com a mesma classificação dos posts gerais, com características mais parecidas no MUCB e mais díspares no grupo 02. No MUCB, a categoria temática mais frequente tanto na classificação geral quanto nos posts com maior engajamento foi a categoria “outros” — geral com 268 publicações e 28 nos posts com mais engajamento. A segunda posição também é semelhante, com 199 posts na classificação geral e 09 posts com mais engajamento, ambos na subcategoria “crítica à figura política de Jair Bolsonaro”. Já a terceira posição apresenta diferença — na classificação dos posts gerais encontra-se a subcategoria “crítica aos apoiadores do então presidente Jair Bolsonaro” com 196

postagens e na classificação dos posts com maior engajamento está a subcategoria “apoio às medidas sanitárias contra a Covid-19”, com 08 postagens.

No grupo 02, as posições se invertem — enquanto na classificação geral a subcategoria mais frequente é “crítica às figuras pessoais e políticas adversárias do então presidente Jair Bolsonaro”, com 461 publicações, essa é a subcategoria que ocupa o segundo lugar na classificação dos posts com maior engajamento, com 12 publicações. Já a subcategoria “apoio à figura política de Jair Bolsonaro” que está em segundo lugar na classificação geral, com 231 posts, na classificação dos posts com mais engajamento está em primeira posição com 21 postagens. Em terceiro lugar, as classificações se assemelham, tanto a classificação geral quanto os posts com mais engajamento têm a subcategoria “crítica às medidas sanitárias contra a Covid-19” na mesma posição, respectivamente, com 163 e 09 postagens, embora haja o mesmo número de publicações também na categoria “outros”, configurando um empate.

De forma geral, os posts com maior engajamento refletem as identidades dos dois grupos, revelando as principais temáticas que despertam as reações disponíveis na plataforma — curtidas e comentários — já que, por ser um grupo fechado, não é possível o compartilhamento dos posts. Com isso, identificando o que mais movimenta o grupo e ganha o engajamento das mulheres, obteve-se um importante resultado de análise. Assim, os posts de maior engajamento, nos respectivos grupos representam, emblematicamente, as suas principais identidades e discursos, conforme seguem abaixo, nas figuras 36 e 37:

Figura 36 - Post com maior engajamento do grupo Mulheres Unidas Contra Bolsonaro



Fonte: Plataforma no Facebook.

O post do MUCB, referente aos mais relevantes do dia 12 de abril de 2020, divulga a ação de uma artesã que faz máscaras de proteção social e oferece para doação. Sendo assim, recebeu a classificação temática de “apoio às medidas sanitárias”, com fonte “outros perfis do Facebook”. O post teve 58 mil curtidas e 3,4 mil comentários.

Figura 37 - Post com maior engajamento do grupo Mulheres de Direita Unidas pelo Brasil



Fonte: Plataforma no Facebook

O post do grupo 02, referente aos mais relevantes do dia 08 de julho de 2020, divulga a notícia publicada no Jornal Gazeta Brasil com a citação de Bolsonaro alegando que tomou a segunda dose de hidroxycloquina e a sua temperatura corporal teria abaixado. Sendo assim, recebeu a classificação temática de “crítica às medidas sanitárias”, com fonte “veículos com posição definida de direita”. O post recebeu 10 mil curtidas e 1,8 mil comentários.

Após a classificação temática, iniciou-se a classificação das fontes, conforme segue no quadro 13:

Quadro 13 - Resultados da classificação das fontes de informação dos posts com maior engajamento

Classificação das fontes		Grupo 01 Mulheres Unidas Contra Bolsonaro	Grupo 02 Mulheres de Direita Unidas pelo Brasil
*Referente aos posts com maior engajamento			
Grande mídia	O Estado de S. Paulo	2	0
	G1	1	0
	UOL	1	1
	Veja	0	1
	R7	0	1
	CBN	0	1
	Plantão ao vivo	2	0
	Portal de notícias Cada Minuto	1	0
	Época	1	0
	Portal Observatório do Terceiro Setor	1	0
	Mundo Negro	2	0
	Omelete	1	0
	Sic Notícias	1	0
	Estado de Minas	2	0
	Portal BH AZ	1	0
	Portal Curta Mais	1	0
Veículos de imprensa com posição definida	Direita	0	18
	Esquerda	3	0
Facebook	Página do Facebook	12	6
	Outros perfis do Facebook	15	15
Outras redes/mídias sociais	YouTube	0	1
	Instagram	0	1
Conteúdo próprio	Conteúdo produzido pelo próprio autor do post	8	10
Outros		0	0
TOTAL		55	55

Fonte: elaborada pela autora.

Os resultados da classificação das fontes dos posts com maior engajamento, assim como a classificação temática, também apresentam diferenças e semelhanças em comparação com a mesma classificação dos posts gerais. Se considerarmos as duas subcategorias do Facebook juntas — outros perfis e páginas — a plataforma também é a fonte mais frequente nos posts com maior engajamento, nos dois grupos, como ocorre nos posts gerais. No entanto, ao analisarmos todas as subcategorias separadas, a fonte mais usada nos posts com maior engajamento no MUCB é a “grande mídia” com 17 posts e no grupo 02 é “veículos de imprensa com posição definida – Direita” com 18 posts. Na classificação dos posts gerais, as fontes citadas ocuparam o segundo lugar nos respectivos grupos.

Já a segunda posição nas fontes dos posts com maior engajamento é ocupada pela categoria “Outros perfis do Facebook” em ambos os grupos, com o mesmo número de posts, 15. Os dois grupos também compartilham a categoria “conteúdo próprio” como a terceira posição das fontes, com 8 posts no MUCB e 10 no grupo 02. Na classificação das fontes dos posts gerais, a categoria “conteúdo próprio” também obteve o terceiro lugar.

Finalizada a classificação das fontes, procedeu-se a última análise dos posts com maior engajamento, a classificação dos conteúdos desinformativos para verificar se haveria a presença da desinformação entre os posts mais populares, como seguem os resultados no quadro 14:

Quadro 14: Resultados da classificação dos conteúdos desinformativos dos posts com maior engajamento

Classificação dos conteúdos desinformativos *Referente aos posts com maior engajamento	Grupo 01 Mulheres Unidas Contra Bolsonaro	Grupo 02 Mulheres de Direita Unidas pelo Brasil
<i>Mis-information</i> ou informação incorreta Falsa conexão; conteúdo enganoso, mas não há a intenção deliberada de causar dano.	0	0
<i>Mal-information</i> ou informação maliciosa	0	2

Informação baseada na realidade, mas usada para causar danos, como vazamentos e discurso de ódio.		
<i>Dis-information</i> ou desinformação Informação falsa e criada, propositadamente, para prejudicar algo ou alguém.	0	4
TOTAL	0	6

Fonte: elaborada pela autora.

Como indicam os resultados do quadro 14, entre os 55 posts analisados com maior engajamento do grupo MUCB não foi localizado nenhum conteúdo desinformativo e entre os 55 posts analisados com maior engajamento do grupo 02 foram encontrados 06 conteúdos desinformativos, sendo 02 classificados como *Mal-information* ou informação maliciosa e 04 como *Dis-information* ou desinformação. Para uma melhor visualização dos conteúdos com desinformação, que estão entre os posts com maior engajamento no grupo 02, seguem as figuras abaixo:

