

---

## **AS LIVES NO PICO: Estratégias de comunicação política nas transmissões ao vivo de Jair Bolsonaro durante o primeiro pico da pandemia do Covid-19**

### **Covid-19 Peak and Digital Broadcasting: Political communication strategies on Jair Bolsonaro's digital broadcasts during the first peak of Covid-19 in Brazil**

Camilo Aggio<sup>1</sup>

Geraldo Frances Fonseca Vaz<sup>2</sup>

Thomaz Moreira Arantes de Castro<sup>3</sup>

**Resumo:** *Com base em discussões teóricas sobre a descentralização da comunicação e processos de desinformação, este artigo tem o propósito de analisar transmissões ao vivo (lives) produzidas pela presidência da República no período que corresponde ao primeiro pico da pandemia da Covid-19 no Brasil. O intuito é tanto o de verificar as características estruturais e temáticas das falas do presidente Jair Bolsonaro como analisar se e como o tema da Covid-19 é tratado num momento de recrudescimento da pandemia até então inédito. Os resultados demonstram que a pandemia é o tema mais tratado, ao lado de economia, ainda que o próprio termo “pandemia” ou mesmo “pico” não façam parte do repertório vocabular do presidente nessas transmissões. A Covid-19 é citada para fins de negacionismo e desinformação. Conclui-se que essa condição extraordinária de comunicação desintermediada se manifesta neste objeto como um recurso não voltado a um incremento democrático, mas sim como um expediente de negação da gravidade de uma crise sanitária, ataque a medidas de contenção da pandemia e falsas equivalências voltadas para a poluição, confusão e a mentira nas arenas públicas de discussão e informação.*

**Palavras-Chave:** *Bolsonaro, Covid-19, Desinformação*

---

<sup>1</sup> Camilo Aggio é professor adjunto do departamento de comunicação social da UFMG, membro do Grupo de Pesquisa em Justiça e Democracia (MARGEM) e pesquisador associado ao INCT.DD. [camiloaggio@gmail.com](mailto:camiloaggio@gmail.com)

<sup>2</sup> Geraldo Frances Fonseca Vaz é doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais e membro do Grupo de Pesquisa em Justiça e Democracia (MARGEM).

<sup>3</sup> Thomaz Moreira Arantes de Castro é doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais e membro do Grupo de Pesquisa em Justiça e Democracia (MARGEM).

**Abstract:** *This paper aims at discussing the concepts of disintermediation and disinformation and analyze Jair Bolsonaro's weekly broadcasts aired on social media during the first peak of the Covid-19 pandemic in Brazil. The main objective is to assess the structural and thematic aspects of Jair Bolsonaro's talks and how Covid-19 issue is considered and framed by the president of Brazil. Results show that Covid-19 received the highest level of attention by the president when comparing with other themes. Notwithstanding, Covid-19 was mentioned all along the period to sustain scientific denialism and disinformation. We conclude that the disintermediation process presented by social media platforms can bring improvements to democracy but also huge challenges when political leaders such as Jair Bolsonaro make use of this resources to promote denialism, underestimate the consequences of a pandemic, and to oppose to prevention measures against Covid-19.*

**Keywords:** *Jair Bolsonaro. Covid-19. Disinformation.*

---

## 1. Introdução

No mês de maio de 2020, mais precisamente no dia 22 daquele mês, o Brasil registrou o primeiro pico da pandemia do novo coronavírus: foram 1.172 óbitos registrados em um único dia. Segundo os boletins epidemiológicos semanais do Ministério da Saúde, houve um pequeno recuo — ainda que com oscilações — dessas notificações ao longo do mês de junho e um retorno do aumento de casos ao longo de julho do mesmo ano em que se verificou um novo pico: 1.044 mortes (MÕES, 2020). Como é de amplo conhecimento, o presidente eleito com aproximadamente 58 milhões de votos em 2018 inaugurou, em seu terceiro mês de mandato, uma prática semanal de comunicação política por meio das popularmente denominadas *lives* (transmissões ao vivo em plataformas digitais) em seus perfis oficiais no *Facebook*, *Youtube* e, mais recentemente, *Instagram*.

Desde então, às 19 horas das quintas-feiras, Jair Bolsonaro, geralmente com convidados, realiza transmissões ao vivo para tratar de assuntos diversos: comentários sobre notícias veiculadas pela imprensa, anúncios e considerações sobre programas e projetos de governo, crises nas quais seu governo e aliados eventualmente estejam envolvidos, críticas a adversários e ao jornalismo profissional dentre uma gama extensa de eventos, assuntos e episódios de ocasião.

De acordo com levantamento feito pela jornalista Sabrina Freire para o *site* Poder 360, em 2020, o presidente realizou 70 *lives* em sua página no *Facebook*, das quais 53 foram no tradicional horário das 19 horas das quintas-feiras e as outras 17 em dias alternativos. De acordo com o levantamento, participaram dos encontros 104 pessoas, com destaque para o presidente da Embratur, Gilson Machado (10 participações) e o secretário da Pesca, Jorge Seif, com 10 participações cada; o presidente da Caixa Econômica Federal, Pedro Guimarães, presente em 9 ocasiões; e Tarcísio de Freitas, ministro da Infraestrutura, que esteve presente 6 vezes (FREIRE, 2021).

Esse instrumento de comunicação política adotado pelo atual presidente do Brasil tem sido apresentado por membros de suas equipes e observado por olhares externos como um expediente de contrabalanceamento das mediações exercidas pelas empresas de comunicação, de forma ampla, e pelo jornalismo político, de maneira mais específica. As razões elencadas para tanto variam de argumentos como a possibilidade de se defender das distorções e manipulações da (sempre) mal-intencionada imprensa e de supostamente esclarecer genuinamente os cidadãos; a possibilidade de prestar contas diretamente à população e considerar, sem intermediários, a única e genuína voz popular; ou, como preferem os críticos das edições dessas transmissões, gozar da oportunidade de fugir a críticas, evitar perguntas e questionamentos, selecionar e enquadrar temas de interesse da maneira mais conveniente e favorável e, efetivamente, mentir e atacar inimigos com o intuito, dentre outras coisas, de pautar favoravelmente a cobertura da imprensa e alimentar suas redes de seguidores.

A proposta desse artigo, desse modo, se assenta na articulação entre esse fenômeno comunicacional e político — com muitos contornos inaugurais — e um contexto específico de uma das maiores crises sanitárias enfrentadas pela sociedade brasileira e pelo mundo. Com base no acervo das transmissões ao vivo do presidente transmitidas às quintas-feiras, propõe-se verificar se e como Jair Bolsonaro tratou da crise da pandemia entre os meses de maio, junho e julho —

período em que, como descrito acima, o Brasil enfrentou seu pior momento da pandemia em 2020 — num total de 13 edições de suas transmissões.

