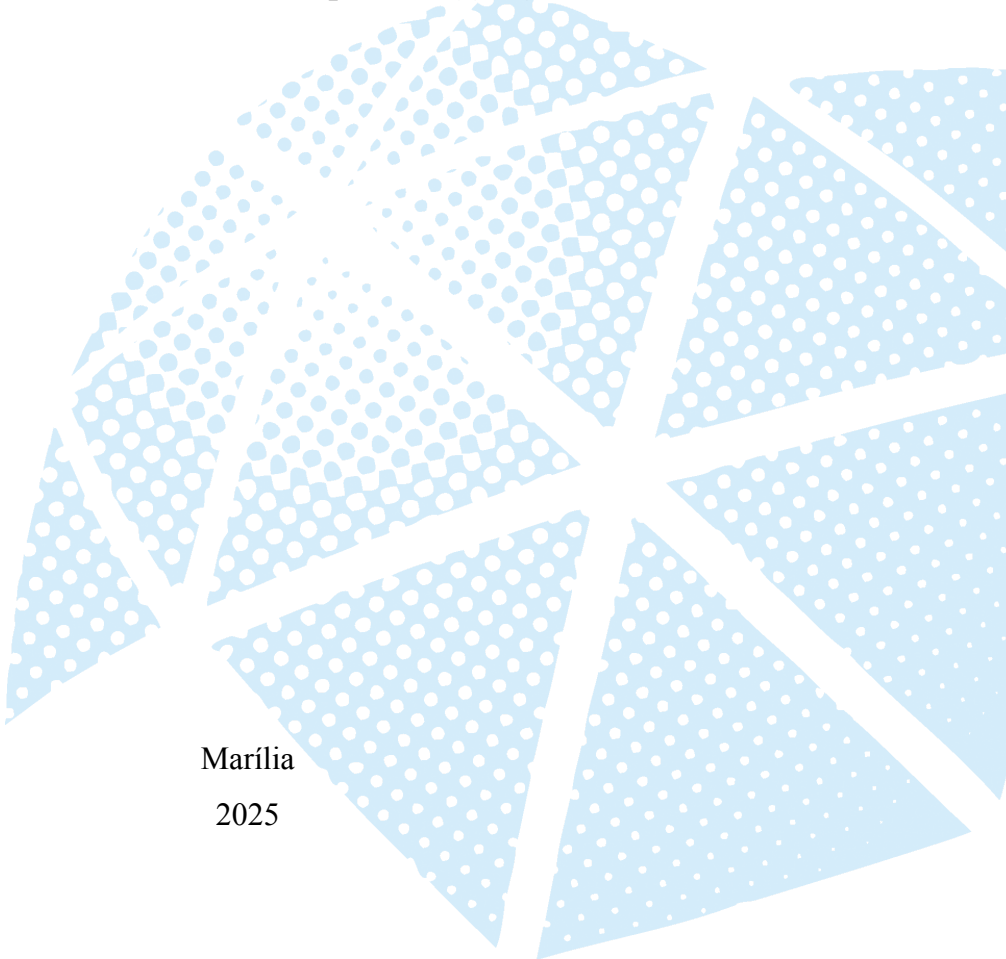


UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA - UNESP
Faculdade de Filosofia e Ciências - Campus de Marília

MARIA CLARA ZANI TOMAZINI

ARTICULAÇÃO POLÍTICA DIGITAL NA ELEIÇÃO PRESIDENCIAL DE 2018:
uma construção da realidade a partir de (des)afetos

Marília
2025



MARIA CLARA ZANI TOMAZINI

**ARTICULAÇÃO POLÍTICA DIGITAL NA ELEIÇÃO PRESIDENCIAL DE 2018:
uma construção da realidade a partir de (des)afetos**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)
apresentado ao Conselho de Curso de Relações
Internacionais, da Faculdade de Filosofia e
Ciências, da Universidade Estadual Paulista –
UNESP - Câmpus de Marília, para obtenção
do título de Bacharel em Relações
Internacionais.

Orientador: Prof. Dr. Rodrigo Duarte
Fernandes dos Passos

Marília
2025

Tomazini, Maria Clara Zani.

ARTICULAÇÃO POLÍTICA DIGITAL NA ELEIÇÃO
PRESIDENCIAL DE 2018: uma construção da realidade a partir de
(des)afetos / Maria Clara Zani Tomazini. -- Marília, 2025
74f.

Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado - Relações
Internacionais) - Universidade Estadual Paulista (Unesp), Faculdade
de Filosofia e Ciências, Marília.

Orientador: Prof. Dr. Rodrigo Duarte Fernandes dos Passos

1. Comunicações digitais. 2. Política de comunicação. 3. Internet
Aspectos políticos. I. Título.

MARIA CLARA ZANI TOMAZINI

**ARTICULAÇÃO POLÍTICA DIGITAL NA ELEIÇÃO PRESIDENCIAL DE 2018:
uma construção da realidade a partir de (des)afetos**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)
apresentado ao Conselho de Curso de Relações
Internacionais, da Faculdade de Filosofia e
Ciências, da Universidade Estadual Paulista –
UNESP - Câmpus de Marília, para obtenção
do título de Bacharel em Relações
Internacionais

Data da defesa: 10/12/2025

Banca Examinadora:

Prof. Dr. Rodrigo Duarte Fernandes dos Passos
UNESP - Faculdade de Filosofia e Ciências - Campus de Marília

Prof. Dr. Gabriel Sandino de Castro
FPM - Faculdade Patos de Minas

Prof. Me. Friedrich Maier
UNESP - Faculdade de Filosofia e Ciências - Campus de Marília

Dedico este trabalho aos meus avós, Vanda Tomazini e João Zani.

À minha avó Vanda, a estrela mais brilhante deste céu. Mesmo tendo estado ao meu lado por tão pouco tempo, iluminou minha vida com um amor imenso e inesquecível. Sua luz segue comigo, guiando meus passos com ternura e muita saudade.

Ao meu avô João, que mesmo não tendo ideia do que significa consciência de classe, me ensinou muito mais sobre isso do que qualquer aula. Ele transformou aquilo que lhe faltou a vida toda em força para me ver conquistar o mundo. Esse diploma também é seu vô!

AGRADECIMENTOS

Eu costumo falar muito e agradecer ainda mais, por isso digo com toda a certeza que a parte mais aguardada deste trabalho de conclusão de curso foi justamente esta seção. Contudo, eu apenas escrevo esses agradecimentos justamente no dia que preciso entregar o trabalho, isso porque uma parte de mim evitou por um tempo acessar alguns momentos que foram bastante sofridos durante essa jornada na faculdade, pois lembrar de todos esses que me ajudaram inevitavelmente me lembra também de tudo que precisei enfrentar.

Felizmente tive a sorte imensa de poder contar com pessoas incríveis que estiveram comigo nessas fases e possibilitaram que eu chegasse até aqui.

Primeiramente, agradeço ao meu orientador Rodrigo Passos por ter me incentivado a continuar quando pensei não ser capaz de concluir esse trabalho, mais do que um professor, o senhor se tornou um grande amigo.

A minha irmã Isadora, obrigada por todas as conversas por chamada de vídeo, risadas, fofocas e conselhos durante esses quatro anos. Só nós duas sabemos o quanto nos esforçamos e crescemos juntas para estarmos onde estamos, torço todos os dias para que a vida seja cada vez mais gentil conosco.

Aos meus pais, Roseli e Douglas, por terem lutado para me proporcionar o melhor que puderam e por vibrarem comigo a cada conquista.

As minhas companheiras do apartamento 404, Isabela, Luisa e Paola, que compartilharam comigo não só cômodos, mas também o coração. O lar que construímos foi meu refúgio durante todo esse tempo e eu jamais conseguiria expressar em palavras toda a gratidão que sinto pelos momentos que vivemos.

Ao grupo de whatsapp “amores”, que deveria ser apenas um nome temporário e acabou ficando por anos, agradeço por ter um espaço onde áudios longos são aceitos (e ouvidos), onde surtos coletivos, conselhos duvidosos e fofocas são compartilhadas sem julgamento. Mirela, Louizy, Livia e Isabela, nós fomos um arranjo do acaso que deu certo de um jeito muito nosso.

A Ana Clara e Isadora, minhas melhores amigas de infância, agradeço por serem as testemunhas vivas das minhas fases mais vergonhosas e mais caóticas e mesmo assim continuarem aqui.

Ao meu companheiro Vitor Hugo, que passou inúmeros cafés e me ajudou por noites que pareciam infinitas enquanto eu escrevia esse trabalho. Obrigada por me lembrar todos os dias que mereço e sou amada.

Por último, mas não menos importante, agradeço a permanência estudantil da UNESP, a qual me amparou financeiramente por quatro anos e garantiu o meu acesso a uma das melhores universidades públicas do país.

Para se levantar tem que saber cair. Para ganhar tem que saber perder e temos que saber que assim é a vida, e que você cai e se levanta muitas vezes. Alguns caem e não se levantam nunca mais [...] Em contrapartida, esses tecnocratas filhos da puta que se dedicam a atormentar a humanidade vivem vidas longuíssimas! Não morrem nunca, porque não têm uma glândula, que na verdade é bem rara, se chama consciência”.

(Eduardo Galeano).

Eu podia. Jamais chegaremos a compreender o significado desta frase. Porque em todos os momentos de nossas vidas existem coisas que podiam ter acontecido, mas terminaram não acontecendo. Existem instantes mágicos que vão passando despercebidos e - de repente - a mão do destino muda o nosso universo.

(Paulo Coelho)

RESUMO

A eleição presidencial brasileira de 2018 constitui um marco analítico para compreender a reconfiguração contemporânea da política nacional e o papel crescente das tecnologias digitais na estruturação da disputa eleitoral. Nesse pleito, a vitória de Jair Messias Bolsonaro ocorreu em um cenário de transformações nas formas de mediação política, na circulação de informações e na maneira como cidadãos passam a formar opiniões e constituir suas preferências eleitorais. Esse fenômeno não foi exclusivo do Brasil, a eleição de Donald Trump nos Estados Unidos e o referendo do Brexit em 2016, já indicavam essa nova arquitetura de comunicação política, contudo, o caso brasileiro se concretizou com suas próprias singularidades. O presente trabalho parte da questão: *Quais são as causas da vitória de Jair Bolsonaro e qual o papel das plataformas digitais nessa conjuntura?* Com isso, a hipótese é de que a vitória eleitoral resulta da combinação de fatores estruturais, conjunturais e comunicacionais, e que as plataformas digitais não atuaram de forma isolada, mas como articuladoras e potencializadoras das demais causas. Para responder essa questão, adota-se uma abordagem qualitativa, exploratória e descritiva, com os objetivos: 1) Realizar uma Revisão Sistemática de Literatura (RSL) a partir do protocolo PRISMA para mapear as principais interpretações na literatura brasileira; 2) Analisar os resultados da RSL e compreendê-las de forma mais ampla dentro da conjuntura do Brasil; 3) Aprofundar o entendimento sobre o papel das plataformas digitais na eleição e identificar seu papel no pleito de 2018. Apoiando-se teoricamente em Manuel Castells para interpretar a comunicação em rede e em Justin Rosenberg como lente para compreender a eleição como fenômeno multicausal, os resultados da RSL permitiram identificar quatro eixos explicativos centrais: 1) antipetismo e corrupção; 2) plataformas digitais, fake news e desinformação; 3) moralismo e religião; 4) extrema direita e conservadorismo. Ademais, evidenciou-se que a maioria das análises aponta para uma articulação de múltiplos fatores, com destaque para a eficácia singular da estratégia digital bolsonarista. Conclui-se que a vitória de Bolsonaro resulta da interação não linear entre diversos processos sociais e comunicacionais, indicando que as plataformas digitais podem ter agido não apenas como um meio de propaganda eleitoral, mas um articulador e potencializador das demais causas, especialmente no que tange os (des) afetos.

Palavras-chave: Comunicação política digital; eleição presidencial; plataformas digitais; revisão sistemática de literatura.

ABSTRACT

The 2018 Brazilian presidential election constitutes an analytical landmark for understanding the contemporary reconfiguration of national politics and the growing role of digital technologies in structuring electoral competition. In this contest, the victory of Jair Messias Bolsonaro took place amid transformations in forms of political mediation, information circulation, and the ways citizens form opinions and construct electoral preferences. This phenomenon was not exclusive to Brazil: the election of Donald Trump in the United States and the 2016 Brexit referendum had already signaled a new architecture of political communication. Nevertheless, the Brazilian case materialized with its own specificities. This study addresses the following question: what are the causes of Jair Bolsonaro's victory, and what role did digital platforms play in this context? The hypothesis advanced is that the electoral outcome resulted from a combination of structural, conjunctural, and communicational factors, and that digital platforms did not operate in isolation, but rather as articulators and amplifiers of other causal dynamics. To answer this question, the study adopts a qualitative, exploratory, and descriptive approach with three objectives: (1) to conduct a Systematic Literature Review (SLR) based on the PRISMA protocol in order to map the main interpretations in the Brazilian literature; (2) to analyze the results of the SLR and situate them within the broader Brazilian political context; and (3) to deepen the understanding of the role of digital platforms in the election and identify their function in the 2018 race. Drawing theoretically on Manuel Castells to interpret networked communication and on Justin Rosenberg as a lens to understand the election as a multicausal phenomenon, the results of the SLR identified four central explanatory axes: (1) anti-PT sentiment and corruption; (2) digital platforms, fake news, and disinformation; (3) moralism and religion; and (4) the far right and conservatism. Moreover, most analyses point to an articulation of multiple factors, with particular emphasis on the singular effectiveness of Bolsonaro's digital strategy. The study concludes that Bolsonaro's victory resulted from a non-linear interaction among diverse social and communicational processes, indicating that digital platforms acted not merely as instruments of electoral propaganda, but as articulators and amplifiers of other causes, especially with regard to (dis) affective.

Keywords: Digital political communication; presidential election; digital platforms; systematic literature review.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Gráfico 1 – Estudos incluídos na etapa final da RSL

31

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Estratégia de busca na base de dados Scielo	19
Quadro 2 – Estratégia de busca na base de dados Periódicos da Capes	20
Quadro 3 – Estratégia de busca na base de dados Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD)	21
Quadro 4 – Critérios de inclusão da RSL	21
Quadro 5 – Critérios de exclusão da RSL	22
Quadro 6 – Estudos incluídos na etapa final RSL	23

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

BDTD	Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações
ESEB	Estudo Eleitoral Brasileiro
FIESP	Federação das Indústrias do Estado de São Paulo
IURD	Igreja Universal do Reino de Deus
PRISMA	Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses
PSDB	Partido da Social Democracia Brasileira
PSL	Partido Social Liberal
PT	Partido dos Trabalhadores
RSL	Revisão Sistemática de Literatura

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	15
2 REVISÃO SISTEMÁTICA DE LITERATURA	18
2.1 Métodos e procedimentos	18
2.2 Processo de seleção e resultados	22
2.3 Análise dos resultados	31
3 APRESENTAÇÃO DAS INTERPRETAÇÕES SOBRE AS CAUSAS DE VITÓRIA DE BOLSONARO	33
3.1 Discurso do Partido dos Trabalhadores e o primeiro mandato de Lula	33
3.2 Segundo mandato de Lula	37
3.3 A escolha da sucessora e o impeachment de Dilma Rousseff	38
4 PLATAFORMAS DIGITAIS, FAKE NEWS E DESINFORMAÇÃO	48
4.1 Ecossistema Político-Midiático	48
4.2 O comportamento do eleitorado e construção de significados	52
4.3 Arquitetura da fake news e populismo digital	56
4.3.1 Conceito e Estratégia	56
4.3.2. Vetores de Disseminação	58
4.3.3. A estratégia de Bolsonaro	59
4 CONCLUSÃO	63
REFERÊNCIAS	65

1 INTRODUÇÃO

A eleição presidencial brasileira de 2018 constitui um marco analítico para compreender a reconfiguração contemporânea da política nacional e o papel crescente das tecnologias digitais na estruturação da disputa eleitoral. Nesse pleito, a vitória de Jair Messias Bolsonaro ocorreu em um cenário de transformações nas formas de mediação política, na circulação de informações e na maneira como cidadãos passam a formar opiniões e constituir suas preferências eleitorais. Embora frequentemente lembrada como um episódio de polarização entre direita e esquerda, simbolizada na disputa entre Bolsonaro (PSL¹), e Fernando Haddad, (PT²), a eleição ultrapassou o antagonismo ideológico tradicional e revelou uma conjuntura mais acirrada, na qual a comunicação política e o ambiente digital assumiram protagonismo (Silva; Santos, 2018).

Para grande parte do eleitorado, a escolha presidencial se organizou a partir de percepções morais e identitárias que opunham, de um lado, um candidato associado ao conservadorismo, à defesa da família e da religião e ao discurso de restauração da ordem, e, de outro, a continuidade de um governo que esteve a frente por treze anos. Essa configuração conferiu um caráter simbólico ao pleito e ampliou a importância da construção de narrativas, da disputa por interpretações e da mobilização afetiva nas campanhas. Em meio a esse contexto, as redes sociais consolidaram-se como o principal espaço de circulação de sentidos, contribuindo para acelerar a difusão de conteúdos e intensificar conflitos pré-existentes.

Esse fenômeno não foi exclusivo do Brasil, outros processos recentes, tais como a eleição de Donald Trump nos Estados Unidos e o referendo do Brexit em 2016, já indicavam a emergência de uma nova arquitetura de comunicação política, marcada pela capacidade de disseminação de fake news, pela atuação coordenada de redes digitais e por estratégias de micro direcionamento político. A eleição brasileira ocorreu de forma semelhante, mas se concretizou com suas próprias singularidades, devido, principalmente, ao contexto político marcado por momentos de crises sucessivas que favoreceram a proliferação de sentimentos antipolíticos, narrativas conspiratórias e discursos de ruptura com a ordem vigente (Michalski; Paula, 2019).

¹ Partido Social Liberal.

² Partido dos Trabalhadores.

Nesse cenário, a campanha de Jair Bolsonaro adotou estratégias comunicacionais que se distanciaram dos modelos tradicionais baseados em rádio, televisão e debates presenciais. Com apenas quinze segundos de tempo na TV e impossibilitado de participar dos debates eleitorais em decorrência da facada que levou, Bolsonaro concentrou sua atuação na comunicação digital, especialmente no Facebook, no Twitter e em listas de transmissão no WhatsApp. O uso intensivo dessas plataformas não apenas supriu sua ausência nos meios tradicionais, mas configurou uma nova forma de interação política, sustentada por vínculos diretos, pela circulação de conteúdos de forte apelo emocional e pela mobilização contínua de seguidores. Embora outros candidatos também tenham recorrido aos recursos digitais, foi na campanha bolsonarista que esse modelo assumiu maior eficácia estratégica e maior capacidade de engajamento, articulando redes orgânicas de apoio que contribuíram para ampliar significativamente o alcance de suas mensagens (Silva; Santos, 2018).