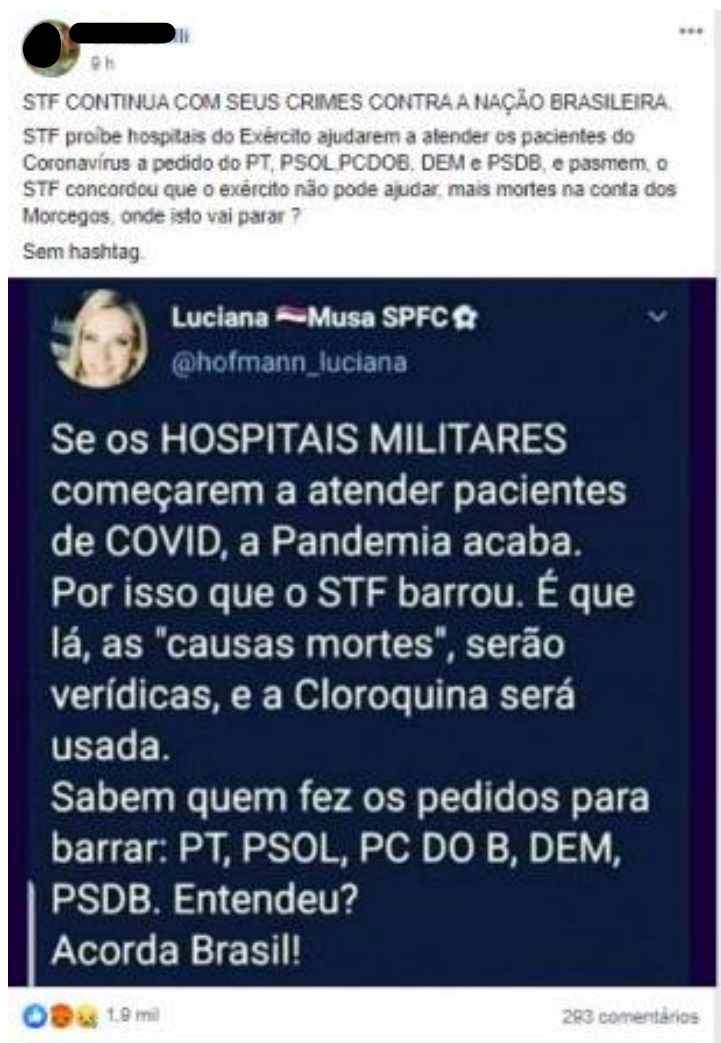
Figura 38 - Post entre as publicações de maior engajamento com conteúdo desinformativo captado em 23.04.2020



Fonte: Plataforma do Facebook.

Classificação temática do post: crítica às medidas sanitárias contra a Covid-19.
Fonte: grande mídia. Conteúdo desinformativo: *Mal-information* ou informação maliciosa.

Figura 39 - Post entre as publicações de maior engajamento com conteúdo desinformativo captado em 25.05.2020



Fonte: Plataforma do Facebook.

Classificação temática do post: crítica às medidas sanitárias contra a Covid-19. Fonte: conteúdo próprio (o post não se originou a partir de nenhum compartilhamento, a autora apenas copiou e colou o conteúdo). Conteúdo desinformativo: *Mal-information* ou informação maliciosa.

Figura 40 - Post entre as publicações de maior engajamento com conteúdo desinformativo captado em 04.06.2020

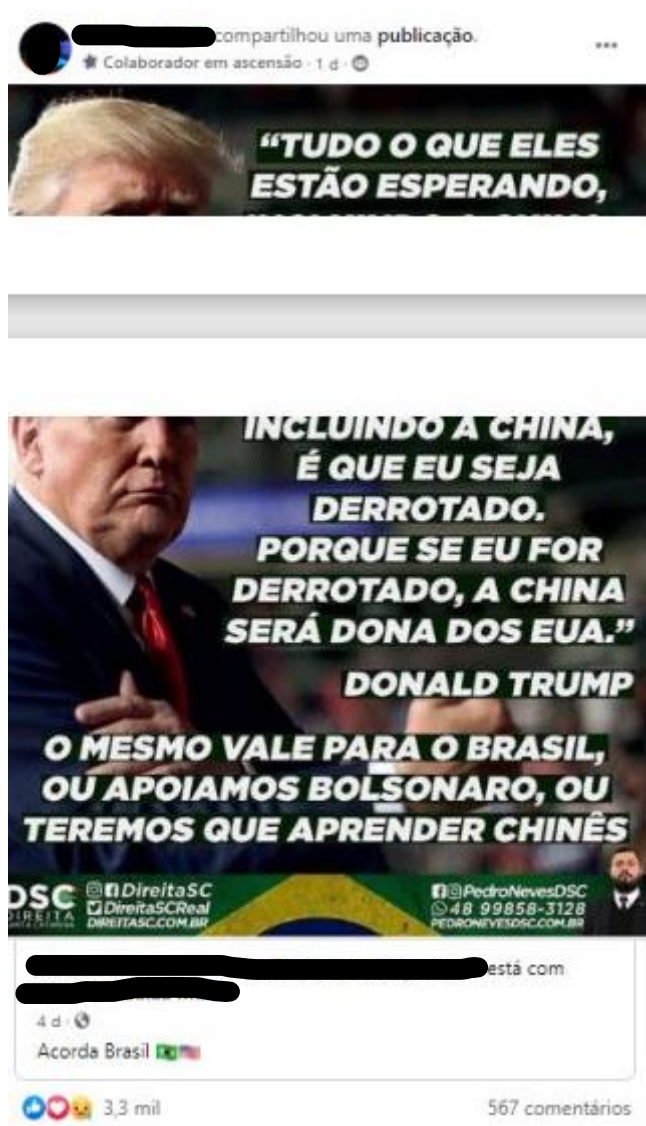


Fonte: Plataforma do Facebook.

Classificação temática do post: crítica às medidas sanitárias contra a Covid-19.

Fonte: YouTube. Conteúdo desinformativo: *Dis-information* ou desinformação.

Figura 41 - Post entre as publicações de maior engajamento com conteúdo desinformativo captado em 04.09.2020



Fonte: Plataforma do Facebook.

Classificação temática do post: crítica aos chineses. Fonte: outros perfis do Facebook. Conteúdo desinformativo: *Dis-information* ou desinformação.

Figura 42 - Post entre as publicações de maior engajamento com conteúdo desinformativo captado em 10.08.2020



Fonte: Plataforma do Facebook.

Classificação temática do post: crítica aos chineses. Fonte: veículos com posição definida de direita – Diário do Brasil. Conteúdo desinformativo: *Dis-information* ou desinformação.

Figura 43: Post entre as publicações de maior engajamento com conteúdo desinformativo captado em 30.09.2020



Fonte: Plataforma do Facebook.

Classificação temática do post: crítica às figuras pessoais e políticas adversárias do então presidente Jair Bolsonaro. Fonte: outros perfis do Facebook. Conteúdo desinformativo: *Dis-information* ou desinformação.

Como foi possível observar nas seis figuras acima, a temática mais recorrente nos posts com maior engajamento, classificados com conteúdos desinformativos, foi “crítica às medidas sanitárias contra a Covid-19” com metade dos posts. Em seguida, está “crítica aos chineses” com duas postagens e, por último, “crítica às figuras pessoais e políticas adversárias do então presidente Jair Bolsonaro”, com um post.

Não é por acaso que os temas da crítica às medidas sanitárias para combater a pandemia e a crítica aos chineses apareçam entre os posts com maior engajamento no grupo 02. A relação entre as publicações, assim como a discussão dos demais resultados observados com as análises, serão os pontos centrais da seção a seguir.

5.5 Discussão dos resultados encontrados

A partir dos resultados obtidos com as análises é possível identificar que a polarização on-line e política se refletem claramente na identidade e nos discursos dos dois grupos femininos estudados. A começar pelas temáticas de maior circulação entre os grupos, enquanto no MUCB destaca-se a multiplicidade de temas, em consonância com a pluralidade de pautas que os movimentos feministas atuais apresentam, principalmente depois do advento das redes sociais on-line, como aponta Martinez (2021), no grupo Mulheres de Direita Unidas pelo Brasil a temática mais frequente são as críticas às figuras pessoais e políticas adversárias do então presidente Jair Bolsonaro, com um número de posts que representa praticamente o dobro de publicações do tema da segunda posição que foi o apoio à figura política de Jair Bolsonaro. Ou seja, no grupo 02, a temática mais frequente também se remete a uma característica dos movimentos atuais dos grupos conservadores nas redes sociais on-line de transformar adversários políticos em inimigos, utilizando a oposição entre as “pessoas de bem” e as representações do “mal”, como pontua Machado e Miskolci (2019).

Dessa forma, explica-se as 552 publicações alocadas no “Tema 5 - Crítica aos adversários políticos e a representantes da oposição”, perfazendo quase 50% da totalidade dos posts analisados, de 1.100. Vistos como inimigos, diferentes atores assumiram o papel de adversários políticos conforme apareciam em circunstâncias nas quais os interesses se opunham aos de Bolsonaro, não só no caso de oponentes diretos e esperados como Fernando Haddad, Luís Inácio Lula da Silva e o próprio Partido dos Trabalhadores (PT), mas atores ligados à própria democracia como o Supremo Tribunal Federal (STF); a Câmara dos Deputados; os governadores estaduais; prefeitos municipais e os veículos da imprensa.