Esse estudo se justifica por duas razões centrais e intercambiáveis. Em primeiro lugar, por se tratar de uma forma de comunicação oficial do presidente da República que conta com uma audiência significativa no momento das transmissões e após seu encerramento — visto que o programa fica gravado em algumas dessas plataformas, como YouTube e Facebook — e é retransmitida por veículos de comunicação tradicional, é imperativo verificar como informações de interesse público, como a crise sanitária derivada da pandemia da Covid-19 em seu primeiro auge de letalidade são elaboradas e oferecidas a sua audiência ou se são, simplesmente, ignoradas.

Em segundo, tendo em vista o histórico nada virtuoso do atual mandatário da presidência da República no que diz respeito ao trato com os fatos e a verdade, consideramos ser de suma importância a verificação e análise do modo como questões relacionadas à pandemia são tratadas pelo presidente e qual o grau, se houver, com a realidade desses fatos, mais especificamente o fato notório do agravamento da pandemia. Ou seja, trata-se, também, de verificar os níveis de informação e desinformação presentes.

Em termos mais específicos, o objetivo é de, uma vez constatada a recorrência do tema do primeiro pico da pandemia, verificar quais abordagens são adotadas para tratar da crise sanitária naquele período. Especula-se, por exemplo, a possibilidade de consideração de fatos e dados relativos à gravidade do momento tanto quanto, como já se demonstrou fartamente ao longo de muitas manifestações presidenciais, o uso desse instrumento de comunicação política como oportunidade para contestar recomendações de medidas e protocolos internacionais de contenção da pandemia, críticas e ataques a adversários e inimigos, defesa de medicamentos e terapias, investimento em teorias conspiratórias, ou seja, expedientes voltados para "reenquadrar" a realidade tangível segundo termos ideológicos e estratégicos já observados e documentados em outras manifestações do presidente e seus aliados.

A metodologia é dividida em duas frentes: (a) uma abordagem quantitativa que busca verificar, dentre outros temas, se e com que grau de atenção o tema pandemia do coronavírus foi tratado nesse período de crescimento recorde das mortes pela COVID-19 no Brasil e (b) uma abordagem qualitativa com o intuito de apreender os recursos adotados e as formas de abordagem dos temas considerados nessas edições, de forma geral, e, mais especificamente, se e como o tema do primeiro pico da pandemia foi tratado.

## **2. Descentralização da comunicação**

Desde os primórdios das reflexões acerca dos potenciais de transformação da *internet*, um dos elementos de maior destaque se assentava na possibilidade de indivíduos e grupos diversos terem as ferramentas e oportunidades para se comunicarem não apenas entre si e à distância de maneira instantânea, mas de produzir informações e conteúdos, publicá-los e circulá-los (potencialmente) para uma vasta audiência sem a mediação da comunicação tradicional (LEMOS, 2008; BENKLER, 2006, CASTELLS, 2009). Trata-se daquilo que alguns autores chamaram de liberação do polo de emissão ou da comunicação *muitos para muitos*, ao contrário do modelo então vigente de centralização da comunicação em poucos veículos, ou de *poucos para muitos* (LEMOS, 2008). Dito de outra maneira, trata-se de um processo de desintermediação por meio do qual instituições tradicionalmente vinculadas à produção de informação e demais conteúdos audiovisuais perdem a exclusividade nessa cadeia produtiva cedendo espaço para produtores amadores diversos. (CHADWICK, 2013; ROBLES-MORALES e CÓRDOBA-HERNÁNDEZ, 2019; BENKLER, 2006). Como argumentam Robles-Morales e Córdoba-Hernández, no entanto, na medida em que se verifica um processo de desintermediação, ao produzir e colocar em circulação determinados conteúdos, esses novos produtores alcançam o *status* de mediadores.

A aura em torno desses vislumbres era, naturalmente, de otimismo, afinal, havia uma promessa tácita de socialização do acesso a uma comunicação em larga escala, com pretensões globais, e de distribuição de poder na contramão de um

modelo de concentração da comunicação de massa em poucos veículos e do potencial de criação de um regime de múltiplas vozes disponíveis nas arenas públicas. E como não poderia deixar de ser, em termos hipotéticos, de fortalecimento da democracia por meio de maior inclusão de acesso aos cidadãos e da expressão de vozes antes silenciadas ou desarticuladas com os veículos de comunicação tradicionais.

No que tange à vida política mais estritamente, essa perspectiva dava ares de maior equiparação de oportunidades de disputa entre partidos e candidatos com diferenças significativas de posse de recursos, seja no que diz respeito às condições financeiras, seja no que diz respeito ao tempo escasso disponível na lógica tradicional de propaganda política nos veículos tradicionais de comunicação. Igualmente, dava a mandatários a oportunidade de escapar ao poder de controle da imprensa no que diz respeito à seleção e enquadramento de notícias e da comunicação direta, sem a mediação tradicional, com seus eleitores e cidadãos em geral (AGGIO, 2010)

Não se tratou de um percurso dos mais curtos, mas a era das plataformas digitais e da consequente plataformização da vida (VAN DIJCK, POELL, WAAL, 2018) ou, como preferem alguns, da Web 2.0, tornou, efetivamente, possível que indivíduos e grupos ganhassem ampla visibilidade pública a prescindir de vinculações com os *media* tradicionais. Os exemplos são variados e se apresentam desde o surgimento de novos líderes de opinião que tratam de temas políticos com amplo reconhecimento e alcance nessas plataformas a novos profissionais de novos ramos, como os ditos *influencers*, seja no ramo dos jogos eletrônicos, seja no ramo da educação infantil, de tratamentos alternativos, nutrição, culinária ou mesmo na “filosofia”.

O que vemos fundamentalmente nesse aspecto é que a competência e autoridade conferida a alguém (na lógica das redes digitais) para tratar de algum tema deriva menos de uma formação e treinamento proporcionados por instituições epistêmicas tradicionais como a Universidade do que pelo capital social acumulado por esses sujeitos nas plataformas digitais, aquilo que Andrew Keen (2007) chamou

de o culto do amador. A título de exemplo, não é coincidência que a ideologia de sustentação do bolsonarismo tenha sido criada e disseminada por um personagem digital ao qual o *status* de “filósofo” é conferido por ele próprio e reconhecido por muitos em razão do capital social representado pelo número de seguidores e envolvimento que adquiriu por meio de plataformas digitais: Olavo de Carvalho. Casos similares podem ser encontrados no Estados Unidos com Steve Bannon e sua atuação no Breitbart News ou a parceria entre Beppe Grillo e Gianroberto Casaleggio na Itália (DA EMPOLI, 2020).