O uso desse tipo de estratégia insere-se em um processo mais amplo de transformação comunicacional característico do século XXI, o qual o referencial teórico deste trabalho, Manuel Castells (2015) sustenta que, na sociedade em rede, o poder comunicacional depende menos do controle institucional da informação e mais da capacidade de produzir enquadramentos simbólicos capazes de gerar identificação e mobilização coletiva. Nesse ambiente, a política deixa de operar exclusivamente por meio de instituições formais e passa a ser disputada em fluxos descentralizados de informação, marcados pela instantaneidade, pela fragmentação e por dinâmicas virais que reorganizam a formação da opinião pública. Castells (2015) ainda destaca que, nesse novo ecossistema, narrativas dotadas de apelo emocional, enquadramentos morais e conteúdos polarizantes se tornam particularmente eficazes, pois respondem à lógica algorítmica das plataformas e ao modo como indivíduos processam informação em ambientes de sobrecarga cognitiva.

Simultaneamente, a abordagem da multiplicidade desenvolvida por Justin Rosenberg (2016) oferece um arcabouço teórico que é utilizado aqui como ótica para compreender o resultado da eleição de 2018 como fruto da interação simultânea entre diferentes processos sociais, e não como efeito isolado de um único fator. Assim, ao aplicar essa perspectiva ao caso brasileiro, a multiplicidade permite compreender a eleição como um fenômeno articulado, interdependente e não-linear.

Partindo desta perspectiva, apesar da relevância acadêmica do tema, ainda são escassos os estudos que organizam e sintetizam de maneira integrada os múltiplos fatores que levaram à vitória de Bolsonaro. A literatura existente, embora valiosa, apresenta-se dispersa e fragmentada, abordando aspectos isolados das possíveis causas do pleito. Além disso, não foram identificadas Revisões Sistemáticas de Literatura (RSL) que consolidem o estado da arte de tal assunto, o que reforça a necessidade de uma sistematização que permita compreender melhor esta temática.

Com esse propósito, o presente trabalho de conclusão de curso parte da questão: *Quais são as causas da vitória de Jair Bolsonaro e qual o papel das plataformas digitais nessa conjuntura?* Com isso, parte-se da hipótese de que a vitória eleitoral resulta da combinação de fatores estruturais, conjunturais e comunicacionais, e que as plataformas digitais não atuaram de forma isolada, mas como instâncias de mediação capazes de articular e potencializar as causas envolvidas.

Para responder essa questão e testar a hipótese, adota-se uma abordagem qualitativa, exploratória e descritiva, cujos objetivos específicos são: 1) Realizar uma RSL como procedimento metodológico, para mapear e organizar as interpretações acadêmicas brasileiras sobre o tema; 2) Analisar os resultados da RSL e compreendê-las de forma mais ampla dentro da conjuntura do Brasil; 3) Aprofundar o entendimento sobre o papel das plataformas digitais na eleição e identificar seu papel no pleito de 2018.

Para desenvolver o argumento de forma lógica e estruturada, o trabalho está organizado em capítulos sequenciais. Inicialmente, o capítulo dois apresenta a RSL, detalhando sua metodologia e os resultados que levaram à identificação de quatro eixos explicativos centrais, sendo eles: 1) Antipetismo e corrupção; 2) Plataformas digitais, fake news e desinformação; 3) Moralismo e religião; e 4) Extrema direita e conservadorismo. Em seguida, o capítulo três discorre sobre as interpretações das causas de vitória de Bolsonaro, encaixando-as no contexto mais amplo do caso brasileiro, a fim de trazer clareza sobre a interligação do que foi encontrado. Posteriormente, o capítulo quatro é dedicado exclusivamente à análise do eixo das plataformas digitais, fake news e desinformação, detalhando a reconfiguração do ecossistema midiático, as características do comportamento do eleitorado e a arquitetura das campanhas de desinformação, dando enfoque às estratégias utilizadas por Bolsonaro.

2 REVISÃO SISTEMÁTICA DE LITERATURA

Tendo em vista o escopo e problema de pesquisa estabelecidos, o primeiro passo foi o de compreender melhor as causas que levaram a vitória de Jair Messias Bolsonaro no dia 27 de outubro de 2018, para então partir de produções acadêmicas já existentes e realizar um processo lógico que permitisse uma leitura realista da eleição presidencial do seguinte ano. Contudo, foram encontradas diferentes percepções sobre essas causas de vitória, que vão desde o papel do antipetismo, da mobilização de segmentos conservadores e religiosos, até a influência das redes sociais digitais e a crise de legitimidade do sistema político. Já era algo esperado, visto que este trabalho parte da premissa holística de que são múltiplos os fatores que conduziram a tal resultado, contudo, não foi encontrado falta algo que sistematizasse essas causas e/ou as vinculassem de forma mais clara e que me possibilitasse averiguar a hipótese central de que as plataformas digitais articularam e potencializaram esses múltiplos fatores que compuseram a escolha do voto.

Diante da multiplicidade de explicações e da dispersão dessa produção científica, tornou-se relevante organizar e sintetizar de maneira sistemática esse conjunto de estudos, uma vez que não encontrei revisões que já cumprissem esse propósito. Logo, este tópico é voltado para uma revisão sistemática de literatura, a qual apresenta-se, nesse contexto, como um método adequado para mapear, reunir as interpretações acadêmicas e conseguir identificar e localizar o presente trabalho dentro dos resultados obtidos.

Para garantir rigor metodológico, esta RSL adota o protocolo PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses), reconhecido internacionalmente como referência para a condução de revisões sistemáticas, e utiliza o software Rayyan, ferramenta desenvolvida para apoiar o processo de triagem e exclusão de registros de forma organizada e transparente (Marcondes; Silva, 2023).

Ademais, a questão que guia essa RSL é: Quais são as interpretações e análises qualitativas produzidas academicamente no Brasil, entre 2018 e 2025, para explicar as causas da vitória eleitoral de Jair Bolsonaro nas eleições presidenciais de 2018?

2.1 Métodos e procedimentos

As bases de dados consultadas foram três repositórios de acesso nacional, sendo elas: SciELO, Periódicos da CAPES e a Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD). Tendo sido a escolha justificada por sua abrangência e pela relevância para o

contexto da pesquisa, além de que são bases com significativa quantidade de estudos de livre acesso que permitem a leitura e exportação de metadados de forma facilitada para a utilização do software escolhido. Sendo assim, a busca abrangeu artigos, dissertações e teses de autoria nacional, cujas produções foram realizadas no período de outubro de 2018 - logo após o segundo turno da eleição presidencial - até junho de 2025 - quando a coleta desta RSL foi realizada unicamente pela primeira revisora.

Quanto a escolha do software Rayyan, sua utilização foi motivada diante da dificuldade em gerenciar a quantidade de documentos obtidos, por conseguinte, este recurso possibilitou a organização, triagem, remoção automática de duplicatas e realização da fase às cegas com um segundo revisor, de maneira a manter a imparcialidade, confiabilidade e consistência dos dados obtidos (Teixeira *et al.*, 2024).

Em relação a estratégia de busca, a mesma foi construída com base em operadores booleanos e palavras-chave derivadas do problema de pesquisa, a qual foi aplicada a string: “eleição presidencial de 2018” OR “eleição presidencial 2018” OR “eleições 2018” OR “processo eleitoral 2018” OR “votação presidencial 2018” OR “análise eleitoral” OR “interpretação eleitoral” OR “explicação eleitoral”.

A adoção dessa estratégia mais ampla justifica-se pelo fato de que o objetivo é capturar o maior espectro possível de produções relevantes sobre o tema, evitando perdas decorrentes de filtros excessivamente específicos.

Essa combinação foi aplicada aos campos título, resumo e assunto, com filtros específicos em cada base. Para melhor visualização e transparência, foram elaboradas as tabelas a seguir:

Quadro 1 - Estratégia de busca na base de dados Scielo

SCIELO	160 Registros importados
Estratégia: utilização de termos na barra de busca avançada com os operadores booleanos e posterior aplicação de filtros dentro da própria base.	
Termos buscados: “eleição presidencial de 2018” OR “eleição presidencial 2018” OR “eleições 2018” OR “processo eleitoral 2018” OR “votação presidencial 2018” OR “análise eleitoral” OR “interpretação eleitoral” OR “explicação eleitoral”	

Campos usados na base: Título, resumo e assunto.

Filtros usados na base:

Coleções: Brasil

Idioma: PT

Anos de publicação: 2018 - 2025

Tipo de literatura: Artigo

Fonte: Elaboração própria da autora.

Quadro 2 - Estratégia de busca na base de dados Periódicos da Capes

PERIÓDICOS DA CAPES	633 Registros importados
Estratégia: utilização de termos na barra de busca avançada com os operadores booleanos e posterior aplicação de filtros dentro da própria base.	
Termos buscados: “eleição presidencial de 2018” OR “eleição presidencial 2018” OR “eleições 2018” OR “processo eleitoral 2018” OR “votação presidencial 2018” OR “análise eleitoral” OR “interpretação eleitoral” OR “explicação eleitoral”	
Campos usados na base: Título, resumo e assunto.	
Filtros usados na base: Tipo de recurso: Artigo Ano de Criação: 2018 - 2025 Produção nacional: Sim Idioma: Português	

Fonte: Elaboração própria da autora.

Quadro 3 - Estratégia de busca na base de dados Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD)

BDTD	72 Registros importados
Estratégia: utilização de termos na barra de busca avançada com os operadores booleanos e posterior aplicação de filtros dentro da própria base. Termos buscados: “eleição presidencial de 2018” OR “eleição presidencial 2018” OR “eleições 2018” OR “processo eleitoral 2018” OR “votação presidencial 2018” OR “análise eleitoral” OR “interpretação eleitoral” OR “explicação eleitoral” Campos usados na base: Título, resumo e assunto. Filtros usados na base: Idioma: PT Anos de publicação: 2018 - 2025	

Fonte: Elaboração própria da autora.

Ainda, para o processo de seleção dos documentos obtidos, foram empregados critérios de inclusão e exclusão, sendo eles:

Quadro 4 - Critérios de inclusão da RSL

Critérios de inclusão
1. Publicações nos periódicos nacionais selecionados, sendo eles do tipo dissertações de mestrado e teses de doutorado disponíveis para leitura. 2. Textos redigidos em português. 3. Publicações entre 27/10/2018 e 29/06/2025. 4. Trabalhos que abordem a eleição presidencial de 2018 e apresentem interpretações analíticas sobre a vitória de Jair Bolsonaro.

Fonte: Elaboração própria da autora.

Quadro 5 - Critérios de exclusão da RSL

Critérios de exclusão
1. Desvio temporal: documentos que não tratam sobre as eleições presidenciais de 2018; 2. Desvio temático: documentos que não tratam a eleição presidencial de 2018 como foco; 3. Desvio de abordagem: documentos que não abordam interpretações, hipóteses analíticas ou categorias explicativas sobre a vitória de Bolsonaro ou então que se concentram unicamente em estratégias de campanha, redes sociais, marketing político ou performance eleitoral, sem vinculação direta com a explicação das causas da vitória. 4. Palavras-chaves encontradas nos títulos: Municipal, municipais, municípios, estaduais, estadual, pandemia, covid, saúde, educação, indígenas e prefeito. 5. Grupos: quando identificado que a discussão é sobre grupos delimitados, tais como um estado, município, torcida organizada ou percepção de outro país sobre a eleição. 6. Análise de propostas e/ou agenda eleitoral, quando não há vinculação com uma justificativa para o resultado da eleição. 7. Textos que não mencionem Bolsonaro no corpo do estudo.

Fonte: Elaboração própria da autora.

2.2 Processo de seleção e resultados

A coleta resultou em 865 registros (SciELO: 160; Periódicos CAPES: 633; BDTD: 72), a qual passou pela remoção de duplicatas pelo Rayyan (90 registros) e passou a restar 775 documentos, permanecendo 61 estudos incluídos após na revisão final.

A etapa de processo de seleção iniciou-se pela leitura de títulos, posteriormente, dos resumos e , finalmente, a leitura integral dos documentos, aplicando os critérios de inclusão e exclusão estabelecidos em todos os momentos.

Para garantir a minimização de vieses e manter a rigorosidade metodológica, a triagem dos estudos foi realizada por dois revisores de forma independente³, baseando-se nos critérios pré-definidos e utilizando o software Rayyan, cujas funcionalidades facilitaram o processo de revisão dupla às cegas.

Após a triagem às cegas, a resolução de conflitos, ou seja, divergências nas decisões de inclusão/exclusão entre os dois revisores, foi realizada conforme as diretrizes do protocolo PRISMA. Primeiramente, os revisores se reuniram para discutir e buscar um consenso sobre cada artigo discordante, contudo, nos casos em que o consenso não foi alcançado entre ambos, foram encaminhados ao orientador deste trabalho, o qual exerceu a função de resolvidor de conflitos, cujas decisões finais foram acatadas (Prisma, 2020).

Concluída a etapa de seleção, os estudos considerados elegíveis, ou seja, aqueles que contemplavam os critérios estabelecidos de inclusão e exclusão, assim como respondiam a pergunta guiadora da RSL, passaram a ser incluídos na revisão. Este processo resultou em um total de 61 estudos, a qual a lista final e detalhada desses é apresentada a seguir, no Quadro 6.

Quadro 6 - Estudos incluídos na etapa final RSL

Estudos	Título	Jornal	Autores	Ano	Categoria
E1	Fake news: O que são e como inter(agem) na era da pós-verdade	Fólio	Paiva, F. J. O. e Silva, E. D.	2019	Fake News
E2	O feminismo e a disputa de narrativas na eleição presidencial de 2018: Um estudo de caso de #Elenão como mobilização online das mulheres contra Bolsonaro	Dissertação	Terra, C.	2019	Redes Sociais
E3	O processo de mitificação de Bolsonaro: Messias, presidente do Brasil.	Revista ECO-Pós	Azevedo, A. C. e Bianco, E. C. V.	2019	Múltiplos Fatores

³ A primeira revisora foi Maria Clara Zani Tomazini - autora do trabalho - e o segundo revisor foi Vitor Hugo Santana Lima - graduando do curso de Relações Internacionais na UNESP Marília.

Estudos	Título	Jornal	Autores	Ano	Categoria
E4	Monitoramento no Twitter como ferramenta de marketing político durante as eleições de 2018 no Brasil	Dissertação	Marques, A. A. V.	2019	Redes Sociais/Twitter
E5	Desordens informativas e bolhas ideológicas na campanha eleitoral 2018: Os impactos do uso do Facebook no comportamento eleitoral	Dissertação	Sudbrack, S.	2019	Fake News no Facebook
E6	Redes sociais, eleição presidencial de 2018 e questões de credibilidade da mídia: Contextos da ação militância conservadora	Dissertação	Silva, E. M.	2019	Redes Sociais
E7	“Em defesa das crianças e da família”: Refletindo sobre discursos acionados por atores religiosos “conservadores” em controvérsias públicas envolvendo gênero e sexualidade	Sexualidad, Salud y Sociedad (Rio de Janeiro)	Leite, V.	2019	Gênero, Sexualidade e Religião
E8	A campanha eleitoral permanente de Jair Bolsonaro: O deputado, o candidato e o presidente	Lumina	Cioccari, D. e Persichetti, S.	2019	Comunicação digital e Congresso Conservador
E9	Esquerda católica, pentecostais e eleições no Brasil: Um conflito entre projetos antagônicos	Revista Caminhos - Revista de Ciências da Religião	Moreira, A. S.	2019	Igreja/Religião
E10	Voto e identificação partidária em 2018: Ordenação social na política brasileira	Opinião Pública	Guedes-Neto, J. V.	2020	Ordenação social

Estudos	Título	Jornal	Autores	Ano	Categoria
E11	Os editoriais e a eleição presidencial de 2018 no Brasil	Dissertação	Ramalho, Í. M.	2020	Política editorial de Jornais
E12	“2018, a batalha final”: Lava jato e Bolsonaro em uma campanha anticorrupção e antissistema	Civitas - Revista de Ciências Sociais	Lopes, M. S. <i>et al.</i>	2020	Múltiplos Fatores
E13	Fake news, verdade e mentira sob a ótica de Jair Bolsonaro no Twitter	Trabalhos em Linguística Aplicada	Viscardi, J. M.	2020	Fake News e Comunicação nas Redes Sociais
E14	Contexto e voto: O impacto da reorganização da direita sobre a consistência ideológica do voto nas eleições de 2018	Opinião Pública	Fuks, M. e Marques, P. H.	2020	Ideologia
E15	Abrindo a caixa preta: Análise exploratória da rede bolsonarista no WhatsApp	Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação	Piaia, V. e Alves, M.	2020	Whatsapp
E16	Padrões de votação no tempo e no espaço: Classificando as eleições presidenciais brasileiras	Opinião Pública	Braga, M. S. e Zolnerkevic, A.	2020	Múltiplos Fatores
E17	“Brasil acima de tudo e deus acima de todos”: O fator religioso na campanha presidencial de 2018 do candidato Jair Messias Bolsonaro em face do princípio da laicidade	Dissertação	Queiroz, D. P. N.	2020	Igreja/Religião
E18	A "nostalgia da ditadura" e as eleições de 2018 no Brasil : Uma proposta de explicação	Dissertação	Bittencourt, M. P.	2020	Nostalgia da Ditadura

Estudos	Título	Jornal	Autores	Ano	Categoria
E19	Fake news na eleição presidencial de 2018 no Brasil	Dissertação	Dourado, T. M. S. G.	2020	Fake News e Comunicação nas Redes Sociais
E20	A proliferação das fake news nas eleições brasileiras de 2018	Comunicação pública	Jardelino, F. <i>et al.</i>	2020	Fake News
E21	Bolsonaro x Haddad	Compolítica	Brittes, J. G. <i>et al.</i>	2020	Múltiplos Fatores
E22	Neoliberalismo, guerra híbrida e a campanha presidencial de 2018	Comunicação & Sociedade	Castro, J. C. L.	2020	Múltiplos Fatores
E23	Os precedentes da tormenta	Revista Extraprensa	Firmiano, F. D.	2020	Múltiplos Fatores
E24	O brasil que o jornal nacional quer: Dinâmicas de agendamento do público no quadro “O Brasil Que Eu Quero”	Mediapolis revista de comunicação jornalismo e espaço público	Araújo, B. <i>et al.</i>	2020	Jornal nacional
E25	Fake news em imagens: Um esforço de compreensão da estratégia comunicacional exitosa na eleição presidencial brasileira de 2018	Revista Debates	Barreto, I. F. e Venturi, G.	2020	Fake news e Polarização
E26	Regimes passionais do MBL na eleição presidencial de 2018	E-Compós	Prado, J. L. A. e Prates, V.	2020	Múltiplos Fatores
E27	Comunicação, informação e imaginário no processo eleitoral brasileiro: O “Messias” Bolsonaro e o mito do rei pela graça de Deus	Prisma Com	Paula, C. P. A. <i>et al.</i>	2020	Múltiplos Fatores
E28	A reativação da direita no Brasil	Opinião Pública	Singer, A.	2021	Reativação da Direita