O alto número de publicações com a temática de críticas também constata o que Duarte e César (2021) apontam como uma das principais características do Bolsonarismo que é a “negação da política”, representada pelo desprezo ao sistema político e às instituições democráticas. Nessa perspectiva, também se evidencia o

alinhamento dos posts ao contexto sócio-histórico em que os membros dos grupos estão inseridos.

No MUCB, um dos reflexos do contexto sócio-histórico na atuação do grupo pode ser exemplificado pela alta quantidade de publicações referentes à crítica às expressões de discriminação e violência racial, que além de expressar a defesa da igualdade racial, uma das pautas do movimento feminista, também pode ser explicada pela morte de George Floyd⁸⁶ nos Estados Unidos, no dia 25 de maio de 2020, que inspirou a luta antirracista em todo o mundo. O homem negro, inocente, foi assassinado por um ex-policial branco, que manteve seu joelho sobre o pescoço de Floyd o sufocando até a morte. O fato foi gravado pelas câmeras e a frase “não consigo respirar”, dita por George Floyd momentos antes de sua morte, tornou-se um grito de guerra para os ativistas que protestam contra a violência racial.

Além disso, a multiplicidade de pautas defendidas no MUCB, como a defesa dos direitos indígenas; o apoio da proposta de lei para liberar as cirurgias de esterilização para mulheres maiores de 18 anos sem filhos; a defesa da luta antimanicomial; a crítica à intolerância religiosa; o apoio ao Movimento dos Trabalhadores Sem Terra (MST); o apoio ao direito dos trabalhadores domésticos; a solidariedade em relação às pessoas em situação de rua, entre os demais temas que estão na categoria “Outros” no total de 268 tipos, aponta que a atuação do grupo está voltada, prioritariamente, para a resistência social (SCOTT, 2000).

Outro resultado que denota a influência da contextualização sócio-histórica nas temáticas dos grupos é a disparidade, no grupo 02, entre o número de posts com apoio à figura política do então presidente Jair Bolsonaro, com 231 publicações e o número de posts com apoio às suas ações governamentais, com apenas 45 postagens. Com a análise, é possível inferir que os membros do grupo são mais propensos em demonstrar o apoio incondicional ao então chefe do Executivo do que ter conhecimento das suas reais ações de governo para divulgá-las. Este comportamento condiz com a chamada “política da pós-verdade” (PRIOR, 2019) característica que marca, principalmente, a atuação dos líderes populistas da extrema-direita em ascensão na contemporaneidade, que sustentam o apoio popular

⁸⁶ “Justiça para George Floyd: como a morte de um homem negro nas mãos de um policial inspira a luta antirracista no mundo hoje”. Disponível em: < <https://noticias.uol.com.br/reportagens-especiais/george-floyd-como-negro-morto-pela-policia-inspira-hoje-luta-antirracista/#cover> >. Acesso em 06 de maio de 2023.

muito mais em estratégias discursivas, que despertam as emoções de seus eleitores, do que efetivamente nas ações governamentais realizadas. No MUCB, há pouca diferença entre o número de posts de crítica à figura política de Bolsonaro — 199 posts — e às suas ações governamentais — 140 posts, indicando que o grupo se atenta às duas dimensões propostas.

Antes de discutirmos um dos pontos centrais da análise temática dos grupos, sobre o posicionamento em relação às medidas sanitárias contra a Covid-19, é pertinente ressaltar a diferença do MUCB e do grupo 02 em relação ao posicionamento das mulheres e suas relações na sociedade. Enquanto no MUCB identificamos 107 posts com o “Tema 2 - Posicionamento em relação às mulheres e suas relações na sociedade”, no grupo 02 verificamos a presença de apenas 03 publicações com este tema, na subcategoria “crítica às feministas”. Este resultado demonstra que apesar do grupo ser formado exclusivamente por mulheres, o objetivo do coletivo não se refere a nenhuma pauta de gênero, o que demonstra um silenciamento na identidade das mulheres do grupo 02 enquanto ativistas de seus próprios direitos. Os posts com as críticas às feministas, mais do que representar um posicionamento de gênero, representam a oposição à esquerda que a imagem das feministas alude. Desse modo, as feministas são vistas como mais um integrante na lista de “inimigos” (aspas nossas) políticos.

Nessa perspectiva, o gênero mulher deixa de aparecer em sua identidade, para dar lugar apenas à reprodução das pautas em torno dos discursos de Bolsonaro e contra seus adversários políticos. O post captado no dia 14 de setembro e classificado entre os que apresentaram maior engajamento expressa essa perspectiva, ao criticar a candidatura de três mulheres no mesmo post, por elas serem de partidos da esquerda. Assim, torna-se emblemático, um grupo feminino compartilhar um post de autoria masculina para se posicionar de forma contrária à ação das mulheres em cargos públicos.

Figura 44 - Post entre as publicações de maior engajamento contra a candidatura de mulheres



Fonte: Plataforma do Facebook.

Além disso, ao considerar o fato do grupo 02 não apresentar nenhuma pauta própria feminina e somando-se ao fato da formação do coletivo ter acontecido em razão do surgimento do MUCB, é possível inferir que o grupo Mulheres de Direita Unidas pelo Brasil trata-se de um “contramovimento” (BONET- MARTÍ, 2020a), na medida em que não se configura como um movimento social autônomo, mas que se define em oposição à outro movimento ao qual se contesta.

Outro ponto a ser observado a partir da ausência da temática feminina e das críticas aos direitos das minorias, como pode ser verificado nos posts da categoria “Outros”, no grupo 02, é a conexão entre a ascensão das lideranças de extrema direita e as ações contra a igualdade de gêneros, como argumenta Biroli (2020). Ao naturalizar desigualdades e negar a pluralidade, abre-se o caminho para alternativas autoritárias, como defende a autora e pôde ser constatado nos discursos do grupo 02.

5.5.1 Discussão dos resultados encontrados sobre o posicionamento das medidas sanitárias contra a Covid-19 e a desinformação

Entre todos os resultados encontrados, como já mencionado no início deste capítulo, os dados acerca das medidas sanitárias contra a Covid-19, possivelmente, sejam os mais relevantes de impacto social. As análises realizadas evidenciaram que a polarização política se refletiu claramente na reação dos grupos diante da pandemia.

Enquanto o MUCB apresentou 130 posts de apoio às medidas sanitárias e dois posts contrários, o grupo 02 publicou 163 críticas às medidas sanitárias e apenas um post de apoio. Além disso, as críticas às medidas sanitárias também foi a subcategoria temática mais frequente na classificação dos conteúdos desinformativos e a mais recorrente entre os posts com maior engajamento e desinformação.

Diante disso, foi possível verificar que, como apontam Duarte e César (2020), o negacionismo, usado como estratégia de gestão da pandemia, provoca o impacto direto no comportamento das pessoas, levando à disseminação de teses negacionistas contrárias à discussão argumentativa, com forte apelo emocional. “O negacionismo tende a se intensificar e a se multiplicar no mundo todo no contexto contemporâneo da pós-verdade” (DUARTE; CÉSAR, 2020, p. 11).

Os dados descobertos corroboram com as pesquisas de Gutemberg (2021); Recuero, Soares e Zago (2021) e Alcantara e Ferreira (2020), na medida em que reiteram que o debate sobre a pandemia foi deslocado para o terreno da polarização política e que as declarações públicas do então presidente Bolsonaro exerceram uma influência decisiva na postura de seus eleitores em relação às medidas de combate à pandemia. Além disso, como defenderam Alcantara e Ferreira (2020), os conteúdos desinformativos sobre a Covid-19, em circulação nas redes sociais on-line, condizem com a postura do então líder do Executivo.