Perceber a realidade atual à luz daquilo que se esperava e se projetava é perceber que as transformações proporcionadas pela comunicação digital são muito mais complexas e menos positivas do que vislumbravam os otimistas daquele tempo. Se é verdade que as plataformas digitais concederam oportunidades extraordinárias de inclusão de indivíduos e grupos sociais e políticos diversos num espectro comunicacional alargado, é igualmente verdade que tal inclusão, por si só, não tem sido sinal de incremento da democracia ou de melhor saúde das relações sociais e políticas. As experiências dos últimos anos ao redor do mundo sugerem o contrário, na verdade.

Trata-se de um tema extenso e complicado que demandaria muito mais páginas e oportunidades de discussão, mas podemos resumir que maior participação não tem sido sinal de maior cidadania democrática. Os fenômenos que chamamos de desinformação, da elaboração e propagação de *fake news*, da tribalização de indivíduos que criam suas próprias epistemologias e, consequentemente, suas próprias verdades – contra a realidade e a ciência –, a radicalização e polarização políticas, bem como a ascensão de ideologias, movimentos políticos e lideranças extremistas e antidemocráticas são fenômenos correlacionados diretamente com o nosso *zeitgeist* comunicacional e informacional.

Nesse amplo contexto, obviamente, se insere o atual presidente do Brasil, Jair Messias Bolsonaro. Grande parte de sua vitória eleitoral se deveu a como a comunicação digital foi apropriada por sua campanha como forma de compensação do exíguo tempo no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral, da ausência de uma estrutura partidária sólida e capilarizada, dos baixos recursos orçamentários e a

baixa visibilidade nacional até então. A capilaridade da presença de Bolsonaro em diferentes plataformas lhe proporcionou alcance e reconhecimento a prescindir da comunicação tradicional e viabilizou um grande movimento de mobilização coordenado e espontâneo que o tornou um candidato viável. E o mais importante: valeu-se da ininterruptibilidade comunicativa característica das redes digitais para tocar uma campanha de longa duração à revelia do que já podemos chamar das obsoletas regras eleitorais que regulam a comunicação de campanha no Brasil.

Mas, se por um lado se tratou de um fenômeno extraordinário de comunicação política, por outro, em se considerando os princípios e práticas democráticas, bem como a ética que deveria balizar as disputas eleitorais ou as “regras não escritas da democracia” (LEVITSKY, ZIBLATT, 2018), tivemos um movimento evidente de corrosão da saúde de nossa democracia e de pilares fundamentais da modernidade, como o uso de propaganda computacional e estratégias de disseminação de conteúdos e informações falsas, propagandas apócrifas e inverídicas sobre adversários, estímulo ao ódio e à polarização e ataques frontais à razão e à ciência enquanto balizas fundamentais para interpretar e lidar com problemas de interesse público e orientar políticas públicas (CASTRO, 2020; GALLEGU, 2019).

Jair Bolsonaro adotou o princípio da continuidade de sua estratégia de comunicação eleitoral como presidente da República. Para além da engrenagem de produção e disseminação de conteúdos de autopromoção e ataque a desafetos políticos nas redes digitais, adotou um expediente semanal de comunicação por meio de transmissões ao vivo com o aparente intuito de manter o contato direto com sua base de apoio social e pautar direta ou indiretamente as agendas dos veículos de comunicação tradicionais.

As transmissões ao vivo, ou as chamadas *lives*, realizadas em quase todas as plataformas em que marca presença, é uma estratégia vistosa de comunicação política em tempos de descentralização da comunicação, afinal, trata-se do uso de uma ferramenta de comunicação direta, sem mediações tradicionais do jornalismo entre o presidente de um país e seus governados, mas que, como é característica do bolsonarismo, traz sérios problemas em termos políticos e democráticos. Em

especial diante de crises, como a crise sanitária por que passa o Brasil e o mundo. Esse ponto será discutido mais detidamente na próxima seção.

### 3. Desinformação e Covid-19

O conceito de desinformação, assim como qualquer conceito em processo de elaboração e que é mobilizado para explicar um fenômeno vivo e recente, não possui uma definição única e consensual. Neste artigo, esse conceito é usado e discutido à luz das definições usadas por Benkler, Faris, Roberts (2019) com uma proposta de articulação com o conceito de *misinformation*. Para o trio de autores, desinformação é definida como informações produzidas e circuladas com a intenção de manipular e confundir pessoas para o alcance de fins políticos. E a circulação dessas informações se dá por meio de uma definição específica que os autores usam para propaganda, a mais comum na tradição anglo-saxônica: estratégias de comunicação empregadas com o intuito de influenciar por meio da manipulação, do engano, da distorção, com finalidade políticas e ideológicas. O fenômeno, por fim, pode ser entendido como “(...) uma frase abrangente que inclui qualquer informação fabricada disseminada com dados ou detalhes falsos verificáveis, em diferentes formatos, em várias plataformas de entrega.” (SMITH, 2018).

Embora tenhamos convicções particulares, subjetivas, das intenções de muitas das falas, discursos e supostas informações propagadas pelo atual presidente da República, não temos, rigorosamente, como demonstrar com segurança que os meandros da subjetividade de Jair Bolsonaro indicam que ele age com dissimulação nem seus atos discursivos. Talvez, não. Talvez, de fato, acredite no poder de cura da COVID-19 por meio da ministração de hidroxicloroquina, por exemplo, assim como alguém pode, genuinamente, acreditar no poder de cura do própolis com limão ou da homeopatia contra as evidências científicas.

Então, desse modo, tenderemos a articular, sob a denominação conceitual de “desinformação”, aquilo que Benkler, Faris, Roberts (2019) definem como “*misinformation*” e “*desorientação*”. O primeiro diz respeito a divulgar e compartilhar informações falsas sem a intenção de enganar. O segundo diz respeito a como

determinadas ações de comunicação buscam induzir determinados públicos à confusão, ao desnorтеio, à desorientação sobre em quem acreditar e como agir diante de um fato. Não possuímos uma nova nomenclatura que represente essa convergência, portanto, manteremos o uso do termo “desinformação” para designar esse conjunto de possibilidades à luz de nosso objeto de análise.

Estudos que demonstram a relação entre a pandemia da COVID-19 e a desinformação nas redes digitais do Brasil já formam um volume consistente de literatura sobre o fenômeno. Tratam-se de pesquisas que apresentam o compartilhamento de informações sobre hidroxiclорoquina e o componente político dessas ações (ARAÚJO, OLIVEIRA, 2020); a disseminação de notícias falsas sobre o vírus Sars-CoV-2 pelas redes digitais e seu potencial efeito de descrédito na ciência e nas instituições globais de saúde (GALHARDI et. Al., 2020); a relação entre a ação de desinformação de líderes de Estado sobre a COVID-19 e o aumento da busca por termos relacionados no Google (LISBOA, FERRO, BRITO, LOPES, 2020); o alinhamento do discurso de desinformação sobre a cura da COVID-19 com o apoio político ao presidente Jair Bolsonaro no Twitter (RECUERO, SOARES, 2020) e o uso da desinformação e *misinformation* por parte de Jair Bolsonaro como arma negacionista contra as evidências e recomendações científicas na pandemia (RICARD, MEDEIROS, 2020), para ficarmos em alguns exemplos de uma lista já robusta.

