

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS  
CENTRO DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS HUMANAS  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS

BEATRIZ DE ASSIS BECERRA

**A MÃO QUE BATE É A MESMA QUE AFAGA:**  
JAIR BOLSONARO E A IMPRENSA BRASILEIRA NAS “LIVES  
DE QUINTA”

SÃO CARLOS  
2024

BEATRIZ DE ASSIS BECERRA

**A mão que bate é a mesma que afaga:**  
Jair Bolsonaro e a imprensa brasileira nas “lives de quinta”

Monografia apresentada ao Departamento  
de Ciências Sociais da Universidade  
Federal de São Carlos para obtenção do  
título de Bacharel em Ciências Sociais.

Área de Concentração: Ciência Política

Orientadora: Profa. Dra. Gleidylucy Oliveira da Silva

SÃO CARLOS  
2024

FOLHA DE APROVAÇÃO

BEATRIZ DE ASSIS BECERRA

**A MÃO QUE BATE É A MESMA QUE AFAGA:**  
Jair Bolsonaro e a imprensa brasileira nas “*lives* de quinta”

Trabalho de conclusão de curso  
apresentado como requisito parcial  
para obtenção do título de Bacharel  
em Ciências Sociais pela  
Universidade Federal de São  
Carlos.

Aprovado em: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_.

---

**Orientadora**

Profa. Dra. Gleidylucy Oliveira da Silva  
Universidade Federal de São Carlos

---

**Examinadora**

Profa. Dra. Michele Goulart Massuchin  
Universidade Federal do Maranhão  
Professor do Programa de Jornalismo

## AGRADECIMENTOS

Um dia me disseram que o fazer científico era bastante solitário, mas nunca me senti sozinha. Isso porque encontrei pelo caminho as melhores pessoas que podia. Ao Eduardo, meu grande parceiro de pesquisa, obrigado pela generosidade. Este trabalho nunca poderia existir se você não tivesse se proposto a compartilhar seu conhecimento, que ainda hoje, me espanta e me faz duvidar que exista qualquer limite para seu brilhantismo. Ao Leonardo e ao Guilherme, nunca recebi algo diferente de afeto de vocês. Obrigado por se preocuparem e se fazerem presentes sempre que precisei. A Lucy, minha orientadora e amiga, te encontrar nessa caminhada mudou completamente minha trajetória. Obrigado por sonhar comigo, me acolher e me inspirar. Nossos cafés superfaturados possuem um lugar especial no meu coração;

Á Carmen, te agradeço por escolher dividir a vida comigo, a sua presença as vezes me salva de mim mesma. Á Rafaela, obrigado por me ensinar as delicias de ser uma garotinha, e por não enxergar fraqueza em sê-la. Ao Dannilo, meu irmão, a nossa amizade me cura todos os dias;

Aos meus amigos todos que fazem parte da família que a vida me permitiu encontrar e construir, carrego vocês comigo por onde for. Obrigado por me lembrarem sempre que, do caminho, o que importa é a companhia. Aos meus amigos de infancia, obrigado por me lembrarem que eu tenho para onde voltar;

Á minha familia, devo a vocês minha vida. Aos Meus pais, Alcides e Janaina, obrigado por não existir poço tão fundo que vocês não me alcançassem. Obrigado por me criarem com asas e sonhar pra mim uma vida mais justa do que vocês tiveram. Á minha irmã mais nova, Maricota, você me lembra quem eu gostaria de ser. Obrigado por ser doce e intransigente. As minhas irmãs mais velhas, Amanda e Juliana, a vida não é sempre fácil, que bom que vocês estão aqui.

Ao Daniel, obrigado pela incansável parceria e paciência. Os dias são mais bonitos com você.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Exemplo de Gráfico de Zipf

Figura 2 - Dados de Processamento da CHD 2019

Figura 3 - Resultado da Concordância de Inter Codificação no MAXQDA

Figura 4 - Gráfico de ZIPF de 2019

Figura 5 - *Cluster* do *Corpus* gerados pelo IRAMUTEq

Figura 6 - Análise de Similitude “Globo”

Figura 7 - Análise de Similitude de Folha de São Paulo (FSP) 2019

Figura 8 - Análise de Similitude Estadão 2019

Figura 9 - Análise de Similitude “imprensa”

Figura 10 - Análise de Similitude com verbos, substantivos e adjetivos, em relação ao Termo Imprensa em 2019

Figura 11 - Zipf de 2020

Figura 12 - Dendrograma de 2020

Figura 13 - Análise de Similitude “Imprensa” 2020

Figura 14 - Análise de Similitude com verbos, substantivos e adjetivos associados a Imprensa em 2020

Figura 15 - Análise de similitude “JP”

Figura 16 - Análise de Similitude Augusto Nunes

Figura 17 - Análise de Similitude Zé Maria

Figura 18 - Análise de Similitude Vitor Brown

Figura 19 - Análise de Similitude Guilherme Fiuza

Figura 20 - Análise de Similitude Pingos nos Is (PI)

Figura 21 - Análise Qualitativa do uso do termo *Fake News* em 2019

Figura 22 - Análise Qualitativa do termo *Fake News* em 2020

## **LISTA DE TABELAS**

Tabela 1 - Veículos de Imprensa Citados em 2019

Tabela 2 - Comparação de Citações da Grande Imprensa Brasileiro em 2019 e 2020

Tabela 3 - Termos Associados a Imprensa e suas Frequências (2019 - 2020)

Tabela 4 - A Presença da Jovem Pan nas *lives* de 2020

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

ABFN - Acusação do Bolsonaro fazer *fake news*

FSP - Folha de São Paulo

JVE - Jornal Valor Econômico

JP - Jovem Pan

PI - Pingos nos Is

PSL - Partido Social Liberal

PT - Partido dos Trabalhadores

STF - Supremo Tribunal Federal

TSE - Tribunal Superior Eleitoral

WCI - Weaponization contra a Imprensa

WCA - Weaponization contra outros Agentes

## RESUMO

A terceira onda populista, liderada por políticos de extrema-direita, desafia a democracia em diversas frentes. Entre elas, atacar a imprensa para minar sua credibilidade. Uma dessas formas de ataque é *weaponization*, que consiste no uso armificado do termo *fake news* a fim de deslegitimar a própria existência dela enquanto sistema perito e que tem se valido do ambiente online para se propagar. Além disso, esses ataques atingem frontalmente o sistema democrático, tanto no que tange os valores pluralistas, quanto no que tange o desenho de *accountabilities* horizontais. Ainda que estes estudos não se dediquem ao contexto brasileiro, o presidente Bolsonaro é apresentado pela literatura nacional como parte deste fenômeno. Sendo assim, o objetivo desta pesquisa é analisar como o presidente Jair Bolsonaro se encaixa nesse perfil populista autoritário a partir dos enfrentamentos com a imprensa, a partir do conteúdo de seus discursos das “*lives* de quinta-feira” dos anos de 2019 e 2020. Por meio de uma análise de conteúdo mista, que combina métodos quantitativos e qualitativos com o uso dos *softwares* IRAMUTEQ e MAXQDA, os resultados revelam uma associação negativa da grande imprensa e a disseminação de *fake news*, confirmando a estratégia de *weaponization* na disputa pela credibilidade da informação, em contrapartida, indicam uma relação positiva entre o presidente e a emissora Jovem Pan.

**Palavras-chave: Populismo; Bolsonaro; Imprensa; Democracia; Weaponization**

## ABSTRACT

The third wave of populism, led by far-right politicians, poses a challenge to democracy on various fronts. One such challenge involves attacking the press to undermine its credibility. A tactic employed in these attacks is *weaponization*, which entails the militarized use of the term "fake news" to delegitimize the very existence of the press as an expert system. This system has utilized the online environment for its propagation. Additionally, these attacks directly impact the democratic system, both in terms of pluralistic values and the structure of horizontal *accountabilities*. While these studies do not specifically focus on the Brazilian context,

the literature presents President Bolsonaro as a part of this phenomenon. Therefore, the objective of this research is to analyze how President Jair Bolsonaro fits into the profile of an authoritarian populist, based on his confrontations with the press and the content of his "Thursday live" speeches in the years 2019 and 2020. Through a mixed content analysis, combining quantitative and qualitative methods using the IRAMUTEQ and MAXQDA software, the results reveal a negative association between the mainstream media and the spread of fake news. This confirms the strategy of weaponization in the battle for information credibility. On the other hand, the findings indicate a positive relationship between the president and the Jovem Pan broadcasting network.

**Keywords: Populism; Bolsonaro; Media; Democracy; Weaponization**

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>11</b>
<b>2. POPULISMO(S) E A RELAÇÃO COM A IMPRENSA.....</b>	<b>15</b>
2.1 Um conceito em disputa.....	15
2.2 A corrente ideacional.....	18
2.3 A corrente comunicacional.....	19
2.4 Bolsonaro, o populismo de terceira onda e o ambiente digital.....	20
2.5 O jornalismo como alvo: weaponization e a deslegitimação do sistema perito...24	
<b>3. O CAMINHO DAS PEDRAS: CONSTRUÇÃO DO <i>CORPUS</i> E ESCOLHAS METODOLÓGICAS.....</b>	<b>31</b>
<b>4. ANÁLISE DE RESULTADOS.....</b>	<b>38</b>
4.1 O primeiro ano de <i>lives</i> : o que as estatísticas nos contam?.....	38
4.2 Ano novo, vida nova: O segundo ano de <i>lives</i> .....	47
4.3 A etapa qualitativa.....	59
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>63</b>
<b>6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>67</b>

## 1. INTRODUÇÃO

A pesquisa apresentada nesta monografia de conclusão de curso é resultado de um trabalho de mais de dois anos de pesquisa, que se origina numa iniciação científica financiado pelo CNPQ, concluída em agosto de 2023, e que deságua nos resultados aqui registrados.

A referida pesquisa começa então ainda durante o governo de Jair Messias Bolsonaro como presidente do Brasil, que está inserido em um contexto mundial de emergência de lideranças denominadas como “populistas de terceira onda” (Mudde; Kaltwasser, 2017; Mudde, 2019; Norris; Inglehart, 2019). Essas lideranças, que se intitulam representantes da vontade geral do povo comum, se propuseram a combater elites corruptas e degeneradas a partir de uma orientação ideológica identificada enquanto *far-right* ou extrema direita (Mudde; Kaltawasser, 2017; Mudde, 2019).

Bolsonaro, assim como outras lideranças enquadradas neste perfil ao redor do mundo, chega à presidência brasileira em uma conjuntura político-social instável, com descrédito de partidos e quadros políticos tradicionais, e diante de um clima de opinião atravessado por escândalos de corrupção (Engesser; Fawzi; Larsson, 2017). Bolsonaro chegou à chefia do Executivo Nacional depois de 28 anos como deputado federal e era conhecido midiaticamente pelos diversos debates de cunho moral que travou seus mandatos no Congresso. Nestes, ele se posicionava enquanto um homem militar, cristão, defensor dos valores reacionários, em contraposição a uma dita “modernização social” que, a partir de sua construção ideológica, seria responsável por degenerar a sociedade brasileira. Suas características ideacionalmente ufanistas tendiam a exaltar os feitos, a organização e as lideranças do período da Ditadura Militar no Brasil, e por conseguinte, tensionar as instituições democráticas, rechaçar a modernização social e o pluralismo (Lynch; Casemiro, 2022).

No que tange sua campanha presidencial, em 2018, Jair Bolsonaro fez uso de uma comunicação considerada moderadamente populista (Tamaki; Braga; Fuks,

2021), mas ao assumir o cargo executivo, essas estratégias assumem novas proporções ao se integrarem a diferentes meios e ações comunicacionais, marcadas pelo enfrentamento público e ataques às instituições, organizações e atores de veto e *accountability*. Entre estes, a grande imprensa brasileira (Azevedo, 2017).

A imprensa é parte do *accountability* porque, como aponta O'Donnell (1998), compõe junto com outros atores sociais a estrutura de freios e contrapesos horizontais necessária para o bom funcionamento da democracia. Neste sentido, a diversidade de informação e a postura de desconfiança e *advocacy* são dois pontos essenciais para o lugar do sistema midiático e da imprensa no regime democrático e seu sistema de freios e contrapesos. Neste segundo ponto, a imprensa desempenha um papel central de fiscalizar o trabalho dos poderes políticos a fim de dar transparência às ações públicas e proteger a sociedade de um possível “governo tirano” (Tocqueville, 2005; Albuquerque, 2000), dentro daquilo que é intitulado como *watchdog* (Azevedo, 2006; Dahl, 2005; Mcquail, 2012; Waisbord, 2013; Norris, 2014).

Por essa razão, buscamos investigar se e em que medida nas comunicações presidenciais de Jair Bolsonaro<sup>1</sup>, atreladas ao fenômeno da terceira onda do populismo, a imprensa foi um alvo de ataques - ou seja, se elas estão incluídas no “eles”. Para tanto, objetivamos identificar também quais as estratégias de desqualificação, acrescentando aqui um segundo movimento teórico importante: a questão do uso do rótulo de *fake news* para deslegitimar a oposição ou atores de autoridade política como a imprensa, fenômeno identificado como *weaponization* (Farhall et al, 2019).

Com isso, as perguntas desta pesquisa são: considerando o enquadramento de Bolsonaro a um perfil de liderança populista de terceira onda, em sua comunicação ao vivo e desintermediada, ele tenta burlar ou disputar a legitimidade da imprensa? Se sim, para isso, ele faz uso da estratégia de *weaponization* do termo *fake news* para deslegitimar a imprensa? Neste sentido, nosso foco se deu

---

<sup>1</sup>O material utilizado nesta pesquisa é constituído por *lives* semanais, intituladas pelo próprio presidente como “*lives* de quinta”, nos anos de 2019 e 2020 extraídas de seu canal oficial na plataforma Youtube em março de 2022. É importante ressaltar que parte do material esperado não estava acessível no momento da coleta, a razão pode ser a não realização de transmissões no período ou apagamento destas pelo próprio produtor de conteúdo. Sendo assim, o *corpus* é constituído por 61 arquivos transcritos com o auxílio da ferramenta paga *transkriptor*.

em analisar a comunicação presidencial realizada nas “*lives* de quinta”, - transmissões ao vivo semanais realizadas nos perfis oficiais do presidente no *Facebook* e no *Youtube* -, com objetivo de mapear como a imprensa brasileira aparece nas *lives*; quais veículos são citados; quais associações lexicais são feitas com estes agentes; se essas associações de dão com algum tipo de valoração positiva ou negativa; além de compreender se há uso da estratégia de *weaponization* em suas falas no ambiente digital. Para tanto, utilizamos uma abordagem quanti-quali de análise de conteúdo, utilizando os *softwares* IRAMUTEQ e MAXQDA.

Nos resultados encontramos que no ano de 2019 há uma grande presença do campo léxico que envolve a imprensa brasileira, os principais veículos citados compõem a chamada “grande imprensa” e esta é adjetivada de maneira negativa, além disso, é confirmado o uso da estratégia de *weaponization* do rótulo *fake news*, em busca da deslegitimação do campo jornalístico enquanto sistema perito. No ano de 2020 há um recuo nas citações à imprensa de maneira geral, e um recuo ainda maior das citações nominais dos veículos. No entanto, se destacou a presença da emissora Jovem Pan nas transmissões e falas do presidente, no que tange esta relação, buscamos explorá-la sob a luz dos conceitos de *de jornalismo de coalizão*<sup>2</sup> e *paralelismo político*<sup>3</sup>.