Outro ponto de confluência foi sobre as principais fontes dos conteúdos desinformativos que na presente pesquisa revelou ser, em primeiro lugar, os outros perfis do Facebook e, em segunda posição, o que denominamos “veículos com posição definida – Direita”, que Recuero, Soares e Zago (2021) também nomeiam como veículos “hiperpartidários”, que se referem a mídias, geralmente, nativas digitais que produzem conteúdo sem compromisso com as normas éticas do jornalismo visando objetivos políticos. Na pesquisa realizada pelos autores, constataram que as URLs que continham desinformação eram originárias, majoritariamente, de veículos hiperpartidários enquanto as URLs que continham informação verídica vieram, majoritariamente, de veículos jornalísticos tradicionais e fontes institucionais. Tal resultado é semelhante ao que encontramos, uma vez que não identificamos nenhum conteúdo desinformativo propriamente nos veículos da grande mídia, os posts com essa classificação se referem a publicações que foram compartilhadas dos veículos mas descontextualizadas de modo desinformativo pelas autoras dos posts.

Os resultados obtidos também confirmam a hipótese de Bucci (2019), segundo a qual haveria evidências de que os seguidores da extrema-direita seriam mais propensos a propagar *fake news* nas redes sociais. Na época da publicação de seu artigo, o autor chegou a afirmar que seria preciso novos estudos para confirmar a maior aptidão do conservadorismo político na disseminação de notícias fraudulentas nas redes sociais on-line.

Outro ponto importante a ser registrado é que as análises também revelam que a baixa incidência da temática “Solidariedade em relação aos atingidos pela Covid-19” no grupo 02, confronta o senso comum, segundo o qual, em momentos de pandemia cresceria a solidariedade. Como aponta Bertolli Filho (2021, p. 52), se por um lado é possível observar atos solidários, a peste também favorece “uma espécie de desinibição dos comportamentos individualistas e agressivos, implicando na relativização dos valores éticos enquadrados como politicamente corretos”. Tal ocorrência pode ser constatada nas publicações do grupo 02, tanto pela quase ausência de posts com a temática da solidariedade como pelas diversas postagens contra o fechamento do comércio e a imposição da quarentena.

Conforme também argumenta Bertolli Filho (2021), uma das expressões do comportamento agressivo que o cenário pandêmico possibilita aflorar é a violência doméstica, o que também observamos por meio dos posts do MUCB, com o compartilhamento dos casos de denúncias de violência contra as mulheres. A subcategoria “Denúncia de violência (física, sexual ou moral) contra a mulher” foi a que recebeu o maior número de posts dentro do “Tema 2 - Posicionamento em relação às mulheres e suas relações na sociedade”. Dessa forma, a análise dos dois grupos também reflete a dualidade da solidariedade durante a pandemia — se por um lado, verifica-se a quase ausência de posts com a temática no grupo 02, o MUCB é usado com um canal de denúncias e uma forma de resistência contra as formas de violência doméstica.

Neste ponto, é oportuno lembrar que a solidariedade também pôde ser observada no post que apresentou o maior engajamento no MUCB, entre os 1.100 captados do período, cujo conteúdo divulga a ação de uma artesã que costura máscaras de proteção e oferece para doação. Assim, é possível inferir que a solidariedade é um dos importantes traços do grupo.

Dessa forma, a presente pesquisa confirma e complementa estudos anteriores, ao unir diferentes análises para ampliar a visão dos resultados. Sob essa perspectiva,

consequimos verificar, empiricamente, os discursos acerca da pandemia e as reações das mulheres integrantes dos grupos. Como mencionamos durante a análise dos posts com maior engajamento com conteúdo desinformativo, no grupo 02, não é por acaso que a segunda temática mais recorrente, depois das críticas às medidas sanitárias contra a Covid-19, foi a crítica aos chineses.

O grupo Mulheres de Direita Unidas pelo Brasil realmente acreditava que a pandemia se tratava de uma conspiração chinesa para dominar o mundo e, particularmente, os Estados Unidos e o Brasil, como demonstra um dos posts com maior engajamento, exposto na figura 41. Para atingir o objetivo, seria necessário desestabilizar a economia dos países, para que as nações ficassem sem poder e precisassem depender da China. Sendo assim, as principais medidas sanitárias de isolamento social e quarentena não serviriam para reduzir a transmissão do coronavírus, mas destruir a economia dos países.

Nesse contexto, Bolsonaro representava a figura que poderia defender o Brasil e todos que se opusessem a ele tornavam-se, automaticamente, inimigos da nação. Foi sobre essa ótica que o ativismo digital do grupo 02 se desenvolveu de forma expressivamente superior ao MUCB, no período analisado, resultando em 1.593 publicações em oito dias analisados, de forma quantitativa, enquanto no MUCB tiveram apenas 395 posts ao longo do mesmo período, lembrando que o MUCB possui 2.406.123 membros e o grupo 02, 386.869 membros.

Como aponta Amaral e Santos (2017), a desinformação se desloca do espaço on-line para o off-line influenciando diretamente todas as esferas sociais. As consequências de um ativismo digital alicerçado na desinformação e movido para o combate às principais medidas de controle de uma pandemia, certamente, não passaram despercebidas. Até o momento, nenhum dos culpados apontados pela CPI da Covid tiveram alguma punição. Quando a única forma de prevenção da propagação de um vírus mortal são as medidas sanitárias e um líder político e seus eleitores se empenham em desacreditá-las, qual a dimensão dessa atitude? Academicamente, com a presente pesquisa, há dados empíricos que serão registros históricos da contribuição tanto de Bolsonaro quanto de seus apoiadores nos resultados da pandemia no Brasil.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir do desenvolvimento da presente pesquisa foi possível analisar os discursos e as identidades de dois importantes movimentos políticos femininos contemporâneos nas redes sociais on-line, mais especificamente, no Facebook, diante do surgimento da pandemia de Covid-19. Com o propósito de verificar como os grupos alinhados às pautas da direita e da esquerda reagiram no contexto pandêmico, a tese também buscou investigar a circulação dos conteúdos desinformativos.

Os resultados comprovaram a hipótese inicial de que a polarização on-line e política se refletiram na identidade e nos discursos dos movimentos femininos atuais e em suas reações à emergência da pandemia. Dessa forma, a tese fornece contribuições tanto acadêmicas quanto sociais ao evidenciar a inter-relação entre os elementos: redes sociais on-line, movimentos políticos femininos contemporâneos e saúde pública, buscando identificar as suas possíveis associações e consequências para a sociedade brasileira, uma proposta inédita no campo acadêmico sob essas perspectivas.

Ao unir as diferentes áreas estudadas — redes sociais on-line, política, movimentos femininos contemporâneos e saúde pública — a tese articulou uma abordagem multidisciplinar com diferentes campos do conhecimento como Tecnologia, Comunicação, Política, Estudos Femininos, Movimentos Sociais e Saúde na tentativa de compreender os fenômenos analisados e explicitar as suas relações. Devido à complexidade da junção de todos os elementos que contemplam a hipótese formulada, o arcabouço teórico foi essencial para fundamentar as descobertas empíricas.

Neste sentido, os resultados obtidos com a presente pesquisa alinham-se de forma harmônica com as premissas teóricas selecionadas e avançam em relação aos estudos já realizados com as temáticas similares. A análise dos grupos femininos Mulheres Unidas Contra Bolsonaro e Mulheres de Direita Unidas pelo Brasil demonstrou de, forma empírica, as problemáticas debatidas na esfera conceitual, trazendo, também, novos elementos a serem discutidos como, por exemplo, a ausência de pautas femininas em um grupo de ativismo digital de mulheres, como o que foi observado no grupo conservador. Tal fato motivou, inclusive, o título da presente tese, com um tom irônico: “Mulheres unidas a favor de quem?” Afinal, a partir

do momento que entre as pautas de um grupo de mulheres não consta a luta por seus próprios direitos, conclui-se que há, no mínimo, algo muito equivocado.

Além disso, quando o mesmo grupo questiona a existência de um vírus mortal e se mobiliza para criticar os únicos meios de salvar a população do contato com esse vírus, que na época eram as medidas sanitárias contra a Covid-19, essas mulheres estavam unidas a favor de quem? Quando este grupo ainda usa, massivamente, os conteúdos desinformativos para argumentar suas críticas às medidas sanitárias, a sua luta é a favor de quem? São essas reflexões que a tese espera provocar, principalmente, depois do Brasil atingir mais de 701 mil óbitos pela Covid-19, sendo o segundo país em número acumulado de mortes no mundo, atrás apenas dos Estados Unidos.