Obviamente que esse problema de ordem social, política e sanitária não se resume apenas às dimensões cognitivas das relações comunicacionais, mas em seus efeitos comportamentais e atitudinais que, numa pandemia em que a transmissibilidade de um vírus é devastadora, implica não apenas os que optam por seguir as recomendações de seu líder político e adotar comportamentos de risco, mas toda a coletividade.

Estudo desenvolvido por Ajzenman, Cavalcanti, Da Mata (2020), que consistiu no uso e cruzamento de dados eleitorais e geolocalização de mais de 60 milhões de dispositivos móveis em todo o Brasil, evidencia que cidades com o maior número de apoiadores de Jair Bolsonaro tiveram um aumento expressivo no desrespeito a medidas de isolamento social e aumento no uso de cartões bancários

(compras) após as falas (recomendações) negacionistas anti-isolamento do presidente quando em comparação com outras cidades com perfis de apoio e oposição distintos. O trio de autores também demonstra que eventos precedentes não tiveram qualquer efeito sobre a maior circulação de pessoas nesses municípios, reforçando a hipótese do efeito direito da falas de Jair Bolsonaro nessas atitudes.

Em linha com essas conclusões, temos uma relação relativamente óbvia, em termos científicos, entre causa e efeito: estudo conduzido por quatro pesquisadores da Universidade Federal do ABC, da Fundação Getúlio Vargas e da Universidade de São Paulo mostra que a taxa de votação em Jair Bolsonaro no primeiro turno de 2018 por município tem correlação negativa com o isolamento social e, consequentemente, correlação positiva com o número de mortes causadas pela COVID-19. Com base nos dados levantados e cruzados, os autores concluem que a recepção positiva aos discursos negacionistas do presidente é maior nos municípios com um maior número de seus eleitores, logo, maiores o comportamento de risco e óbitos causados pela doença (CANZIAN, 2020). Tratam-se, portanto, de evidências consistentes de como a comunicação de um líder importa e exerce influência sobre determinados segmentos populacionais.

O fato de Jair Bolsonaro ser um ou o principal chefe de Estado do mundo a empreender uma jornada contra a ciência, as evidências e consensos científicos e as recomendações sanitárias prescritas por autoridades e organizações científicas mundialmente respeitadas para lidar com a pandemia do novo coronavírus não é novidade alguma. Assim como não são os intuitos políticos do presidente com tais ações, visto que grande parte delas tem um endereçamento político e eleitoral claro: aquecer sua base de apoio que gira em torno dos 30% de eleitores<sup>2</sup> que compartilham de seus valores e visões de mundo e o têm como uma liderança de opinião e referência para comportamentos e atitudes. Incluindo aí uma espécie de convergência ideológica com, nada menos, milhares de médicos e associações médicas brasileiras.

---

<sup>2</sup> Na mais recente pesquisa de avaliação do Governo Bolsonaro publicada pelo PoderData realizada entre 28 e 28 de abril de 2021, o governo conta com a aprovação de 35% dos entrevistados contra 57% que o desaprovam (BARBOSA, 2021).

É diante desse contexto mais amplo e geral do perfil das ideias, atitudes e ações de Jair Bolsonaro face a pandemia do Sars-CoV-2 e do poder discursivo e seu potencial efeito sobre opiniões, atitudes e comportamentos que a descentralização da comunicação lhe confere, que o estudo de suas transmissões semanais no primeiro pico da pandemia da COVID-19 do Brasil se insere e se justifica.

#### 4. Metodologia

Foram realizadas a análise das 13 transmissões ao vivo realizadas entre 7 de maio e 30 de julho de 2020, período em que o Brasil enfrentou o primeiro pico da pandemia do coronavírus, com exceção da transmissão realizada no dia 28 de maio que foi retirada do ar e não pôde ser recuperada. Desse modo, foram analisadas um total de 8 horas e 38 minutos de transmissões.

A amostra foi dividida entre três codificadores, integrantes desta pesquisa, que, após a codificação, avaliaram as classificações realizadas pelos demais, os níveis de correspondência dessas classificações temáticas e, posteriormente, realizaram ajustes pontuais de maneira a garantir a consistência analítica das categorias. As transmissões realizadas por Jair Bolsonaro respeitam um formato muito similar ao telejornalismo, ou seja, consistem em tratar de assuntos por meio de blocos temáticos que se distribuem ao longo do período de transmissão.

Os codificadores analisaram os “blocos de fala” de Jair Bolsonaro em todo o material. Em outras palavras, isto significa que as falas foram classificadas de acordo com o tema ou temas centrais de cada um desses blocos, o que nos permitiu discriminar o material tematicamente e montar um quadro elucidativo da estrutura temática dessas *lives*. Deve-se notar que certos temas incorporam uma sobreposição em razão de alguns deles se encaixarem em mais de uma categoria, a exemplo da recorrência da abordagem do tema da pandemia se misturar com temas econômicos.

As categorias escolhidas para classificar os temas, conforme dispostas e descritas na Tabela 1, foram organizadas usando uma mescla de abordagens dedutivas e indutivas. Em primeiro lugar, foram criadas categorias que se ajustassem à recorrência tradicional de temas sobre os quais lideranças políticas costumam se debruçar em comunicações oficiais, a exemplo de informações sobre agendas, realizações, medidas, economia e críticas a adversários. Outras categorias foram criadas indutivamente, ou seja, incorporadas ao quadro em razão de ocorrências relativamente contextuais e peculiares das transmissões de Jair Bolsonaro, como datas comemorativas, propaganda de jornalistas alinhados com o governo e relações internacionais. Há que se notar, também, que a categoria “outros” acaba ocupando um papel importante nesta lista em razão da recorrência de temas aleatórios, externos à política ou pequenas anedotas que não contribuem para o propósito de pesquisa aqui proposto.