Este trabalho está dividido em 3 partes, além da introdução e considerações finais. O primeiro capítulo realizará um panorama da abordagem teórica escolhida para a realização da pesquisa, com o objetivo de demonstrar as associações entre o que chamamos de populismo de terceira onda; seus tensionamentos com a imprensa e como eles se dão; além de seus impactos para a democracia. Na parte final do capítulo resgatamos o debate sobre o jornalismo político como ator central no regime democrático. O segundo capítulo se trata de uma descrição de toda metodologia utilizada na pesquisa. Nele é exposto como foi feito o tratamento do *corpus*; a justificativa da escolha das *lives* e dos anos de 2019 e 2020; a escolha da combinação dos *softwares* e da combinação quanti-quali; bem como explica as análises feitas e sua relevância metodológica. Por fim, o terceiro capítulo revela os

---

<sup>2</sup> Cook (2011).

<sup>3</sup>Azevedo (2017); Albuquerque (2012); Hallin; Mancini (2010); Oliveira (2017).

resultados alcançados em cada uma das etapas de análise. Este capítulo está dividido em resultados do *software* IRAMUTEQ em cada um dos anos, além de estatísticas descritivas suportadas por ele; e os resultados qualitativos alcançados por meio da codificação no MAXQDA juntamente com a validação da análise realizada dentro da plataforma.

## **2. POPULISMO(S) E A RELAÇÃO COM A IMPRENSA**

O populismo não é um conceito fixo, mas disputado por diferentes correntes teóricas ao longo do século XX (Canovan, 1981; Canovan, 1999; Gomes, 1996; Laclau, 1980; Weffort, 1978). Para além do âmbito científico, o termo é utilizado, e também disputado, por grupos e atores políticos distintos, tanto no sentido de atrelar a si e aos seus um carácter popular, quanto para deslegitimar opositores ou gerar falsas simetrias, como por exemplo, alinhar Lula e Bolsonaro (Barros; Lago, 2022). Entretanto, tanto pelo seu aspecto de mobilidade conceitual quanto pelo diverso uso prático ao longo da história, percebe-se que ora ele teria uma axiologia positiva, ora negativa.

### **2.1 Um conceito em disputa**

Ao remontarmos a origem do termo, diversos autores apontam que este surge com o autointitulado Movimento Populista Russo, que propunha uma revolução social a partir da organização do campesinato vanguardados por intelectuais urbanos de espectro revolucionário e de esquerda (Barros; Lago, 2022), passando pelo surgimento do People's Party nos Estados Unidos, bem como pelo movimento Maccartista, no século XX, e lideranças de direita no Brasil e na América Latina também no último século (Gomes, 1996; Waisbord, 2013; 2018 ; Weffort, 1978).

Esta construção histórica faz com que seja difícil a operacionalização precisa do termo no âmbito científico sem que seja contaminada de pré concepções socialmente moldadas, fazendo diversos autores abandonarem o uso em suas obras. Isso porque, por se tratar de uma ideologia de baixa densidade, ou centro fino<sup>4</sup>, como propõe Mudde e Kaltwasser (2017), o populismo tende a se moldar a partir de diferentes ideologias e momentos históricos, gerando fenômenos por vezes muito distintos, opostos ou até concorrentes.

O populismo clássico, ou a primeira onda de populismo chega ao Brasil com a presidência de Getúlio Vargas. Se antes havia um distanciamento entre o povo e a política, em um estado altamente elitista, Vargas se apresenta enquanto representante legítimo do povo, neste caso, significado como o trabalhador urbano (Weffort, 1978). As demandas populares, antes ignoradas, passam a ter

---

<sup>4</sup> *Thin-centered ideology*

representação política. Neste primeiro movimento, o populismo é associado ao trabalhismo e ao estatismo (Gomes,1988). A única fonte de poder legítimo flui diretamente do povo, no entanto o papel das massas não estaria alocado na função dirigente, mas no fortalecimento do líder ao passo que este garante representação de suas demandas. Seria estabelecida desta forma uma relação paternalista entre representante e representados. No caso de Getúlio Vargas houve uma aproximação às massas urbanas, de tal forma que a cidadania promovida por seu governo estava intimamente ligada ao trabalho urbano (Weffort, 1978).

Nessa nova estrutura o chefe do Estado assume a posição de árbitro e está aí uma das raízes de sua força pessoal. Por outro lado, nessa condição de árbitro sua pessoa tenderá a confundir-se com o próprio Estado como instituição, pois ambos tendem a distanciar-se da determinação dos interesses imediatos, que, em última instância, representam. [...] A ditadura foi uma solução para a consolidação do poder pessoal de Vargas e para a instauração do Estado como soberano sobre as forças sociais em presença (Weffort, 1978, p. 69).

Cabe ressaltar que apesar de tratar de maneira mais ampla o caso de Getúlio Vargas, esta onda de populismo no Brasil carrega outros representantes, como: Adhemar de Barros, Jânio Quadros, Miguel Arraes e Leonel Brizola (Ricci; Izumi; Moreira, 2021).

A segunda onda de populismo, e a primeira após a redemocratização, carrega características bastante distintas da primeira. Neste contexto, há a associação com a ideologia neoliberal. O contexto de crise econômica pós plano cruzado e o governo Sarney propiciaram a emergência de uma liderança que usufruiu de sua suposta autonomia partidária para implementar seu plano de governo. Collor como líder é apresentado como um político outsider, - ainda que eles fosse de família já envolvida com a política e parte da oligarquia política do estado de Alagoas -, que se propõe como moralizador da política (Panizza, 2000)<sup>5</sup>.

Mais recentemente, vê-se surgir em vários pontos do globo lideranças políticas, incluindo o presidente Bolsonaro, com discursos bastantes característicos que fomentam o dissenso social em nome de um povo anti pluralista e que

---

<sup>5</sup> Ainda no contexto latinoamericano, Fujimori, no Peru, e Menem, na Argentina, também foram considerados "neopopulistas" juntamente com o Collor no Brasil (Panizza, 2000).

desafiaram a ciência política e a explicação corrente sobre o populismo, incentivando a retomadas dos estudos (Barros; Lago, 2022). Sendo assim, diversas novas obras foram lançadas, explorando a temática e nomeando, hegemonicamente, de populismo de terceira onda. Entre elas, Mudde e Kaltwasser (2017) e Norris e Inglehart (2019), ambas largamente utilizadas neste e em diversos outros trabalhos.

Apesar de tratarem do mesmo objeto, cada obra destaca um aspecto distinto para a compreensão do fenômeno. A perspectiva comunicacional - representada aqui primordialmente pelos trabalhos de Norris e Inglehart (2019) - propõe, no seio da teoria de cultura política, que estas novas lideranças populistas de extrema direita fomentam aquilo que eles chama de *cultural backlash*, uma vez que ao estimular o dissenso intra social, o líder populista age na deslegitimação das outras estruturas políticas de poder estabelecidas na democracia liberal. Por conta disso, se aproximam de uma cultura antidemocrática. Seriam esses líderes que, fazendo uso das ferramentas produzidas pela democracia, atacam suas instituições e contribuem para seu enfraquecimento (Norris, Inglehart, 2019).

Já para a corrente ideacional - majoritariamente centrada neste trabalho nas reflexões de Cas Mudde (2017; 2019) - o populismo aparece enquanto uma ideologia porosa, de baixa densidade, que pode-se somar a outras e gerar fenômenos diversos. É por conta desta característica peculiar que a terceira onda de populismo pode somar-se com a quarta onda de direita pós Segunda Guerra Mundial, o que veio a resultar no surgimento de diversas liberações que combinam ambas características (Mudde, 2019).

Dessa forma, fica claro que um dos movimentos reconhecidos por diferentes autores como característico do populismo, ainda que parte de diferentes perspectivas, é a manutenção da polarização nos períodos de governo como uma estratégia importante para a construção da figura do líder populista como única e legítima de representação do povo (Engesser; Fawzi; Larsson, 2017; Norris; Inglehart, 2019; Mudde, 2019). Por isso, a necessidade de construção de um ideário social e político que promova a oposição “povo x elites”.

## 2.2 A Corrente Ideacional

Iniciada por Laclau em 1980, a corrente ideacional compreende o populismo enquanto um antagonismo intra social baseado no povo - conceito esvaziado e moldado de acordo com o contexto político - contra os poderes estabelecidos. Herdeiros desta tradição, Mudde e Kaltwasser (2017) concebem o fenômeno populista enquanto uma ideologia de baixa densidade ou centro fino<sup>6</sup> fundada no antagonismo social *nós versus eles*. Ou seja, a nação seria fragmentada entre um “povo” - puro e dotado de características positivas/virtuosas - e uma “elite” (econômica; judiciária; cultural) corrupta.

O líder populista surge nesse contexto como único representante legítimo da voz desse povo (Mudde; Kaltwasser, 2017). Esta legitimidade é sustentada, em grande parte das vezes, por uma liderança que performa força, virilidade e papéis tradicionais de gênero, nomeada pelos autores como *o homem forte*<sup>7</sup>. Além disso, tendem a se mostrar como parte do povo comum, falando sobre temas como futebol, mulheres e sexo com uma linguagem exdrúxula e vulgar. O líder, voz do povo comum, também tenderia a propor soluções rápidas para quaisquer que sejam os problemas da nação, ainda que para isto precise discordar ou se opor fortemente ao *experts* e os sistemas peritos (Miguel, 2022; Mudde; Kaltwasser, 2017).

Ainda no que diz respeito a corrente ideacional, os autores pontuam que o populismo *per se* não seria um problema para a democracia. No entanto, algumas lideranças ao “defender a vontade do povo” podem tensionar a relação com outras instituições da democracia liberal, principalmente aquelas que não são eleitas pelo povo, como é o caso do sistema judiciário no Brasil, e da imprensa (Mudde; Kaltwasser, 2017). Isso porque estas lideranças compreendem e propõem que a única fonte legítima de poder advém do povo, de tal forma que as elites institucionais não eleitas por meio do voto se tornaram os alvos mais sensíveis aos seus ataques (Mudde; Kaltwasser, 2017).

No contexto brasileiro, o que se identificou nos últimos anos foi a postura de um chefe do Executivo que estimulou essa polarização/fragmentação, se colocando

---

<sup>6</sup>*Thin-centered-ideology*

<sup>7</sup> *The strong man.*

em oposição a uma elite corrupta, distante e traidora do povo brasileiro. Parte dessa elite seria composta pelo *establishment* político - supremo tribunal federal, partidos de oposição e órgãos de controle - mas, também, por outros atores de veto e sistemas peritos, como a ciência e a imprensa (Miguel, 2022; Mudde; Kaltwasser, 2017). Assim, nesse cenário, faz sentido caracterizar os ataques promovidos pelo presidente à imprensa um sintoma importante para compreendê-lo como liderança populista autoritária, onde o desafio à credibilidade e autoridade da imprensa é uma prática comum (Mazzoleni, 2014).

### 2.3 A Corrente Comunicacional

Propondo-se a compreender o fenômeno do populismo de terceira onda, Inglehart e Norris (2019) se debruçam sobre características das lideranças contemporâneas, com destaque ao Donald Trump e a campanha pró *Brexit* no Reino Unido. Os autores compreendem que o populismo é um estilo retórico que essencialmente propõe quem deveria governar e reivindica o poder para o povo, em detrimento das elites. Para isso, realiza uma disputa narrativa que desafia a legitimidade desse *establishment*. Entre os alvos mais frequentes desses ataques está a imprensa *mainstream*, (especialmente por meio de acusações de *fake news*); partidos políticos; políticos; juízes; cientistas; grupos de interesse e a burocracia pública. Estes enfrentamentos por vezes resultam em questionar os ideais pluralistas democráticos, eleições e a própria constituição (Norris; Inglehart, 2019).

Se por uma via estas lideranças minam a legitimidade dessas elites, por outro encontram resposta para todos problemas por meio do senso comum e do que denominam “vontade do povo”. Uma vez que cientistas, jornalistas e quaisquer especialistas seriam auto interessados, é a experiência de vida do povo comum que dita a “verdade”. No limite, a resistência à vontade soberana do povo é vista e propagada por esses líderes como traição à própria democracia. E, neste processo, parte dessas lideranças somam a suas características o autoritarismo e, ainda que não haja um rompimento com o sistema democrático, solapam suas bases de operação.

Democracy is thereby attacked, but not directly, which would raise too many red flags. No coup d'état is hatched. The military stay in the barracks. Elections are not cancelled. Opponents are not jailed. But democratic

norms are gradually degraded by populists claiming to be democracy's best friend ('Trust me')<sup>8</sup> (Norris; Inglehart, 2019, p.6).

Chave para a construção de um possível autoritarismo neste contexto seria a compreensão do conceito de povo incorporado pelo líder. Se este povo seria inclusivo e pluralista ou exclusivo e particularista. O autoritarismo não se daria pelo enfrentamento das elites, - uma vez que o questionamento de hegemonias pode objetivar a busca por maior pluralidade representativa e avanço do regime democrático -, mas quais as soluções que ele aponta e sob quais justificativas, os meios pelos quais as demandas são apresentadas e como é proposta sua realização. Para os autores, ainda que o populismo possa ser algo positivo para a democracia, uma vez que traz as demandas populares para a política institucional e questiona elitismos, seria a combinação da retórica populista com os valores autoritários que corrói os valores democráticos e as instituições fundamentais para sua existência, a mais perigosa ameaça à democracia liberal (Norris; Inglehart, 2019).

As contribuições de ambas correntes, - ideacional e comunicacional -, produzem uma síntese de que a liderança populista constrói um dissenso social estratégico fragmentando a sociedade naquilo que seria o nós *versus* eles e, em sua configuração mais recente, promove um enfrentamento antidemocrático das estruturas políticas de controle e veto, uma vez que estas instituições são posicionadas no *e/les*. Seria neste ponto que diversas lideranças populistas de direita se aproximam do autoritarismo: fazendo uso das ferramentas produzidas pela democracia, atacariam suas instituições e contribuiriam para seu enfraquecimento.

#### **2.4 Bolsonaro, o populismo de terceira onda e o ambiente digital**

Em estudo realizado em 2021, Ricci, Izumi e Moreira buscaram compreender a polarização nós x eles, apontada pelas correntes ideacional e comunicacional, a

---

<sup>8</sup> "A democracia é assim atacada, mas não diretamente, o que levantaria muitos sinais de alerta. Não é tramado nenhum golpe de estado. As forças militares permanecem nos quartéis. As eleições não são canceladas. Opositores não são presos. No entanto, as normas democráticas são gradualmente degradadas por populistas que afirmam ser os melhores amigos da democracia ('Confie em mim')" (Norris; Inglehart, 2019, p.6, tradução nossa).

partir dos discursos oficiais de todos presidentes na Nova República<sup>9</sup>. A intenção era mapear o populismo na ação dos presidentes. O trabalho revelou então, uma predominância de trechos que estimulavam essa oposição nos discursos de Collor, Lula e Bolsonaro, sendo este último o “mais populista dentre os três”.

Os autores fazem coro com um diagnóstico cada vez mais consolidado sobre o ex-presidente Bolsonaro que é a postura de um chefe do Executivo que estimula essa polarização/fragmentação, se colocando em oposição a uma elite corrupta, distante e traidora do povo brasileiro. Entretanto, sua diferença estaria no ataque direto a essa elite composta pelo *establishment* político - supremo tribunal federal, partidos de oposição e órgãos de controle - mas, também, outros sistemas peritos, como a ciência e a imprensa (Norris; Inglehart, 2019; Lynch; Casemiro, 2022; Mudde; Kaltwasser, 2017).