Estudos	Título	Jornal	Autores	Ano	Categoria
E29	“Os humilhados serão exaltados”: Ressentimento e adesão evangélica ao bolsonarismo	Cadernos Metrópole	Gracino Junior, P. <i>et al.</i>	2021	Igreja/Religião
E30	Impactos políticos da educação: Da aposta no novo cidadão à eleição de Bolsonaro	Educação & Sociedade	Schlegel, R.	2021	Reação a valores progressistas
E31	O mito da “ideologia de gênero” no discurso da extrema direita brasileira	Cadernos Pagu	Miguel, L. F.	2021	Múltiplos Fatores
E32	As ideias voltaram ao lugar? Temporalidades não lineares no neoliberalismo autoritário brasileiro e sua infraestrutura digital	Caderno CRH	Cesarino, L.	2021	Múltiplos Fatores
E33	Comportamento eleitoral : O dilema entre honestidade e competência nas eleições 2018 no Brasil e no México	Dissertação	Oliva, J. D. S.	2021	Aspectos afetivos e de identificação
E34	Comunicação política e construção da realidade: O WhatsApp nas eleições presidenciais de 2018	Dissertação	Piaia, V. R.	2021	Whatsapp
E35	Mídias sociais e eleição presidencial 2018: Uma análise da dinâmica do WhatsApp na campanha eleitoral no Brasil	Dissertação	Sampaio, B. P.	2021	Whatsapp
E36	Nova direita ou vinho velho em odres novos? A trajetória conservadora no Brasil do último século	Revista Debates	González, R. S. <i>et al.</i>	2021	Múltiplos Fatores

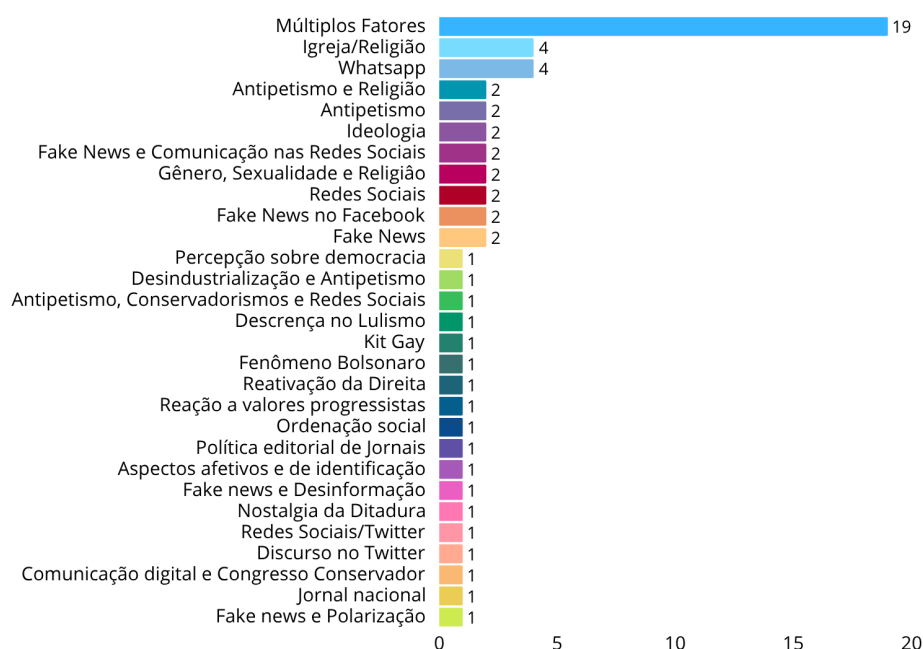
Estudos	Título	Jornal	Autores	Ano	Categoria
E37	Estudo semiótico do slogan da campanha bolsonarista: Brasil acima de tudo, deus acima de todos	Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação	Ribeiro, D. H. P.	2021	Múltiplos Fatores
E38	Fake news e o uso do Facebook na eleição presidencial brasileira de 2018: Ideologias, pós-verdade e aparelhos ideológicos de dominação	Economic Analysis of Law Review	Menon, G. e Bachini, N.	2021	Fake News no Facebook
E39	O crescimento da direita e o voto em Bolsonaro: Causalidade reversa?	Opinião Pública	Russo, G. A. <i>et al.</i>	2022	Fenômeno Bolsonaro
E40	Desinformação nas eleições 2018: Destrinchando as notícias falsas que favoreceram Jair Bolsonaro	Dissertação	Silva, R. L. G.	2022	Fake news e Desinformação
E41	Os impactos do WhatsApp na eleição presidencial de 2018	Dissertação	Monteiro, L. A.	2022	Whatsapp
E42	Gabinete do ódio e fake news – Os métodos da extrema-direita e a corrosão da democracia no Brasil	Dissertação	Negreiros, C. R. A.	2022	Múltiplos Fatores
E43	Ensaio sobre economia política e regulação	Dissertação	Pereira, T. S.	2022	Múltiplos Fatores
E44	Do baixo clero à presidência da república: Explicando o voto em Bolsonaro nas eleições presidenciais de 2018	REVISTA SAAP	Bonifácio, R. <i>et al.</i>	2022	Antipetismo e Religião
E45	Twitter e ideologia nas eleições presidenciais de 2018	Compolítica	Iasulaitis, S. <i>et al.</i>	2022	Discurso no Twitter
E46	Reconfigurar as imagens e filmar o inimigo	Revista ECO-Pós	Negrini, M. Z. e Almeida, G. F.	2022	Antipetismo

Estudos	Título	Jornal	Autores	Ano	Categoria
E47	Semiótica e política: Um estudo de caso	Estudos Semióticos	Teixeira, L.	2022	Múltiplos Fatores
E48	Populismo no Brasil de contrapostos: Manipulação do autêntico e profanação do contrário	Revista Agenda Política	Fischer, S. e Vaz, A.	2022	Múltiplos Fatores
E49	Pânicos morais, sexualidade e infância: A fabricação do “kit gay” como artefato político na disputa presidencial de 2018 a partir da rede social Twitter	Sexualidad, Salud y Sociedad (Rio de Janeiro)	Trotti, B. A. e Lowenkron, L.	2023	Kit Gay
E50	Entre a punição ressocializadora e o idealismo punitivo: A segurança pública nos discursos da igreja universal do reino de deus e nos de Jair Bolsonaro nas eleições de 2018	Revista Brasileira de Ciência Política	Paula, T. F. e Messenberg, D.	2023	Igreja/Religião
E51	O brasil de bolsonaro: Uma democracia sob estresse	Cadernos Gestão Pública e Cidadania	Couto, C. G.	2023	Antipetismo
E52	A atualização do “pequeno grande homem” : Uma análise do Instagram de Jair Messias Bolsonaro na eleição de 2018	Dissertação	Miranda, B. C.	2023	Múltiplos Fatores
E53	"Povo das armas" versus "Povo do bolsa família": Imaginário e voto popular em 2018	Opinião Pública	Pavez, T.	2023	Descrença no Lulismo
E54	Democratas, mas nem tanto: Uma análise do eleitor bolsonarista na eleição de 2018	Revista de Sociologia e Política	Casalecchi, G. A. <i>et al.</i>	2024	Percepção sobre democracia
E55	Adesão ao bolsonarismo: Dilemas, contradições e retórica em argumentos de seus militantes	Psicologia: Ciência e Profissão	Sousa, R. S. <i>et al.</i>	2024	Antipetismo e Religião

Estudos	Título	Jornal	Autores	Ano	Categoria
E56	A palavra e a coisa: Bolsonarismo como convergência, horizonte, infraestrutura, ecologia e máquina	Lua Nova: Revista de Cultura e Política	Nunes, R.	2024	Múltiplos Fatores
E57	Desindustrialização e a dinâmica das eleições presidenciais no Brasil (2002-2018)	Opinião Pública	Santos, F. <i>et al.</i>	2024	Desindustrialização e Antipetismo
E58	A rearticulação conservadora no bolsonarismo: Apontamentos iniciais sobre a sociabilidade autoritária brasileira	Psicologia USP	Carretero, G. H.	2024	Antipetismo, Conservadorismos e Redes Sociais
E59	Eleições 2018 e 2022: O voto conservador em Bolsonaro	Dissertação	Ribeiro, D. C.	2024	Ideologia
E60	Expressões de uma “vingança adiada”: O kit gay e a mamadeira de piroca como movimentos performativos na linguagem	Dissertação	Menezes, C. A. A.	2024	Gênero, Sexualidade e Religião
E61	Quando o conflito eleitoral extravasa para as ruas: Protestos e eleições presidenciais no Brasil (2010-2022)	Lua Nova: Revista de Cultura e Política	Carvalho, P. D. e Tatagiba, L.	2025	Múltiplos Fatores

Fonte: Elaboração própria da autora.

De forma a facilitar a visualização dos resultados, o gráfico abaixo foi elaborado:

Gráfico 1 - Estudos incluídos na etapa final RSL

Fonte: Elaboração própria da autora.

2.3 Análise dos resultados

Diante da síntese dos resultados apresentados na Tabela 6, a análise dos 61 estudos revela a compreensão que a academia brasileira tem sobre a vitória de Jair Bolsonaro em 2018.

A coluna de “categorização” dos estudos incluídos nesta revisão foi elaborada para facilitar a visualização das causas de vitórias, as quais foram determinadas a partir da identificação das palavras-chave e justificativas centrais utilizadas pelos próprios autores nas seções de introdução e conclusão de cada trabalho. Nessas partes, os autores costumam explicitar de forma mais direta quais fatores consideram determinantes para explicar a vitória de Bolsonaro, assim, cada estudo foi classificado conforme as causas destacadas pelos autores.

Os trabalhos que apresentaram mais de três causas distintas foram caracterizadas como “Múltiplos Fatores”, por evidenciarem uma interpretação que articula diferentes dimensões explicativas.

Se faz importante destacar também as limitações desta RSL, que concentram-se principalmente no escopo das bases de dados e no recorte adotado. A seleção foi restrita a três bases específicas devido ao fácil acesso e à viabilidade operacional da pesquisa, o que,

embora metodologicamente justificável, pode ter reduzido a amplitude do levantamento. Além disso, optou-se por incluir apenas produções nacionais, um critério coerente com o objetivo de analisar interpretações brasileiras sobre a eleição de 2018. Contudo, estudos futuros podem se beneficiar de uma abordagem mais ampla, incorporando literatura internacional para enriquecer comparações e identificar outras tendências.

A principal interpretação que emerge é a da multicausalidade do fenômeno, visto que do total de produções incluídas, 19 delas foram classificadas na categoria de "Múltiplos Fatores", ou seja, apresentaram mais de três possíveis causas para a vitória de Bolsonaro. Isso indica que uma parte considerável das análises interpreta a vitória como resultado de uma articulação de fatores, e não de causas isoladas. Portanto, corrobora diretamente com a lente analítica da multiplicidade, conforme proposto por Rosenberg (2016), que fundamenta o referencial teórico desta pesquisa, ao postular que a compreensão de fenômenos complexos reside na convergência de diversas variáveis interligadas.

Não obstante, um outro ponto a ser destacado é a centralidade conferida às plataformas digitais, visto que dentre esses 19 enquadrados na categoria de "Múltiplos Fatores", 11 citam explicitamente a presença das plataformas digitais como um dos fatores causais. Ainda, ao considerar o número total das 61 produções, 18 analisaram a partir de uma única perspectiva de causa da vitória e colocaram como central uso estratégico de mídias e plataformas digitais no geral na eleição presidencial de 2018. Sendo assim, do total de incluídos, 29 estudos apontam as plataformas digitais como possível causa da vitória de Bolsonaro, seja de forma central ou periférica, resultando assim em 47,54% de toda a produção.

Uma outra conclusão que pode ser observada a partir dos resultados desta RSL são de que, dentre todas as interpretações/explicações sobre as causas que levaram Bolsonaro à presidência, é possível organizá-las em quatro eixos, sendo eles: 1) Antipetismo e corrupção; 2) Plataformas digitais, fake news e desinformação; 3) Moralismo e religião; e 4) Extrema direita e conservadorismo.

3 APRESENTAÇÃO DAS INTERPRETAÇÕES SOBRE AS CAUSAS DE VITÓRIA DE BOLSONARO

Esta seção propõe-se a apresentar as principais interpretações acadêmicas que buscam explicar a vitória de Jair Messias Bolsonaro nas eleições presidenciais de 2018, articulando tanto os resultados da Revisão Sistemática da Literatura da seção anterior quanto análises complementares da conjuntura política brasileira.

A partir da RSL foram identificados quatro eixos causais interligados, sendo eles: 1) Antipetismo e corrupção; 2) Plataformas digitais, fake news e desinformação; 3) Moralismo e religião; e 4) Extrema direita e conservadorismo.

Para elucidar a complexidade do contexto que levou Bolsonaro ao poder, o foco desta seção recairá sobre os eixos 1, 3 e 4. Sendo o eixo 2, que trata das "Plataformas digitais, fake news e desinformação", detalhado em profundidade no capítulo subsequente, dada a sua relevância nos objetivos e hipóteses deste trabalho.

Assim, a seção irá percorrer brevemente sobre o histórico do Partido dos Trabalhadores, o primeiro governo Lula, a erosão de sua coalizão social nos mandatos seguintes, a crise política que culminou no impeachment de Dilma Rousseff e a reativação da direita brasileira, relacionando com pontos de transformações mais amplas na esfera pública. Ao integrar essas dimensões, a seção oferece um panorama abrangente das condições políticas, sociais e discursivas que permitiram a ascensão de Bolsonaro.

Ademais, a exposição e o aprofundamento dos argumentos tentarão seguir uma linha temporal, encaixando o desenvolvimento dos eixos em seu decorrer, desde os acontecimentos que datam do início dos anos 2000 até a eleição presidencial de 2018.

3.1 Discurso do Partido dos Trabalhadores e o primeiro mandato de Lula

O sentimento contrário ao PT, parece começar a surgir por meados dos anos 2000, quando Luiz Inácio Lula da Silva passou a se tornar um candidato presidencial viável para a eleição de 2002.

Lula havia participado ativamente na idealização e fundação do PT junto com outros sindicalistas, políticos e intelectuais de esquerda. Fundado na década de 1980, o PT emergiu como uma força política de esquerda, defendendo ideais socialistas e promovendo uma agenda de reformas radicais, voltada para a redistribuição de renda, a nacionalização de

setores estratégicos da economia e a ampliação dos direitos dos trabalhadores (Werneck, 2014).

Como pontua Bresser-Pereira (2021), inicialmente Lula não era militante filiado a nenhum partido, mas desde os anos de 1978 e 1979 se mostrou um sujeito com capacidades de liderança ao assumir a frente do Sindicato do Metalúrgicos e, posteriormente, colaborar na movimentação das grandes greves do ABC paulista. Conhecido como “negociador”, ele vivia entre os chão de fábrica e as grandes salas de reuniões da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp). Logo, sua atuação política culminou na organização em partido, no qual ele mesmo colaborou para a construção, a fim de garantir coerência entre teoria e prática.

No entanto, à medida que Lula ganhava visibilidade, o partido passou por transformações em seu posicionamento político-econômico, adotando uma postura mais moderada, buscando ampliar sua base de apoio e garantir a governabilidade em um país marcado por uma estrutura política e econômica complexa e diversificada. Ao passo que a elegibilidade de Lula se tornava mais factível, a elite dirigente do PT continuou a reavaliar suas posições. Um exemplo disso foi plebiscito patrocinado pelo partido que questionava se o governo deveria arcar com as dívidas externas do país, o que, de acordo com eles, colocaria em detrimento setores fundamentais em xeque, tal como o da educação e saúde, diminuindo assim a qualidade de vida dos brasileiros e impedindo uma melhora real nos marcadores econômicos e sociais. Essa postura mostra um posicionamento de reavaliação, cuja motivação era apaziguar a incerteza generalizada sobre a possível vitória de Lula nos setores empresarial e financeiro, visto as preocupações de que ele tenderia a seguir a agenda radical de seu partido (Werneck, 2014).

O PT, que antes se baseava na ruptura com o modelo econômico neoliberal implementado nos governos de Collor e Fernando Henrique Cardoso, passou a ter mais características que um negociador tem: o de ceder quando necessário. Entretanto, essa atitude ia contra a própria essência originária do partido, que almejava um modelo político com maior intervenção estatal, controle sobre o capital estrangeiro e políticas imperativas de redistribuição de renda (Bresser-Pereira, 2021).

Essa mudança na orientação do partido se estendeu para tentar conquistar a confiança do mercado financeiro, assegurar a estabilidade econômica que esse temor gerou, assim como para atrair eleitores de classe média que temiam uma guinada radical por parte do candidato. O discurso político que passou a ser adotado baseava-se na moderação e pragmatismo,

aceitando a necessidade de manter a estabilidade macroeconômica e a responsabilidade fiscal, ao mesmo tempo que tentava manter o compromisso com a justiça social (Werneck, 2014).

Outro marco notável em relação a essa mudança de comportamento ocorreu na campanha eleitoral de 2002, quando Lula lançou a "Carta ao Povo Brasileiro". Nesse documento, como menciona Werneck (2014), é garantido o comprometimento e respeito aos contratos já vigentes, assim como é assegurado o mantimento da política de metas de inflação e responsabilidade fiscal, ou seja, mantendo ações políticas já vigentes e tranquilizando investidores e setores da sociedade preocupados com uma possível desestabilização econômica.

A carta representou uma transformação significativa em relação à retórica partidária anterior e marcou uma virada na história do partido, visto que resultou em um rompimento de forças entre aqueles que compunham o PT, já que membros mais radicais viram a moderação como uma traição aos princípios fundadores do partido. Externamente, adversários políticos acusaram Lula e o PT de oportunismo, argumentando que a mudança de discurso era uma manobra eleitoral para conquistar votos sem um compromisso real (Werneck, 2014).

Apesar dos impasses durante o processo eleitoral e a ruptura do partido, Bresser-Pereira (2021) pontua que a estratégia de moderação política e econômica se mostrou eficaz nas urnas. Lula foi eleito presidente com uma ampla coalizão, incluindo partidos de esquerda e centro-esquerda, mas também com o apoio de setores mais conservadores, que viam na nova postura do PT uma garantia de continuidade e estabilidade.

Bresser-Pereira (2021) ainda comenta que a mudança de discurso de Lula e do PT e a subsequente vitória nas urnas, como primeiro candidato à presidência autodeclarado de esquerda, demonstraram a consolidação do capitalismo e da democracia no Brasil.

A consolidação da democracia comprovou-se pelo fato de que, em nenhum momento, a burguesia e os partidos de direita pensaram em golpe de Estado para enfrentar o problema criado pela eleição de um presidente de esquerda. O Brasil já não era mais o país dos liberais autoritários que, quando derrotados, pensam imediatamente em derrubar o governo eleito. Em compensação, uma vez no governo, a coalizão política de esquerda em nenhum momento pôs em dúvida a lógica da propriedade privada e do lucro, limitando-se a procurar reduzir a desigualdade (Bresser-Pereira, 2021).

Apesar de se ter uma democracia consolidada, Lula sabia que seria impossível governar sem o apoio da burguesia brasileira, por isso a necessidade da mudança de discurso e aproximação da elite capitalista do país. Bresser-Pereira (2021), aponta que Lula nunca deixou de ser um político de esquerda, apesar da sua mudança de discurso. Isto inclusive foi

uma dificuldade para a formação e consolidação de uma coalizão de classes desenvolvimentistas, visto que nem todos viam esse posicionamento como favorável politicamente. Entretanto, Lula conseguiu restabelecer um pacto nacional e popular, assim como havia feito Getúlio Vargas, a diferença era que, enquanto Vargas o fez não obstante a resistência da burguesia, Lula preferiu se aproximar dessa.

Quando eleito, Lula disse que a gestão anterior havia deixado uma “herança maldita”, mas o que se observou, na verdade, foi que os últimos 15 anos de sofridas mobilizações e reajustes econômicos tiveram certos resultados positivos, os quais possibilitaram que durante seus dois mandatos consecutivos Lula estivesse em posição confortável para adotar algumas medidas, ao passo que não comprometeria sua reputação política. Ademais, a situação econômica internacional se mostrou favorável para os bons indicadores econômicos do Brasil durante o primeiro mandato de Lula, visto o crescimento da taxa média de renda e investimento mundial, que caracterizou um período de expansão na economia mundial (Santos *et al.*, 2024).