TABELA 1

Categorias de temas presentes nas *lives* do presidente Jair Bolsonaro (maio a julho de 2020).

|                                                              |                                                                                                                                                      |
|--------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Agenda                                                       | A categoria abrange menções a eventos presidenciais e de governo planejados ou realizados.                                                           |
| Covid-19                                                     | Categoria que comporta todas falas que se referem ao contexto da pandemia da Covid-19 no Brasil e no mundo.                                          |
| Críticas a adversários e veículos/plataformas de comunicação | Abrange as críticas direcionadas a opositores, sejam eles políticos, grupos sociais específicos, a imprensa e plataformas digitais de comunicação    |
| Datas comemorativas                                          | Menções a datas importantes e eventos ligados a elas, bem como os posicionamentos do presidente em relação a elas.                                   |
| Economia                                                     | Abrange todas as falas que tocam em medidas e questões relativas às dimensões econômicas da política e da vida cotidiana.                            |
| Medidas, Obras e Realizações                                 | Esta categoria abrange a apresentação de anúncios e resultados de políticas adotadas pelo governo, segundo o presidente.                             |
| Meio-ambiente                                                | A categoria engloba falas que tratem de problemas, questões e políticas circunscritas à área ambiental.                                              |
| Propaganda de jornalistas alinhados                          | Refere-se a falas voltadas ao elogio e recomendação de jornalistas, programas e veículos alinhados ao governo.                                       |
| Relações internacionais                                      | Aqui cabem as declarações sobre atividades e decisões no âmbito do Ministério de Relações Exteriores e sobre eventos que aconteçam em outros países. |

|        |                                                                                                                                                             |
|--------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Outros | Nesta categoria se encaixam falas sobre aleatórios, externos à política ou pequenas anedotas que não contribuem para o propósito de pesquisa aqui proposto. |
|--------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Fonte: Elaborado pelos autores.

## 5. Descrição dos resultados

### 5.1. Aspectos quantitativos

Conforme disposto na Tabela 2, o conjunto de temas abordados pelo presidente Jair Bolsonaro em suas transmissões ao vivo ao longo do período analisado teve uma forte concentração em duas categorias temáticas: Covid-19 e Economia, que somam, juntas, cerca de 55% de todas as ocorrências. Medidas, Obras e Realizações responde pela categoria com a terceira maior quantidade de ocorrências (19,13%) seguido pela categoria Outros, com 8,70%, e Crítica a adversários..., com 6,52%.

TABELA 2:

Número de ocorrências e frequência temática nas *lives* de Jair Bolsonaro (de maio a julho de 2020).

| Categoria                                                   | Ocorrência (n) | Frequência (%) |
|-------------------------------------------------------------|----------------|----------------|
| Agenda                                                      | 3              | 1,30%          |
| Covid-19                                                    | 74             | 32,17%         |
| Crítica a adversários e veículos/plataformas de comunicação | 15             | 6,52%          |
| Datas comemorativas                                         | 4              | 1,74%          |
| Economia                                                    | 53             | 23,04%         |
| Medidas, Obras e Realizações                                | 44             | 19,13%         |
| Meio ambiente                                               | 5              | 2,17%          |
| Propaganda de jornalistas alinhados                         | 6              | 2,61%          |
| Relações Internacionais                                     | 6              | 2,61%          |
| Outros                                                      | 20             | 8,70%          |
| <b>Total</b>                                                | <b>230</b>     | <b>100,00%</b> |

Fonte: Elaborado pelos autores.

Os dados quantitativos sugerem, portanto, que o tema da pandemia da Covid-19 foi o objeto de maior atenção e tratamento por parte de Jair Bolsonaro em suas *lives*, o que indica alguma influência da crise sanitária nos critérios de seleção temática das transmissões. Temas relativos à economia acompanham as falas sobre a pandemia, o que será discutido melhor no próximo sub-tópico. Da mesma forma, os resultados mostram um nível alto de discussão e divulgação e anúncio de medidas, realizações e obras de governo, mesmo diante do crescimento recorde no número de óbitos causados pela Covid-19.

Nesse mesmo período, mesmo com o agravamento de queimadas no Pantanal e na floresta Amazônica, questões ambientais registraram um baixo índice de ocorrência nas falas de Jair Bolsonaro, que preferiu tratar com mais ênfase de temas aleatórios, com abordagens pretensamente descontraídas, classificados na categoria Outros. As demais ocorrências, como demonstram os dados apresentados na tabela acima, não ocupam um espaço de relevância e destaque nas transmissões analisadas, o que sugere que, no primeiro pico da pandemia, Covid-19, Economia e feitos do governo foram os temas centrais para o presidente da República.

## **5.2. Aspectos qualitativos**

Em termos descritivos, a dimensão qualitativa fundamental dos dados encontrados é a sobreposição das categorias Covid-19 e Economia. Isso se deve ao fato de Jair Bolsonaro sempre lidar com a pandemia do Sars-CoV-2 evocando temas concernentes à política e à vida econômicas do país, como auxílio emergencial, desemprego e funcionamento do comércio. Ou seja, a alta ocorrência de falas classificadas na categoria Economia decorre de como as falas sobre a pandemia servem de gatilho, tornando os temas econômicos uma espécie de apêndice dessa tema. Não haveria tantas ocorrências na categoria Economia se não houvesse tantas falas relativas à Covid-19.

Em segundo lugar, deve-se destacar que o formato das *lives* exerce uma influência direta no número de ocorrências da categoria relativa a medidas, obras e realizações. Isto porque, em quase todas as edições, Jair Bolsonaro conta com algum convidado do seu quadro de ministros que, basicamente, falam das ações de suas respectivas pastas. Por fim, como já brevemente destacado acima, tanto o perfil quanto, mais uma vez o formato, tenderam a “anabolizar” a categoria Outros na medida em que Jair Bolsonaro incorpora um personagem (autêntico ou não) que costuma contar histórias pessoais, fazer testemunhos e piadas e compartilhar anedotas aleatórias e alheias aos temas que estruturaram as transmissões nesse período. Cabe aqui notar um esforço relevante de construção de uma imagem de um sujeito que consegue conciliar seriedade com extroversão.

## **6. Análise qualitativa e discussão dos resultados: Cadê a Pandemia? Onde foi parar o pico?**

Os dados quantitativos apresentados acima contam apenas uma parte da história das transmissões de Jair Bolsonaro no período mais crítico da pandemia do Sars-CoV-2 em 2020. Isto porque nos mostra apenas um quadro distributivo dos temas – ainda que fundamental – que sugerem quais os critérios usados no processo de seleção temática dessas *lives*. Não diz muito sobre como os principais temas são abordados e suas possíveis implicações.

Em primeiro lugar, não existe *pandemia* no universo das *lives* de Jair Bolsonaro. A designação epidemiológica precisa para definir a crise sanitária por que passa o Brasil e o mundo não é parte do vocabulário mobilizado pelo presidente do Brasil para tratar desse tema. Não há pandemia. Não há sequer alguma expressão que denote alguma gravidade ao momento pelo qual o país passava e ainda passa. Existe “a covid”. Não existe epidemia, pandemia, nem algo que se pareça com uma crise sanitária nas falas de Bolsonaro durante as *lives*.