Como apontam Machin, Couto e Mota (2021), nos momentos de epidemia, a ação da ciência, da saúde pública, dos governos, além dos comportamentos das pessoas comuns e as medidas de enfrentamento contra a doença constituem importante via de reflexão sobre a relação indivíduo-sociedade e as conjunturas histórico-sociais em que estão inseridas. Dessa forma, são muitas as lições que devem ser apreendidas com a Covid-19. “Os corpos adoecidos e mortos pela Covid-19 cobram seu não silenciamento. Refletir sobre os sofrimentos desses corpos em sua historicidade presente nos parece um dever ético-político urgente” (MACHIN; COUTO; MOTA, 2021, p. 227).

Concordamos com os autores. As mortes não podem simplesmente serem esquecidas, tornando-se apenas números e lembranças de uma tragédia que assolou o mundo, impactando cruelmente o Brasil. Pura fatalidade? As pesquisas indicam que não, inclusive a presente tese. Graves erros foram cometidos, não só por Jair Messias Bolsonaro, enquanto líder do Executivo do país, mas também por seus seguidores, ao desprezarem e se empenharem para desacreditizar as medidas sanitárias contra a Covid-19. Ao analisar os dois grupos femininos, objeto desta pesquisa, ficou evidente que a atuação do coletivo Mulheres de Direita Unidas pelo Brasil reproduziu os discursos públicos do então presidente, minimizando a gravidade do coronavírus, criticando as principais ações de combate à sua disseminação e defendendo medicamentos sem eficácia comprovada.

Ao considerar a perspectiva da hipótese proposta, segundo a qual a polarização on-line e política se refletiram na identidade e nos discursos dos movimentos femininos atuais e em suas reações à emergência da pandemia, é

possível inferir que o principal traço identitário do grupo Mulheres de Direita Unidas pelo Brasil é o Bolsonarismo, enquanto a característica essencial de atuação do grupo Mulheres Unidas Contra Bolsonaro é a resistência. Assim, ainda que o MUCB tenha pautas feministas e o grupo 02 antifeministas, o que se sobressai neles são, respectivamente, os discursos de resistência, em seu aspecto mais amplo, e os discursos do Bolsonarismo. Os resultados das análises demonstram que as publicações de ambos os grupos são estruturadas de acordo com as especificidades de suas bases discursivas.

Como defendem Duarte e César (2020, p.02), o Bolsonarismo é “um fenômeno político cujas características parecem ter se acentuado durante a pandemia do novo coronavírus”. De fato, comprovamos com as análises que isso foi verdadeiro. Assim, identificamos que prevaleceram nas postagens do grupo da direita os principais atributos que caracterizam o Bolsonarismo, como o conservadorismo anti-esquerda; a retórica nacionalista e patriótica; ideários antidemocráticos; o negacionismo científico; a defesa de valores e concepções autoritárias e patriarcais e, especialmente, o fortalecimento da “oposição binária entre nós/eles, amigo/inimigo, por meio da qual se pretende minimizar e, se possível, neutralizar toda forma de oposição e dissidência política” (DUARTE; CÉSAR, 2020, p. 02).

Neste contexto, conforme argumentam os autores e constatamos nos resultados da presente pesquisa, a principal estratégia para o enfrentamento da pandemia, usada pelo Governo Federal, que também se constitui como um dos traços do Bolsonarismo, foi baseada na junção entre a negação da política — desprezo pelo sistema político e pelas instituições democráticas — e o negacionismo como política, expresso pela postura de Bolsonaro desde o surgimento do coronavírus. A consequência dessa nefasta associação, além do número descontrolado de óbitos, foi a naturalização do absurdo e a banalização das mortes, como se as vidas fossem descartáveis, pontuam Duarte e César (2020).

Diante da conjugação das estratégias da negação da política e do negacionismo como política, com seus drásticos efeitos, os autores ainda propuseram outra consequência, confirmada pela análise da atuação do Grupo Mulheres Unidas contra Bolsonaro. Para Duarte e César (2020), a trágica situação teria provocado um “efeito de anestesia coletiva”, com as declarações reiteradas do então presidente minimizando a pandemia e ignorando a dor e o luto pelas mortes, a população teria,

então, se resignado, extenuada pelo cansaço, o que explicaria a falta de protestos organizados contra a gestão da pandemia.

De fato, esse argumento explicaria o baixíssimo nível de ativismo digital do grupo Mulheres Unidas contra Bolsonaro, durante o período analisado, em comparação com o grupo Mulheres de Direita Unidas pelo Brasil, que de acordo com a nossa tese, teria como principal traço identitário a resistência. Como apontamos na análise quantitativa, apesar do MUCB ter mais de dois milhões de integrantes a mais do que o grupo 02, a somatória das suas publicações no período analisado foi inferior a um quarto do total das postagens do grupo 02. Ou seja, o MUCB com 2.406.123 membros teve 395 posts publicados e o grupo Mulheres de Direita Unidas pelo Brasil, com 386.869 membros, apresentou 1.593 publicações. Além disso, na categoria temática “Comportamento ativista”, na qual analisamos os posts que conclamavam as integrantes para as ações de apoio à Bolsonaro ou para pedido de impeachment, o MUCB também apresentou um número de posts menor do que o grupo 02.

Apesar da sua atuação reduzida no período analisado, não podemos deixar de considerar o papel do MUCB enquanto movimento de resistência. Embora, no período analisado, os posts do grupo tenham se voltado, prioritariamente, à resistência ao Bolsonarismo e à desastrosa gestão pandêmica, a análise identificou que seus discursos se estruturam como uma forma de resistência em um sentido mais amplo, devido à pluralidade de pautas defendidas.

É certo que a maior parte das pautas defendidas pelo MUCB é exatamente as que são rechaçadas pelo Bolsonarismo. Mas o MUCB vai além. Em sua concepção, como a própria fundadora previu em entrevista, o objetivo também seria lutar pelos direitos das mulheres e das minorias em geral, sendo ainda um espaço para denúncias de violência de gênero, o que foi verificado como uma realidade. Neste sentido, o MUCB teria a resistência em sua gênese, na perspectiva da resistência social (SCOTT, 2000), contra as diferentes formas de opressão e dominação que se expressam em diversos âmbitos e dimensões. Sob essa perspectiva, as publicações do grupo expressam a resistência contra um diversificado campo de dominações simbólicas que se manifestam na violência étnica e racial, na violência de gênero, na exploração do trabalhador, na desigualdade social e na opressão contra as minorias. E, em última instância, a própria resistência contra o negacionismo na gestão pandêmica.

Por fim, embora injustificável, o comportamento do grupo Mulheres de Direita Unidas pelo Brasil pode ser explicado, como defendemos na tese, uma vez que é resultado do reflexo da polarização on-line e política contemporânea, conceitos discutidos nas fundamentações teóricas. Não se trata de uma lógica simples ou tecnicista, mas do resultado da junção, principalmente, dos fenômenos do filtro-bolha (PARISIER, 2011), do *gatekeeping* algorítmico (TUFEKCI, 2015), da comunicação da pós-verdade (WAISBORD, 2018), da desordem informativa (WARDLE; DERAKHSHAN, 2017), da polarização política (MACHADO; MISKOLCI, 2019) e da conexão entre a ascensão das lideranças de extrema direita e a campanha contra a igualdade de gênero (BIROLI, 2020).

Apesar da existência de diversos elementos, a presente tese mostrou que todos os pontos estão interligados podendo levar a consequências desastrosas, como as que presenciamos com a saúde sanitária. Sucintamente, podemos apontar que, no início, o processo de polarização on-line foi propulsionado pelos fenômenos do filtro-bolha e do *gatekeeping* algorítmico na medida em que os usuários das redes sociais on-line passaram a ter cada vez mais contato somente com os conteúdos de seus próprios interesses. Concomitantemente, a comunicação da pós-verdade e o fenômeno da desordem informativa também encontraram espaço para se desenvolver nas redes sociais on-line, favorecendo a disseminação de conteúdos desinformativos em câmaras de eco digitais, nas quais as “verdades” são classificadas, fundamentalmente, pelo crivo da emoção em detrimento da razão. Dessa forma, as crenças e ideias são amplificadas e fortalecidas, enquanto a pluralidade é extinta.