Durante seu primeiro governo, o discurso de campanha eleitoral de Lula foi sendo colocado em prática, principalmente porque a onda de incerteza criada em 2002 não deixava muitas escolhas para o contrário. Posto isso, a saída foi apoiar as políticas econômicas ortodoxas do recém nomeado ministro, Antonio Palocci, e do dirigente do Banco Central, Henrique Meirelles, o que gerou uma impopularidade ainda maior entre a esquerda brasileira (Werneck, 2014).

No que tange a questão econômica, Werneck (2014) comenta que o clima era otimista, contudo, o Mensalão veio a público e marcou o início de uma série de esquemas de corrupção envolvendo agentes do governo que viriam a ser expostos. O esquema envolvia a compra de votos de parlamentares por parte do governo do presidente Lula, o qual visava garantir apoio no Congresso Nacional para aprovação de projetos. Dentre os envolvidos no esquema, estavam figuras como José Dirceu, que anteriormente havia sido presidente do PT e com a eleição de Lula passou a ser Ministro-Chefe da Casa Civil; José Genoíno, na época presidente do Partido dos Trabalhadores; e Kátia Rabello, presidente do Banco Rural.

O Mensalão, além de desacreditar a gestão, também desestruturou a cúpula mandatária do PT. A fim de conter a crise, Lula precisou recompor seus ministérios e reorganizar a composição do partido, uma vez que sujeitos de ambas instâncias estavam envolvidos diretamente no escândalo. Dessa forma, as prioridades ao final do mandato passaram a ser conter a crise e preservar a imagem para a reeleição (Werneck, 2014).

3.2 Segundo mandato de Lula

No segundo mandato, além de lidar com as consequências da corrupção do Mensalão e a perda de ainda mais membros do partido, um outro obstáculo se estabeleceu no governo Lula: os gastos excessivos da União eram duas vezes maiores que a taxa de crescimento do PIB. Essa questão econômica gerou inquietações políticas e por vez, fez com que Antonio Palocci, responsável até então pelo ministério da fazenda, fosse substituído por Guido Mantega (Werneck, 2014).

Werneck (2014) afirma que Mantega marcou uma mudança no posicionamento econômico no governo de Lula, visto que esse preferiu ir na contramão do que se pensava ser o mais coerente. Ao invés de iniciar corte de gastos públicos, Mantega optou por defender o expansionismo fiscal, ao invés de tentar reduzi-lo. Era claro que o governo não conseguiria arcar com os dispêndios investidos em infraestrutura, aumento do salário mínimo e programas sociais, tais como o Bolsa Família e o Fome Zero. Contudo,

[...] o governo, recorrentemente, revelava, nas escolhas feitas nas mais diversas áreas, forte preferência por soluções intensivas em recursos públicos, em que caberia ao Estado a responsabilidade por boa parte do investimento ou pela provisão de parcela substancial do financiamento que se fizesse necessário (Werneck, 2014).

Assim, é possível observar que a reorientação econômica estipulada por Mantega também trouxe de volta, em certo sentido, algo parecido com o nacional desenvolvimentismo, visão que havia predominado na década de 1980 e cuja ideia principal é de que o Estado é o agente responsável por assegurar e conduzir o crescimento da economia. Paccola e Alves (2018) explicam que, enquanto no primeiro mandato de Lula sua política econômica era baseada no tripé macroeconômico ortodoxo - superávit primário, câmbio flutuante e meta de inflação -, em seu segundo mandato, o presidente conseguiu estabelecer melhor uma correlação de forças entre as correntes neoliberal e desenvolvimentista.

Nesse sentido, pode-se entender que o lulismo se manteve permeado de posturas antagônicas, principalmente devido ao jogo de saia necessário para manter o equilíbrio político e social. Apesar disso, Paccola e Alves (2018) apontam que, ainda com esta mudança econômica, não ocorreu uma conciliação entre os interesses das classes brasileiras, pois notadamente as políticas guiadoras durante ambos os mandatos continham caráter neoliberal. A eleição de Dilma Rousseff deu continuidade a esse projeto, mas diferente de Lula, a presidenta desde sua formação como economista levantou a necessidade de rever a política do tripé macroeconômico ortodoxo, o que veremos mais à frente.

3.3 A escolha da sucessora e o impeachment de Dilma Rousseff

O contexto da eleição de Dilma Rousseff ocorreu em um momento de grande otimismo na sociedade brasileira. Os dois mandatos de seu antecessor e padrinho político, Lula da Silva, foram marcados por um crescimento econômico significativo e políticas sociais que ajudaram a reduzir a pobreza e a desigualdade no Brasil. Segundo dados do Tribunal de Contas da União, em 2010 o Brasil já havia se recuperado da crise internacional de 2008, e o PIB per capita havia crescido, em comparação com 2009, 6,5%⁴. Esses fatores, juntamente com outras circunstâncias favoráveis, contribuíram para que o presidente Lula gozasse de uma popularidade recorde de 87% ao final de seu mandato, mesmo com os esquemas de corrupção (Brasil, 2011).

Dilma não era uma opção do Partido dos Trabalhadores para suceder o presidente Lula. Caso não houvesse ocorrido o escândalo do Mensalão, muito provavelmente o candidato petista em 2010 teria sido José Dirceu, homem de confiança de Lula e que exercia tanta influência no PT e nos ministérios, que era conhecido como o “primeiro-ministro” do Brasil (Werneck, 2014).

No entanto, com a queda de figuras proeminentes do PT, Dilma Rousseff emergiu como candidata, apesar de ser considerada uma ministra técnica e relativamente desconhecida pelo eleitorado brasileiro. Durante os governos Lula, Rousseff ocupou a chefia de dois ministérios extremamente relevantes, Minas e Energia e a Casa Civil, mas não se destacava como pessoa influente significativa do PT, sendo esse ponto favorável pois não suscitou uma oposição interna fortificada quanto a sua indicação, mas desfavorável devido a desconfiança da elite política no geral. Sua eleição foi fomentada com um extenso trabalho de Lula e, ao ser eleita, Dilma Rousseff não representou propriamente um novo governo, mas sim uma continuidade dos dois anteriores, o que para uns era visto com bons olhos, para outros nem tanto (Werneck, 2014).

Miguel (2019) aponta como as regras democráticas se adaptam às estruturas de dominação presentes, e como essas regras acabam por serem flexibilizadas ou até mesmo expõem de forma mais acentuada as consequências da dominação existente. No caso brasileiro, mais especificamente a eleição de Dilma e a continuidade do PT no poder, geraram um momento delicado, no qual o autor afirma que os grupos mais privilegiados acabaram por

⁴ https://sites.tcu.gov.br/recursos/contas-do-governo-2010/fichas/Ficha%201.1_cor.pdf

exibir uma tolerância extremamente baixa ao que tange marcadores da democracia, tais como cidadania política e igualdade.

Com o que foi exposto anteriormente, o Partido dos Trabalhadores pareceu já ter entendido essa questão, uma vez que seguiu adotando uma postura conciliatória, na qual muitas vezes se curvou às agendas ortodoxas e até mesmo mudou sua própria essência para se adaptar à conjuntura política do país, preferindo assim mudanças de menores intensidades para evitar reações potentes daqueles que se encontravam em uma posição de dominação e influência maior. Contudo, essa reação parecia inevitável, e a reeleição de Dilma em 2014 se mostrou a ocasião perfeita para a conflagração do golpe em 2016 (Miguel, 2019).

Para Miguel (2019), foram quatro movimentos que levaram a esse momento, sendo eles: 1) o fato de que, em seu primeiro mandato, Dilma se propôs a inserir mudanças, mesmo que levianas, tal como uma postura mais neodesenvolvimentista e menos neoliberal na economia, o que resultou em um sentimento hostil por parte dos aliados e opositores; 2) A realização das “jornadas de junho” de 2013, protestos populares que evidenciaram a ruptura do PT e de sua base eleitoral; 3) A reeleição de Dilma em 2014, que significou a derrota da direita, representada por Aécio Neves (PSDB⁵), o que por sua vez ampliou uma frustração por parte desse espectro político; 4) A falta de assertividade e medidas impopulares tomadas por Dilma frente a crescente pressão, o que resultou em uma falta de apoio e mobilização em defesa da legalidade que levaram ao golpe. Ademais, Miguel (2019) acrescenta a seletividade de apoio decorrente de interesses internacionais, que acabaram por reverberar-se no contexto⁶.

No que tange o primeiro movimento, Miguel (2019) não intitula a postura econômica de Dilma como neodesenvolvimentista propriamente dita, mas sim como um “ensaio desenvolvimentista”, pois as ações tomadas não representaram um aprofundamento de tal modelo e sim uma tentativa tímida de introdução desse. “O objetivo era favorecer o investimento produtivo em detrimento da especulação financeira, cuja remuneração seria reduzida [...]” (Miguel, 2019, p. 153), resultando assim, um embate com o mercado financeiro. Nessa disputa, Dilma acreditava ter o apoio da classe trabalhadora e da burguesia produtiva, visto que ambos seriam beneficiados com as medidas, contudo, eles representaram um apoio quase nulo.

No que diz respeito à classe trabalhadora, o autor defende uma falta de capacidade de mobilização da esquerda nacional por parte da nova presidente, que, ao contrário do seu

⁵ Partido da Social Democracia Brasileira.

⁶ Para mais contexto sobre a influência internacional no caso, ler Miguel (2019).

antecessor, não era tão próxima dos sindicatos. Já a burguesia produtiva, sempre apresentou um vínculo com o capital financeiro, devido às suas características inerentes a defesa do capitalismo, o que só faria com que esses apoiassem de fato o governo, caso sentissem uma capacidade real de orientação eficiente em relação à economia. Neste sentido, ficou claro que não acreditaram, seja em decorrência da falta de argumentos factíveis ou pelo simples fato do sexismo enraizado, visto que uma mudança deste nível foi proposta pela primeira mulher eleita na história do Brasil (Miguel, 2019).

Em relação ao segundo movimento, as “jornadas de junho”, como ficaram conhecidas, foi uma onda de protestos populares em 2013, cujo início foi marcado pela insatisfação em relação ao aumento de tarifas no transporte público em diversos estados do país (Miguel, 2019). Logo, outras insatisfações foram organizadas e protestos com outras pautas foram realizadas, tais como: passeatas contra a corrupção, gestão pública ineficiente, gastos públicos com a Copa do Mundo e Olimpíadas, falta de serviços básicos e reforma política. Apesar dessas serem as principais motivações, Telles (2015, p. 38) ainda aponta que “não procede simplesmente de uma reação sobre corrupção, provém também da divergência com projetos e políticas redistributivas e de expansão dos direitos de minorias”.

Somada a indignação popular, Miguel (2019) ressalta a importância dos meios tradicionais de comunicação - televisão, rádio e jornal - para a instauração de um clima de descrédito e revolta nacional, o que, de acordo com ele, foi bastante desproporcional quando comparado a outros momentos semelhantes na política reportados pelo mesmos meios. Além disso, a cobertura midiática explorou os argumentos que diziam respeito aos indicadores econômicos, relacionando-os diretamente às medidas adotadas pelo governo Dilma, ignorando antecedentes dos governos anteriores.

Tal momento marcou de forma definitiva a cisão entre o PT e os movimentos populares brasileiros. A leitura de Miguel (2019) é que a esquerda estava decepcionada com o pouco que estavam recebendo, por isso aproveitaram para se organizar e construir uma mobilização de massa mais radical, já que o PT os havia desamparado.

Alonso e Nunes (2023) pontua que esses protestos foram compostos por agendas distintas e muitas vezes com caráter ideológico opostos, assim como não havia uma liderança explícita em tais manifestações, decorrente principalmente da organização realizada em ambientes virtuais e, depois, convocadas pela própria mídia. A direita inclusive se apropriou da pauta, vista a possibilidade política oportuna para atingir interesses próprios.

A interpretação de Castells (2015) sobre os movimentos sociais na sociedade em rede ajuda a compreender o diagnóstico de Alonso e Nunes (2023) acerca das jornadas de protesto compostas por agendas heterogêneas, muitas vezes com caráter ideológico opostos e sem lideranças explícitas. Para Castells (2015), essa ausência de direção centralizada não é um desvio, mas uma característica estrutural das mobilizações contemporâneas, cuja organização se dá de forma distribuída, horizontal e baseada na autocomunicação de massas. Nessa lógica, múltiplos sujeitos podem disputar o significado das mobilizações e reorientar suas pautas, o que explica por que, como observa Alonso e Nunes (2023), setores da direita conseguiram rapidamente se apropriar do repertório das manifestações ao identificar uma oportunidade política para avançar com suas pautas. Assim, a fluidez organizacional e discursiva própria dos movimentos em rede, abre espaço para rearticulações simbólicas capazes de redirecionar o sentido original do protesto, permitindo que coalizões diversas se projetem sobre um mesmo ciclo de mobilização.

Um exemplo disso é exposto por Couto (2023), no qual ele relembra a utilização de faixas amarelas cujo conteúdo dizia “Meu partido é meu país” ou camisetas com as palavras em verde e amarelo “Meu partido é o Brasil”, no qual aos gritos os manifestantes exibiam sua indignação com o sistema político e suas instituições, o que o autor caracteriza como um “paradoxal ativismo antipolítico”.

Tanto Alonso e Nunes (2023) como Couto (2023) compartilham da ideia de que, apesar do retalho de representações que tomaram as ruas naquele ano, o alvo em comum era o Partido dos Trabalhadores e, dada as dimensões, a direita se aproveitou para fomentar não só o antipetismo, mas também a descrença nos partidos, nas instituições públicas e, por conseguinte, na própria democracia, o que por si só preparou um terreno fértil para o avanço da extrema direita nos próximos anos.

Diante destas circunstâncias, entramos no terceiro movimento exposto por Miguel (2019): a reeleição de Dilma em 2014, que foi bastante sofrida, com apenas três pontos percentuais de diferença. Para a direita, essa vitória parecia impossível, visto a conjuntura que os favoreciam em diversos âmbitos; tudo indicava o contrário, mas mesmo assim o PT se garantiu pela quarta vez.

Diferentemente do que aconteceu na primeira eleição de Lula, dessa vez a direita não se conformou com os resultados, a desilusão foi tanta que o partido de Aécio Neves apelou para a credibilidade das urnas. O PSDB alegou fraude e solicitou a cassação da chapa vencedora à Justiça Eleitoral. Logo, o que anteriormente mencionamos nesta seção como a

consolidação da democracia brasileira com o aceite da eleição de Lula em 2002, foi subitamente abatido, o Brasil retornava para a fase em que os partidos, ao não aceitarem os resultados, tentavam minar o mandato dos eleitos (Bresser-Pereira, 2021).

Ainda neste mesmo ano, em março de 2014, a operação Lava Jato iniciou sua primeira fase, trazendo à tona diversos casos de lavagem de dinheiro, sendo um dos mais famosos o “Petrolão”, retomando de forma veroz o sentimento anti-corrupção.

Lopes, Albuquerque e Bezerra (2020, p. 378), trazem como

Os sucessivos escândalos que marcaram o contexto pós-redemocratização aprofundaram a percepção de que ela é um problema central a ser enfrentado, especialmente, pela expectativa criada naquele momento de que a abertura democrática traria melhores mecanismos de transparência e de accountability.

Assim, quando a Lava Jato é exposta ao público e, sobretudo, como é conduzida sua divulgação midiática-jurídica, acabou por se produzir uma aumentada percepção de que a corrupção era o único resultado da política brasileira. A repercussão na opinião pública de tal caso refletiu-se de forma expressiva na eleição presidencial de 2018, tendo em vista que a temática “combate a corrupção” foi central em boa parte das candidaturas daquele ano, especialmente na de Bolsonaro que em 11 programas propostos, 10 o eixo central era a corrupção, tendo em todas elas o PT como a causa sistêmica desse assunto (Lopes; Albuquerque; Bezerra, 2020).

Essa dinâmica pode ser compreendida a partir do argumento de Castells (2015) no qual explica-se que ao tornar a corrupção um “escândalo”, se tem uma retórica política conveniente, porque informações são reveladas de forma moralmente enviesadas. Na era digital, isso deixa de ser um subproduto marginal da mídia e se torna uma de suas ferramentas centrais, visto que o escândalo combina dois elementos que caracterizam a estrutura da sociedade em rede: o infotainment, cuja função é transformar a política em espetáculo; e a arquitetura digital, que permite a circulação viral, instantânea e incontrolável de alegações, independentemente de sua veracidade.

Tanto o infotainment quanto à arquitetura digital propostos por Castells (2015) ajudam a entender por que a Lava Jato adquiriu tais proporções. Primeiro, porque a internet possibilita contornar *gatekeepers* tradicionais⁷ e difundir qualquer denúncia, ampliando o poder de discursos punitivistas e moralizantes. Segundo, porque a simbiose entre mídia e judiciário cria um ciclo de retroalimentação, na qual os membros do sistema judicial vazam

⁷ Na contextualização de Castells (2015) os “*gatekeepers* tradicionais” podem ser compreendidos como os “porteiros” do fluxo de informação no ecossistema de comunicação antes da internet, ou seja, os atores que tinham o poder de decidir o que vira notícia, como vira notícia e quando vira notícia.

informações para gerar pressão pública e legitimar suas ações, enquanto jornalistas ganham exclusividade, audiência e proteção institucional. Essa parceria, que de acordo com Castells (2015) não é nova, é exponencialmente fortalecida pela lógica de rede e pode ter estruturado o modo como a Lava Jato se transformou de investigação judicial em fenômeno político nacional.

Isso leva ao quarto movimento apontado por Miguel (2019), pois a resposta dada por parte de Dilma e sua cúpula, foi a mesma de sempre: fornecer mais concessões para apaziguar a oposição e ceder para garantir a presidência. No entanto, essa solução foi mais extremada do que antes, a presidenta que havia sido eleita pelo povo para servir a ele, na verdade, passou a governar no sentido contrário, favorecendo aqueles que a mantinham pressionada a fim de tentar preservar sua posição. Sem a devida resposta do governo e com a opinião pública revoltada com os esquemas de corrupção, o papel de tribunal foi concedido a mídia, a qual os líderes da operação Lava Jato se ancoraram, reconduzindo a rota para “a produção de uma narrativa anticorrupção com duas marcas: justiça contra a corrupção e justiça ‘salvadora’ da política” (Lopes; Albuquerque; Bezerra, 2020, p. 380)⁸.

Dessa forma, quando o golpe se concretizou, não havia uma base popular, tampouco política que se levantasse em defesa de Dilma e, neste momento, o sentimento antipetista, que existia consideravelmente antes mesmo de Lula ser eleito em seu primeiro mandato, em 2014, estava totalmente consolidado (Miguel, 2019).

Nesse caso inclusive é interessante observar que essa postura adotada pelo PT e seus membros reforçou o antipetismo, pois esses foram incapazes de mobilizar uma reação organizada. Castells (2015) é útil para compreender isso visto que sua teoria não explica apenas como certas narrativas se tornam dominantes, mas também por que sujeitos políticos que não compreendem a lógica das redes perdem rapidamente capacidade de influenciar o debate público.