Ricci, Izumi e Moreira (2021) apontam que este dissenso social é mais materializado nos discursos oficiais no primeiro ano do governo Bolsonaro do que nos do governo Lula, em que a polarização povo *versus* elite ganhava uma conotação mais abstrata.

O populismo de Bolsonaro é menos abstrato do que o de Lula: povo e elite têm semblantes facilmente identificáveis. De um lado, quando Bolsonaro fala em povo, ele distingue claramente, entre os brasileiros, os compatriotas, que defendem os valores da família tradicional. Por outro lado, seu anti-pluralismo é marcante. Não se questiona apenas a atuação das elites políticas ou do Estado em geral, como fez Collor, mas também a ideologia de gênero defendida pela esquerda, que valoriza alguns grupos em detrimento da família tradicional (Ricci; Izumi; Moreira, 2021, p.10).

Lynch e Casemiro (2022) ainda adicionam dentro da construção ideológica do populismo reacionário de Bolsonaro o papel da ideia de “guerra cultural”<sup>10</sup> contra o “marxismo cultural”, de tal forma que a esquerda, imprensa, a educação e por fim, a ciência e cientistas, passam a ser enquadrados enquanto parte de supostas elites cosmopolitas, pluralistas e modernizantes ameaçadoras a sociedade patriarcal cristã tradicional defendida pelo grupo bolsonarista. Sendo assim, estes grupos para além

---

<sup>9</sup> Por “Nova República” compreende-se o período pós 1989.

<sup>10</sup> Dentro da filosofia olavista há uma verdade universal absoluta e essa é representada pela sociedade cristã. No entanto, o processo de secularização obscurece essa verdade com ideologias pluralistas. Os indivíduos reacionários são convocados a uma guerra cultural e santa contra as elites que fomentam esses ideais, que eles chamam de “marxismo cultural” (Carvalho; 2015; Lynch; Casemiro, 2022).

de opositores, passam a ser figurados como inimigos a serem combatidos com qualquer que seja a violência necessária. Como fica evidente no trecho do ideólogo do reacionarismo brasileiro, Olavo de Carvalho, citado por Lynch e Casemiro (2022):

Na vida há obstáculos que não podem ser “vencidos”: só podem ser *destruídos*. (...) chega de guerra assimétrica. (...) Denuncie cada filho da puta, atire na cara dele, em público, todo mal que ele representa e personifica. Recuse-lhe amizade, tolerância ou respeito, mesmo em pensamento. Esses canalhas vivem da generosidade das suas vítimas. Discrimine quem o discrimina, oprima quem o oprime, achincalhe quem o achincalha. (...). Nunca esqueça: cada comunista trama dia e noite a morte de quem atravesse, mesmo por descuido, o caminho da maldita revolução. Chamar um comunista de assassino é redundância.<sup>11</sup>

Esse enquadramento posiciona o presidente então na postura populista atrelada à cultura antidemocrática, identificada por Norris e Inglehart (2019), pois é construída sob o ataque contra partes fundamentais do jogo democrático, sejam elas instituições formais, valores fundamentais ou pluralismo necessário. Para O’Donnell (1998), a existência de uma estrutura de *accountability* é ponto fundamental para garantir a existência de uma democracia, ou *poliarquia* nos termos de Dahl (2005). No entanto, os valores de liberalismo e republicanismo apenas são satisfeitos com *accountability* horizontal e vertical livres e atuantes.

Nesse sentido, a limitação do poder de qualquer um dos poderes estatais, grupos ou players (demos constraining) é condição necessária para a proteção dos atores sociais de uma possível tirania<sup>12</sup>. E, esses controles podem ser definidos a partir de uma estrutura de *accountabilities* horizontais - exercida pelas próprias instituições de mesmo nível do poder central - e verticais - em que há pressão e controle exercido pela participação civil e outras organizações, como a mídia (O’Donnell, 1998).

Assim, vale ressaltar que, nessas situações, tanto os poderes estabelecidos no mesmo nível do Executivo - como o Legislativo e o Judiciário - quanto os poderes e atores existentes numa relação vertical - como governadores, prefeitos, mas

<sup>11</sup> CARVALHO, Olavo de. “Post: ‘o desmantelamento completo da máquina golpista da esquerda’”. Post do facebook, 2 dez 2014. Disponível em: [https://www.facebook.com/carvalho.olavo/photos/a.275188992633182/411841992301214/?type=3&lo\\_cale=pt\\_BR](https://www.facebook.com/carvalho.olavo/photos/a.275188992633182/411841992301214/?type=3&lo_cale=pt_BR). Acessado em: 21.01.2024.

<sup>12</sup> O caso brasileiro, onde há um desenho federalista do Estado combinado a um sistema multipartidário, de legislativo bicameral, é considerado típico de máximo demos constraining (Stepan, 1999). Ou seja, com um forte sistema de freios e contrapesos para balancear uma maioria governante.

também sociedade civil e imprensa - possuem mecanismos de veto para conter uma postura autoritária do poder central. E a partir desta concepção, é possível qualificar se o enfrentamento destas e entre estas instituições - previsto no jogo democrático - ocorre, de fato, de forma democrática. Ou seja, sem necessariamente gerar um enfrentamento das prerrogativas próprias de cada um.

Entretanto, não estamos dizendo que podemos ao ter posicionamentos de ataques às instituições o presidente Bolsonaro criou um regime populista de viés autoritário no Brasil, mas que sua comunicação promoveu o enfrentamento das instituições democráticas brasileiras responsáveis, por exemplo, pelo controle do próprio poder executivo, estimulando assim o descumprimento das “regras do jogo”, bem como o questionamento das funções das regras democráticas no jogo.

Isso estaria de acordo com uma postura em que a solução dos problemas passa pela ação forte, individual e vigorosa do líder que encarna o povo contra tudo e todos, mesmo que para isso, as próprias instituições democráticas sejam subvertidas. Por isso, esta construção pode aproximá-lo da “cultura antidemocrática” e do “homem forte”.

Por fim, cabe destacar que durante seu governo, Bolsonaro teve uma postura bastante “midiática” e pró-ativa, no sentido de burlar a imprensa tradicional, disputando a narrativa e relato dos fatos políticos a partir de uma comunicação direta pelas suas redes no ambiente digital. Se a mídia televisiva ou os tablóides seriam, em um outro momento, um grande impulsionador de personagens que dominam as competências comunicacionais - polêmicos e chamativos como notado por Mazzoleni (2003) - e os novos meios de comunicação capazes de modificar o tempo da política (Swanson, 1995), as campanhas eleitorais, os discursos presidenciais (Cohen, 1995; Tulis, 2018), e a própria democracia (Manin, 1995); o uso intenso da tecnologia digital pelas lideranças políticas nas últimas décadas levantou debates acerca do quanto a dinâmica própria das redes sociais poderiam modificar a vida política e os fenômenos que a envolvem. Com as eleições das lideranças populistas de terceira onda com forte comunicação digital essa discussão toma novas proporções.

Isso porque essas lideranças teriam a tendência de fugir dos *gatekeepers* da imprensa tradicional e migrar para ambientes em que possuem maior controle na

transmissão da mensagem, além de priorizarem a comunicação direta como seu público (Engesser; Fawzi; Larsson, 2017).

Além da conveniência de não depender da dinâmica da imprensa de massa, a internet contribui para consolidação de bases militantes, uma vez que uma de suas características é a homofilia, ou seja, a tendência de reunir indivíduos de interesses e valores semelhantes no mesmo ambiente digital. Esta característica pode, por vezes, contribuir para um câmara de eco<sup>13</sup>, em que os sujeitos inseridos no meio possuem a sensação de serem mais numerosos do que de fato são (Cinelli et al, 2021; Sunstein, 2017).

Apesar do conceito “populismo digital” ser bastante difundido, é necessário que se compreenda que não parece conclusivo que o advento das redes sociais modifiquem o fenômeno populismo, alterando suas características fundamentais. Na verdade, o que os autores parecem concordar é que há uma clara afinidade do tipo de conteúdo produzido por essas lideranças com as tendências das próprias redes no que tange impulsionamento algorítmico. Somada a essa afinidade, com a busca pela fuga do *gatekeepers* e a tentativa de descredibilização da imprensa tradicional, a internet passa a ser a plataforma perfeita para hospedar este tipo de conteúdo.

## **2.5 O jornalismo como alvo: *weaponization* e a deslegitimação do sistema perito**

Nesse sentido, ainda cabe refletir sobre o papel próprio do jornalismo político nessa reconfiguração do ecossistema midiático e do comportamento comunicacional dos líderes.

Desde sua origem, a imprensa tem um papel político bastante relevante. Se por algum tempo, o que predominava era a imprensa partidária ou militante, que possuía claro alinhamento político com pautas partidárias e grupos de interesse. No século XIX, - com a crescente imprensa comercial gerida por grupos empresariais -, o jornalista político passa a ser normativamente apresentado enquanto um sujeito neutro (Hallin; Mancini, 2010). Com o advento da telecomunicação no século XX, há

---

<sup>13</sup> “Podemos definir de maneira ampla as câmaras de eco como ambientes nos quais a opinião, inclinação política ou crença dos usuários sobre um tema é fortalecida devido a interações repetidas com colegas ou fontes que compartilham tendências e atitudes semelhantes” (Cinelli et al, 2021, tradução nossa).

uma crescente na influência da mídia no campo político e passa, juntamente com outros atores, a influenciar no estabelecimento da agenda política e na formação da opinião pública (Azevedo, 2017)<sup>14</sup>.

Essas mudanças são suficientes para modificar o tecido democrático e inaugurar uma nova forma de experienciar a política, identificada por Manin (1995) como *democracia de público*. O autor francês elabora que haveria uma tendência crescente a personalização política em detrimento da defesa de projetos político ideológicos, e portanto, maior volatilidade eleitoral; a decréscimo da influência dos partidos; além disso, aponta que a elite política, - que na democracia de partidos era formada por aqueles indivíduos que conseguiam se destacar na base militante de seu partido -, passa a ser formada por aqueles indivíduos dos quais possuem grande habilidade comunicacional.

---

<sup>14</sup>Azevedo destaca que“ [...] O campo jornalístico é visto invadindo o campo político e competindo com as funções clássicas dos partidos no estabelecimento da opinião pública.” (Azevedo, 2017, p. 49)

Os meios de comunicação de massa, no entanto, privilegiam determinadas qualidades pessoais: os candidatos vitoriosos não são os de maior prestígio local, mas os "comunicadores", pessoas que dominam as técnicas da mídia. O que estamos assistindo hoje em dia não é a um abandono dos princípios do governo representativo, mas a uma mudança do tipo de elite selecionada: uma nova elite está tomando o lugar dos ativistas e líderes de partido. A democracia do público é o reinado do "comunicador" (Manin, 1995, p.15).

Contemporâneo da Manin, Swanson (1995) propõe que apesar de se propor enquanto um observador objetivo, as mídias de massa obedecem interesses econômicos que são satisfeitos a partir de sua audiência, que por sua vez tende a se atrair por conteúdos de caráter sensacionalista e pessoalizado, justificando assim, a afinidade entre as lideranças comunicadores e a imprensa. Neste sentido, Cook (2011) propõe que a dinâmica valor-notícia ao beneficiar certos tipos de liderança por meio da ênfase ou extensão da cobertura jornalística dada, geram um viés estrutural.

Há com isso, não apenas o fortalecimento dos *media* (e suas respectivas empresas e atores) no campo política, dentro daquilo que Cook (2001) chama de jornalismo de coalizão, bem como uma adequação da disputa política-eleitoral a uma lógica midiaticizada (Strömback, 2008), elevando a importância da comunicação para o jogo democrático (Mccombs; Shaw, 1972; Dearing; Rogers, 1996; Manin, 1995; 2013).

Pensando especificamente na imprensa e no desenho de *accountabilities*, alguns aspectos relevantes se destacam. Entre eles, dois merecem destaque: a diversidade de informação e a postura de desconfiança e *advocacy*, como discutido por Dahl (2005), McQuail (2012), Waisbord (2013) e Norris (2014). No que diz respeito ao segundo ponto, a imprensa enquanto *watchdog* teria dois papéis, o primeiro e central é de investigação e observação do comportamento dos poderosos, o secundário e mais difuso seria a disseminação de informações de interesse público que pudessem estar, de alguma forma, ocultas (Norris, 2014).

Outra chave interpretativa para compreender a função da imprensa na democracia liberal é de que ela seria um *quarto poder*. Neste sentido Albuquerque elabora que no cenário brasileiro este poder se manifesta enquanto um *poder*

*moderador*<sup>15</sup> que “com base nele, a imprensa brasileira reivindica o papel de árbitro transcendente dos conflitos políticos e intérprete por excelência dos interesses nacionais.” (Albuquerque, 2009, p.11). Sendo assim, seja na chave do jornalismo como *watchdog*, *quarto poder* ou *poder moderador* há a compreensão de que a existência da imprensa livre teria o propósito de promover a transparência nas ações públicas e salvaguardar a sociedade contra possíveis abusos de poder, tornando-se, portanto, um cão de guarda das liberdades e direitos dos cidadãos.

Apesar de se filiar a escola teórica da imprensa enquanto um quarto poder, Albuquerque (2009) pontua que o caso brasileiro seria excepcional por conciliar uma participação política ativa com a ideia de *jornalismo objetivo*. E ao tratar do conceito de paralelismo político de Hallin e Mancini (2004), compreende que este poderia ser aplicado no cenário brasileiro com alguns considerações fundamentais: de que há, apesar da comercialização de uma neutralidade e proposição de um jornalismo independente ou informativo, uma clara linha política hegemônica (ainda que não haja uma defesa partidária explícita); um foco na cobertura do executivo, em detrimento do legislativo; e a predominância de um jornalismo opinativo (2012).

Em confluência com Albuquerque, Azevedo (2017) aponta que, ainda que empresarial, a mídia e sua agenda são muito próximas das pautas de determinados grupos sociais e políticos. No entanto, os autores se distanciam no que tange a percepção de se há uma linha partidária clara entre grupos políticos e veículos. Azevedo compreende que esse alinhamento é claro ao observar as posições editoriais dos grandes jornais pós-1989 no Brasil durante os períodos eleitorais. Oliveira (2017) confirma esse diagnóstico ao verificar a congruência de agendas e enquadramentos das notícias, capas, editoriais e textos de opinião com a propaganda negativa eleitoral peessedebista durante a campanha presidencial de 2014. Ambos os autores problematizam, desta forma, a tese de que o jornalismo brasileiro teria função de *watchdog*.

---

<sup>15</sup> O autor ressalta que há de ter um cuidado com a aplicação do conceito de poder moderador para que não confunda-o com aquele empregado pelo monarca na constituição de 1824. “Não se trata de dizer que o jornalismo brasileiro opera de fato como um Poder Moderador, uma vez que não existe qualquer tipo de amparo constitucional para isso, mas de sugerir que, em boa medida, é este papel que ele se propõe a desempenhar.” (Albuquerque, 2011, p.10)

O fato *sui generis* é que a imprensa hegemônica, historicamente alinhada ao ideário liberal-conservador, nos anos do governo Bolsonaro enfrentou duras críticas por parte de grupos e líderes políticos de direita no país. Essas críticas apontam, por um lado, para um rompimento desse alinhamento e, por outro lado, para uma estratégia por parte dessas lideranças de competir pelo próprio papel de intermediar as informações que circulam entre representantes e representados por meio da deslegitimação da autoridade e da existência destes enquanto *sistema perito*, como discutido por Miguel (2021).