Em segundo lugar, embora o país tenha registrado seu primeiro pico de óbitos e notório agravamento da crise sanitária que aspiravam preocupações com a

saturação do sistema de saúde no período em que essas *lives* foram ao ar, não houve quaisquer menções a esse cenário por parte do presidente. Nenhum tipo de preocupação manifestada. Ao contrário disso, o presidente não só expressou dúvidas quanto à superlotação de serviços de saúde, afirmando que não teria chegado a seu conhecimento que alguém tivesse morrido por falta de atendimento ou de leito de Unidade de Terapia Intensiva (UTI), como estimulou seus seguidores a fiscalizarem a realidade de hospitais, verificar o que estaria acontecendo. Disse o presidente,

“Arranja uma maneira de entrar e filmar. Muita gente tá fazendo isso, mas mais gente tem que fazer para mostrar se os leitos estão ocupados ou não, tá? Se os gastos são compatíveis ou não, tá? (...) O que nós queremos é transparência, é verdade. Agora, seria bom que... Você pode ver... chega um atestado de óbito, cê vê lá, cardiopatia, insuficiência respiratória, mais não sei o quê é covid. Entra como apenas Covid, tá? Então, tem pessoas que morrem com covid e de covid. Sei que é difícil você separar isso daí, o que nós queremos são números tem que condizer com a verdade”.

Percebe-se que, para além de duvidar que o sistema de saúde estivesse sob forte pressão, Bolsonaro também colocou em dúvida as próprias mortes pela Covid-19, outra constante em seus comentários. Na versão presidencial, os registros de óbitos pela doença não distinguem entre ter morrido de Covid ou com a Covid, ou seja, sugere que os dados estariam sendo computados de forma a inflar os números de mortos.

Não há qualquer tipo de medida de combate à pandemia anunciada. A palavra “pico” ou “agravamento” da pandemia (que também não é mencionada) também não se fazem presentes nas falas. Existe a realidade dura e concreta da crise sanitária e existe a realidade das transmissões feitas por Jair Bolsonaro. Um mundo à parte. Um exercício de negação dos fatos que é transmitido ao vivo e armazenado nas plataformas digitais.

Desse modo, embora os dados quantitativos sugiram uma atenção destacada ao tema da Covid-19 nas falas do presidente, o que se vê é um cenário em que a Covid-19 se torna apenas um personagem frágil, facilmente combatido, que serve de escada para Jair Bolsonaro engatar narrativas de teor político voltadas a seus

próprios interesses em detrimento do agravamento das consequências da pandemia que demandariam ações governamentais concretas.

### **6.1. A pandemia e a desinformação por partes: O que diz Jair sobre a tal Covid?**

Como foi exposto na seção anterior, a invisibilidade da pandemia nos comentários do presidente realizados em suas *lives* semanais durante o primeiro pico de mortes em 2020, tornou-se um traço característico de sua abordagem. Essa inviabilização se sustenta não apenas na ausência de referências ao tema como uma pandemia, ou seja, destacando seus impactos epidemiológicos em toda a população e as consequências decorrentes dessa condição: números elevados de infectados e mortos, superlotação dos serviços de saúde e esgotamento de suas estruturas, insumos e profissionais. O negacionismo não se sustenta apenas por tentativas de ignorar a existência do problema, mas por atacar a verdade. Não faltaram, portanto, ataques a processos de produção e divulgação de dados relativos ao avanço da pandemia e disseminação de informações falsas a respeito de tratamentos de eficácia não comprovada. Destacam-se, nesse sentido, os comentários do presidente relativos à mudança na metodologia de totalização de mortos e infectados pela doença.

O presidente fez referência aos episódios de atraso na divulgação dos dados por parte do Ministério da Saúde ocorridos no início daquele mês. O Governo havia alterado o horário de divulgação dos dados das 17 horas para as 22 horas, o que dificultava sua divulgação nos telejornais noturnos. Em seguida, em 4/6/2020, viram alterações na qualidade dos dados apresentados, deixando de registrar o total de mortos e o histórico da doença, passando a apresentar apenas o número de casos novos (VEÍCULOS..., 2020). Em reação ao acúmulo de críticas, na *live* do dia 11/06/2020, teria comentado o presidente:

“A Globo é ‘um espaço que não tem nada de positivo para falar de nós, do Brasil, tudo é contra!’ (...) “Os dados foram apresentados mais tarde, mas dentro do dia. Não serviu para fazer o Jornal Nacional, né? A TV Funeral

não teve aquele espaço aquele dois três dias. E o mundo caiu em cima do Pazuello” (Jair Bolsonaro, live transmitida em 11 de junho de 2020).

E Bolsonaro voltou ao assunto em 18 de julho:

“Mudamos a forma de contar, de acertar essa tabela. Ninguém tentou maquiar número, como maldosamente uma grande rede de televisão aí anunciou (...) Ninguém quer esconder números, pelo contrário: nós queremos é mostrar os números reais (...)” (Jair Bolsonaro, live transmitida em 18 de julho de 2020).

O uso de medicamentos com ineficácia comprovada cientificamente para tratar da Covid-19 é outra constante nas falas de Jair Bolsonaro classificadas na categoria correspondente. O período do primeiro pico também corresponde ao período em que o presidente declarou ter contraído a doença e se curado usando hidroxicloroquina e ivermectina. Jair Bolsonaro faz publicidade recorrente dos fármacos (incluindo um de nome annita) utilizando supostas evidências anedóticas atribuídas a ministros que também teriam contraído, se tratado e se curado com esses medicamentos. Mas sempre mantém o cuidado de recomendar: medique-se apenas com recomendação médica e, evocando um individualismo pseudoliberal, costuma defender que “ninguém é obrigado a tomar”. Toma quem quer. Num país com milhares de médicos seguindo a mesma receita negacionista do presidente, a gravidade dessas falas ganha contornos peculiares. A título de ilustração na transmissão de 02/07/2020, o presidente afirmou que uma médica de Porto Seguro (BA) havia feito contato para denunciar que não havia estoques de hidroxicloroquina no Município, pedido que o presidente prontamente disse ter atendido:

“Nós sabemos, né, por testemunhos, né, não só de pacientes, bem como de médicos, no Brasil todo. Não são todos, né? Mas, em grande parte, dizem que o tratamento da Covid-19 na fase inicial tem tido sucesso. Então, ela fez esse apelo pra nós, eu liguei para o nosso Ministro da Saúde, o general Pazuello. Imediatamente ele assinou, na quarta-feira, acionou todos os meios nossos e, hoje, partiu de São Paulo um avião para Salvador. E tá previsto amanhã, por volta das 8 da manhã, chegar lá em Porto Seguro 40 mil doses de hidroxicloroquina. (Jair Bolsonaro, live transmitida em 02 de julho de 2020).