Segundo Castells (2015), a comunicação digital estrutura as relações de poder e redefine o espaço do conflito político. O poder, nessa nova morfologia social, depende fundamentalmente da capacidade de criar, conectar e moldar redes. Quem domina os fluxos de informação estabelece os significados socialmente válidos e, conseqüentemente, quem não domina acaba em posições periféricas no processo de atuação da realidade, ainda que ocupe

⁸ Para mais informações sobre a condução da Operação Lava Jato e como isso influenciou não só o sentimento antipetista, mas também reconfigurou a forma como o Supremo Tribunal Federal conduz os casos, ler Lopes, Albuquerque e Bezerra (2020).

formalmente o governo. É exatamente esse ponto que ajuda a explicar a vulnerabilidade de Dilma e do PT: eles não compreenderam a profundidade dessa transformação e não foram capazes de construir redes comunicacionais próprias que fossem capazes de competir com a articulação que já se formava naquele momento e era coordenada nas redes digitais.

Enquanto a direita, as mídias tradicionais e grupos antipetistas formavam ecossistemas comunicacionais eficazes, o PT ainda operava segundo uma lógica de comunicação vertical, institucional e lenta, típica do período pré-redes, ou seja, é possível inferir que Dilma, Lula e o partido não tinham inserção forte nos fluxos centrais da rede, e portanto não conseguiram disputar o sentido da crise política nem produzir uma contra-narrativa capaz de gerar mobilização social. Logo, o resultado foi a assimetria que tornou o golpe possível.

Além do antipetismo qual outra relação o impeachment de Dilma em 2016 tem com as eleições presidenciais de 2018? Miguel (2019, p. 181) afirma que “O golpe de 2016 não foi dado para colocar Bolsonaro no poder. [...] Mas, embora o golpe não projetasse o triunfo de Bolsonaro, este triunfo seria impensável sem o golpe.” Isso porque, na visão do autor, os sujeitos que uniram força para articular o golpe, talvez não de forma consciente, acabaram por criar um ambiente propício para a candidatura de um sujeito autoritário, enquanto outros ativamente o apoiaram durante a campanha e o mandato - como uma espécie de projeto.

Sendo assim, no decurso do golpe, aqueles que não eram considerados sujeitos de grande influência, cujo papel se limitava na manutenção da pressão política, acabaram ascendendo de uma forma que os formuladores do golpe talvez não previram e Jair Messias Bolsonaro foi um deles. Miguel (2019) ainda classifica tal momento como crise da democracia liberal, a qual não é exclusiva do Brasil, tendo em vista as eleições recentes naquele ano nos Estados Unidos, Hungria, Turquia, Polônia, Filipinas e Itália.

Um outro fator importante que merece ser destacado é o fato de que algumas gerações brasileiras viveram boa parte de suas vidas sob a Ditadura Militar, existindo assim um certo saudosismo ao regime em momentos de crise na restabelecida democracia. Veiga *et al.* (2017) traz que essa tendência é comum em regimes recentes, o que também corrobora com achados de Fuks *et al.* (2019), que evidenciam um maior apoio a preceitos democráticos em regimes com mais anos ininterruptos de democracia.

Singer (2021) mostra que a predisposição a direita deve ser observada no Brasil como uma ocorrência de longo prazo, a qual tem seu ápice na Ditadura Militar e depois se apresenta em outras duas ondas: a primeira, após 1993, na qual a partir de estudos do ESEB (Estudo Eleitoral Brasileiro) o autor identificou uma contínua inclinação do eleitorado a direita,

mesmo que tímida; a segunda com Bolsonaro, o qual foi responsável por reativar a direita após o lulismo a ter desativado juntamente com as predisposições conservadoras entre 2006 e 2014.

Sendo assim, é possível compreender que a direita continuou avançando no decorrer do anos, de forma relativamente gradual, mas não extinta. O autor pontua que um dos possíveis motivos que obscureceu a percepção de analistas e políticos em relação a esse avanço foi a polarização duradoura entre PT e PSDB, isso porque a falta de um candidato presidencial conservador e assumidamente de direita fez com que eleitores com tais predisposições agissem como uma massa silenciosa, muitas vezes se colocando como isentos ou inclinados ao centro. Contudo, quando Bolsonaro se coloca na corrida presidencial tais eleitores se tornam disponíveis para abraçar seus ideais, tendo em vista a chance de vitória. Esse processo se consolidou, permitindo a reativação e reorganização da direita, que internacionalmente também já ganhava força (Singer, 2021).

Essa colocação de Singer (2021) pode ainda ser complementada com o escopo de Miguel (2021), o qual trabalha a relação dessa direita - que na visão do autor se trata da extrema direita - na utilização de certos discursos de ideologia de gênero, conservadorismo e religião como formas de desacreditizar o avanço de pautas feministas, sexuais e de igualdade, cujo objetivo é legitimar a violência através do racismo, xenofobia, homofobia e misoginia como única forma de resolução de desavenças.

Além disso, ao compreendermos a extrema direita como um fenômeno presente em múltiplas e diferentes sociedades em nível local e global, tal como Rosenberg (2016) propõe com seu conceito de multiplicidade, é possível compreender a extrema direita como um fenômeno presente em sociedades distintas, e interpretá-la não como um bloco unitário, mas como um conjunto heterogêneo de expressões que, embora esteja em contextos históricos e culturais específicos, possuem convergência em padrões discursivos, estéticos e organizacionais compartilhados.

Um exemplo disso é a frequente ideia disseminada por esse grupo de que a família tradicional - heteronormativa e patriarcal - estaria em risco, articulando-se assim a preceitos religiosos, bastante difundidos pela Igreja, ao qual move a discussão do campo político para o moral, visto a autoridade dessa instituição no que tange os “valores sociais” Miguel (2021).

Ademais, Miguel (2021) compreende que nesse período ocorreu a convergência entre orientações neoliberais e neoconservadoras, as quais partilham diversas idealizações e encontraram um contexto favorável para se fortalecerem.

Essa união teve em partes o aproveitamento de estratégias estadunidenses, mas com elementos singulares, pois mesmo com o histórico de concessões, coalizões e reorientação de discurso, o PT ainda apresentava vínculos com movimentos sociais subalternos e, quando não o demonstrava de forma direta, suas políticas sociais compensatórias contribuíram para a melhor condição e desenvolvimento de emancipação de certos grupos, o que propiciou munções a essa aliança entre os diversos setores da direita, que se incomodavam com a ascensão - mesmo que mínima - dos que sempre estiveram abaixo (Miguel, 2021).

Assim, o pânico moral atuou como ferramenta de promoção de valores que fundamentam um “eu” dos predispostos à direita e ao conservadorismo e os “outros” estariam ameaçando a continuidade do tradicionalismo e moralismo. Por isso a necessidade de uma mobilização emocional e rápida, que não permitisse a ponderação ou debate com indivíduos considerados desvirtuados (Miguel, 2021).

Se faz importante observar que desde 2010 Bolsonaro já adotava uma postura neste sentido, através de um discurso contrário a pautas progressistas, defensor da moral e dos bons costumes cristãos, assim como defensor da família tradicional, ele se aproximou de grupos evangélicos e católicos, que se apresentavam nas estruturas de instituições nacionais (Paula e Messenberg, 2023).⁹

Tendo em vista os efeitos desta aproximação, Bolsonaro aproveitou para instrumentalizar Deus e seus fiéis para reforçar as pautas conservadoras e morais, sobretudo da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), na qual ancorou o processo de esvaziamento de questões políticas e fomentou uma narrativa de culpabilização de grupos específicos pelos problemas existentes (Paula e Messenberg, 2023). Assumindo ainda que os evangélicos não tenham tido papel decisivo sozinhos no resultado eleitoral, é relevante identificar como apesar das divergências existentes com a própria IURD e outros segmentos de evangélicos, o ex-capitão, através de conciliação em outras pautas, tal como Segurança Pública, conseguiu mobilizar “o ressentimento como afeto que estreita os laços identitários entre os diferentes segmentos [...] e catalisa os vínculos de Bolsonaro e seu eleitorado” (Junior, Goulart e Frias, 2021, p. 547).

Em suma, é possível compreender que os argumentos centrais para o antipetismo advêm de uma falta de força mobilizadora por parte dos governos petistas, assim como a acomodação desses com práticas políticas que beiram a ilegalidade, somada à uma crescente desconfiança por parte da sociedade brasileira acerca dos aparatos políticos democráticos

⁹ Como veremos na seção seguinte, se trata também de uma estratégia política.

tradicionais, impulsionado por uma classe brasileira insatisfeita e, congruentemente, apropriada pela extrema direita.

Destaca-se aqui a cruzada anticorrupção desencadeada pela Operação Lava Jato, a qual desenhou um cenário de punição não apenas ao PT, mas a toda classe política do país e seus partidos, fomentando o desejo dos brasileiros de uma liderança contrária a esse sistema. Ademais, a cobertura midiática estabelecida na lógica do infotenimento desempenhou papel relevante ao enquadrar a política segundo critérios de impacto e apelo comercial, privilegiando escândalos e conflitos (Castells, 2015). Essa lógica no fim das contas apenas enfatizou aspectos personalistas e sensacionalistas, reduzindo o espaço para análises mais substantivas e debates de políticos de maior qualidade.

Em 2018, toda essa conjuntura se cristaliza, e os eleitores são convocados para uma promessa de renovação política personificada no “messias” que colocaria Deus acima de tudo e o Brasil acima de todos. Apesar de mais de três décadas de uma carreira política infrutífera, Jair Bolsonaro e tudo o que ele simboliza ascenderam ao poder, alcançando a Presidência da República.

Em síntese, esta seção evidencia que a vitória de Jair Bolsonaro em 2018 não resultou de um único fator, mas da convergência de processos políticos, estruturais e discursivos que se acumularam ao longo de muitos anos. O antipetismo consolidado, alimentado por esquemas de corrupção e pela incapacidade do PT de responder de forma eficaz à crise política, abriu espaço para uma reação conservadora intensa, aprofundada após as Jornadas de Junho, a reeleição apertada de 2014 e, posteriormente, o golpe de Dilma Rousseff.

A Operação Lava Jato, amplificada pela lógica do infotenimento, reforçou uma percepção generalizada de um suposto “colapso moral do sistema político”, preparando o terreno para uma candidatura antissistema como a de Bolsonaro. Paralelamente, a extrema direita reorganizou-se em torno de discursos moralistas, religiosos e conservadores, articulados nacional e internacionalmente, e encontrou em Bolsonaro uma figura capaz de canalizar ressentimentos, identidades ameaçadas e demandas por ordem.

Assim, é possível compreender que o resultado da eleição presidencial de 2018 decorre de um processo gradual de deslegitimação das instituições democráticas, de reconfiguração das direitas e de disputas simbólicas amplificadas pelas redes digitais.

4 PLATAFORMAS DIGITAIS, FAKE NEWS E DESINFORMAÇÃO

Como vimos nas seções anteriores, o resultado da eleição presidencial de 2018 não foi fruto do acaso, mas da convergência de múltiplos fatores. Esta seção em específico visa discorrer sobre como o eixo “Plataformas digitais, fake news e desinformação”, encontrado na RSL, bem como a partir das transformações tratadas nas seções anteriores, relaciona-se como a convergência entre o ecossistema político-midiático, as características do comportamento do eleitorado e a arquitetura estratégica da desinformação.

O objetivo é compreender como o conceito "*mass self-communication*" - autocomunicação em massa, em português - de Castells (2015), aliado a enquadramentos cognitivos, emocionais e identitários, moldaram percepções, orientaram narrativas e influenciaram decisões eleitorais, tornando 2018 um marco na reconfiguração do modo de se fazer eleições no Brasil.

Ainda, esta seção será orientada pela formulação teórica de Manuel Castells (2015) acerca do poder, a qual oferece um enquadramento analítico relevante para a interpretação dessa dinâmica. O autor compreende o poder como uma capacidade relacional, definida pela possibilidade de um sujeito social influenciar, de maneira assimétrica, as decisões de outros atores sociais, em favor de interesses específicos. Essa capacidade se manifesta por meio de dois mecanismos fundamentais: a coerção e a construção de significado, sendo o segundo o foco pois é ele que opera moldando percepções, orientando interpretações e direcionando a ação social por meio de discursos capazes de organizar a experiência coletiva.

4.1 Ecossistema Político-Midiático

Esta subseção analisa como o ecossistema político-midiático brasileiro foi transformado pelas plataformas digitais e pela crise de credibilidade da mídia tradicional, criando condições favoráveis à disseminação de desinformação em 2018.

Compreender o ambiente midiático é uma tarefa de suma importância, tendo em vista que as mídias digitais ocupam uma posição paradoxal na política contemporânea. Por um lado, elas democratizaram a produção e a propagação de conteúdo, criando fluxos de informação mais diretos e horizontais que permitem novas formas de articulação política. Por outro, essas mesmas ferramentas são utilizadas para a desinformação e a manipulação ideológica, oferecendo a grupos políticos a capacidade de influenciar a opinião pública com artifícios enganosos (Jardelino, Cavalcanti e Toniolo, 2020).

O terreno para essa disseminação de desinformação em 2018 foi preparado por um combo de fatores conjunturais sócio-políticos, como foi apresentado na seção anterior. Para além desses, ainda se tem em paralelo, o jornalismo profissional que enfrentou naquele momento uma crise de credibilidade, abrindo uma lacuna que foi rapidamente preenchida por novas fontes de informação: as plataformas digitais (Letieri, 2022).

Uma pesquisa da Câmara dos Deputados e do Senado Federal, revelou que 79% dos brasileiros utilizam o WhatsApp como principal fonte de informação (Valente, 2019)¹⁰, o que significa que essa migração massiva da esfera pública mediada pela imprensa para redes privadas e criptografadas pode ter alterado a forma como os cidadãos consomem e compartilham conteúdo político. Para além disso, a credibilidade passa também a depender mais da influência do interlocutor - o ator político em quem se confia - e da predisposição ideológica do receptor do que da veracidade dos fatos apresentados (Jardelino, Cavalcanti e Toniolo, 2020).

A disposição dos acessos e meios informativos brasileiros também configurou uma determinante para a atuação das plataformas digitais. Dourado (2020) os considera pontos-chave para essa transformação do ecossistema midiático e traz dados que exibem que em 2018 o Brasil contava com 70% da população conectada à internet (126,9 milhões de pessoas), e os smartphones estavam presentes em 93% das residências, superando amplamente outros dispositivos. Ademais, dois dos principais canais de discussão política, o Facebook e o Whatsapp, contavam com 127 milhões e 120 milhões de usuários, respectivamente. Esses novos ambientes permitiram o surgimento de movimentos sociais e líderes de opinião, especialmente ligados ao ecossistema de mídia da direita, que passaram a disputar a atenção e a confiança do público.

Braga (2021), traz uma outra perspectiva que pode ter tido um papel nesse processo também, sendo eles os mecanismos psicossociais e tecnológicos que transformaram a relação do cidadão com a informação. Agora, as informações se apresentam em um ambiente mais dinâmico, descentralizado e impulsionado pela ação direta dos usuários, ou seja, o cidadão comum deixou a posição de mero receptor para assumir o papel de produtor e propagador de conteúdo, redefinindo as regras do jogo eleitoral.

Assim sendo, a principal ruptura promovida pelas redes sociais foi a elevação do usuário ao papel de protagonista no ecossistema informacional, pois diferentemente do

¹⁰<https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2019-12/whatsapp-e-principal-fonte-de-informacao-do-brasileiro-diz-pesquisa>

modelo unidirecional da mídia de massa - ou tradicional, como alguns outros autores podem chamar -, o ambiente digital permite que cada indivíduo se torne um produtor e propagador de conteúdo (Braga , 2021).

Essa visão corrobora com o que Castells (2015) traz sobre a mudança conceitual do modelo de comunicação de massa tradicional para a autocomunicação em massa. A primeira, definida por ele, se trata especificamente da estrutura unidirecional, na qual um emissor atua para muitos receptores - de um-para-muitos, com interação limitada. Em contraste, a autocomunicação em massa, possibilitada pela internet e pelas redes sem fio, é interativa e multidirecional - muitos emissores para muitos receptores. Essa conjuntura faz com que a comunicação digital atue como o "tecido comunicacional de nossas vidas", integrando trabalho, socialização, entretenimento, vida pública e privada.

Contudo, essa mudança não acontece em um vácuo, ela é profundamente moldada pelas estruturas de poder corporativo que buscam organizar e monetizar esse novo ecossistema comunicacional, ou seja, o único compromisso desses atores é com o lucro. Ao chegar nos usuários, esses também não são motivados e muito menos têm compromisso com a checagem da veracidade ou pela origem dos fatos, até porque entendem a internet como e seus espaços como uma continuidade da sua “expressão de liberdade” (Castells, 2015). Logo, a propagação de informação é feita pela identificação com valores, interesses e crenças pessoais ou coletivas. Ao compartilhar uma notícia ou meme, o usuário não apenas informa, mas reforça sua identidade e seus laços com sua comunidade, o que confere a ele o papel de um agente ativo do debate político, mobilizando opiniões e ações (Braga , 2021).

Essa nova característica em relação ao papel do usuário perpassa pela teoria de exposição seletiva, que Braga (2021) utiliza para explicar a facilitação da propagação de desinformação e fake news. Como explica a autora, a tendência humana é de buscar, interpretar e consumir informações que estejam alinhadas às suas crenças preexistentes, contudo, nas redes sociais, onde algoritmos personalizam o conteúdo, esse viés cognitivo é intensificado, criando "bolhas informacionais". Melhor dizendo, quando confrontadas com informações que contradizem suas crenças, as pessoas frequentemente se apegam a uma "aparência de verdade" em detrimento da verdade factual. O cérebro trabalha para selecionar e interpretar informações de modo a confirmar as visões preexistentes e é nesse ponto que a mídia assume um papel central, atuando como o principal agente na ativação de enquadramentos e emoções no público (Castells, 2015).

Essa dinâmica facilita a disseminação de conteúdos distorcidos e a consumação de fake news, sendo exacerbada por dois fatores paralelos: a falta de habilidades de interpretação crítica por parte do usuário e o excesso de informação, que sobrecarrega o sistema cognitivo e incentiva a dependência de atalhos mentais para processar a realidade.

Em um contexto eleitoral, essa dinâmica é ainda mais intensificada, visto os fatores ideológicos e psicológicos que passam a retroalimentar os algoritmos, criando quase que uma realidade ideal a sua. Ainda, sabendo que as redes sociais são, em sua essência, espaços para a construção de relacionamentos e confiança, quando uma candidatura ou uma ideia conquista o usuário ou um grupo, esse se torna um poderoso motor de mobilização política, na qual os laços fortalecidos pela identificação mútua incentivam o engajamento e a defesa apaixonada de uma causa, transformando seguidores em "marqueteiros" voluntários (Braga, 2021).

Esta reconfiguração midiática, governada pela emoção e pela identidade, não apenas alterou o fluxo de informações, mas também cultivou um novo tipo de eleitor, cujas vulnerabilidades psicológicas se tornaram o alvo principal da disputa política que se seguiu antes e durante o período de campanha eleitoral de 2018 (Braga, 2021).

Nesse sentido, há uma vantagem política em relação àqueles capazes de programar e comutar redes, conceitos centrais na teoria de Castells (2015) ao tratar sobre o poder e seu mecanismo de construção de significado.