Em entrevista ao Mediapolis publicada em 2021, Mazzoleni afirma que esta disputa por autoridade será moldada de acordo com o mercado de imprensa de cada lugar. No entanto, se torna evidente que em países em que a imprensa de mercado se destaca em influência com a audiência, maior e mais astuto é o uso destes meios por essas lideranças (Araújo; Prior; Guazina, 2021).

Em entrevista a Guazina (2019), Mazzoleni ainda ressalta que a tentativa de deslegitimar a imprensa tradicional, passa pela existência de um ecossistema *mediático híbrido*<sup>16</sup>, que combina a residual influência da mídia tradicional na sociedade atual com tendência de transferência de autoridade para os novos veículos comunicacionais. Sendo assim, o líder populista não poderia apenas burlar os *gatekeepers* da imprensa tradicional, como o próprio autor apontou, mas precisaria buscar formas de minar a imprensa residual que sobrevive-se a este processo.

Neste contexto é importante observar os estudos sobre *weaponization* que, de maneira geral, é o fenômeno caracterizado pelo uso do rótulo *fake news* por líderes políticos a fim de minar a credibilidade da imprensa e de seus opositores. McNair (2018) enfatiza que se refere ao uso estratégico do rótulo *fake news* para fins políticos. Isso implica em qualificar as mensagens ou afirmações de opositores políticos e da imprensa como falsas, mentirosas ou enganosas, transformando-as em uma "arma" na luta simbólica contemporânea pela hegemonia na interpretação dos acontecimentos (Farkas; Schou, 2018). O objetivo político subjacente da *weaponization* é solapar as bases da facticidade, uma vez que gera desconfiança nas audiências e, conseqüentemente, enfraquece o papel do sistema midiático no

---

<sup>16</sup> Chadwick (2013).

controle do poder político. Ainda nesse sentido, Chambers (2021) aponta que a exploração da incerteza epistêmica, por líderes políticos, cria um falseamento do próprio processo democrático, uma vez que retira das audiências o direito de forjar sua opinião a partir de dados da realidade.

Inglehart e Norris (2019) apontam que os ataques contra a imprensa seriam parte da fomentação de uma cultura do medo, que mitiga a autoridade das instituições democráticas diante da opinião pública. Essa estratégia discursiva afeta diretamente a democracia liberal, não apenas focalizando o sistema midiático, mas também impactando os princípios da coexistência e livre expressão de diversas perspectivas, bem como a transparência e a diversidade de fontes de informação (Dahl, 2005; Farhall et al., 2019, p.2).

Alcott e Gentzkow (2017) observam ainda que em um ambiente de alta incerteza, o sentimento de ansiedade da população aumenta e a qualidade das decisões diminui, uma vez que estas passam a dar mais importância aos seus próprios julgamentos subjetivos do que à factualidade. Além disso, a relação com o campo político se torna caracterizada por ações orientadas pela raiva, preconceitos e desinformação (Bennett; Livingston, 2018). Portanto, há uma convergência entre o conceito de desinformação, que se baseia na circulação de conteúdos com factualidade duvidosa e predominância da emotividade e referências subjetivas na interpretação das comunicações, e a comunicação populista, que Engesser, Fawzi e Larsson (2017) definem como essencialmente simplista, emocional e negativa.

Em síntese, houve nas últimas décadas um crescente surgimento de lideranças populistas alinhadas à extrema direita (*far-right*) que evocam o poder legítimo que emana do povo e propõe soluções centradas na figura do líder. Dentro da construção ideológica dessas lideranças há o antipluralismo e o fomento de ideias anti-democráticas baseadas na cultura do medo (Norris; Inglehart, 2019; Lynch; Casemiro, 2021; Mudde; Kaltwasser, 2017; Mudde, 2019). Essa postura de desconfiança gera ataques diretos às instituições democráticas, tanto de *accountability* vertical quanto horizontal (O'Donnell, 1998).

Autores que estudaram os casos estadunidenses e europeus propõem que entre os principais alvos de ataques está a imprensa nacional e que esses ataques geralmente se dão em um processo de deslegitimação da factualidade da produção

jornalística, por meio de acusações de *fake news* (Norris; Inglehart, 2019; Mudde; Kaltwasser, 2017), ou seja, *weaponization* (Farhall *et al.*, 2019; Farkas; Schou, 2018; Mcnair, 2018). Assim, cabe investigar se e em que medida Bolsonaro pode ser compreendido como parte deste fenômeno político.

Dentro desse esteio, esta monografia possui o objetivo de analisar como o presidente Jair Bolsonaro se enquadra nesse conjunto de líderes a partir do conteúdo de seus discursos em *lives*; como esses espaços são utilizados para travar embates com a grande imprensa; e se esse embates fazem uso de *weaponization*. Para tanto, o capítulo a seguir apresenta a construção metodológica desta pesquisa que possibilitou alcançar os resultados objetivados.

### 3. O CAMINHO DAS PEDRAS: Construção do *corpus* e escolhas metodológicas

Uma vez que o objetivo desta pesquisa foi analisar se Bolsonaro, ao tratar a grande imprensa brasileira, se alinharia às lideranças de populismo de terceira onda utilizando a estratégia de *weaponization*, ou seja, operacionalizando o rótulo de *fake news* para desacreditar e deslegitimar a imprensa enquanto sistema perito, optamos por analisar sua comunicação no ambiente digital a partir de uma metodologia combinada com métodos quantitativos e qualitativos.

A escolha das “*lives* de quinta” como *corpus* para pesquisa se deu por diversos motivos. O primeiro deles é que este formato de diálogo com o público foi uma inovação comunicacional proposta pelo presidente. Se os seus antecessores utilizavam canais institucionalmente estruturados, como “A voz do Povo” e o “Café com o Presidente”, Bolsonaro sai dos veículos já estabelecidos e opta por algo menos formal e que possibilitasse uma dinâmica mais interativa com o público.

Em segundo lugar, a literatura indica grande afinidade entre a dinâmica da *internet* e o discurso populista. Assim, se o objetivo é analisar o conteúdo do discurso sob essa chave teórica, a comunicação vinculada ao ambiente digital poderia ser um *lócus* mais interessante para analisar a construção ideológica e comunicacional.

Por fim, suspeitamos que neste espaço houvesse maior espontaneidade que nos espaços formais, o que seria positivo para compreender a construção da própria figura do presidente de forma menos controlada.

O *corpus* é formado por 61 vídeos<sup>17</sup>, retirados do canal oficial do presidente na plataforma *youtube*, referentes aos anos de 2019 e 2020. A escolha dos dois primeiros anos de *lives* se deu por conta, primeiramente, da viabilidade da pesquisa em âmbito da graduação e do tempo da pesquisa de Iniciação Científica (IC). Um segundo aspecto relevante foi a indisponibilidade dos vídeos completos dos últimos anos de mandato, dificultando o acesso ao material. Além disso, a plataforma que auxiliou o processo de transcrição dos vídeos era paga por minutos utilizados, o que

---

<sup>17</sup> Apesar de se referir a um período de 96 semanas, alguns arquivos não estavam disponíveis no momento da coleta - dia 18 de março de 2022. A ausência deste material pode ser porque não houve mesmo transmissão na data ou o conteúdo não estava acessível ao público à posteriori.

gerou limites envolvendo o financiamento do projeto e a escolha do universo de dados mais completo e uniforme.

Uma vez necessária a redução do *corpus*, o ano de 2019 foi escolhido por ser o primeiro ano de mandato, ou seja, o “ano de lua de mel” - quando há a suposição de cooperação dos meios de comunicação por ser início de governo. Já o ano de 2020 foi escolhido por ser o primeiro ano de pandemia do Covid-19, quando o governo protagonizou uma disputa direta com os veículos tanto sobre as narrativas da doença no Brasil, quanto no acesso aos dados sobre casos. A questão da falta divulgação de dados confiáveis e transparência do governo levou os veículos de comunicação a fazerem um consórcio independente do Ministério da Saúde, onde os dados eram coletados, refinados e organizados pelos próprios veículos, em coletivo, para divulgação<sup>18</sup>. Além disso, na época, o presidente deu poucas entrevistas à imprensa, com exceções para sua participação no programa do Ratinho (SBT) e do Danilo Gentili (SBT). Este tensionamento poderia gerar uma mudança no comportamento com respeito à imprensa.

O trabalho de organização do material começou pela transcrição<sup>19</sup>, seleção e correção. Do material bruto, retiramos apenas os segmentos onde constavam as falas do presidente e cada trecho foi corrigido no sentido de retirar possíveis erros de transcrição da plataforma. Um segundo passo foi retirar os caracteres não processáveis no IRAMUTEQ, procedimento necessário para processamento do *corpus* no *software*. Nesta adequação, símbolos de porcentagem; hífen; aspas; apóstrofo; cifrão; asterisco; reticências; travessão foram retirados. Além disso, uniformizamos o texto retirando negrito, itálico, grifos, recuo de parágrafo, margens ou tabulações, deixando o texto na formatação “justificado”. O sinal de porcentagem foi substituído pelo termo em extenso “por cento” e o hífen trocados por *underline*.

O *underline* também foi utilizado para unir termos compostos importantes para o contexto da pesquisa, como nomes compostos de ministros e secretários, estados e cidades, veículos de imprensa, jornalistas e o próprio termo *fake news*. O recurso

---

<sup>18</sup>

<https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2023/01/28/criado-para-divulgar-dados-sobre-covid-consorcio-de-veiculos-de-imprensa-chega-ao-fim.ghtml>.

<sup>19</sup> Ferramenta paga *transkriptor*

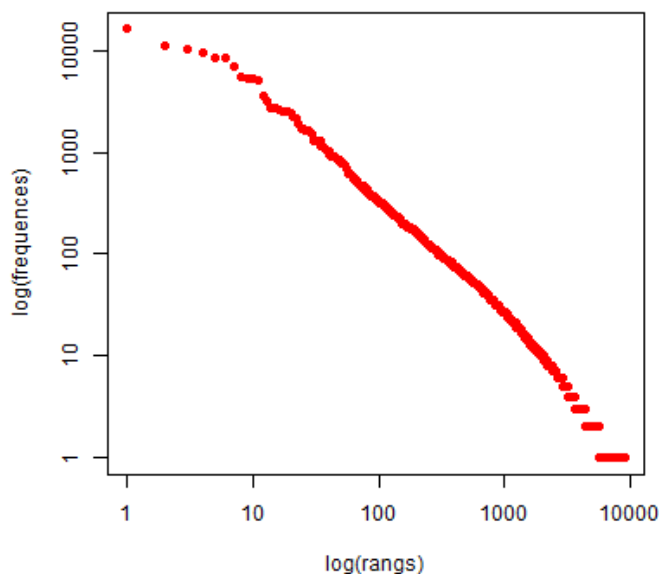
é utilizado com o objetivo de que essas palavras compostas sejam processadas como uma só pela ferramenta.

Ainda pensando na otimização do processamento, nomes de emissoras e veículos de imprensa foram padronizados em uma única forma de tratamento. O jornal O Estado de São Paulo, passou a ser registrado como “estadão”; o jornal Folha de São Paulo como “FSP”; Valor Econômico como “JVE”. Todas as referências à emissora Globo e jornal O Globo foram registradas apenas como “Globo”. Jovem Pan se tornou JP; Pingos nos Is, “PI”. Por fim, todos arquivos foram convertidos em .txt e reunidos em 2 blocos divididos pelos anos da referida live - 2019 e 2020.

Com este pré-processamento concluído, o *corpus* estaria pronto para que iniciasse a etapa quantitativa da análise textual no *software* indicado. O IRAMUTEQ é uma ferramenta fechada de processamento textual, funciona como interface do R e é disponibilizada gratuitamente (Salviati, 2017).

Ao fazermos o *upload* do *corpus* e antes de gerarmos as primeiras análises, já dentro do *software*, geramos um gráfico de Zipf para verificar a validade de processamento daqueles dados. Isso ocorre porque este gráfico organiza o universo de termos do *corpus* e suas frequências em um plano bidimensional. O eixo Y representa a frequência das palavras e o eixo X a posição destas de acordo com a frequência que possuem em ordem decrescente, dando a elas um “peso” (Salviati, 2017). Ou seja, quanto maior a frequência de uma palavra, mais alta sua posição no eixo Y e mais próxima de 0 a posição no eixo X.

### **Figura 1 - Exemplo de Gráfico de Zipf**



Fonte: Elaborado pelo autor, 2024.

Feito isso, a leitura pertinente é: para que o texto seja passível de análise textual é necessário que a maior quantidade de palavras se encontre no centro do gráfico, na região onde se concentraria o pico de uma normal. Isso porque as palavras que carregam mais sentido na linguagem não se encontram nem nas frequências altas nem nas baixas (hapax)<sup>20</sup>. As mais frequentes geralmente são conjunções, cacoetes, e vícios de linguagem, que garantem pouco significado para a análise textual. Bem como as hapax, por conta de sua presença pequena também se tornam estatisticamente irrelevantes, uma vez que a mensagem central do conteúdo é passada por meio da repetição.

Uma vez assegurada a viabilidade e validade do corpus, como demonstrado na figura anterior, o próximo passo da análise foi fazer uma CHD (classificação hierárquica decrescente) pelo método Reinert em todo o texto. Esta análise serve para agrupar as palavras mais próximas entre si por segmento, o que permite identificar o contexto em que aparecem e, ao mesmo tempo, como os sentidos são construídos já que a repetição de palavras juntas constroem o campo de significados de um texto. Assim, a CHD agrupa em uma classe as palavras que estão significativamente relacionadas entre si, e externamente pouco relacionadas (em

<sup>20</sup> Hapax são todas as palavras que aparecem apenas 1 vez em todo o corpus.

relação aos outros grupos de sentidos formados). A significância é medida a partir de sucessivos testes de qui-quadrado 2 (Salviati, 2017). Dentro das classes, os termos agrupados estão apresentados de maneira hierárquica decrescente, sendo o primeiro termo o mais estatisticamente relacionado com o tema do grupo (Salviati, 2017). Assim, com esta análise é possível compreender os temas mais tratados no discurso, além dos termos mais frequentes utilizados e o contexto em que eles aparecem.

Importante ressaltar que esta análise só pode ter validade se ela processar, no mínimo, 75% dos segmentos do *corpus* (Camargo; Justo, 2021).

**Figura 2 - Dados de Processamento da CHD 2019**

```

+++++
|i|R|a|M|u|T|e|Q| - Tue Dec 19 17:21:50 2023
+++++

Number of texts: 31
Number of text segments: 3519
Number of forms: 9221
Number of occurrences: 120254
Número de lemas: 5991
Number of active forms: 5562
Número de formas suplementares: 416
Número de formas ativas com a frequência >= 3: 2548
Média das formas por segmento: 34.172776
Number of clusters: 5
3192 segments classified on 3519 (90.71%)

#####
tempo : 0h 1m 27s
#####

```

Fonte: Elaboração do autor, 2024.

Por fim, foram realizadas análises de similitude geradas a partir da “concordância” de termos específicos de interesse para a pesquisa, sendo eles: veículos da grande imprensa brasileira; do termo “imprensa”; da emissora “Jovem Pan”; dos jornalistas apresentadores do programa “Pingos nos Is”; e do próprio programa pingos nos is.