Como discutido ao longo da tese, a massiva disseminação da desinformação foi um dos pontos centrais tanto durante a campanha eleitoral de Jair Bolsonaro como depois de sua promulgação como Presidente da República. A estratégia negacionista do seu governo foi amparada por um conjunto de veículos hiperpartidários (RECUERO, SOARES E ZAGO, 2021) além de páginas e perfis em redes sociais on-line, dedicados à propagação de conteúdos desinformativos, como apontaram os resultados das análises das fontes de informação da presente pesquisa.

Neste campo propício para a ascensão de visões autoritárias, negacionismo científico, exclusão do diálogo e posições extremistas, fortalece-se a polarização política e o crescimento de lideranças de extrema direita associadas à campanha contra a igualdade de gênero e contra os movimentos feministas que, em última instância, representam a própria democracia ao defender o direito das minorias.

Dessa forma, fecha-se o ciclo que evidencia, na parte teórica, os resultados empíricos que mostram as mulheres lutando por pautas que, na verdade, são contrárias a elas mesmas.

Posto isto, mais do que estar alinhada ao espectro da direita ou da esquerda, ser de cunho conservador ou progressista, a responsável pela presente tese teve a preocupação de se pautar pelo viés científico e democrático, demonstrando com dados concretos como a atuação dos grupos femininos pode trazer consequências para toda a sociedade. Certamente, os temas abordados na pesquisa poderão ter desdobramentos para estudos futuros, principalmente, sobre as possíveis alternativas para interromper o ciclo exposto acima. Por enquanto, guardo a certeza de deixar registrada a minha contribuição histórica para este momento tão trágico pelo qual o mundo passou com a pandemia e durante o qual grande parte da sociedade brasileira, como foi evidenciado, contribuiu para os resultados desastrosos de milhares de vidas perdidas.

Atualmente, como abordado no capítulo 04, mesmo com a derrota de Bolsonaro nas urnas, os dois grupos permanecem em atuação. O coletivo Mulheres de Direita Unidas pelo Brasil continua considerando-o como o “legítimo presidente do país”, pois não aceita os resultados da eleição e segue com as críticas às instituições democráticas; já o MUCB tem agora como objetivo principal levar Bolsonaro à prisão pelos crimes cometidos durante o seu governo.

Os resultados desse embate ainda são incertos. No entanto, no momento de encerramento desta tese, uma luz se acende e podemos dizer, com esperança, que a extenuação coletiva apontada acima foi atenuada, uma vez que, as instituições democráticas brasileiras prevaleceram diante do obscurantismo negacionista. Possivelmente, porém, a luta deve continuar e resistir será sempre preciso, por nós, por quem amamos e por aqueles que virão depois de nós.

REFERÊNCIAS

ACIOLI, Sonia. Redes sociais e teoria social: revendo os fundamentos dos conceitos. **Informação & Informação**, Londrina, PR, v.12, n.1, 2007. Disponível em: <https://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/1784> . Acesso em 30 jun. 2022.

AGÊNCIA ESTADO. Fake news se espalham 70% mais rápido que notícias verdadeiras, diz MIT, **Correio Braziliense**, Brasília, 08 mar. 2018. Disponível em: https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/tecnologia/2018/03/08/interna_tecnologia,664835/fake-news-se-espalham-70-mais-rapido-que-noticias-verdadeiras.shtml. Acesso em 07 abr. 2023.

AGUIAR, Bruna Soares; PEREIRA, Matheus Ribeiro. O antifeminismo como backlash nos discursos do governo Bolsonaro. **Agenda Política**, v. 7, n. 3, p. 8-35, 2019.

ALCANTARA, Juliana; FERREIRA, Ricardo Ribeiro. A infodemia da “gripezinha”: uma análise sobre desinformação e coronavírus no Brasil. **Chasqui**, n. 145, p. 137-162, dez.2020-mar.2021.

ALMIRON, Núria. Los valores del periodismo en la convergencia digital: civic journalism y quinto poder. **Revista Latina de Comunicación Social**, 2006.

ALVES, Branca Moreira; PITANGUY, Jacqueline. **O que é feminismo**. São Paulo: Brasiliense, 1981.

AMARAL, Inês. **Redes sociais na internet**: sociabilidades emergentes. Covilhã: LabCom.IFP, 2016.

AMARAL, Inês; SANTOS, Sofia José. Algoritmos e redes sociais: a propagação de fake news na era da pós-verdade. In: FIGUEIRA, João; SANTOS, Sílvio. **Fake news e a nova ordem (des) informativa na era da pós-verdade**. Coimbra: Imprensa UC, 2019.

ASSIS, Cláudia Maria; SAAR, Jefferson Ferreira. Orkut, um relato da trajetória da primeira grande rede social do Brasil. In: Intercom, Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte, 11, **Anais [...]**. Palmas, 2012.

BAKIR, Vian; MACSTAY, Andrew. Fake News and The Economy of Emotions: Problems, causes, solutions. **Digital Journalism**, v. 6, 2017.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Tradução Luís Antero Reto, Augusto Pinheiro. 1 ed. 3ª reimpressão. São Paulo: Edições 70, 2016.

BELELI, Iara. Antifeminismos: os efeitos dos discursos de ódio. **Sexualidad, Salud y Sociedad**, n. 38, p. 1-23, 2022.

BELL, E. Facebook is eating the world. **Columbia Journalism Review**, mar. 2016. Disponível em: https://www.cjr.org/analysis/facebook_and_media.php. Acesso em: 30 jun. 2022.

BELLIS, Mary. The history of Facebook and how it was invented. **ThoughtCo**. 06 fev. 2020. Disponível em: <https://www.thoughtco.com/who-invented-facebook-1991791>. Acesso em 25 jun. 2022.

BERTOLLI FILHO, Claudio. A morte indignada: a banalização do adoecer e do morrer em tempo de pandemia. In: MOTA, André. (org.). **Sobre a pandemia: experiências, tempos e reflexões**, p.50-76. São Paulo: Hucitec, 2021.

BIROLI, Flávia. Gênero, “valores familiares” e democracia. In: BIROLI, Flávia; MACHADO, Maria das Dores Campos; VAGGIONE, Juan Marco; **Gênero, neoconservadorismo e democracia**. 1 ed. São Paulo: Boitempo Editorial, 2020.

BRAGA, Ruy. As jornadas de junho no Brasil: crônica de um mês inesquecível. **OSAL – Observatorio Social de América Latina**, v. 15, n. 34, 2013.

BONET-MARTÍ, Jordi. Análisis de las estrategias discursivas empleadas en la construcción de discurso antifeminista en redes sociales. **Psicoperspectivas**, v.19, n.3, 2020a.

BONET-MARTÍ, Jordi. Los antifeminismos como contramovimiento: una revisión bibliográfica de las principales perspectivas teóricas y de los debates actuales. **Teknokultura**. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales, v.18, p. 61-71, 2020b.

BOYD, Danah. Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications. In: PAPACHARISSI, Zizi (ed.). **Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites**. New York: Routledge, 2010.

BOYD, Danah; ELLISON, Nicole. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. **Journal of Computer-Mediated Communication**, v.13, 2007. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>. Acesso em 30 jun. 2022.

BUCCI, Eugênio. Seriam as *fake news* mais eficazes para campanhas de direita? – uma hipótese a partir das eleições de 2018 no Brasil. **Novos Olhares**, v. 8, n. 2, p. 21-29, 2019.

BUTLER, Judith. Atos performáticos e a formação dos gêneros: um ensaio sobre fenomenologia e teoria feminista. In: HOLLANDA, Heloisa Buarque. (org.). **Pensamento Feminista: conceitos fundamentais**. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2019.

CAMPAGNOLO, Ana Caroline. **Feminismo: perversão e subversão**. Campinas: Vide Editorial, 2019.

CARLOMAGNO, Márcio C.; ROCHA, Leonardo Caetano da. Como criar e classificar categorias para fazer análise de conteúdo: uma questão metodológica. **Revista Eletrônica de Ciência Política**, v. 7, n. 1, p. 173-188, 2016.