Programar uma rede, de acordo com o autor, significa definir os códigos de comunicação e suas gramáticas de sentido, ou seja, quem programa estabelece quais narrativas circulam, quais emoções são ativadas e quais identidades são convocadas. Já comutar redes, por sua vez, consiste em conectar diferentes estruturas, sejam elas mídias digitais, mídias tradicionais, bases sociais e/ou instituições políticas, a fim de coordenar seus fluxos de maneira estratégica.

Em síntese, esse ecossistema político-midiático no qual a eleição presidencial de 2018 está inserida foi reconfigurado através da disponibilização de meios de acesso e utilização das mídias digitais, o que elevou o usuário a uma posição central, que passa a não ser apenas passível de receber informações, mas também se torna produtor e propagador de conteúdo.

Essa mudança atribui às plataformas digitais, em especial as redes sociais, um papel maior, no qual sua estrutura, baseada em distribuição por afinidades, emoções e algoritmos, permite uma circulação de desinformação mais rápida, pois se apoia em vínculos de confiança entre usuários e na lógica de reforço identitário. Assim, a disputa política passa a depender

mais da capacidade daqueles que conseguem vincular a programação e comutação das redes de forma a acumular ações para atingir a percepção e comportamento do eleitorado.

4.2 O comportamento do eleitorado e construção de significados

Compreender o eleitorado de 2018 nesse contexto exige analisar cautelosamente os pressupostos das antigas postulações, visto que âncoras tradicionais do comportamento eleitoral, como a inclinação partidária, já vinham perdendo força gradualmente, mas neste ano em específico pareceu não ter quase nenhuma relevância. Em seu lugar, emergiu um novo conjunto de influências dominado por fatores de curto prazo, pela identificação ideológica e, de forma crucial, por uma forte carga emocional que se sobrepôs ao cálculo puramente racional (Oliva, 2021).

Nesta subseção serão discutidas então essas transformações no comportamento eleitoral brasileiro em 2018, que deixa de se apoiar tanto nos partidos e passa mais a se basear na ideologia e emoções para tomada de decisão.

Oliva (2021) em sua tese de doutorado analisa como os eleitores decidem seu voto diante do dilema entre a honestidade e a competência de um candidato e porque há eleitores que, mesmo diante de alternativas, optam por votar em "candidatos desonestos" que afirmam ser honestos. Isso se torna relevante neste trabalho visto que um dos resultados obtidos pelo autor é de que no Brasil a maioria expressiva declara preferir um líder político "honesto" em detrimento de um que dê resultados. Mas por que isso acontece?

De acordo com Oliva (2021), existe um modelo clássico de comportamento eleitoral que apresenta como base dois fatores: os de longo prazo e os de curto prazo. Os de longo prazo são influências mais estáveis, como a identificação partidária e a ideologia, enquanto os de curto prazo são conjunturais e voláteis, como as características dos candidatos e a percepção da economia. Em sua tese ele traz os argumentos que exibem uma inclinação maior do eleitorado brasileiro para os fatores de curto prazo como um de seus guias para o voto, podendo ser os motivos: a conjuntura político-econômica e a despartidarização.

Paradoxalmente, enquanto os laços partidários se enfraquecem, a identificação ideológica se fortalece. Os dados organizados por Oliva (2021) apontam para uma crescente polarização, com os eleitores se posicionando de forma mais clara nos espectros de esquerda e direita, contribuindo assim para a radicalização do debate político e para a formação de identidades políticas mais rígidas.

Nesse sentido de “ideologização”, o impacto da internet e das redes sociais no comportamento eleitoral se tornou inegável. Oliva (2021) encontrou uma correlação direta entre o uso de mídias digitais para se informar e as preferências de voto em 2018 dos eleitores de Jair Bolsonaro, os quais utilizaram a internet como principal fonte de informação política em maior proporção do que os eleitores de outros candidatos. Este fenômeno indica uma mudança na forma como as campanhas se comunicam e como os eleitores constroem suas percepções, muitas vezes em ambientes digitais que reforçam essa polarização ideológica.

Tais colocações de Oliva (2021) estão alinhadas com a ideia de Braga (2021), confirmando a existência do eleitor afetivo, cujo comportamento é fortemente influenciado por emoções, sentimentos e intuições, muitas vezes superando as avaliações cognitivas. Ademais, Oliva (2021) ainda conclui que o eleitorado brasileiro é do tipo moralista e moralista-moderado, ou seja, o primeiro possui uma atitude forte e consistente em favor da honestidade no âmbito da esfera pública e por isso vota em candidatos que consideram honestos, resistindo fortemente a tentativas de persuasão, enquanto o segundo, embora priorize a honestidade, sua decisão não é absoluta; ele pode anular o voto ou decidir com base em outros fatores e pode ser persuadido com maior facilidade, inclusive por campanhas digitais.

Em vista destas características do comportamento do eleitorado expostas até aqui é importante retomarmos a importância da construção de significados de Castells (2015), pois como sabemos, a audiência não pode mais ser vista como um receptor passivo, mas sim como um agente ativo na construção de significado. Logo, quando os eleitores entram em contato com informações sobre a eleição ele irá aplicar seus próprios códigos e subcódigos para interpretar a mensagem, gerando um significado que pode divergir do pretendido, e o mesmo vale para quando essa informação é compartilhada por eles (Eco *apud* Castells, 2015).

Castells (2015) argumenta que, no ambiente de mídia atual, a comunicação é multicanal - TV, rádio, internet - e - multimodal - texto, áudio, vídeo. Isso transforma a mensagem em um significado plural, que permite a audiência ser criativa e não apenas decodificar, mas também selecionar, (re)combinar e produzir suas próprias mensagens a partir dessa pluralidade. Ao fazer isso, o eleitor atribui significado ao mundo e determina suas ações individuais e coletivas, pois é assim que o enquadramento da mente humana funciona.

Um ponto relevante sobre o estudo acerca da comunicação digital de Castells (2015) é a explicação que ele fornece sobre a relação entre neurociência, ciência cognitiva e a formação do poder político através dessa comunicação. Apesar de não ser especificamente

direcionado a um estudo do comportamento eleitoral, mas sim do comportamento humano no geral, creio ser totalmente pertinente a este tópico, tendo em vista que eleitores não são apenas conglomerado que agem em rebanho, e sim seres individuais inseridos coletivamente nessa sociedade em rede.

Ao explorar como os processos mentais são ativados e moldados por mensagens, Castells (2015) argumenta que a forma mais fundamental de poder na sociedade contemporânea reside na capacidade de enquadrar a mente humana, influenciando emoções e pensamentos que, por sua vez, determinam a ação coletiva. As decisões tomadas, as lealdades formadas e as ações empreendidas não são produtos de um cálculo puramente racional, elas emergem de uma complexa interação entre cognição e emoção.

Longe de serem o oposto da razão, as emoções são um componente essencial do processo de tomada de decisão, pois funcionam como "marcadores somáticos", que são sinais emocionais, positivos ou negativos, que o cérebro associa a experiências passadas. Esses marcadores guiam o raciocínio ao estreitar o campo de opções possíveis, tornando a decisão mais objetiva. Em essência, as decisões são impulsionadas pela forma como nos sentimos em relação às escolhas disponíveis (Damasio, *apud* Castells, 2015).

Os enquadramentos, bastante utilizados por Castells (2015), seriam os mecanismos responsáveis por construir associações cerebrais de razão e emoção e, quando ativados por palavras ou imagens, esses enquadramentos estruturam narrativas e, conseqüentemente, moldam a forma como as decisões são tomadas. Esses fundamentos neurocognitivos são, para Castells (2015), a base sobre a qual o poder comunicativo é exercido, sendo sua aplicação mais visível e consequencial no campo da política, justamente o que analisamos neste trabalho.

Uma vez que as mentes operam com base nesses enquadramentos, o poder de influenciar depende diretamente da capacidade de ativar os enquadramentos corretos na mente do público. A mídia, tanto a tradicional quanto a digital, utiliza algumas estratégias como o *agenda-setting*, o *priming*, o *framing*, e o *indexing*, que podem influenciar como o eleitor interpreta a realidade política e sobre quais bases formula suas decisões (Castells, 2015).

A *agenda-setting* diz respeito à capacidade da mídia de moldar os temas na agenda pública, na qual ao decidir quais histórias cobrir e com que destaque, não diz ao público o que pensar, mas sim sobre o que pensar, aumentando a percepção de importância do tema escolhido; relacionando com eleições, conseguir determinar o que é prioritário em um momento que a atenção é limitada pode ser bastante vantajoso para um lado em específico.

Já o *priming*, é uma extensão do agenda-setting, pois sugere os critérios que o público deve usar para avaliar líderes e governos (Castells, 2015). Por exemplo, se a cobertura midiática se concentra na economia, o público tenderá a julgar o desempenho do governo com base em indicadores econômicos, o mesmo vale para corrupção, como foi o que aconteceu em 2018.

O *framing* é o processo de selecionar e destacar certos enquadramentos de eventos ou questões para promover uma interpretação e avaliação, organizando a narrativa em torno de uma ideia central, conectando a outros enquadramentos preexistentes na mente do público. É nesse ponto que as disposições psicológicas e identitárias do eleitorado se articulam à comunicação política, facilitando a recepção de certas narrativas em detrimento de outras.

Enquanto o *indexing* se trata de um princípio sobre tendência dos profissionais de mídia de alinhar o escopo e grau de consenso sobre as notícias desenvolvidas, o que Castells (2015) comenta ser comum, especialmente em nível governamental, pois quem determina isso são as elites políticas, assim, quando há uma diversidade de enquadramentos muito destoante possivelmente há uma dissidência entre as próprias elites.

Essa capacidade de programar as redes de comunicação com as mensagens, narrativas e enquadramentos que moldam a mente pública redefine a prática política, transformando-a no que Castells (2015) denomina "política da mídia", um campo no qual a informação não é apenas um recurso, mas o próprio território onde o poder é conquistado, exercido e perdido. A execução profissionalizada dessa nova forma de política é o que ele chama de "política informacional". Nela, a capacidade de gerar, processar e disseminar informação de forma estratégica supera as ideologias e as máquinas partidárias tradicionais como o principal vetor de poder.

Dessa forma, o comportamento eleitoral em 2018 pode ser compreendido como resultado da articulação entre fatores de curto prazo, disposições ideológicas e componentes afetivos, em um contexto no qual a construção de significados assumiu papel central na tomada de decisão. Longe de operar exclusivamente por meio de cálculos racionais, o eleitor atua como agente ativo na interpretação das mensagens políticas, mobilizando enquadramentos cognitivos e emocionais que orientam suas escolhas. Assim, a decisão de voto expressa não apenas preferências políticas, mas processos de significação socialmente construídos, nos quais razão e emoção se articulam de forma indissociável.

4.3 Arquitetura da fake news e populismo digital

Aqui se faz um esforço para apresentar como a desinformação atuou de forma estratégica e coordenada na eleição de 2018, estruturando narrativas que exploraram medos, crenças e fissuras sociais previamente existentes. Articulando definições, mecanismos e impactos, o objetivo é entender como a construção de fake news dialoga com o comportamento do eleitorado e com a lógica de circulação das plataformas, preparando o terreno para estratégias de populismo digital.

A desinformação que marcou o pleito não foi um ruído aleatório, mas uma campanha estratégica e deliberada, projetada para explorar as vulnerabilidades do novo ecossistema midiático e do comportamento do eleitorado, como podemos ver com o que foi exposto anteriormente. Sua arquitetura envolveu uma definição precisa, vetores de disseminação coordenados e narrativas que tocaram nas insatisfações, nos medos e receios pré-existentes dos cidadãos brasileiros, assim como foi capaz de criar outros.

Nesta subseção é preciso se ter em mente que a disseminação da desinformação não foi um fluxo caótico de mentiras, mas sim uma campanha com enquadramentos narrativos e visuais meticulosamente desenhados para dialogar com perfis específicos de eleitores, com a utilização de estratégias midiáticas, tais como o *agenda-setting*, o *priming*, o *framing*, e o *indexing*. Um exemplo disso foi a personalização das mensagens, direcionadas a grupos como "fiéis religiosos", "mães de direita" e "meritocratas", que demonstra um alto grau de sofisticação estratégica (Letieri, 2022).

4.3.1 Conceito e Estratégia

Para conseguir seguir com os próximos tópicos, é preciso de uma definição clara do que se entende por fake news, por esse motivo utilizo o conceito de Dourado (2020, p. 40):

Fake news são aqui apresentadas como um tipo específico de informação com potencial de gerar engano ou desinformação porque faz com que os indivíduos assumam como verdadeiro e real o que é mentiroso e falso, se passando por notícias, sejam elas eletrônicas ou não. Consequentemente, peças de fake news induzem as pessoas à ignorância dos fatos e constroem versões inverídicas, mas convenientes, sobre o que realmente se sucedeu.

Essa necessidade se deve ao fato de que não podemos aqui confundir fake news com “*misinformation*” - informação falsa compartilhada sem a intenção de prejudicar -, assim como é preciso distinguir melhor da “*disinformation*” - informações falsas que são criadas e

disseminadas com a intenção deliberada de enganar e prejudicar, se trata de uma categoria mais ampla que inclui fake news, mas não se limita a ela (Dourado, 2020).

Ainda, atribui-se às fake news duas características definidoras: a pretensão de se passar por notícia factual, mimetizando o formato jornalístico para obter credibilidade, e a disseminação viral, cuja legitimidade é construída a partir do alto volume de compartilhamentos em plataformas de mídias sociais (Dourado, 2020).

Nesse contexto, a partir da tese de Dourado (2020), é possível compreender que as fake news no período eleitoral de 2018 no Brasil não ocorreram a partir de um processo orgânico, tendo em vista que Jair Bolsonaro foi o maior beneficiado por essas, seja de forma direta ou indireta. Ademais, as narrativas predominantes não foram aleatórias; elas exploraram cirurgicamente as fissuras sociopolíticas descritas anteriormente neste trabalho, assim como Dourado (2020) identificou que a maior mobilização das pautas de disseminação de fake news esteve relacionada ao antipetismo, o conservadorismo moral e ataques à reputação - profissional e pessoal - de outros candidatos que não fossem Bolsonaro.

Jardelino, Cavalcanti e Toniolo (2020) também corroboram com tal ideia ao identificarem uma concentração do engajamento em períodos de alta relevância eleitoral, sugerindo uma ação coordenada com o objetivo de influenciar o eleitorado em momentos cruciais da tomada de decisão. Contudo, diferente de Dourado (2020), Jardelino, Cavalcanti e Toniolo (2020) exploraram a partir de sua metodologia de pesquisa termos chave no *Google Trends* e não temáticas mais amplas como a primeira.

As descobertas do *Google Trends* exibem que os termos "Kit Gay", "Fraude nas Urnas" e "Jesus é Travesti" atingiram seu pico máximo na semana do primeiro turno das eleições, entre 7 e 14 de outubro de 2018, demonstrando uma clara correlação com o momento decisivo do voto (Jardelino, Cavalcanti e Toniolo, 2020).

Apesar de ter sido desmentido, esses termos ainda produziram efeitos, pois não importava a sua veracidade, visto que a capacidade do conteúdo em mobilizar pânicos morais e ativar sistemas de crenças profundamente arraigados, puderam, em alguma escala, mudar o voto de alguém que observou nessa fake news um ato de ataque a proteção familiar e moral (Jardelino, Cavalcanti e Toniolo, 2020). O significado disso torna-se mais claro quando cruzado com pesquisas de opinião como o realizado pelo IDEIA Big Data e Avaaz (2018), o qual revelou que 83,7% dos eleitores de Jair Bolsonaro acreditaram na notícia sobre o "Kit Gay" e outros 74% na narrativa de "fraude nas urnas".

4.3.2. Vetores de Disseminação

Para que essas fake news surtiram efeito foi preciso de um motor de viralização, responsável por disseminá-las, a qual se pode dizer que foram as plataformas digitais, que operaram dentro de um ecossistema complexo e interligado.

Nesse sentido, Letieri (2022) confere ao *Whatsapp* um papel central para a disseminação em massa, devido a sua natureza criptografada que dificultou a moderação, e sua dinâmica baseada em redes de confiança pessoal - como família e amigos -, o que permitiu contornar a checagem da mídia tradicional, criando bolhas informacionais impermeáveis a fatos contraditórios.

Contudo, Piaia e Alves (2020) ressaltam a importância de não analisar o *Whatsapp* de forma isolada, pois a força da campanha digital de Bolsonaro residiu em diversas redes sociais. Resultados da pesquisa desses autores revela uma gramática de comunicação eminentemente visual, com imagens (19,2%) e vídeos (16,2%) superando significativamente o compartilhamento de links (9,81%) e áudios (3,87%). Assim, é possível entender que o *WhatsApp* funcionou também como um canal de distribuição e engajamento que se interligava e retroalimentava em outras plataformas digitais.

Dos links enviados, a maioria não direcionava para sites de notícias, mas sim para outras plataformas sociais, sendo 65,2% de todas as URLs compartilhadas enviadas para sites como *YouTube, Facebook, Twitter e Instagram* (Piaia e Alves, 2020).

Além disso, Piaia e Alves (2020) identificaram uma arquitetura coordenada, impulsionada por dois tipos de atores-chave: os "superparticipantes", que concentraram a produção de conteúdo, e os "articuladores intergrupos", que garantiram a disseminação coordenada das mensagens. Essa arquitetura de dois níveis revela um modelo de eficiência operacional: um núcleo de comando e controle (os superparticipantes) que produzia a linha da campanha, enquanto uma camada de "oficiais de campo" (os articuladores) garantia a distribuição disciplinada pelas "tropas" de apoiadores segmentados.

Um outro ponto relevante neste sentido é a questão da automatização do envio de fake news que comumente é lembrada quando se trata do período eleitoral de 2018. Fontes como Jardelino, Cavalcanti e Toniolo (2020) trazem como a propagação dessas narrativas foi amplificada por ferramentas computacionais, como os robôs sociais (social bots) e algoritmos. Tecnologias essas que são capazes de criar falsos consensos ao inflar artificialmente o apoio a

uma ideia e manipular os *trending topics* (assuntos mais comentados) nas redes sociais, dando a impressão de que um determinado tema possui mais relevância popular do que de fato tem.

Contudo, embora a automação possa ter ajudado na produção e início da disseminação das fake news, Dourado (2020) identifica em seu estudo que a viralização em massa foi um fenômeno fundamentalmente humano. Sua pesquisa concluiu que o volume de compartilhamento por o que ela classificou como “contas humanas” foi 4,7 vezes maior do que por contas suspeitas de automação.

Assim, esta máquina de desinformação não foi um fim em si mesma, mas o arsenal tático para uma aula de comunicação populista, perfeitamente executada na arena digital pela campanha de Jair Bolsonaro.

4.3.3. A estratégia de Bolsonaro

A comunicação de Jair Bolsonaro em 2018 pode ser vista como uma implementação bem sucedida de estratégia de comunicação político-digital. Como vimos, longe de ser improvisada, sua tática foi uma aplicação calculada, explorando a arquitetura das redes sociais para forjar uma conexão direta, autêntica e profundamente emocional com sua base de apoiadores, o que levou Viscardi (2020) caracterizar tais ações como populismo digital¹¹.