A partir da análise de similitude, buscou-se quais palavras estão diretamente relacionadas com o termo específico, de tal forma que é possível compreender se há uma associação positiva ou negativa. A CHD já indica pistas sobre isso, mas apenas com a análise de similitude é possível refinar essa associação.

Por meio da análise de similitude também foi possível avaliar inicialmente se a imprensa estaria relacionada diretamente com o termo *fake news* e, posteriormente, avançar para a etapa qualitativa no sentido de compreender se esta associação se dava sob os termos de *weaponization*.

Por fim, seguimos para a análise qualitativa realizada a partir do MAXQDA, outra ferramenta computacional fechada, mas paga. Todas as análises desta etapa foram realizadas num *subcorpus* de segmentos indicado pelo pelo Iramuteq a partir das palavras de interesse, visando diminuir a inferência do pesquisador na seleção dos trechos. Estes trechos foram codificados com categorias elaboradas a partir da discussão sobre *weaponization* e do conhecimento prévio do *corpus*. Neste caso, os códigos foram:

- **“WCI”** (*weaponization* contra a imprensa): neste código são agrupados aqueles trechos em que Bolsonaro faz uso do rótulo *fake news* para atacar a imprensa de maneira geral, veículos de comunicação, jornalistas e demais integrantes deste conjunto léxico. Exemplo: *“hoje o TSE decidiu né não houve disparo em massa pelo whatsapp pelo candidato jair bolsonaro porque então houve fake\_news da fsp e depois deu trabalho até ser mas nha que ter uma punição para o pt”*
- **“WCA”** (*weaponization* contra outro agente): que engloba em si as vezes em que o presidente acusa algo ou alguém de cometer *fake news* sem especificar quem seria esse agente ou este agente não é vinculado com a imprensa. Exemplo: *isso aí não é não faz parte da democracia. então, fundão eleitoral... fake\_news. Como teve uma fake\_news também que eu estaria com câncer então hoje de manhã deve estar rodando por aí um vídeozinho”*;
- **“Legislação Fake News”**: como o nome já demonstra, é quando o presidente está debatendo sobre projetos de lei que envolvam *fake news*. Exemplo: *“é e essa é a regra do jogo. Sempre foi assim. Semana passada derrubaram o veto dos fake\_news. Eu achei um tanto quanto pesado. Eu acho que é pesado 2 a 8 anos de cadeia para quem é porventura replica o fake\_news”*;

- **“Inquérito Fake News”**: este foi mais comum no segundo ano de mandato e diz respeito ao inquérito que de cassação da chapa Bolsonaro-Mourão, por propagação de *fake news*, que tramitava no TSE. Exemplo: *“está e desses outros 2 parlamentares também que do psl que através dos seus depoimentos lá na cpi de fake\_news servindo para embasar esse inquérito aí do senhor ministro Alexandre de Moraes.”*
- **“ABFN”** (Acusação do Bolsonaro fazer *fake news*): este código reúne os trechos em que o presidente se queixa que outros agentes o acusavam de propagar *fake news*. Exemplo: *“a gente está sendo acusado de fake\_news pela imprensa de fora e de dentro do Brasil. Eu sou responsável pelo incêndio. O Brasil todo. Tudo bem, vamos tocar esse barco aí porque é a regra do jogo aqui na mídia brasileira”*;
- **“Outros”**: concentrou os trechos que não se encaixavam em nenhuma das outras categorias.

Para garantir a estabilidade e replicabilidade da pesquisa, toda a etapa qualitativa foi validada por dois outros codificadores por um processo dentro do próprio software MAXQDA. Os três pesquisadores envolvidos neste processo codificaram manualmente cada um dos 58 trechos, sendo eles: 31 referentes ao ano de 2019 e 27 referentes ao ano de 2020. Em seguida, os documentos foram importados e passaram por um processo de concordância de intercodificação automatizada dentro do próprio *software* e foram considerados os resultados que ultrapassaram o patamar de 70% de concordância. Este processo fornece os dados necessários para compreender qual o grau de compatibilidade entre diferentes codificações.

**Figura 3 - Resultado da Concordância de Inter Codificação no MAXQDA**

Código	Correlação	Sem correlação	Total	Porcentagem
Outros	8	5	13	61,54
ABFN	4	2	6	66,67
Legislação Fake News	14	1	15	93,33
Inquérito Fake News	8	3	11	72,73
WCA	22	9	31	70,97
WCI	36	4	40	90,00
<Total>	92	24	116	79,31

Fonte: Elaborado pelo autor, 2024.

Ainda que não seja o objetivo central desta pesquisa, cabe acrescentar que nessas *lives* o presidente comunicou duas ações que impactaram diretamente o

financiamento destes veículos: a primeira é a publicação do balancete econômico obrigatório em diário oficial, para que as empresas deixassem de comprar espaço nos jornais impressos; e a segunda é a reabertura do consórcio de transmissão de partidas esportivas, que atingiu diretamente a rede Globo. A primeira se deu na *live* seguinte a uma manchete do Jornal Valor Econômico (Grupo Globo) que associava Bolsonaro às queimadas na Amazônia e o chamava de “Capitão Motosserra”<sup>21</sup>.

tem um Capitão Motosserra agora aqui, então você pode ver, ninguém tem dúvida que para fazer o jornal tem que derrubar, então pensando no meio ambiente, perfeitamente afinado com o apelo do jornal o Globo, meus parabéns jornal, o Globo, muito obrigado, tá? A gente pega, por exemplo, o jornal valor econômico dessa semana. Então, o valor econômico da semana publica aqui, balancetes de grandes empresas, por exemplo, irb líder e seguros na América Latina, não é? É só na edição de terça feira usou 11 páginas, 11 páginas para fazer o balancete aqui do jornal. Então, o que nós resolvemos fazer. Já vinha sendo estudada há algum tempo, uma medida provisória, de modo que o irb possa publicar seu balancete no diário oficial da união, na CVM ou no próprio site da empresa. Não precisa mais. É procurar o jornal como valor econômico para publicar seu balanço, então, como é medida provisória, os empresários do Brasil todo que são obrigados por lei a publicar seus balancetes em jornais de grande circulação, não precisam mais fazê-lo. Em consequência, isso é lucro, é menos despesa para a empresa também. Isso é mais dinheiro para os acionistas. Essas empresas que produzem outras coisas pode lá, no final das contas, fazer esse produto um pouco mais barato para você comprar aí. Então, a intenção nossa foi desburocratizar, desregulamentar é um princípio nosso, tá certo? E eu tenho certeza que o valor econômico não deve mais publicar balancetes. Ele vai buscar uma outra fonte para a receita aí. Espero que na capa do Globo amanhã eu não seja mais o Capitão motosserra, seja o Capitão que está preservando o meio ambiente e o valor econômico, acho que é do jornal o Globo, né? Então o valor econômico é do Globo. Boa sorte aí ao valor econômico e o jornal O Globo.<sup>22</sup>

## 4. ANÁLISE DO RESULTADOS

### 4.1 O primeiro ano de *lives*: o que as estatísticas nos contam?

A fim de compreender de que modo se deu a relação de Bolsonaro com a imprensa em seu primeiro ano de mandato, foram selecionados os 31 vídeos referentes ao ano de 2019.

Após ter o *corpus* segmentado e lematizado, analisamos o gráfico de zipf, que indicou a validade da análise do *corpus* pelo *software*, uma vez que a maior

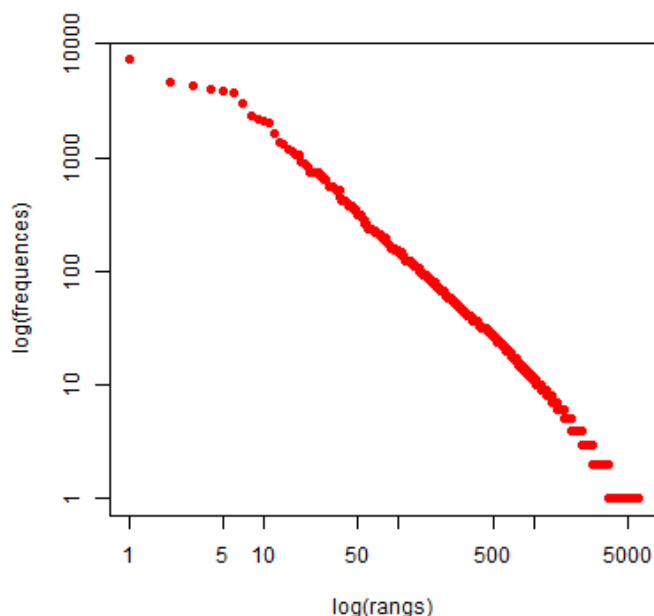
<sup>21</sup>

<https://valor.globo.com/brasil/noticia/2019/08/07/bolsonaro-ironiza-europeus-e-afirma-ser-capitao-motosserra.ghml>

<sup>22</sup> LIVE DA SEMANA (08/08/19): Presidente Jair Bolsonaro, Sérgio Moro, Ricardo Salles e índios. Vídeo. 58min37s. Publicado pelo canal Jair Bolsonaro. 09 ago. 2019. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=mARMBWEwY2A>. Acesso em 21 de janeiro de 2024.

concentração de dados - e por sua vez o maior número de palavras relevantes no discurso - se aloca no que seria o pico de uma distribuição normal.

**Figura 4 - Gráfico de ZIPF de 2019**

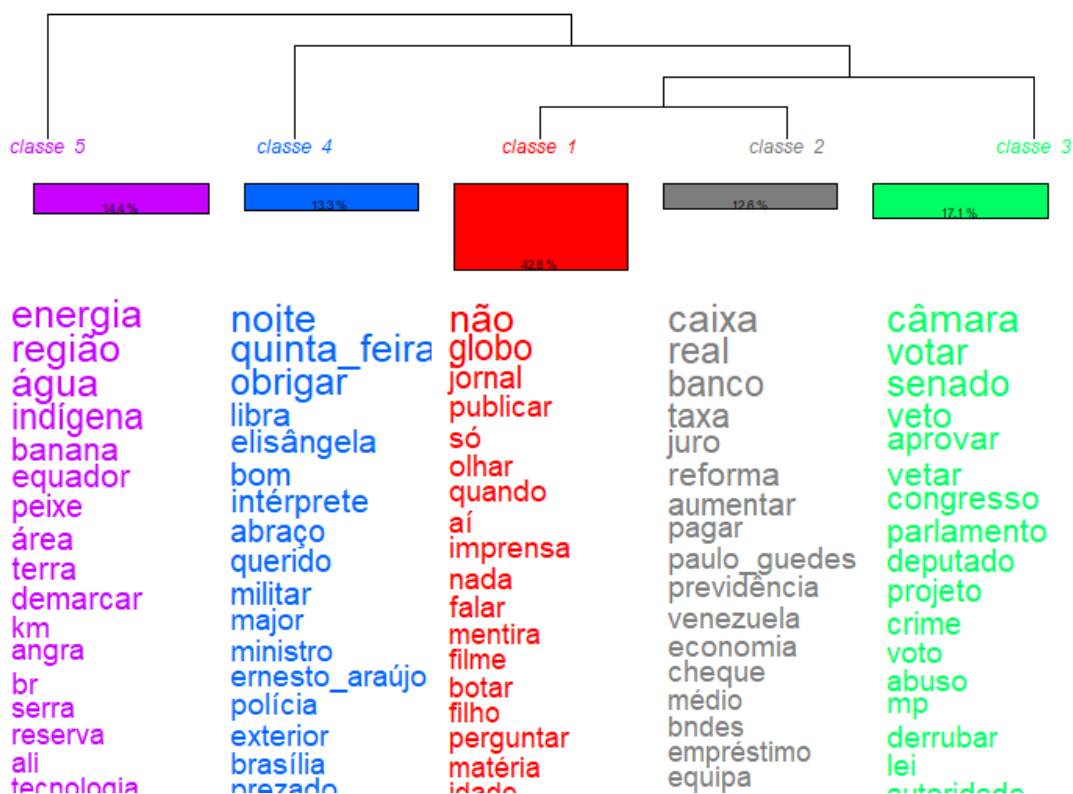


Fonte: Elaborado pelo autor, 2024.

O processo de análise lexicométrica seguiu com uma análise multivariada, usando o método de Reinert para gerar a CHD (1983). Na CHD, o *software* processou 90,71% do *corpus* total<sup>23</sup> e fragmentou os 31 textos em 3519 segmentos de texto. Isso resultou na formação de cinco *clusters* distintos. Um deles - a classe 1 - demonstrou como a imprensa e a cobertura midiática formaram um tema relevante nas *lives* de Bolsonaro, uma vez que este grupo construiu uma classe própria e a mais extensa, concentrando 42,6% das palavras. Em destaque neste, e com grande relevância para esta pesquisa, estavam as palavras: “Globo”, “Jornal”, “Publicar”, “Imprensa”, “Mentira” e “Matéria”.

**Figura 5 - Cluster do Corpus gerados pelo IRAMUTEq**

<sup>23</sup> No processo de CHD realizado pelo *software* o *corpus* não é processado por completo, seja por razão da baixa frequência de determinadas palavras ou pela não configuração de determinado Segmento Textual (ST) para os campos lexicométricos criados. Nesse sentido, a relevância de entendermos o percentual de processamento surge para se compreender o "N" com que se analisa após a segmentação.



Fonte: Elaborado pelo autor, 2024.

A partir desse momento dedicou-se a observar como o *cluster* inteiro interagiu entre si, a fim de compreender quais palavras orbitavam o mesmo campo lexicométrico e semântico, visando maior precisão. O primeiro campo semântico que investigamos foi relacionado ao termo “Globo”, uma vez que foi a segunda palavra em ordem de relevância estatística, a primeira que toca a temática jornalística e o único veículo nominalmente citado que configura na lista dos 10 primeiros mais relevantes do *cluster*.

**Figura 6 - Análise de Similitude “Globo”**



Principais veículos de imprensa citados	Frequência total (processada pelo app)	Frequência total (processada pela CHD)	Frequência s.t.	Posição do termo dentro do <i>cluster</i>
Grupo Globo	55	37	36	2
Folha de São Paulo (FSP)	36	26	21	26
Estadão	12	10	9	76
Jornal Valor Econômico (JVE)	11	8	7	144
Revista Veja	6	5	4	129
Revista Crusoé	3	0	0	0
Revista Carta a Capital	3	0	0	0
Total	120	86	76	

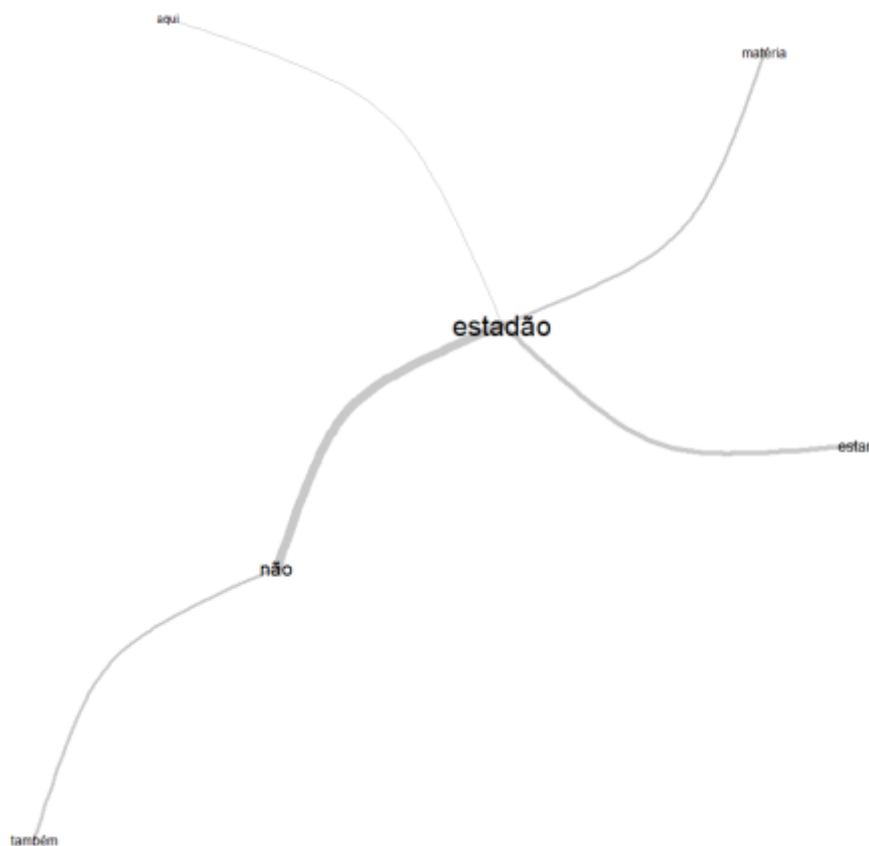
Fonte: Elaborado pelo autor, 2024.