CARNEIRO, Sueli. Enegrecer o feminismo: a situação da mulher negra na América Latina a partir de uma perspectiva de gênero. In: HOLLANDA, Heloisa Buarque. (org.). **Pensamento Feminista: conceitos fundamentais**. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2019.

CASSIDY, John. Me Media: How hanging out on the Internet became big business. **The New Yorker**, 15 mai. 2006. Disponível em: <https://www.newyorker.com/magazine/2006/05/15/me-media>. Acesso em 20 jun. 2022.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Tradução: Maria Luiza Borges. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança**: movimentos sociais na era da internet. Tradução: Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CASTELLS, Manuel. **Ruptura**: a crise da democracia liberal. Tradução: Joana Angélica d'Ávila Melo. Rio de Janeiro: Zahar, 2018.

CHAVEZ, Mariana Pinter. #EleNão x #EleSim: um estudo discursivo-argumentativo da polêmica em torno das *hashtags*. In: CORRÊA, Tatiana Emediato et al. **Estudos de Pós-Graduação em Linguística do Texto e do Discurso**. Belo Horizonte: Faculdade de Letras da UFMG, 2019.

COGO, Denise; BRIGNOL, Liliane Dutra. Redes sociais e os estudos de recepção na internet. **MATRIZES**, v. 4, n. 2, p. 75-92, 2011. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizs/article/view/38293> . Acesso em: 2 jul. 2022.

CORREIA, Pedro Miguel; MOREIRA, Maria Faia. Novas formas de comunicação: história do Facebook – uma história necessariamente breve. **Alceu**, v. 14, n. 28 p. 168-187, jan./jun. 2014.

COSTA, Suely Gomes. Movimentos Feministas, Feminismos. **Estudos Feministas**, Florianópolis, v.12, set./dez.,2004.

CRUZ, Maria Helena Santana; DIAS, Alfrancio Ferreira. Antifeminismo. **Revista de Estudos de Cultura**, n.1, p. 33-42, jan./abr. 2015.

D'ANDRÉA, Carlos. **Pesquisando plataformas online**: conceitos e métodos. Salvador: EDUFBA, 2020.

DEVREUX, Anne-Marie; LAMOUREUX, Diane. (coord.) Les antiféminismes. **Cahiers du Genre**, Paris, 52, 2012.

DUARTE, André de Macedo; CÉSAR, Maria Rita de Assis. Negação da Política e Negacionismo como Política: pandemia e democracia. **Educação & Realidade**, v. 45, n. 4, 2021.

EMPOLI, Giuliano Da. **Os engenheiros do caos**. Tradução: Arnaldo Bloch. 1 ed., São Paulo: Vestígio, 2019.

ESPIRITUSANTO, Óscar; GONZALO, Paula. (coord.). **Periodismo ciudadano: evolución positiva de la comunicación**. Barcelona: Ariel, 2011.

FALCÃO, Paula; SOUZA, Aline Batista. Pandemia de desinformação: as *fake news* no contexto da Covid-19 no Brasil. **Reciis – Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde**, Rio de Janeiro, v. 15, n. 1, p. 55-71, jan./mar. 2021.

FERNANDES ARAUJO, Willian. A construção da norma algorítmica: análise dos textos sobre o Feed de Notícias do Facebook. **E-Compós**, v. 21, n. 1, 2018. Disponível em: <https://e-compos.org.br/e-compos/article/view/1402> . Acesso em: 25 jun. 2022.

FERREIRA, João Rodrigo Santos; LIMA, Paulo Ricardo Silva; SOUZA, Edivanio Duarte. Desinformação, infodemia e caos social: impactos negativos das *fake news* no cenário da COVID-19. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 27, n. 1, p. 30-58, jan/mar. 2021.

FRAGOSO, S. Eu odeio quem odeia...Considerações sobre o comportamento dos usuários brasileiros na ‘tomada’ do Orkut. **E-Compós**, v. 6, 2006. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/89> . Acesso em: 27 jun. 2022.

FRASER, Nancy. Feminismo, capitalismo e a astúcia da história. In: HOLLANDA, Heloisa Buarque. (org.). **Pensamento Feminista: conceitos fundamentais**. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2019.

GARCIA, Carla Cristina. **Breve História do Feminismo**. 3 ed., São Paulo: Claridade, 2015.

GILLESPIE, Tarleton. The Relevance of Algorithms. In GILLESPIE, Tarleton; BOCZKOWSKI; FOOT, Kirsten. **Media Technologies**. Cambridge, MA: MIT Press, 2014.

GILLMOR, Dan. **Nós, os media**. Tradução Saul Barata. Lisboa: Presença, 2005.

GOHN, Maria da Glória. Movimentos sociais na contemporaneidade. **Revista Brasileira de Educação**, v. 16, n. 47, mai./ago. 2011.

GUARESCHI, Pedrinho. Mídia e democracia: o quarto versus o quinto poder. **Revista Debates**, v. 1, n. 1, p. 6, 2007. DOI: 10.22456/1982-5269.2505. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/debates/article/view/2505>. Acesso em: 5 jul. 2022.

GUTEMBERG, Alison. #Cloroquina: a polarização política no Instagram durante a pandemia de coronavírus. **Famecos**, v. 28, n. 1, p.1-13, 2021.

HOLLANDA, Heloisa Buarque. **Pensamento feminista hoje: perspectivas decoloniais**. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo: 2020.

IANONI, Marcus. Sobre o quarto e o quinto poderes. **Comunicação, política e sociedade**, v. 3, n. 2, 2003.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. Tradução: Susana Alexandria. 2.ed. São Paulo: Aleph, 2006.

LE MOS, André. Cibercultura e mobilidade: a era da conexão. **Razón y Palabra**, n. 41, 2004. Disponível em: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n41/alemos.html> . Acesso em: 30 jun. 2022.

LEVITSKY, Steven; ZIBLATT, Daniel. **Como as democracias morrem**. Tradução: Renato Aguiar. 1 ed. São Paulo: Zahar, 2018.

LÉVY, Pierre. **Ciberdemocracia**. Lisboa: Instituto Piaget, 2003.

LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço**. 8 ed. São Paulo: Edições Loyola, 2011.

LEWIN, Kurt. Frontiers in Group Dynamics: Channels of Group Life: Social Planning and Action Research. **Human Relations**, vol. 1, n. 2, p. 143-153, 1947. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/001872674700100201>. Acesso em: 01 jul. 2022.

LOPES, Ivonete da Silva; CARDOSO, Jéssica S. Magalhães; LEAL, Daniela de Ulysséa. Mulheres quilombolas, exclusão digital e estratégias de acesso às TIC na pandemia. In: **TIC DOMICÍLIOS: pesquisa sobre o uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos domicílios brasileiros** p. 135-142. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2022.

MACHADO, Jorge Alberto Silva. Ativismo em rede e conexões identitárias: novas perspectivas para os movimentos sociais. **Sociologias**, n. 18, p. 248-285, 2007.

MACHADO, Jorge Alberto Silva; MISKOLCI, Richard. Das jornadas de junho à cruzada moral: o papel das redes sociais na polarização política brasileira. **Sociologia & Antropologia**, v. 9, n. 3, p. 945-970, 2019.

MACHIN, Rosana; COUTO, Márcia Thereza; MOTA, André. Corpos, corporeidades e a relação indivíduo-sociedade: a Covid-19 como pano de fundo da vida cotidiana brasileira, p. 211-230. In: MOTA, André. (org.). **Sobre a pandemia: experiências, tempos e reflexões**. São Paulo: Hucitec, 2021.

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos**. Tradução: Maria de Lourdes Menezes. 2 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998.

MARANHÃO FILHO, Eduardo M. de Albuquerque; COELHO, Fernanda M. Feitosa; DIAS, Tainah Biela. *"Fake news acima de tudo, fake news acima de todos"*: Bolsonaro

e o “kit gay”, “ideologia de gênero” e fim da “família tradicional”. **Correlatto**, v. 17, n. 2, 2018.

MARCONDES FILHO, Ciro. *Fake news: o buraco é muito mais embaixo*. In: FIGUEIRA, João; SANTOS, Sílvio. **Fake news e a nova ordem (des) informativa na era da pós-verdade**. Coimbra: Imprensa UC, 2019.