De acordo com Cesarino (*apud* Viscardi, 2020) o populismo digital se trata da aplicação da lógica populista à arquitetura das redes sociais, que cria um "efeito de não-mediação", ou seja, uma sensação de comunicação direta e autêntica entre o líder e seus seguidores. O estudo confirma a presença dos cinco padrões de populismo digital identificados, sendo eles: 1) Criação da fronteira amigo-inimigo; 2) Reforço do carisma do líder; 3) Mobilização por meio de mensagens alarmistas e conspiratórias; 4) "Canibalização" do oponente (desumanização e ataque contínuo); e 5) Desqualificação de fontes de conhecimento tradicionais, como a mídia e a academia.

A eficácia da mensagem de Jair Bolsonaro, conforme a análise de Viscardi (2020), está ancorada na definição clara e constante de quem pertence ao grupo dos aliados ("nós") e quem são os adversários a serem combatidos ("eles").

No centro da narrativa, do lado do “nós”, está Jair Bolsonaro, que se posiciona não apenas como um político, mas como a própria personificação da "mensagem". Ele se

¹¹ Vale mencionar que o contexto no qual Viscardi (2020) caracteriza a estratégia “populismo digital” como a de Bolsonaro, se refere especificamente à pesquisa que ela conduziu em relação a resultados do Twitter. Contudo, dados pontos expostos neste trabalho, creio que tal caracterização pode ser expandida para outras redes sociais.

apresenta como o líder que articula as insatisfações, os valores e as demandas de seu eleitorado, identificado como "o povo" ou os "cidadãos de bem". Já o grupo "eles" é construído a partir da desqualificação sistemática de diversos atores sociais, que são enquadrados como inimigos da "verdade" defendida por Bolsonaro (Viscardi, 2020).

Esses inimigos são, nomeadamente: a mídia tradicional, que é retratada como a principal produtora de fake news e mentiras. Veículos como Folha de São Paulo, Veja e O Globo são constantemente atacados e desqualificados com o objetivo de minar a credibilidade da imprensa para que a narrativa de Bolsonaro possa prevalecer como a única fonte confiável de informação para seus seguidores; os oponentes políticos, são caracterizados não como adversários legítimos, mas como inimigos a serem "canibalizados", desumanizados e destruídos. Como exemplo se tem as narrativas antipetistas utilizadas pelo ex-capitão, que apesar de não ter criado o sentimento, o explorou e amplificou de maneira sistemática. Esse enquadramento dominante não posicionava o PT como um adversário político legítimo, mas como uma ameaça existencial à moral, à economia, à família e à segurança do país, justificando medidas extremas para derrotá-lo (Letieri, 2022).

Outro padrão identificado por Viscardi (2020) é a utilização do termo fake news no discurso de Bolsonaro, o qual raramente é utilizado para descrever desinformação de forma neutra. Em vez disso, funciona como uma arma retórica, uma acusação lançada para desviar a atenção, atacar e deslegitimar adversários, cumprindo assim com o quinto padrão de populismo digital de Cesarino (*apud* Viscardi, 2020) - desqualificação de fontes de conhecimento.

A única "verdade" é a apresentada por Bolsonaro, como um conceito singular e absoluto, frequentemente grafada como "A VERDADE", ou seja, não é algo a ser verificado ou debatido, mas sim uma posse exclusiva, enunciada por ele. As "mentiras", por outro lado, são sempre tratadas no plural, sugerindo que emanam de múltiplas fontes adversárias (Viscardi, 2020).

Dessa forma, a estratégia de Bolsonaro parte da emoção, e em particular a raiva, atuando como um pilar central da comunicação que Viscardi (2020) analisou. Paralelamente a essa tese de Viscardi (2020), é possível compreender ainda melhor o motivo pelo qual a raiva foi a emoção escolhida a partir de Castells (2015), que distingue algumas emoções relevantes e as considera chave no engajamento político.

Algumas delas são o medo e a ansiedade, que acionam um estado de alerta mental, interrompendo o comportamento rotineiro e aumentando a avaliação racional e a busca por

novas informações. No entanto, embora aumente a atenção, essas duas emoções podem prejudicar a precisão da recordação e checagem dos fatos, bem como levar a emoções negativas correlatas, como a raiva. Essa última tende a levar à assunção de riscos, como por exemplo, apoiar uma intervenção militar considerando ser a única saída (Castells, 2015).

O uso de linguagem hostil, em caixa alta - simulando gritos - e termos pejorativos, característicos da comunicação digital de Bolsonaro, não é acidental, isso visa espelhar, validar e amplificar a insatisfação e a indignação de sua base com o intuito de criar uma conexão emocional mais profunda - nesse caso a raiva -, mesmo que nos pequenos detalhes, fortalecendo a coesão do grupo, a identificação com o líder e a fronteira antagônica entre "nós" e "eles" (Viscardi, 2020).

Ainda nesta questão das emoções Bizer, Barden e Petty (*apud* Oliva, 2021) tratam sobre o Modelos Tripartido das Atitudes, uma ferramenta da psicologia social que decompõe as atitudes dos eleitores em três componentes interligados: o cognitivo, o afetivo e o comportamental, bastante semelhante ao que Castells (2015) propôs ao relacionar neurociência, ciência cognitiva e comunicação. O primeiro componente trata sobre valores, crenças e pensamentos racionais do eleitor, o segundo abrangendo os sentimentos, humores e emoções que um candidato ou tema desperta e, por último, o terceiro que corresponde às ações passadas ou futuras do eleitor.

Bolsonaro parece ter conseguido mobilizar de forma surpreendente alguns elementos desse modelo, tendo em vista que seu eleitorado não necessariamente compactuava com tudo o que ele representava. O que evidencia que a questão do voto não é uma simples equação racional, mas um complexo cálculo influenciado pela cultura, pelo contexto político e, crucialmente, pela psicologia emocional do eleitor (Castells, 2015; Oliva, 2021).

Outro ponto sobre a estratégia de Bolsonaro é o de que ele capitalizou o sentimento antipolítica, adotando uma narrativa de "forasteiro" que lutava contra o sistema, concentrando seus esforços de comunicação nas redes sociais digitais. Essa tática se mostrou crucial para contornar sua limitada exposição na mídia tradicional, onde dispunha de apenas oito segundos de tempo de antena na televisão. Assim, enquanto os grandes partidos apostaram nas velhas fórmulas, Bolsonaro construía uma base no ambiente digital (Jardelino, Cavalcanti e Toniolo, 2020).

Em suma, é possível compreender que as plataformas digitais, em especial as redes sociais, consolidaram-se como um campo central para o marketing político, transformando a maneira como as campanhas são conduzidas e os eleitores são mobilizados.

Nesse ecossistema político-midiático guiado por lógicas algorítmicas, a perda de credibilidade das instituições tradicionais encontrou um eleitorado já predisposto a buscar explicações rápidas, coerentes com suas crenças e afetos. A arquitetura digital da desinformação se inseriu nesse cenário como um mecanismo eficaz de construção de significado, operando estrategicamente para explorar medos, ressentimentos e valores morais, reforçando identidades políticas e antagonismos sociais. Combinando capilaridade, coordenação técnica e forte carga emocional, tais conteúdos parecem ter alcançado circulação massiva justamente porque eram mediados por vínculos interpessoais e por bolhas afetivas que amplificaram seu impacto.

Nesse contexto, pode-se assumir que a desinformação não atuou como um fenômeno acidental, mas como uma engrenagem central da comunicação política da eleição presidencial de 2018. Suas narrativas foram estrategicamente construídas para explorar medos, crenças prévias e ressentimentos, sendo disseminadas por redes digitais.

Diante de tudo que foi exposto é compreensível dizer que a vitória de Jair Bolsonaro não pode ser desvinculada da nova morfologia da política informacional descrita por Castells (2015), visto que as plataformas digitais pareceram funcionar como amplificadores de identidades políticas, afetos e antagonismos. Ao operarem segundo a lógica da autocomunicação em massa, elas permitiram que Bolsonaro e seus apoiadores estruturassem narrativas capazes de moldar percepções, organizar interpretações e orientar comportamentos, precisamente por ativarem enquadramentos cognitivos, emocionais e identitários previamente disponíveis no imaginário social. Logo, a confluência desses elementos confirma que, em 2018, o poder político foi exercido como poder comunicacional digital, concretizando na prática as dinâmicas descritas pela sociedade em rede.

4 CONCLUSÃO

Os resultados alcançados por esta pesquisa permitem confirmar a primeira hipótese deste trabalho de que a vitória de Jair Bolsonaro na eleição presidencial de 2018 só pode ser compreendida de maneira adequada quando analisada sob uma perspectiva multicausal, conforme sustentado pela lente teórica da multiplicidade proposta por Rosenberg (2016). A predominância de estudos enquadrados na categoria de “Múltiplos Fatores”, identificada na Revisão Sistemática de Literatura, já demonstra que autores brasileiros reconhecem o pleito de 2018 como um fenômeno resultante da confluência de diversas variáveis e, quando observada na conjuntura total do país, como feito, é possível compreender as ligações. Esse entendimento reforça a premissa de que fenômenos complexos, como processos eleitorais no contexto da sociedade em rede, devem ser analisadas a partir da articulação entre diferentes camadas de significado e estruturas de longa e curta duração.

Entre o que foi encontrado, destaca-se que quase metade das produções incluídas atribui papel causal direto ou indireto às mídias sociais, corroborando que a eleição de 2018 representou um marco na consolidação do ecossistema político-midiático como campo de disputa simbólica e formação de percepções do eleitorado.

A dinâmica da autocomunicação de massa, conforme formulada por Manuel Castells (2015), em articulação com os estudos discutidos, oferece uma chave analítica para compreender a circulação de conteúdos políticos altamente emocionalizados no contexto eleitoral. Nesse ambiente comunicacional, mensagens associadas à raiva, ao ressentimento e à moralização tendem a adquirir maior capilaridade, enquanto a desinformação pode ser compreendida como um mecanismo estratégico de construção de significados, capaz de moldar interpretações, ativar enquadramentos mentais e reforçar identidades políticas em espaços comunicacionais segmentados.

Além disso, os estudos analisados convergem para quatro grandes eixos interpretativos: (1) antipetismo e corrupção; (2) plataformas digitais, fake news e desinformação; (3) moralismo e religião; e (4) extrema direita e conservadorismo. Estes eixos revelam um processo mais amplo de desgaste das instituições democráticas, intensificação de polarizações e reorganização das direitas brasileiras, em diálogo com tendências globais. O antipetismo, enraizado ao longo da década, somado aos impactos da Operação Lava Jato, contribuiu para consolidar um sentimento generalizado de descrédito em relação à política nacional, criando terreno fértil para discursos como o de Bolsonaro. Paralelamente, a ascensão

de pautas conservadoras, moralistas e religiosas conferiu ao bolsonarismo um conjunto de valores mobilizadores que se articularam de forma eficaz no ambiente digital.

Sob essa perspectiva, a eleição de 2018 parece não ter expressado apenas preferências políticas momentâneas, mas a interseção entre transformações estruturais do sistema político brasileiro, mudanças tecnológicas na comunicação e padrões emocionais de orientação do comportamento eleitoral. A ativação de enquadramentos cognitivos e afetivos a partir de estratégias digitais, que foi ampliada pela lógica dos algoritmos e pela estrutura de redes baseadas em afinidade, indica que as percepções do eleitorado brasileiro foram influenciadas, já que essa dinâmica acaba por (re)organizar significados e mobilizar possíveis votantes, nesse caso do Brasil, especialmente uma mobilização mais focada no antipetismo, conservadorismo, moralismo religioso e ressentimento político.

Contudo, isso parte de uma perspectiva teórica, sendo assim, é prudente inferir que a hipótese de que as plataformas digitais, em especial as redes sociais, tiveram papel de articular as causas e potencializar a vitória de Bolsonaro tenha sido parcialmente comprovada a partir deste trabalho. Para ser considerada completamente comprovada, creio que haja a necessidade de um estudo futuro que seja responsável por cruzar esses dados teóricos encontrados com dados empíricos do comportamentos eleitoral de forma mais clara e com o objetivo específico de identificar tal tendência.

Assim, é possível afirmar que o pleito de 2018 constitui um caso paradigmático de como, na sociedade em rede, o poder político vem sendo exercido como poder comunicacional digital (Castells, 2015). Bem como, a partir do conjunto de produções analisadas e do referencial teórico adotado, conclui-se que a eleição presidencial de 2018 não pode ser reduzida a um único fator explicativo. Ao contrário, ela emerge da convergência de variáveis estruturais, afetivas, comunicacionais e políticas, cuja interação, complexa, interdependente e não linear, culminou na ascensão de Jair Bolsonaro. Desse modo, este trabalho contribui para ampliar a compreensão sobre como a política brasileira se transformou no interior das redes digitais durante a eleição presidencial de 2018 e oferece subsídios para investigações futuras sobre a relação entre tecnologia, comportamento eleitoral e reconfigurações democráticas.

REFERÊNCIAS

- ALONSO, Angela; NUNES, Alceu Chiesorin. **Treze: a política da rua, de Lula a Dilma**. São Paulo: Companhia das Letras, 2021.
- ARAÚJO, Bruno; MARTINS, Anne Soares; CARVALHO, Anny Gabrielly Martins; ÁLVAREZ, Layse Karolline de Oliveira. O Brasil que o Jornal Nacional quer: dinâmicas de agendamento do público no quadro “O Brasil Que Eu Quero”. **Mediapolis: Revista de comunicação, jornalismo e espaço público**, João Pessoa, v. 13, n. 21, p. 110-136, 2020. Disponível em: https://doi.org/10.14195/2183-6019_10_6. Acesso em: 06 jul. 2025.
- ARYOVALDO DE CASTRO AZEVEDO, Erica Cristina Verderio Bianco. O processo de mitificação de Bolsonaro: Messias, presidente do Brasil. **Revista ECO-Pós**, Rio de Janeiro, v. 22, n. 2, p. 1-22, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.29146/eco-pos.v22i2.26253>. Acesso em: 06 jul. 2025.
- BARRETO, Irineu Francisco; VENTURI, Gustavo. Fake news em imagens: um esforço de compreensão da estratégia comunicacional exitosa na eleição presidencial brasileira de 2018. **Revista Debates**, Porto Alegre, v. 14, n. 1, p. 119-144, jan./abr. 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.22456/1982-5269.96220>. Acesso em: 06 jul. 2025.
- BITTENCOURT, Marielli Prestes. **A "nostalgia da ditadura" e as eleições de 2018 no Brasil**: uma proposta de explicação. 2020. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) - Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2020. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10183/212728>. Acesso em: 06 jul. 2025.
- BRAGA, Luana. Papel das Redes Sociais na Eleição Presidencial Brasileira de 2018. **e-Com**, Belo Horizonte, v. 14, 2021. Disponível em: <https://portaldeperiodicos.animaeducacao.com.br/index.php/ecom/article/view/32713>. Acesso em: 06 jul. 2025.
- BRAGA, Maria do Socorro; ZOLNERKEVIC, Aleksei. Padrões de votação no tempo e no espaço: classificando as eleições presidenciais brasileiras. **Opinião Pública**, Campinas, v. 26, n. 3, p. 570-608, set./dez. 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1807-019120202611>. Acesso em: 06 jul. 2025.
- BRASIL. Tribunal de Contas da União. **Desempenho da economia brasileira**: contas do governo da República – exercício de 2010. Brasília: TCU, 2011. Disponível em: https://sites.tcu.gov.br/recursos/contas-do-governo-2010/fichas/Ficha%201.1_cor.pdf. Acesso em: 27 ago. 2025.
- BRESSER-PEREIRA, Luiz Carlos. **A Construção Política do Brasil**. São Paulo: Editora 34, 2021.
- BRITTES, Juçara Gorski; CARNEIRO, Dayana Cristina Barboza; RUGGIERI, Ana Luísa. Bolsonaro X Haddad. **Compolítica**, v. 10, n. 1, p. 110-138, jan./abr. 2020. Disponível em: <https://revista.compolitica.org.br/index.php/revista/article/view/286/260>. Acesso em: 06 jul. 2025.

CARRETERO, Gustavo Henrique. A rearticulação conservadora no bolsonarismo: apontamentos iniciais sobre a sociabilidade autoritária brasileira. **Psicologia USP**, São Paulo, v. 35, 2024. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/psup/a/xGMXDXWMM7Nvfd5FV9NZPQr/?lang=pt>. Acesso em: 06 jul. 2025.

CARVALHO, Priscila Delgado de; TATAGIBA, Luciana. QUANDO O CONFLITO ELEITORAL EXTRAVASA PARA AS RUAS: PROTESTOS E ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS NO BRASIL (2010-2022). **Lua Nova: Revista de Cultura e Política**, São Paulo, n. 134, p. 25-59, 2025. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ln/a/mBmbX8KwYSmdktmL58bfXJn/>. Acesso em: 06 jul. 2025.

CASALECCHI, Gabriel Avila; ROCHA, Daniel Leonel; FAETI, Filipe. Democratas, mas nem tanto: uma análise do eleitor bolsonarista na eleição de 2018. **Revista de Sociologia e Política**, Curitiba, v. 32, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1678-98732432e024>. Acesso em: 06 jul. 2025.

CASTELLS, Manuel. **O poder da comunicação**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.

CASTRO, Julio César Lemes de. Neoliberalismo, guerra híbrida e a campanha presidencial de 2018. **Comunicação & Sociedade**, v. 42, p. 323-345, 2020. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3688549. Acesso em: 06 jul. 2025.

CESARINO, Letícia. As ideias voltaram ao lugar?: temporalidades não lineares no neoliberalismo autoritário brasileiro e sua infraestrutura digital. **Caderno CRH**, Salvador, v. 34, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.9771/ccrh.v34i0.44377>. Acesso em: 06 jul. 2025.

CIOCCARI, Deysi; PERSICHETTI, Simonetta. A campanha eleitoral permanente de Jair Bolsonaro: O deputado, o candidato e o presidente. **Lumina**, Juiz de Fora, v. 13, n. 3, p. 61-78, dez. 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.34019/1981-4070.2019.v13.28571>. Acesso em: 06 jul. 2025.

COUTO, Cláudio Gonçalves. O Brasil de Bolsonaro: Uma democracia sob estresse. **Cadernos Gestão Pública e Cidadania**, São Paulo, v. 28, p. e89859, 2023. Disponível em: <https://periodicos.fgv.br/cgpc/article/view/89859>. Acesso em: 6 jun. 2025.

DOURADO, Tatiana Maria Silva Galvão. **Fake News na eleição presidencial de 2018 no Brasil**. 2020. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2020. Disponível em: <http://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/31967>. Acesso em: 06 jul. 2025.

JARDELINO, Davi Barboza Cavalcanti, Bianca Persici Toniolo. A proliferação das fake news nas eleições brasileiras de 2018. **Comunicação pública**, Brasília, v. 18, n. 37, p. 19-35, jan./jun. 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.4000/cp.7438>. Acesso em: 06 jul. 2025.

FIRMIANO, Frederico Daia. Os precedentes da tormenta. **Revista Extraprensa**, São Paulo, v. 13, n. 3, p. 22-44, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/extraprensa2020.163155>. Acesso em: 06 jul. 2025.

FISCHER, Sandra; VAZ, Aline. Populismo no Brasil de contrapositores: manipulação do autêntico e profanação do contrário. **Revista Agenda Política**, Florianópolis, v. 10, n. 1, p. 119-142, jan./abr. 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.31990/agenda.2020.1.5>. Acesso em: 06 jul. 2025.