Os três veículos de imprensa mais citados pelo presidente, são também os veículos reconhecidos como a grande imprensa brasileira. Para compreender se as associações feitas por Bolsonaro se daria nos mesmos termos que a Globo e se estes estariam associados ao termo *fake news*, novas análises de similitude de cada veículo foram geradas.

### Figura 7 - Análise de Similitude de Folha de São Paulo (FSP) 2019



**Figura 8 - Análise de Similitude Estadão 2019**



Fonte: Elaborado pelo autor, 2024

O jornal O Estado de São Paulo, além de ser o veículo da grande imprensa menos citado pelo presidente, não aparece diretamente relacionado a nenhum adjetivo, ou seja, tipo de valoração, quer seja positiva ou negativa.

A próxima análise de similitude gerada é do termo imprensa, uma vez que é o termo geral de maior frequência e que poderia fornecer resultados precisos no que tange um possível ataque à instituição e não apenas a um agente específico desta.

**Figura 9 - Análise de Similitude “imprensa”**

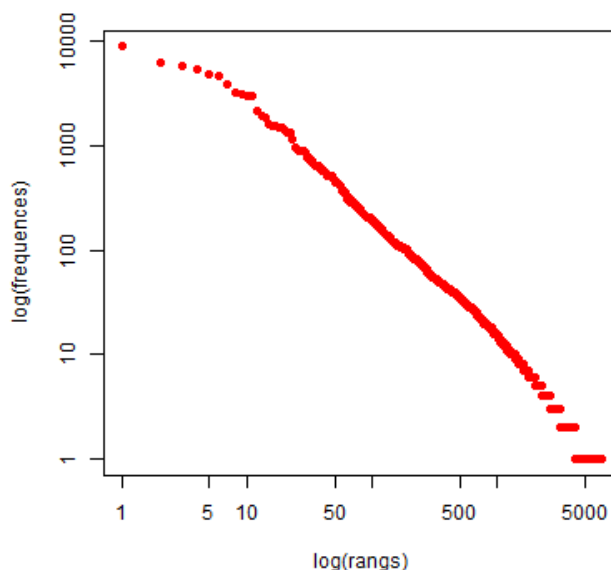




## 4.2 Ano novo, Vida nova: O segundo ano de *lives*

Mas, antes de seguir para esta etapa, cabe apresentar ainda os resultados da análise textual das *lives* do ano de 2020. Ao todo, o *corpus* deste período foi composto por 30 vídeos, um a menos que o ano anterior. Para garantir a validade da análise deste conteúdo de lexicometria, novamente analisamos o gráfico de Zipf, que mais uma vez indicou viabilidade da pesquisa e do uso da metodologia concentrando o maior número de termos no pico da normal.

**Figura 11 - Zipf de 2020**



Fonte: Elaborado pelo autor, 2024.

No ano de 2020 há uma importante alteração nas formas de tratamento e intensidade com que a grande imprensa brasileira aparece nas *lives* realizadas por Bolsonaro. Neste ano, o presidente reduz de maneira significativa as menções nominais a veículos da grande imprensa e oferece destaque à Jovem Pan, que se no ano anterior não configurava entre os veículos citados, além de colocar jornalistas e programas da emissora dentro de suas próprias transmissões.

A Grande Imprensa, antes largamente citada por Bolsonaro, tem 61,2% de redução de menções nominais, como pode ser notado na tabela abaixo com uma comparação entre a frequência total processada pelo app nos anos de 2019 e 2020.

Além disso, o veículo foi o mais silenciado na transição de 2019 e 2020, com uma redução de 73% de sua frequência, sendo citado apenas 10 vezes no segundo ano de *lives*.

**Tabela 2 - Comparação de Citações da Grande Imprensa Brasileiro em 2019 e 2020**

Veículo da Grande Imprensa	Frequência total processada pelo app 2019	Frequência total processada pelo app 2020	Percentual de Redução
Grupo Globo	55	35	-36,36%
Folha de São Paulo (FSP)	36	10	-73%
Estadão	12	5	-58,3%
Total	103	40	-61,2%

Fonte: Elaborado pelo autor, 2024.

Juntamente com a redução significativa das citações nominais da imprensa, houve o aumento da menção de termos que englobam os veículos de maneira geral, como “imprensa” - que teve 90 aparições em 2019 e 121 em 2020 - perfazendo um incremento de 34%. Além disso, alguns termos que estão associados à imprensa também registraram incremento na aparição de 14,72% no ano de 2020 quando comparado a 2019.

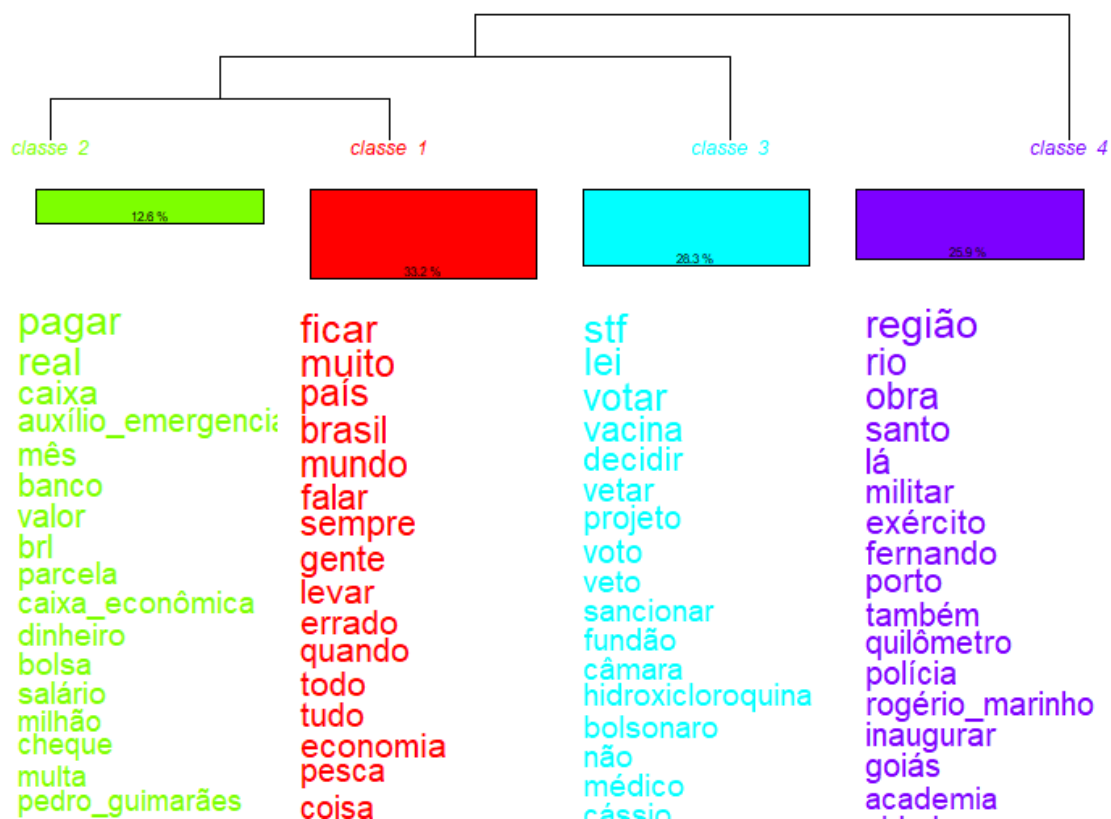
**Tabela 3 - Termos Associados a Imprensa e suas Frequências (2019 - 2020)**

Termos associados a imprensa	Frequência total processada pelo <i>app</i> em 2019	Frequência total processada pelo <i>app</i> em 2020	Percentual de variação (%)
Imprensa	90	121	+34%
Matéria	50	37	-26%
Notícia	46	55	+19,5%
Mídia	36	67	+86%
Jornal	28	43	+53%
Jornalista	15	14	-6,7%
Jornalismo	10	6	-40%
Revista	7	4	-42,9%
Repórter	5	0	-100%
Total	197	226	+114%

Fonte: Elaborado pelo autor, 2024.

No entanto, esse aumento não foi suficiente para manter a imprensa e seu campo semântico como um tema estável e relevante em suas *lives*. Isso é demonstrado pela mudança na CHD de 2020, onde o grupo que em 2019 representava o maior *cluster* e englobava 42,6% do *corpus* processado, perde força estatística e desaparece entre os outros assuntos do período. Para nós, esses resultados demonstram uma estratégia de apagamento da grande imprensa de suas comunicações.

### Figura 12 - Dendrograma de 2020



Fonte: Elaborado pelo autor, 2024.

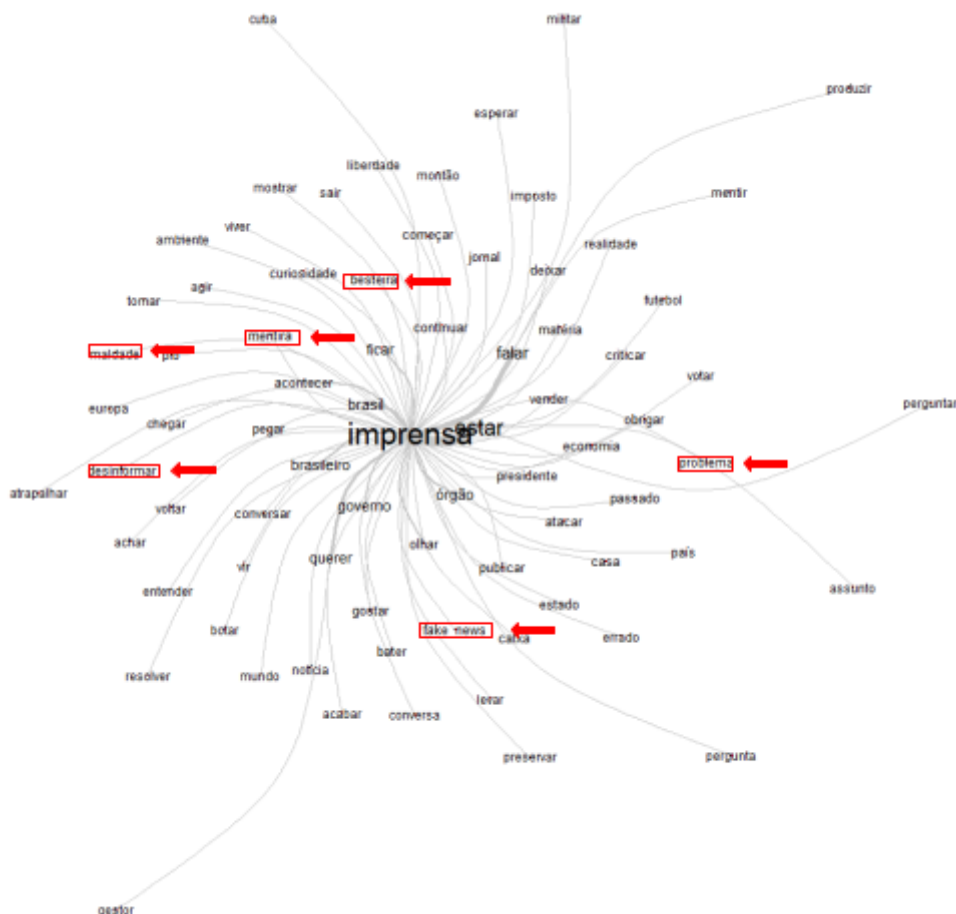
Quando analisamos especificamente as nossas palavras de interesse - independente de estarem entre as mais citadas em qualquer *clusters* - o termo “imprensa” é encontrado em 2 classes: a 1 e a 3. No *cluster 1* estão somadas 46 menções, ao passo que no *cluster 3* são agrupadas 35. Os veículos da grande imprensa, apesar de presentes no *corpus* processado, não são agrupados em nenhum dos 4 *clusters* gerados.

Ao gerarmos a análise de similitude da palavra, as associações negativas permanecem a partir da conexão com as palavras “mentira” e “fake news”, assim como a associação direta com os termos “maldades”; “besteira”; “desinformar”; “problema” e “mentir”, como pode ser notado no gráfico abaixo:

**Figura 13 - Análise de Similitude “Imprensa” 2020**



**Figura 14 - Análise de Similitude com verbos, substantivos e adjetivos associados a Imprensa em 2020**



Fonte: Elaborado pelo autor, 2024.

Além do silenciamento da grande imprensa em 2020, a grande inovação deste ano de *lives* é a inserção do programa Pingos nos Is da emissora Jovem Pan nas transmissões ao vivo do presidente. A relação entre estes se deu por meio da realização de perguntas dos jornalistas previamente gravadas e recebidas pela equipe do presidente Bolsonaro, perguntas essas respondidas em sua maioria por Ministros e Secretários selecionados para participar das *lives*. Por parte da Jovem Pan, o compromisso seria a reprodução integral da transmissão do presidente em seu programa ao vivo.

Além de ser uma nova estratégia de se relacionar com a imprensa - diferente de 2019 - fez-se necessário mapear esta relação, a fim de compreender se o tratamento dado à grande imprensa se manteve em relação a este veículo e

problematizar as diferentes matizes da relação do presidente com a imprensa em suas *lives*.

Na tabela abaixo segue uma relação das frequências das aparições tanto do nome Jovem Pan ( JP); o nome do programa Pingos nos Is (PI); como os nomes dos jornalistas apresentadores do programa que participaram das transmissões.

**Tabela 4 - A Presença da Jovem Pan nas *lives* de 2020**

Termo Citado	Frequência total processada pelo <i>app</i>
Jovem Pan (JP)	99
Pingos nos Is (PI)	39
Augusto Nunes	76
Zé Maria	45
Guilherme Fiuza	54
Vitor Brown	37
Total	351

Fonte: Elaborado pelo autor, 2024.