Ainda na linha dos diagnósticos e prescrições sobre a pandemia que não menciona, o presidente afirma, reiteradamente, que não há o que fazer diante dessa doença: todos serão acometidos por ela. A linha de seu raciocínio morbidamente peculiar tem um endereçamento preciso: o constante combate às medidas de restrição, como o isolamento social. Defender a inevitabilidade do contágio, portanto, é criar uma narrativa que o desobriga de responsabilidades sobre o que fazer para conter o problema: se não há o que fazer, o segredo é não se entregar ao pânico induzido pela imprensa e confiar no “tratamento precoce” a base de hidroxicloroquina, ivermetina e annita.

A outra linha de abordagem recorrente diz respeito aos supostos efeitos deletérios que medidas de restrições adotadas por gestores estaduais e municipais (frequentemente criticados) provocariam na população brasileira. Dentre eles estaria a depressão e o suicídio. Em algumas das transmissões, Jair Bolsonaro usou reiteradamente um episódio supostamente acontecido na cidade de Araraquara em que um policial federal, diante de uma estrada com aumento de registros de mortes por atropelamento, teria lhe sugerido que as pessoas atropeladas estavam se jogando contra os carros num ato de suicídio. A sugestão literal, obviamente, é a de que o isolamento social adotado em estados e municípios estavam provocando mortes, levando esses indivíduos à depressão, logo, ao suicídio.

O presidente também usa recorrentemente o tema da Covid-19 para atacar adversários e desafetos que só são colocados nessa condição porque tomam medidas de combate à pandemia recomendadas por autoridades e organismos científicos reconhecidos internacionalmente. Além de prefeitos e governadores, é recorrente a menção à narrativa falaciosa de que o Supremo Tribunal Federal lhe teria retirado poderes para adotar medidas sobre a pandemia e conferido exclusividade de ação a prefeitos e governadores. Ao comentar uma fala do ex-presidente dos Estados Unidos, Donald Trump, o presidente brasileiro redirecionou a crítica:

“O Supremo Tribunal Federal decidiu, não foi provocação minha, que isso é competência exclusiva de governadores e prefeitos. Então, se o Trump falou isso mesmo, né, eu respondo agora: olha, realmente, a política de governadores e prefeitos aqui, se tá tão ruim como o pessoal diz que tá, a

responsabilidade é deles. A nossa foi basicamente o que? Recursos!” (Jair Bolsonaro, live transmitida em 11 de julho de 2020).

Na ocasião da *live* de 23 de julho de 2020, Jair Bolsonaro também criticou o seu já ex-ministro da saúde Henrique Mandetta acusando-o de disseminar o pânico ao falar coisas como “o pico vem na semana que vem”. Na única vez em que mencionou a palavra “pico” no período, o fez para, involuntariamente, dar razão ao ex-ministro: o primeiro pico, de fato, aconteceu um semana depois daquela transmissão.

Como já indicado anteriormente, a recorrência de falas sobre a Covid-19 é responsável pelo alto número de temas econômicos abordados no período analisado. Isto porque Jair Bolsonaro utiliza a Covid-19, em chave crítica a medidas sanitárias e contra os gestores que aderem a elas, para transformar um problema de saúde pública num problema econômico. É de notório saber que o presidente da República costuma afirmar que lida com os problemas econômicos e com o problema de saúde pública provocados pela pandemia de forma equilibrada.

As *lives* analisadas desmentem essa afirmação. De um lado, não existe um problema grave, não há pandemia, não há pico de mortes, muito menos gravidade, mas inevitabilidade, tratamento e cura. Do outro, um enorme problema que causa depressão, suicídio, desemprego e fome: o combate à pandemia. O argumento se torna ainda mais irônico diante de um período de escalada das mortes provocadas não por suicídio, por óbvio, mas pela Covid-19.

Desse modo, a pandemia é mobilizada como tema sem ser mencionada para que problemas de ordem econômica sejam apontados como fatores graves que podem causar grandes problemas de ordem laboral, social e alimentar. É nessa perspectiva que se assenta a grande agenda de investimento negacionista do presidente com fachada de preocupação econômica: o combate a medidas que poderiam reduzir contaminações e mortes é justificado como pretensa preocupação com a saúde econômica do Brasil que, uma vez comprometida, poderia gerar mais danos e mortes. E o argumento é apresentado com dados, estudos ou conclusões sem quaisquer referências de fontes, como é o caso *live* de 16 de julho em que Jair

Bolsonaro menciona uma suposta conclusão de que a maioria das pessoas contaminadas nos EUA contraíram o novo coronavírus em casa.

Em determinados momentos, muito raros, o presidente toca no tema das vacinas e o aborda divulgando supostas medidas que o governo estaria tomando para adquiri-las. Mas não qualquer uma. Em 30 de julho, por exemplo, mencionou negociações para fechar acordo de aquisição da vacina produzida pelo laboratório da universidade de Oxford com um adendo: “não é vacina daquele outro país, não”, em evidente alusão à guerra ideológica que resolveu travar com a China, o Instituto Butantan e João Dória por conta da vacina coronavac. Esforço notório de criar desconfianças conspiracionistas contra um imunizante que, no fim das contas, até a presente data, tem garantido a imunização de milhares de brasileiros.

## 7. Considerações finais

Como resta evidente pelas análises empregadas, as transmissões realizadas pelo presidente Jair Bolsonaro no período que corresponde ao primeiro pico da pandemia do Sars-CoV-2 no Brasil, embora trate do tema da Covid-19, não lida com suas questões concretas, reais e urgentes. O pico sequer existe nesse universo. A pandemia, que sequer é usada como termo designador nas falas do presidente, serve tão e apenas como palco para um desfile de atos de desinformação sobre as características, as dimensões e o conhecimento acumulado sobre a Covid-19 e como se prevenir da doença.

As *lives* de Jair Bolsonaro no primeiro pico da pandemia no Brasil são transmissões voltadas para produzir uma fantasia politicamente conveniente de descolamento da realidade em que impera a desinformação e os potenciais perigos derivados dela. Trata-se de convites à negação dos fatos, da ciência e das recomendações de autoridades epistêmicas em favor da inconsequência, da irresponsabilidade e, conseqüentemente, da morte. O fato de nem um pico de óbitos suscitar alguma consideração atenta por parte do presidente da república em seus

eventos oficiais de comunicação com parcelas dos cidadãos brasileiros demonstra que o objetivo é desinformar. A covid-19 pode até estar lá, mas apenas para enganar.