FUKS, Mario; CASALECCHI, Gabriel Avila; RIBEIRO, Ednaldo Aparecido. Determinantes contextuais da coesão do sistema de crenças democrático: Evidências a partir da América Latina. **Revista Brasileira de Ciência Política**, Brasília, n. 28, p. 7-32, jan./abr. 2019. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/rbcp/article/view/24991>. Acesso em: 18 ago. 2025.

FUKS, Mario; MARQUES, Pedro Henrique. Contexto e voto: o impacto da reorganização da direita sobre a consistência ideológica do voto nas eleições de 2018. **Opinião Pública**, Campinas, v. 26, n. 2, p. 433-461, maio/ago. 2020. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/op/article/view/8663852>. Acesso em: 06 jul. 2025.

JUNIOR, Paulo G.; GOULART, Mayra; FRIAS, Paula. “Os humilhados serão exaltados”: ressentimento e adesão evangélica ao bolsonarismo. **Cadernos Metrópole**, São Paulo, v. 23, n. 50, p. 241-262, jan./abr. 2021. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/metropole/article/view/2236-9996.2021-5105/35327>. Acesso em: 06 jul. 2025.

GUEDES-NETO, João Victor. Voto e identificação partidária em 2018: ordenação social na política brasileira. **Opinião Pública**, Campinas, v. 26, n. 2, p. 462-491, maio/ago. 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1807-01912020263431>. Acesso em: 06 jul. 2025.

IASULAITIS, Sylvia; BRAGA, Maria Socorro; SELEGHIM, Ariane Duarte; BROLO, Alvaro Lorencetti. Twitter e ideologia nas eleições presidenciais de 2018. **Compólitica**, Brasília, v. 12, n. 1, p. 1-28, jan./jun. 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.21878/compolitica.2022.12.1.588>. Acesso em: 06 jul. 2025.

IDEIA BIG DATA; AVAAZ. **Eleições e Fake News**. [S. l.]: IDEIA Big Data, 2018. Disponível em: https://avaazimages.avaaz.org/PO%20IDEIA%20-%20Relatorio%20AVAAZ_v2_PO%20version%20%281%29.pdf. Acesso em: 14 out. 2025.

LEITE, Vanessa. “Em defesa das crianças e da família”: Refletindo sobre discursos acionados por atores religiosos “conservadores” em controvérsias públicas envolvendo gênero e sexualidade. **Sexualidad, Salud y Sociedad**, Rio de Janeiro, n. 33, p. 193-215, dez. 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1984-6487.sess.2019.32.07.a>. Acesso em: 06 jul. 2025.

LOPES, Monalisa Soares; ALBUQUERQUE, Grazielle; BEZERRA, Gabriella Maria Lima. “2018, a batalha final”: Lava Jato e Bolsonaro em uma campanha anticorrupção e antissistema. **Civitas - Revista de Ciências Sociais**, Porto Alegre, v. 20, n. 3, p. 384-398, set./dez. 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.15448/1984-7289.2020.3.37248>. Acesso em: 06 jul. 2025.

MARCONDES, Renato; SILVA, Silvio Luiz Rutz. O protocolo Prisma 2020 como uma possibilidade de roteiro para revisão sistemática em ensino de ciências. **Revista Brasileira de Pós-Graduação**, v. 18, n. 39, p. 1–19, 2023. Disponível em: <https://rbpg.capes.gov.br/rbpg/article/view/1894/980>. Acesso em: 12 ago. 2025.

MARQUES, Antonio Alison Vasconcelos. **Monitoramento no Twitter como ferramenta de marketing político durante as eleições de 2018 no Brasil**. 2019. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Potiguar, Natal, 2019. Disponível em: <https://uol.unifor.br/auth-sophia/exibicao/22364>. Acesso em: 06 jul. 2025.

MENEZES, Carlos André Araújo. **Expressões de uma “vingança adiada”**: o kit gay e a mamadeira de piroca como movimentos performativos na linguagem. 2024. 191 f. Tese (Doutorado em Letras) – Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2024. Disponível em: <https://ri.ufs.br/jspui/handle/riufs/20018>. Acesso em: 06 jul. 2025.

MENON, Gustavo; BACHINI, Natasha. Fake News e o uso do Facebook na Eleição Presidencial Brasileira de 2018: ideologias, pós-verdade e aparelhos ideológicos de dominação. **Economic Analysis of Law Review**, Brasília, v. 12, n. 2, p. 427-444, maio/ago. 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.31501/ealr.v12i1.12633>. Acesso em: 06 jul. 2025.

MIGUEL, Luis Felipe. **O colapso da Democracia no Brasil**: da Constituição ao Golpe de 2016. São Paulo: Expressão Popular; Fundação Rosa Luxemburgo, 2019.

—. O mito da “ideologia de gênero” no discurso da extrema direita brasileira. **Cadernos Pagu**, Campinas, n. 62, e216207, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/18094449202100620016>. Acesso em: 06 jul. 2025.

MIRANDA, Beatriz Castro. **A atualização do “pequeno grande homem”**: uma análise do Instagram de Jair Messias Bolsonaro na eleição de 2018. 2023. Tese (Doutorado em Ciência Política) - Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2023. Disponível em: <http://www.repositorio.ufop.br/jspui/handle/123456789/16400>. Acesso em: 06 jul. 2025.

MONTEIRO, Luciana Aparecida. **Os impactos do WhatsApp na eleição presidencial de 2018**. 2022. Tese (Doutorado em Comunicação Social) - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2022. Disponível em: <https://bdtd.ucb.br:8443/jspui/handle/tede/2959>. Acesso em: 06 jul. 2025.

MOREIRA, Alberto da Silva. Esquerda católica pentecostais e eleições no Brasil: um conflito entre projetos antagônicos. **Revista Caminhos - Revista de Ciências da Religião**, Goiânia, Brasil, v. 17, n. 4, p. 96–119, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.18224/cam.v17i4.7810>. Acesso em: 06 jul. 2025.

NEGREIROS, Célia Rejane Araújo. **Gabinete do ódio e fake news**: os métodos da extrema-direita e a corrosão da democracia no Brasil. 2022. Dissertação (Mestrado em Direito) - Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2022. Disponível em: <https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/123456789/26685>. Acesso em: 06 jul. 2025.

NEGRINI, Márcio Zanetti; ALMEIDA, Guilherme Fumeo. Reconfigurar as imagens e filmar o inimigo. **Revista ECO-Pós**, Rio de Janeiro, v. 25, n. 2, p. 1-17, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.29146/ecops.v25i2.27888>. Acesso em: 06 jul. 2025.

NUNES, Rodrigo. A palavra e a coisa: bolsonarismo como convergência, horizonte, infraestrutura, ecologia e máquina. **Lua Nova: Revista de Cultura e Política**, São Paulo, n. 132, p. 11-40, set./dez. 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/0102-001020rn/122>. Acesso em: 06 jul. 2025.

OLIVA, José Daniel Sousa. **Comportamento eleitoral**: o dilema entre honestidade e competência nas eleições 2018 no Brasil e no México. 2021. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2021. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10183/226278>. Acesso em: 06 jul. 2025.

PACCOLA, Marco Antonio Bestetti; ALVES, Giovanni Antonio Pinto. Neodesenvolvimentismo, neoliberalismo e a correlação de forças nos governos Lula e Dilma. **PLURAL: Revista do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da USP**, São Paulo, v. 25, n. 2, p. 269-281, 2018. Disponível em: <https://revistas.usp.br/plural/article/view/153655>. Acesso em: 18 ago. 2025.

PAIVA, Francisco Jeimes de Oliveira; SILVA, Eduardo Dias da. Fake news: o que são e como inter(agem) na era da pós-verdade. **Fólio**, Vitória da Conquista, v. 11, n. 1, p. 121-143, jan./jun. 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.22481/folio.v11i1.5100>. Acesso em: 06 jul. 2025.

PAULA, Cláudio Paixão Anastácio de; ARAÚJO, Eliane Pawlowski Oliveira; PERPÉTUA, Priscila das Graças. Comunicação, Informação e Imaginário no processo eleitoral brasileiro: o “Messias” Bolsonaro e o mito do rei pela graça de Deus. **Prisma Com**, n. 28, p. 116-140, 2020. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/339449600_7_Comunicacao_Informacao_e_Imaginario_no_processo_eleitoral_brasileiro_o_Messias_Bolsonaro_e_o_mito_do_rei_pela_graca_de_Deus. Acesso em: 06 jul. 2025.

PAULA, Lorena Tavares de; MICHALSKI, Rafael. Os bots de disseminação de informação na conjuntura das campanhas presidenciais de 2018 no Brasil. **Múltiplos Olhares em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 9, n. 1, 2019. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/moci/article/view/17048>. Acesso em: 14 mai. 2025.

PAULA, Tiago Franco de; MESSENBURG, Débora. Entre a punição ressocializadora e o idealismo punitivo: a segurança pública nos discursos da Igreja Universal do Reino de Deus e nos de Jair Bolsonaro nas eleições de 2018. **Revista Brasileira de Ciência Política**, Brasília, n. 41, e247271, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/0103-3352.2023.41.268989>. Acesso em: 06 jul. 2025.

PAVEZ, Thais. "Povo das armas" versus "Povo do Bolsa Família": imaginário e voto popular em 2018. **Opinião Pública**, Campinas, v. 29, n. 1, p. 1-28, jan./abr. 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1807-01912023292327>. Acesso em: 06 jul. 2025.

PEREIRA, Tiago Sousa. **Ensaio sobre economia política e regulação**. 2022. Tese (Doutorado em Economia) - Universidade de Brasília, Porto Alegre, 2022. Disponível em: https://www.repositorio.unb.br/bitstream/10482/46508/1/2022_TiagoSousaPereira.pdf. Acesso em: 06 jul. 2025.

PIAIA, Victor Rabello. **Comunicação política e construção da realidade: o WhatsApp nas eleições presidenciais de 2018**. 2021. 180 f. Tese (Doutorado em Sociologia) - Instituto de Estudos Sociais e Políticos, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2021. Disponível em: <https://www.bdt.uerj.br:8443/handle/1/17481>. Acesso em: 06 jul. 2025.

PIAIA, Victor R.; ALVES, Marcelo. Abrindo a caixa preta: análise exploratória da rede bolsonarista no WhatsApp. **Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v. 43, n. 3, p. 147-164, set./dez. 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/interc/a/JB3zHccN7KnHJXTwsRj8WjF/?format=html&lang=pt>. Acesso em: 06 jul. 2025.

PRADO, José Luiz Aidar; PRATES, Vinicius. Regimes passionais do MBL na eleição presidencial de 2018. **E-Compós**, Brasília, v. 23, n. 2, p. 1-24, maio/ago. 2020. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/2107>. Acesso em: 06 jul. 2025.

PRISMA. **PRISMA 2020 statement**. 2020. Disponível em: <https://www.prisma-statement.org/prisma-2020>. Acesso em: 10 ago. 2025.

QUEIROZ, Daniela Palhuca Do Nascimento. **“Brasil acima de tudo e Deus acima de todos”**: O fator religioso na campanha presidencial de 2018 do candidato Jair Messias Bolsonaro em face do princípio da laicidade. 2020. Tese (Doutorado em Ciências Jurídicas) - Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2020. Disponível em: [ADICIONAR LINK MANUALMENTE]. Acesso em: 06 jul. 2025.

RAMALHO, Ítalo de Melo. **Os editoriais e a eleição presidencial de 2018 no Brasil**. 2020. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2020. Disponível em: https://ri.ufs.br/bitstream/riufs/15151/2/ITALO_MELO_RAMALHO.pdf. Acesso em: 06 jul. 2025.

RIBEIRO, Débora Campos. **Eleições 2018 e 2022: o voto conservador em Bolsonaro**. 2024. Tese (Doutorado em Ciência Política) - Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2024. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/257739>. Acesso em: 06 jul. 2025.

RIBEIRO, Dulce Helena Pontes. Estudo Semiótico do slogan da campanha bolsonarista: Brasil acima de tudo, Deus acima de todos. **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação**, São Paulo, v. 7, n. 4, p. 1297-1307, 2021. Disponível em: <https://periodicorease.pro.br/rease/article/view/1437>. Acesso em: 06 jul. 2025.

ROBERT BONIFÁCIO, Yuri Machado, Gabriel de Abreu Madeira. Do baixo clero à Presidência da República: Explicando o voto em Bolsonaro nas eleições presidenciais de 2018. **REVISTA SAAP**, Brasília, v. 13, n. 3, p. 88-109, jul./set. 2022. Disponível em: <https://revista.saap.org.ar/index.php/revista/article/view/64>. Acesso em: 06 jul. 2025.

ROSENBERG, Justin. International relations in the prison of Political Science. **International Relations**, v. 30, n. 2, p. 127-153, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/0047117816644662>. Acesso em 04 abr. 2025.

RUSSO, Guilherme Azzi; PIMENTEL JUNIOR, Jairo; AVELINO, George. O crescimento da direita e o voto em Bolsonaro: causalidade reversa?. **Opinião Pública**, Campinas, v. 28, n. 3, p. 773-797, set./dez. 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1807-01912022283594>. Acesso em: 06 jul. 2025.

SAMPAIO, Bruna Pessoa. **Mídias sociais e eleição presidencial 2018**: uma análise da dinâmica do WhatsApp na campanha eleitoral no Brasil. 2021. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2021. Disponível em: https://bdtd.ibict.br/vufind/Record/SCAR_c21e544a50c6239956dbf90d9c8602f5. Acesso em: 06 jul. 2025.

SANTOS, Fabiano; MOURA, Rafael; VAZ, Camila; PAIVA, Yago. Desindustrialização e a Dinâmica das Eleições Presidenciais no Brasil (2002-2018). **Opinião Pública**, Campinas, v. 30, n. 2, e30202, maio/ago. 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1807-019120243012>. Acesso em: 06 jul. 2025.

SCHLEGEL, Rogerio. Impactos políticos da educação: da aposta no novo cidadão à eleição de Bolsonaro. **Educação & Sociedade**, Campinas, v. 42, e256860, 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/es/a/S5Njb4jWdvMPccCsDfJymDs/?format=html&lang=pt>. Acesso em: 06 jul. 2025.

SILVA, Elisa de Macedo da. **Redes sociais, eleição presidencial de 2018 e questões de credibilidade da mídia**: contextos da ação militância conservadora. 2019. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2019. Disponível em: <https://repositorio.ufjf.br/jspui/handle/ufjf/12040>. Acesso em: 06 jul. 2025.

SILVA, Ramon Andrade Ribeiro; SANTOS, Pedro Paulo Procópio de Oliveira. Os impactos das mídias sociais nas eleições presidenciais do Brasil em 2018. **Neari em Revista**, v. 4, n. 6, 2018. Disponível em: <https://revistas.faculdadedamas.edu.br/index.php/neari/article/view/1547>. Acesso em: 14 mai. 2025.

SILVA, Rebeca Letieri Guasti da. **Desinformação nas eleições 2018**: destrinchando as notícias falsas que favoreceram Jair Bolsonaro. 2022. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2022. Disponível em: <https://app.uff.br/riuff/handle/1/26421>. Acesso em: 06 jul. 2025.

SINGER, André. A reativação da direita no Brasil. **Opinião Pública**, Campinas, v. 27, n. 2, p. 605-641, maio/ago. 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1807-01912021273705>. Acesso em: 06 jul. 2025.

SOUSA, Renan Silva de; OLIVEIRA FILHO, Pedro de; LARRAIN, Leoncio Francisco Camino Rodriguez. Adesão ao Bolsonarismo: Dilemas, Contradições e Retórica em Argumentos de seus Militantes. **Psicologia: Ciência e Profissão**, Brasília, v. 44, e269225, 2024. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pcp/a/PzNCnc9SMbp4b9hpZpmLRSf/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 06 jul. 2025.

STUMPF GONZÁLEZ, Rodrigo; BAQUERO, Marcello; GROHMANN, Luís Gustavo M. Nova direita ou vinho velho em odres novos? A trajetória conservadora no Brasil do último

século. **Revista Debates**, Porto Alegre, v. 15, n. 1, p. 11-37, jan./abr. 2021. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/debates/article/view/110792>. Acesso em: 06 jul. 2025.

SUDBRACK, Shana. **Desordens informativas e bolhas ideológicas na campanha eleitoral 2018**: os impactos do uso do Facebook no comportamento eleitoral. 2019. Dissertação (Mestrado em Ciência Política) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2019. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/207752>. Acesso em: 06 jul. 2025.

TEIXEIRA, Eneida Patrícia; LYNN, Fiona Ann; SOUZA, Maria de Lourdes de. Guia para Revisão Sistemática de estudos observacionais. **Texto & Contexto - Enfermagem**, Florianópolis, v. 33, 2024. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/tce/a/876BLxXM3XxsXZTwGXSKCKM/?lang=pt>. Acesso em: 10 ago. 2025.

TEIXEIRA, Lúcia. Semiótica e política: um estudo de caso. **Estudos Semióticos**, São Paulo, v. 18, n. 2, p. 19-38, dez. 2022. Disponível em: <https://revistas.usp.br/esse/article/view/195448>. Acesso em: 06 jul. 2025.

TELLES, Helcimara. Corrupção, antipetismo e nova direita: Elementos da crise político-institucional. **GV-executivo**, São Paulo, v. 14, n. 2, p. 36-39, jul./dez. 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.12660/gvexec.v14n2.2015.56842>. Acesso em: 18 ago. 2025.

TERRA, Camyla. **O feminismo e a disputa de narrativas na Eleição Presidencial de 2018**: um estudo de caso de #Elenão como mobilização online das mulheres contra Bolsonaro. 2019. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2019. Disponível em: <https://ridi.ibict.br/handle/123456789/1299>. Acesso em: 06 jul. 2025.

TROTTI, Bárbara Araújo; LOWENKRON, Laura. Pânicos morais, sexualidade e infância: A fabricação do “kit gay” como artefato político na disputa presidencial de 2018 a partir da rede social Twitter. **Sexualidad, Salud y Sociedad**, Rio de Janeiro, n. 36, e233604, dez. 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1984-6487.sess.2023.39.e22318.a.pt>. Acesso em: 06 jul. 2025.

VALENTE, Jonas. WhatsApp é a principal fonte de informação do brasileiro, diz pesquisa. **Agência Brasil**, Brasília, 16 dez. 2019. Geral. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2019-12/whatsapp-e-principal-fonte-de-informacao-do-brasileiro-diz-pesquisa>. Acesso em: 02 nov. 2025.

VEIGA, Luciana Fernandes *et al.* El efecto de la experiencia democrática en la estructura de la legitimidad en América Latina y el Caribe. **Opinião Pública**, Campinas, v. 23, n. 2, p. 289-315, maio/ago. 2017. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/op/a/Vt3B5tM447XxCcL7jFP9SXH/?lang=es>. Acesso em: 18 ago. 2025.

VISCARDI, Janaisa Martins. Fake news, verdade e mentira sob a ótica de Jair Bolsonaro no Twitter. **Trabalhos em Linguística Aplicada**, Campinas, v. 59, n. 1, p. 65-87, jan./abr. 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/01031813715891620200520>. Acesso em: 06 jul. 2025.

WERNECK, Rogério L. F. Alternância Política, Redistribuição e Crescimento (2003-2010). In: ABREU, Marcelo de Paiva (org.). **A Ordem do Progresso**: dois séculos de política econômica no Brasil. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014. p. 357-381.