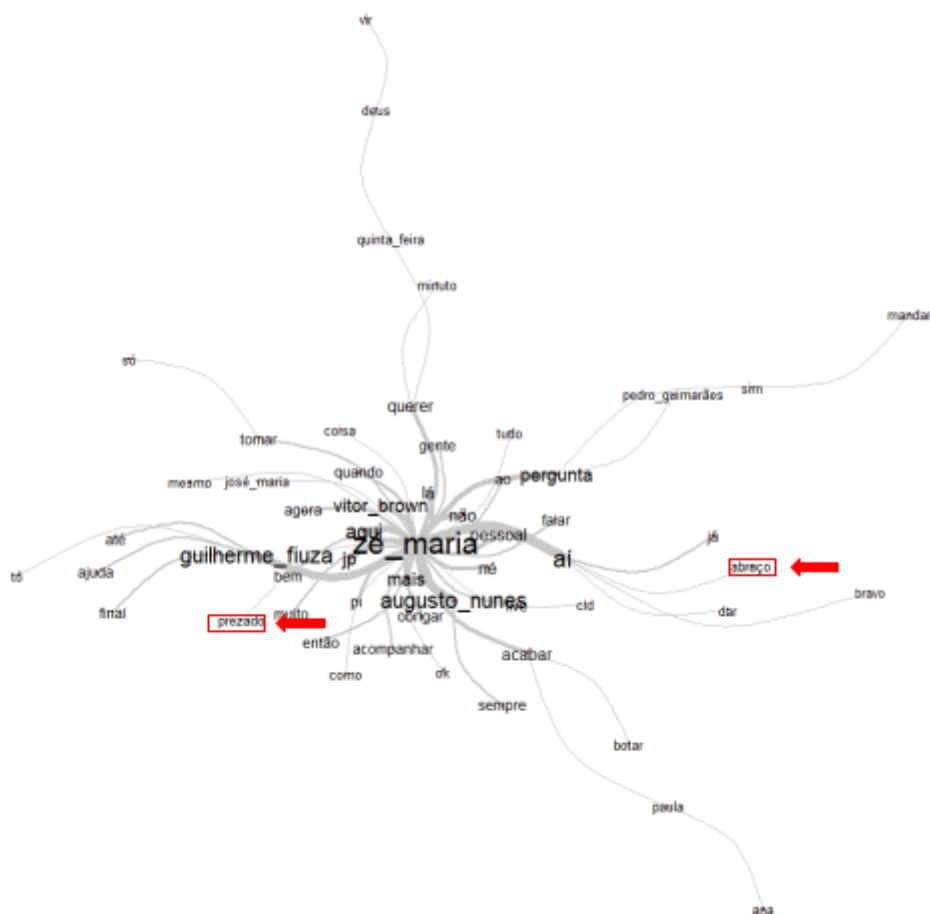
A frequência dos termos demonstra que a Jovem Pan se tornou o veículo de imprensa mais citado ao longo das transmissões de 2020, ainda que este não tenha sido citado no ano de 2019. Ao todo, o veículo e seus termos relacionados somaram uma frequência 3 vezes maior que a da palavra “imprensa”. Neste sentido, há uma dissonância no padrão de aparições da grande Imprensa e da Jovem Pan, uma vez que no ano em que há um decréscimo da primeira, há a emergência substantiva da segunda.

Ainda que esta também não tenha produzido um *cluster* próprio em 2020, realizou-se uma análise de similitude do termo JP, a fim de compreender se esta poderia estar ligada ao fenômeno de *weaponization* que envolve os demais veículos.

**Figura 15 - Análise de similitude “JP”**







Fonte: Elaborado pelo autor, 2024.

O jornalista Zé Maria tem uma presença mais singela que a do Augusto Nunes no conteúdo de lexicometria do discurso de Bolsonaro, com 45 aparições. No entanto, o tratamento dado é bastante semelhante, com destaque em vermelho para os termos: “prezado” e “abraço”.

**Figura 18 - Análise de Similitude Vitor Brown**







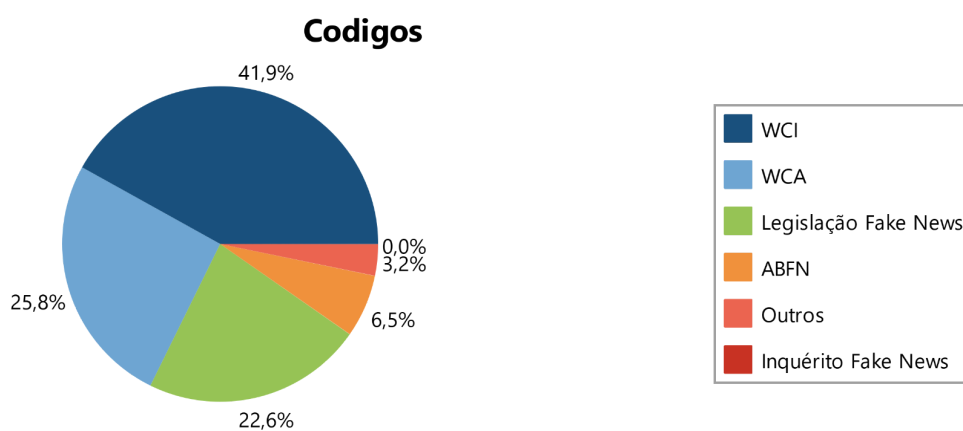
dentro do Iramuteq, foram separados todos os segmentos de texto da classe 1 relacionados ao termo *fake\_news* de 2019 e 2020. Esse novo *subcorpus* foi analisado por dois codificadores no *software* MAXQDA. Os resultados da codificação foram validados por meio de teste de concordância de uma amostra do *subcorpus* dentro do próprio *software*, o que garantiu a estabilidade da classificação e replicabilidade dos resultados.

Os segmentos analisados foram classificados nos 6 códigos criados e descritos anteriormente:

1. **WCI (*Weaponization* contra a Imprensa)**
2. **WCA (*Weaponization* contra outro Agente)**
3. **ABFN (Acusação de Bolsonaro produzir *Fake News*)**
4. **Legislação *Fake News***
5. **Inquérito *Fake News***
6. **Outros**

No ano de 2019 foram analisados 31 trechos que possuíam o termo *fake news*, e em algum destes trechos possuíam mais de 1 menção, totalizando uma frequência de 39 aparições. Neste recorte de tempo, os dados revelaram que em 41,9% das ocasiões em que o ex-presidente Jair Bolsonaro usou o termo "*fake news*", ele o empregou como um rótulo de confronto contra a imprensa brasileira, evidenciando o fenômeno de *weaponization*, como demonstrado no gráfico abaixo:

**Figura 21 - Análise Qualitativa do uso do termo *Fake News* em 2019**

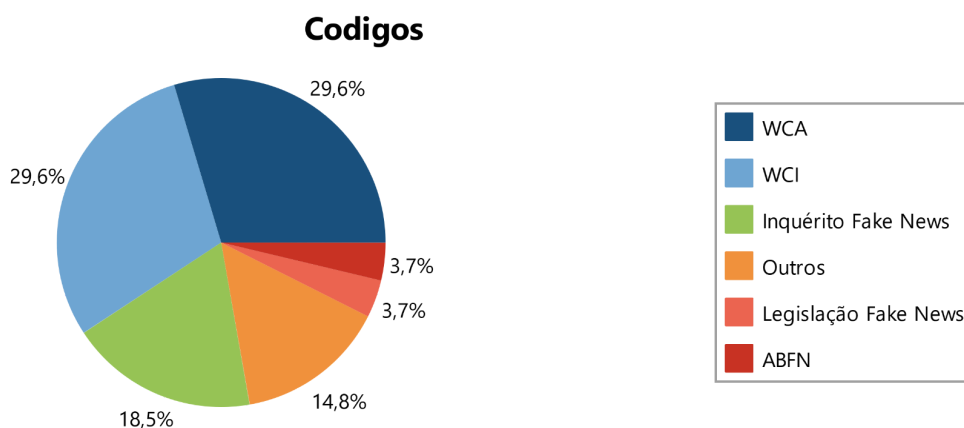


Fonte: Elaborado pelo autor, 2024.

Além disso, é notável que o código WCA (*Weaponization* contra outro Agente) foi mencionado em 25,8% dos trechos. Portanto, em quase 67,7% dos segmentos

analisados, o termo "*fake news*" foi empregado para questionar a veracidade de informações divulgadas pela imprensa ou por outros meios/atores, demonstrando que o termo foi, de fato, utilizado de forma armificada e sistêmica para atacar a factualidade do trabalho da imprensa. O código, "inquérito *fake news*" não aparece neste ano porque as menções a este processo iniciaram apenas no ano de 2020.

**Figura 22 - Análise Qualitativa do termo *Fake News* em 2020**



Fonte: Elaborado pelo autor, 2024.

No ano de 2020 houve um arrefecimento do uso do rótulo de *fake news*, acompanhando o desaparecimento da grande imprensa identificado na análise textual quantitativa do período. A frequência processada foi de 28 aparições do termo em 28 trechos. Quando apareceu, o uso de *weaponization* contra a imprensa também seguiu a tendência de redução, caindo de 41,9% (2019) para 29,6% (2020).

Neste sentido, houve um aumento para 29,6% (quase 4% em relação a 2019) do uso do termo como ataque a outros *players* ou sem citar a quem ele se referia. Este fenômeno, analisado em conjunto com a redução de citações nominais da grande imprensa, pode indicar uma tentativa do presidente de contornar o direito de resposta ou a responsabilização por suas acusações.

No entanto, ainda com a redução da confrontação direta, ambos os códigos somaram 59,2% dos segmentos analisados em 2020. Este tipo de construção pode contribuir para uma narrativa de perseguição e conspiração contra o presidente. Neste sentido, Amorim (2021) notou ao analisar a relação de Bolsonaro com a imprensa durante parte de seu mandato que ele alimentava este discurso

conspiracionista, ainda que, na prática, tenha sofrido um menor número de ataques que a presidenta Dilma Rousseff.

A análise qualitativa por meio do *software* MAXQDA passou por um processo de validação dentro da própria plataforma, este processo é nomeado como concordância de intercodificação. Para isso, um segundo codificador da área utilizou o mesmo conjunto de códigos com o mesmo *corpus*. Os resultados obtidos foram cruzados com os desta pesquisa e resultaram em uma concordância de 79,3%. No que tange os resultados da realização de *weaponization*, o grau de concordância é ainda maior e alcança 90%.

Por fim, não foram encontradas menções da Jovem Pan e seus atores relacionados (programas e jornalistas) entre os segmentos ligados ao termo *fake news*, demonstrando assim um tratamento distinto ao veículo. Nesses termos, consideramos problemático o aceno positivo do presidente a apenas um meio de comunicação ao mesmo tempo que ataca todos os outros. Isso demonstra um viés de preferência perigoso em ambas das direções: do presidente para com o veículo - o que tensiona o critério de impessoalidade ligado ao cargo e à função de presidente: e do veículo com o presidente - que apesar de gozar do espaço privilegiado concedido pelo chefe da nação, compromete seu papel de fiscalização ao ocupar sem questionamento essa posição não plural. Esse posicionamento também faz com que o veículo abdique de seu papel de controle sobre o que é transmitido, importante na estrutura de correlação de forças que sedimenta o jornalismo de coalizão (Cook, 2011) e seu papel de *watchdog*. O que poderia ser interpretado como a criação de um coalizão entre o veículo de imprensa e o presidente por afinidades ideológicas, passa a ser dúbio a partir da sobreposição de poderes que Bolsonaro e sua equipe possuíam na produção da notícia e sua veiculação. Como proposto por Cook (2011) em “Jornalismo Político”:

A notícia é uma coprodução das fontes (em geral funcionários públicos) e dos jornalistas, mas que as fontes não podem simplesmente estalar os dedos e fazer notícias por conta própria. Em lugar disso, a notícia é uma re-elaboração de ações, eventos e declarações oficiais, à luz dos valores de produção. (Cook, 2011, p.240)

Ao aceitar esse espaço dentro da programação do presidente sem a presença de outros veículos e sem controlar o conteúdo a ser transmitido, o veículo abdica das prerrogativas básicas também de “veto” e “controle” também necessárias

ao *accountability* vertical fundamental para a democracia. Essa postura anacrônica problematiza a postura do veículo e reforça a estratégia de burlar o sistema de controles, vetos e de *gatekeepers* por parte do presidente, reforçando um caráter autoritário de sua comunicação.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O fenômeno do populismo de terceira onda trouxe novos desafios para a democracia liberal. Isso porque as lideranças inseridas neste grupo tendem a disputar a legitimidade com diversas elites que participam da dinâmica política, a fim de minar sua autoridade e se consolidar enquanto voz unívoca da representação popular (Lynch; Casemiro, 2022; Mudde; Kaltwasser, 2017; Mudde, 2019; Norris; Inglehart, 2019; Ricci; Izumi; Moreira, 2021). Para Miguel (2022) haveria em curso um processo de deslegitimação dos sistemas peritos, atacando as características fundamentais para sua existência.

O fomento da desconfiança de instituições democráticas, tal como sistema judiciário, partidos políticos, oposição política e a imprensa engendrado por esses líderes faz com que os “alvos” desta descredibilização sejam posicionados enquanto inimigos internos a serem temidos e combatidos (Norris; Inglehart, 2019; Lynch; Casemiro, 2022). De tal forma que este enfrentamento não se dá pelas vias democráticas, em busca de um aumento do pluralismo e da representação, mas passa pela construção de uma cultura antidemocrática; de discursos e ações autoritárias. Ainda que não haja um golpe de estado, seus danos geram fissuras no tecido democrático, especialmente quando envolvem as instituições de *accountability* (Norris; Inglehart, 2019).

No caso da relação das estratégias de ataque contra a imprensa, existe uma tendência desses líderes atacarem a base da factualidade, ao associá-las a produção de *fake news* e desinformação, o dano causado por este tipo de ataque atinge a própria existência desta, uma vez que a base para a consolidação da imprensa enquanto sistema perito é o compromisso com a realidade (Norris; Inglehart, 2019; Miguel, 2022). Além disso, há um impacto na função democrática da imprensa, uma vez que a função de fiscalização e *advocacy* é frontalmente atingida se a audiência deixa de confiar que as notícias ou artigos de opinião possuem lastro

com fatos da realidade. Não há como um cão de guarda agir se seu latido não é ouvido ou seu faro desacreditado.

Ao analisar o primeiro ano de *lives* de Bolsonaro é possível notar um frequente embate tanto com a imprensa de maneira geral, quanto com veículos nominais, com destaque para o Grupo Globo, que se tornou o segundo termo mais frequente e relevante do grupo 1 do dendograma de 2019. Este grupo aglutinou todos os termos que envolviam a imprensa neste ano e se tornou o maior dentre os 5 *clusters* estáveis, reunindo 42,6% do *corpus* processado, demonstrando assim a relevância que foi dada à imprensa pelo presidente neste ano. No entanto, apesar do destaque dado, nota-se que as associações feitas com a palavra imprensa tem função de negatizar este termo. Com destaque para as palavras: Besteira; Mentira; Problema; e o termo *fake news*.

A literatura internacional sobre populismo de terceira onda havia indicado o uso do rótulo *fake news* de maneira armificada por essas lideranças. Neste sentido, ele se configura em uma arma da disputa da hegemonia na interpretação da realidade. Ao acusar a imprensa de realizar *fake news*, objetiva-se desacreditar o seu compromisso com a factualidade. Este fenômeno, identificado como *weaponization*, é um importante indicativo de que o presidente se aproxima das lideranças populistas de terceira onda e que seus discursos online carregavam um tom autoritário que o alinharia à cultura antidemocrática proposta por Inglehart e Norris (2019).