Se por um lado temos uma inovação extraordinária em termos de comunicação política na medida em que o ferramental disponível para diferentes atores políticos proporciona maior inclusão de vozes nas arenas públicas sem maiores intervenções mediadoras, por outro lado a falta de mediação e a mesma inclusão são capazes de produzir não melhores práticas democráticas, mas ameaças à democracia. Para além da democracia, como no caso em tela, temos os efeitos negativos dessa forma de comunicação sobre o direito das pessoas à saúde e à vida.

A análise empreendida neste artigo demonstra que a comunicação periódica de Jair Bolsonaro funciona como uma espécie não apenas de um boletim de informações sobre a sua gestão, mas um instrumento de campanha política sobre temas específicos e, no caso escolhido para este trabalho, a campanha é contra medidas de contenção dos efeitos da pandemia. Se por um lado suas transmissões são porosas o suficiente para lidar com o tema da Covid-19, por outro lado demonstra que essa porosidade filtra aspectos da realidade em favor da construção de um universo paralelo em que um caos sanitário com escalada de mortes e colapsos no sistema de saúde não existem. A Covid-19 se torna o tema mais recorrentemente tratado pelo presidente apenas como uma muleta para propagar desinformação, confundir e poluir as arenas de discussão e atenção públicas. Nas lives do pico, não há pico porque, a rigor, sequer existe Covid-19 como ela é.

## Referências

ARAÚJO, R.; OLIVEIRA, T. A. 2020. Desinformação e mensagens sobre a hidroxiquina no Twitter: da pressão política à disputa científica. **Atoz: novas práticas em informação e conhecimento**, 9(2): 196-205. DOI: <http://dx.doi.org/10.5380/atoz.v9i2.75929>.

AJZENMAN, Nicolas, CAVALCANTI, Tiago, Da MATA, Daniel. More Than Words: Leader's Speech and Risky Behaviour during pandemic. 2022. Disponível em: <https://ssrn.com/abstract=3582908>.

BENKLER, Yoachai, FARIS, Robert, ROBERTS, Hal. **Network Propaganda: Manipulation, Disinformation and Radicalization in American Politics**. New York: Oxford University Press. 2018.

CANZIAN, Fernando. **Falas de Bolsonaro contra isolamento podem ter matado mais seus eleitores**, aponta estudo. Folha de São Paulo, São Paulo, 30/06/2020. Seção saúde.

Galhardi, Cláudia Pereira, Freire, Neyson Pinheiro, Minayo, Maria Cecília de Souza, &#38; Fagundes, Maria Clara Marques. Fato ou Fake? Uma análise da desinformação frente à pandemia da Covid-19 no Brasil. *Ciência & Saúde Coletiva*, 25(2), p. 4201-4210. 2020

LEMOS, A. As estruturas antropológicas do ciberespaço. In: **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2008.

Lisboa, L., Ferro, J., Brito, J., Lopes, R. A Disseminação da Desinformação Promovida por Líderes Estadais na Pandemia da COVID-19. In: **Anais do I Workshop sobre as Implicações da Computação na Sociedade**, (pp. 114-121). Porto Alegre: SBC. doi:10.5753/wics.2020.11042. 2020

RECUERO, R.; SOARES, F. O Discurso Desinformativo sobre a Cura do COVID-19 no Twitter: Estudo de caso. **E-Compós**, Ahead of Print, 2020. DOI: DOI: <https://doi.org/10.30962/ec.2127>.

RICARD, J.; MEDEIROS, J. Using Misinformation as a political weapon: COVID-19 and Bolsonaro in Brazil. The Harvard Kennedy School (HKS). **Misinformation Review**. 2020. DOI: <https://doi.org/10.37016/mr-2020-013>

VAN DIJCK, José, POELL, Thomas, DE WAAL, Martinjn. **The platform society: Public Values in a Connective World**. New York: Oxford University Press. 2018.

LEVITSKY, S.; ZIBLATT, D. **How democracies die**. New York: Crown Publishing, 2018

SMITH, Felicia. **Academic Fake News: “Information Wars”**. In Stanford Libraries. 2018. Disponível em <https://library.stanford.edu/blogs/stanford-libraries-blog/2018/07/academic-fake-news-information-wars> (Último acesso em 28/10/20).

ERNST, Nicole; ENGESSER, Sven; BÜCHEL, Florin BLASSNIG, Sina; ESSER, Frank. Extreme parties and populism: An analysis of Facebook and Twitter across six countries. *Information, Communication & Society*, n. 20, v. 9, p. 1347–1364, 2017.

CHADWICK, Andrew. *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford: Oxford University Press, 2013.

ROBLES-MORALES, José Manuel; CÓRDOBA-HERNÁNDEZ, Ana María. *Digital Political Participation, Social Networks and Big Data: Disintermediation in the Era of Web 2.0*. Cham: Palgrave Macmillan, 2019.

MÕES, Malu. Pico em maio, repique em julho: as datas reais da pandemia no Brasil. **Poder 360**. 05 dez. 2020. Disponível em <<https://bit.ly/3tSOGIP>>, acessado em 26/04/2021.

CASTRO, Julio Cesar Lemes. Neoliberalismo, guerra híbrida e a campanha presidencial de Bolsonaro. *Comunicação & Sociedade*, São Bernardo do Campo (SP), v. 42, n. 1, p. 261-291, jan.-abr. 2020.

SOLANO, Esther. A bolsonarização do Brasil. In: **Democracia em risco: 22 ensaios sobre o Brasil hoje**. São Paulo: Companhia das Letras, 2019a, p. 307-321.

GALLEGO, Esther Solano. “Eu voto no Bolsonaro porque ele vai mudar o Brasil”: escutando os eleitores de Bolsonaro. In: AVRITZER, Leonardo; STARLING, Heloisa Murgel; BRAGA, Pauliane;



---

ZANANDREZ, Priscila (orgs.) **Pensando a democracia, a república e o Estado de Direito no Brasil**. Belo Horizonte: Projeto República, 2019, p. 119-130.

MAZZOLENI, Gianpietro; BRACCIALE, Roberta. Socially mediated populism: the communicative strategies of political leaders on Facebook. *Palgrave Communications*, v. 4, n. 50, p. 1-10, 2018.

BARBOSA, Rafael. 57% desaprovam e 35% aprovam governo Bolsonaro; taxas ficam estáveis. *Poder 360*. 28 abr. 2021. Disponível em <<https://bit.ly/3nwS9KR>>, acessado em 29/04/2021.

BRACCIALE, Roberta; MARTELLA, Antonio. Define the populist political communication style: the case of Italian political leaders on Twitter. *Information, Communication & Society*, v. 20, n. 9, p. 1310-1329, 2017.

VEÍCULOS de comunicação formam parceria para dar transparência a dados de Covid-19. Folha de S. Paulo. 8 jun. 2020. Disponível em <<https://bit.ly/2PE8DUU>>, acessado em 29/4/2021.