MARTINEZ, Fabiana Jordão. Militantes e radicais da quarta onda: o feminismo na era digital. **Estudos Feministas**, v. 29, n. 3, 2021.

MIGUEL, Luis Felipe. Jornalismo, polarização política e a querela das *fake news*. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 16, n. 2, p.46-58, jul./dez. 2019.

MORAES, Roque. Análise de conteúdo. **Revista Educação**, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999.

NAZÁRIO, Heleno Rocha; REINO, Luciana da Silva Souza; MANFREDINI, Rodolfo. A hermenêutica de profundidade e suas aplicações. **Linguagens - Revista de Letras, Artes e Comunicação**, v. 10, n. 2, p. 288-305, set. 2016.

O'BRIEN, Luke. Poking Facebook. **Information Liberation**, 3 dez. 2007. Disponível em: <http://www.informationliberation.com/?id=24402> . Acesso em: 25 jun. 2022.

OLIVEIRA, Marilene; SILVA, Cristiane Moreira; SILVEIRA, Pollyanna Santos. As mulheres, os feminismos e as TICs. **Katálisis**, v. 23, n. 3, p. 449-458, set./dez. 2020.

OXFORD **Dictionary**, 2016. London: Oxford University Press, 2016.

PARISIER, Eli. **O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você**. Tradução: Diego Alfaro. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. Movimentos sociais, redes virtuais e mídia alternativa no junho em que “o gigante acordou” (?). **Matrizes**, São Paulo, v. 7, n. 2, p. 73-93, jul./dez. 2013.

PINHEIRO-MACHADO, Rosana; FREIXO, Adriano (org.). **Brasil em transe: Bolsonaroismo, Nova Direita e Desdemocratização**. Rio de Janeiro: Oficina Raquel, 2019.

PINTO, Céli Regina Jardim. Feminismo, História e Poder. **Revista de Sociologia e Política**, Curitiba, v. 18, n. 36, p. 15-23, jun. 2010.

PINTO, Neide Maria de Almeida; SILVA, Joyce Keli do Nascimento; FIÚZA, Ana Louise de Carvalho. O uso das redes sociais de uma perspectiva de gênero. **Oikos: Família e Sociedade em Debate**, v. 32, n. 2, p.1-17, 2021.

PRIMO, Alex. Transformações no jornalismo em rede: sobre pessoas comuns, jornalistas e organizações; blogs, Twitter, Facebook e Flipboard. **Intexto**, Porto Alegre, v.02, n.25, p. 130-146, dez. 2011.

PRIOR, Hélder. Em nome do povo: o populismo e o novo ecossistema mediático. *In*: FIGUEIRA, João; SANTOS, Sílvio. **Fake news e a nova ordem (des) informativa na era da pós-verdade**. Coimbra: Imprensa UC, 2019.

RAMONET, Ignacio. O quinto poder. **Le Monde Diplomatique**, 1 out. 2003. Disponível em: <https://diplomatique.org.br/o-quinto-poder/>. Acesso em: 28 jun. 2022.

RAMONET, Ignacio. A explosão do jornalismo na era digital. *In*: MORAES, Denis;

RAMONET, Ignacio; SERRANO, Pascual. **Mídia, poder e contrapoder**: da concentração monopólica à democratização da informação. São Paulo: Boitempo.

RECUERO, Raquel. Redes Sociais na Internet, Difusão de Informação e Jornalismo: Elementos para discussão. *In*: SOSTER, Demétrio de Azeredo; FIRMINO, Fernando. (org.). **Metamorfoses jornalísticas 2**: a reconfiguração da forma. Santa Cruz do Sul: UNISC, 2009.

RECUERO, Raquel. A rede é a mensagem: efeitos da difusão de informações nos sites de rede social. *In*: VIZER, Eduardo. (org.). **Lo que McLuhan no previu**. 1ed. Buenos Aires: Editorial La Crujía, v. 1, p. 205-223, 2012.

RECUERO, Raquel; GRUZD, Anatoliy. Cascatas de fake news políticas: um estudo de caso no Twitter. **Galáxia**, São Paulo, n.41, p.31-47, mai./ago. 2019.

RECUERO, Raquel; ZAGO, Gabriela; SOARES, Felipe. Mídia social e filtros-bolha nas conversações políticas no Twitter. *In*: Encontro Anual da Compós, 25, São Paulo. **Anais [...]** São Paulo: Compós, 2017.

RECUERO, Raquel; SOARES, Felipe; ZAGO, Gabriela. Polarização, hiperpartidarismo e câmaras de eco: como circula a desinformação sobre COVID-19 no Twitter. **Contracampo**, Niterói, v. 40, n. 1, p. 1-17, jan./abr. 2021.

RIBEIRO, Djamila. **Quem tem medo do feminismo negro?** São Paulo: Companhia das Letras, 2018.

RIBEIRO, Márcio Moretto. Antipetismo e conservadorismo no Facebook. *In* SOLANO, Esther (org.). **O ódio como política**: a reinvenção das direitas no Brasil. São Paulo: Boitempo, 2018.

ROCHLIN, Nick. Fake news: belief in post-truth. **Library Hi Tech**, v. 35, n. 3, p. 386-392, 2017.

ROSSI, Túlio Cunha. O feminino em mídias digitais: usos de imagens e redes sociais na construção de referências emocionais de gênero. **Sociedade e Cultura**, Goiânia, v. 19, n. 2, p. 27-41, 2016.

SANTOS, Francisco Coelho; CYPRIANO, Cristina Petersen. Redes sociais, redes de sociabilidade. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 29, n.85, 2014.

SCHERER-WARREN, Ilse. Manifestações de rua no Brasil: encontros e desencontros na política. **Caderno CRH**, Salvador, v. 27, n. 71, p. 417-429, mai./ago. 2014.

SCHWARTZ, Bari M. Hot or Not? Website Briefly Judges Looks. **The Harvard Crimson**, 4 nov., 2003. Disponível em: <https://www.thecrimson.com/article/2003/11/4/hot-or-not-website-briefly-judges/> Acesso em 25 jun. 2022.

SCHWENGBER, Maria Simone Vione; PINHEIRO, Naira Letícia Giongo Mendes. Movimento #EleNão: reconhecimento e afirmação do ato de fala das mulheres na política. **Educação**, v. 45, n. 1, p.1–17, 2020.

SCOTT, James C. **Los dominados y el arte de la resistência**. México: Ediciones Era, 2000.

SCOTT, Joan. Gênero: uma categoria útil para análise histórica. In: HOLLANDA, Heloisa Buarque. (org.). **Pensamento Feminista**: conceitos fundamentais. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2019.

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação**: Criatividade e generosidade no mundo conectado. Tradução: Celina Portocarrero. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SHOEMAKER, Pamela. **Gatekeeping**. Califórnia: Sage, 1991.

SHOEMAKER, Pamela; VOS, Tim. **Teoria do Gatekeeping**: seleção e construção da notícia. Tradução: Vivian Nickel. Porto Alegre: Penso, 2011.

SNIDER, Paul. "Mr. Gates" Revisited: a 1966 version of the 1949 case study. **Journalism Quarterly**, v. 44, n. 3, p. 419-427, 1967.

SOIHET, Rachel. Mulheres investindo contra o feminismo: resguardando privilégios ou manifestação de violência simbólica. **Estudos de Sociologia**, Araraquara, v.13, n.24, p.191-207, 2008.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna**: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. 9 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

TUFEKCI, Zeynep. Algorithmic harms beyond Facebook and Google: Emergent challenges of computational agency. **Colorado Technology Law Journal**, v.13, p. 203-218, 2015.

VAN DIJCK, José. **La cultura de la conectividad**: Una historia crítica de las redes sociales.1 ed. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores, 2016.

VIVAR, Jesús Miguel Flores. Blogs, Sociedad y Quinto Poder. **Anagramas**, vol. 5, n. 10, p. 111-124, 2007.

WAISBORD, Silvio. The elective affinity between post-truth communication and populist politics. **Communication Research and Practice**. Washington, DC, 2018.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN. **Information Disorder**: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Council of Europe, 2017.

WHITE, David Manning. The "Gate Keeper": a case study in the selection of news. **Journalism Quarterly**, v. 27, n. 4, p. 383-390, 1950.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. 6 ed. Lisboa: Editorial Presença, 2001.