Partindo dos resultados da análise quantitativa auxiliada pelo IRAMUTEQ que indicava associação estatística entre imprensa e *fake news*, realizou-se uma análise qualitativa automatizada via *software* MAXQDA dos trechos em que o termo *fake news* apareceu no ano de 2019, e os resultados indicaram que em ao menos 41,9% das citações foi realizado o uso da estratégia de *weaponization* contra a imprensa.

No ano de 2020 há uma mudança substancial na frequência em que a grande imprensa aparece nas *lives*. Se antes havia a formação de um *cluster* exclusivo para esta temática, no ano seguinte a presença da grande imprensa nominalmente citada é reduzida em 62,13%, perdendo relevância estatística e deixando de configurar entre os termos de destaque. No entanto, a associação destes com qualificantes negativos permanece uma constante, com destaque para: “mentir” e “mentira”,

“maldade”, “desinformar”, “problema”, “besteira”, e “*fake news*”; tornando conveniente a investigação de *weaponization*. Apesar da redução no número de trechos citados, em 29,6% das vezes em que o termo *fake news* foi empregado em 2020 o intuito também foi de desacreditar a imprensa.

O que é possível aferir com estes resultados é que, apesar da redução na aparição da grande imprensa nas *lives* semanais, em ambos os anos há uma clara tentativa de desacreditação a partir da associação negativada do termo “imprensa”, além do uso da estratégia de *weaponization* para o ataque ao compromisso com a realidade dos veículos de informação.

Neste esteio, apesar da grande imprensa brasileira estar no mesmo campo léxico no ano de 2019, há uma notória diferença no tratamento com cada um desses veículos. Ao passo que o grupo Globo, além de ser o mais citado pelo presidente em ambos os anos, somando 90 inserções, é também o veículo mais negativado por Bolsonaro. Não há em suas conexões diretas expostas pela análise de similitude qualquer tipo de associação positiva. Pelo contrário: tanto no ano de 2019, quanto no ano de 2020, as associações são com: “atrapalhar”, “mentira”, “bobo”, “canalha” e “vergonha”.

No que tange à relação do presidente com a Folha de São Paulo (FSP), há a associação com os adjetivos: agressivo e lixo. Ainda que possua um menor número de inserções, 46 somando ambos os anos, e um menor número de termos valorativos associados, o jornal permanece negativamente apresentado nos dois anos analisados. Além disso, o veículo foi o mais silenciado na transição de 2019 e 2020, com uma redução de 73% de sua frequência, sendo citado apenas 10 vezes no segundo ano de *lives*.

O quadro mais distinto entre os três veículos da grande imprensa é o do jornal O Estado de São Paulo (Estadão), que apesar de estar enquadrado no mesmo campo léxico que os demais (no ano de 2019), é significativamente menos citado pelo presidente, acumulando uma frequência de 17 inserções na soma dos dois anos, e quando citado, não é associado a qualquer adjetivo ou termo que pudesse demonstrar qualquer aproximação de cunho valorativo.

Entre as mudanças de estratégias de enfrentamento contra a imprensa no ano de 2020 surge a presença da Jovem Pan nas *lives*. O veículo que no ano

anterior não havia sido citado passa a fazer parte da programação das transmissões. Nestas ocasiões, os jornalistas apresentadores do programa Pingos nos Is enviavam perguntas previamente acessadas e analisadas pelo presidente e sua equipe que, por sua vez, selecionavam ministros e secretários do governo para respondê-las. Em troca da possibilidade de diálogo com o chefe de Estado, a emissora se comprometia a retransmitir a *live* na íntegra ao vivo em sua programação.

A emissora acolhida pelo presidente recebeu bastante destaque em seus discursos, aparecendo por 341 vezes. Além disso, todas associações feitas com seu nome, de seus jornalistas e de seu programa são positivadas com os termos: “responsabilidade” e “excelente”.

Os custos ao se associar a Bolsonaro parecem cobrar não apenas a autonomia da emissora, mas mina a própria possibilidade da produção de jornalismo político. Retirando de suas funções a capacidade de reelaboração dos fatos e produção da notícia. Ao acumular poderes, Bolsonaro anula a função de *watchdog* e *accountability* da imprensa, e gera uma nova forma de controle sob aquilo que é veiculado. Ainda que este não seja o objetivo central desta pesquisa, os achados acerca da relação entre o presidente e a Jovem Pan são notáveis o suficiente para registro e parecem gerar fonte frutífera para pesquisas futuras.

Em síntese, ainda que a imprensa brasileira tenha sofrido diversos ataques, sejam eles direcionados a veículos de comunicação específicos, sejam eles associados a própria ideia de imprensa; esses ataques não se dão de maneira homogênea, ao passo que são mais direcionados a Globo e a Folha de São Paulo (FSP) do que ao jornal O Estado de São Paulo (Estadão). Além disso, para além da grande imprensa, a emissora jovem pan é extensivamente positivada pelo presidente. No entanto, é necessário o reconhecimento que esta valorização não extrapola a ideia de controle da narrativa e tentativa de burlar os “*players*” de veto, já que apenas por meio dele este veículo poderia ser legitimado como porta-voz exclusivo, uma vez que essa valorização passa pelo controle direto sobre a produção e veiculação da notícia.

Por fim, o “*Digital News Report*” apontou que os índices de confiança na imprensa estavam em queda no mundo desde 2016, registrado no relatório de 2017,

tiveram melhora durante a pandemia do Covid-19, o que trouxe alguma expectativa de retomada do papel da imprensa na produção de notícias. No entanto, o relatório disponibilizado do ano de 2023 aponta para um decréscimo na confiança do público na mídia *mainstream* que alcança todos os mercados do mundo. No caso do Brasil, o decréscimo é de 5 pontos percentuais em relação ao ano anterior (2022) e uma queda ainda mais significativa - 12% - em relação a 2016.

A crise de autoridade gerada pelo processo de deslegitimação da imprensa e a associação do fazer jornalístico com desinformação; mentiras; e propagação de *fake news*; alcança todos agentes envolvidos no campo. Os ataques ao sistema perito, ainda que sentidos de maneiras diferentes por cada grupo, atinge o sistema de maneira frontal. O que leva ao questionamento da imprensa enquanto instituição democrática; limita suas ações de fiscalização de possíveis arroubos tirânicos e a impede de salvaguardar as liberdades cidadãs. Isso se agrava quando, além das alterações no ecossistema midiático e mudança do papel das audiências na produção de conteúdo, líderes políticos ao redor do globo utilizam de seu prestígio e comunicações diretas para atingir essa credibilidade. Cabe agora a pesquisas futuras auxiliar na problematização e análise do impacto destas posturas sobre o jornalismo e a própria democracia.

## 6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARAÚJO, Bruno; PRIOR, Hélder; GUAZINA, Liziane. O populismo como fenómeno de comunicação-Entrevista com Gianpietro Mazzoleni. **Mediapolis–Revista de Comunicação, Jornalismo e Espaço Público**, n. 12, p. 179-183, 2021.

GUAZINA, Liziane. Novos e velhos desafios para as democracias em tempos de populismo. **Compólitica**, v. 9, n. 3, p. 215-224, 2019.

AMORIM, Ana Paola. A imprensa no governo Bolsonaro sob os ataques à liberdade de expressão. O governo Bolsonaro. Retrocesso democrático e degradação política, p. 467-480, 2021.

ALLCOTT, Hunt; GENTZKOW, Matthew. Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of economic perspectives*, v. 31, n. 2, p. 211-36, 2017.

ALBUQUERQUE, Alfonso. Um outro "Quarto Poder": imprensa e compromisso político no Brasil. *Contracampo*, [s. l.], p. 23-57, janeiro 2000. DOI

- <https://doi.org/10.22409/contracampo.v0i04.414>. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/contracampo/article/view/17299>. Acesso em: 1 jul. 2022.
- ALBUQUERQUE, Afonso. A modernização autoritária do jornalismo brasileiro. **Alceu**, v. 10, n. 20, p. 100-115, 2009.
- ALBUQUERQUE, Afonso. On models and margins. **Comparing media systems beyond the western world**, p. 72-95, 2011.
- ALBUQUERQUE, Afonso. O paralelismo político em questão. **ComPolítica**, v. 2, n. 1, p. 5-28, 2012.
- AZEVEDO, F. **A grande imprensa e o PT (1989-2014)**. São Carlos: EDUFSCar, 2017.
- AZEVEDO, F. Mídia e democracia no Brasil: Relações entre o sistema de mídia e o sistema político. Campinas: Opinião Pública, ano 1, v. 12, p. 88-113, abril/maio 2006. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/op/a/TzJkgQBnG64hk5QyKCCv5NR/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 1 jul. 2022.
- BARROS, Thomás Zicman; LAGO, Miguel. **Do que falamos quando falamos de populismo**. Companhia das Letras, 2022.
- BENNETT, W. Lance; LIVINGSTON, Steven. The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. **European journal of communication**, v. 33, n. 2, p. 122-139, 2018.
- CAMARGO, B. V; JUSTO, A.M. Tutorial para uso do software de análise textual Iramuteq. 2021. Disponível em <http://www.iramuteq.org/documentation>
- CANOVAN, Margaret. Trust the people! Populism and the two faces of democracy. *Political studies*, v. 47, n. 1, p. 2-16, 1999.
- CANOVAN, Margaret. **Populism**. Nova Iorque: HBJ, 1981.
- CARVALHO, Olavo de. O jardim das aflições - de Epicuro à ressurreição de César: ensaio sobre o materialismo e a religião civil. Rio de Janeiro: Vide, 2015.
- CINELLI, Matteo et al. The echo chamber effect on social media. **Proceedings of the National Academy of Sciences**, v. 118, n. 9, p. e2023301118, 2021.
- CHAMBERS, Simone. Truth, deliberative democracy, and the virtues of accuracy: is fake news destroying the public sphere?. **Political Studies**, v. 69, n. 1, p. 147-163, 2021.

- COHEN, Jeffrey E. Presidential rhetoric and the public agenda. **American journal of political science**, p. 87-107, 1995.
- COOK, Timothy E. O jornalismo político. *Revista Brasileira de Ciência Política*, p. 203-247, 2011
- DAHL, R. A Poliarquia. São Paulo: Editora USP, 2005
- DEARING, James W.; ROGERS, Everett M. **Agenda-setting**. Sage, 1996.
- Digital News Report (2017). Reuters Institute Digital News Report 2017. University of Oxford. Recuperado de [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web\\_0.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf).
- Digital News Report (2023). Reuters Institute Digital News Report 2023. University of Oxford. Recuperado de <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023>.
- ENGESSER, S., FAWZI, N., LARSSON A. Populist online communication: introduction to the special issue, *Information, Communication & Society*. 2017. DOI:10.1080/1369118X.2017.1328525
- FARHALL, Kate et al. Political elites' use of fake news discourse across communications platforms. **International Journal of Communication**, v. 13, 2019.
- FARKAS, J.; SCHOU, J. **Fake news as a floating signifier**: hegemony, antagonism and the politics of falsehood. *Javnost – The Public*, v. 25, n. 3, 2018, pp. 298-314.
- GOMES, Ângela de Castro. **A invenção do trabalhismo**. Editora FGV, 1988.
- GOMES, Ângela de Castro. O populismo e as ciências sociais no Brasil. **O populismo e sua história**, v. 53, 1996.
- GUAZINA, Liziane. Novos e velhos desafios para as democracias em tempos de populismo. **Compólitica**, v. 9, n. 3, p. 215-224, 2019.
- HALLIN, Daniel C.; MANCINI, Paolo. **Comparing media systems: Three models of media and politics**. Cambridge university press, 2004.
- HALLIN, Daniel C.; MANCINI, Paolo. Western media systems in comparative perspective. **Media and society**, p. 103-21, 2010.

- LACLAU, E. **Política e ideología en la teoría Marxista**: Capitalismo, fascismo, populismo. Londres: Verso, 1980.
- LYNCH, Christian; CASSIMIRO, Paulo Henrique. **O populismo reacionário: ascensão e legado do bolsonarismo**. Editora Contracorrente, 2022.
- MANIN, Bernard. As metamorfoses do governo representativo. **Revista brasileira de ciências sociais**, v. 10, n. 29, p. 5-34, 1995.
- MANIN, Bernard. A democracia do público reconsiderada. *Novos estudos CEBRAP*, p. 115-127, 2013.
- MAZZOLENI, Gianpietro. Media e populismo: un ambiguo connubio. **COMUNICAZIONE POLITICA**, n. 2003/2, 2003.
- MAZZOLENI, Gianpietro. Mediatization and political populism. In: *Mediatization of politics: Understanding the transformation of western democracies*. London: Palgrave Macmillan UK, 2014. p. 42-56.
- MCCOMBS, Maxwell E.; SHAW, Donald L. The agenda-setting function of mass media. **Public opinion quarterly**, v. 36, n. 2, p. 176-187, 1972.
- MCNAIR, Brian. *Fake news: Falsehood, fabrication and fantasy in journalism*. Oxon, UK: Routledge, 2018.
- MCQUAIL, Denis. *A atuação da mídia: comunicação de massa e interesse público*. Porto Alegre: Penso, 2012
- MIGUEL, Luis Felipe. O jornalismo no novo ambiente comunicacional: Uma reavaliação da noção do "jornalismo como sistema perito". *Tempo Social*, v. 34, p. 195-216, 2022.
- MIGUEL, L. F. Jornalismo, polarização política e a querela das fake news. In: *Estudos em Jornalismo e Mídia*. v. 16, n. 2. 2019. p. 46-58
- MUDDE, Cas. **The Far-Right Today**. 1. ed. [S. I.]: Polity, 2019.
- MUDDE, Cas; KALTWASSER, Cristobal Rovira. **Populism: A very Short introduction**. 2. ed. USA: Oxford University Press, 2017.
- NORRIS, Pippa; INGLEHART, Ronald. **Cultural Backlash: Trump, Brexit, and Authoritarian Populism**. 1. ed. [S. I.]: Cambridge University Press, 2019.
- NORRIS, Pippa, 'Watchdog Journalism', in Mark Bovens, Robert Goodin, and Thomas Schillemans (eds), *The Oxford Handbook of Public Accountability* (2014;

- online edn, Oxford Academic, 4 Aug. 2014), <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199641253.013.0015>, accessed 21 Jan. 2024.
- O'DONNELL, Guillermo. Accountability horizontal e novas poliarquias. *Lua Nova: Revista de Cultura e Política*, Brasil, n. 44, p. 27-54, jan. 1998. DOI <https://doi.org/10.1590/S0102-64451998000200003>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ln/a/jbXvTQR88QggqcdWW6vXP8j/?lang=pt>. Acesso em: 1 jul. 2022.
- OLIVEIRA, G. S. *Relações de agenda e enquadramento entre a imprensa e a propaganda negativa eleitoral nas eleições presidenciais de 2014*, 2017. 246p. Tese de Doutorado.
- PANIZZA, Francisco. Neopopulism and its limits in Collor's Brazil. **Bulletin of Latin American Research**, v. 19, n. 2, p. 177-192, 2000.
- RICCI, Paolo; IZUMI, Mauricio; MOREIRA, Davi. O POPULISMO NO BRASIL (1985-2019) Um velho conceito a partir de uma nova abordagem. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 36, p. e3610707, 2021.
- SALVIATI, M. E. **Manual do Aplicativo IRAMUTEq**. 2017. Disponível em: <http://www.iramuteq.org/documentation/fichiers/anexo-manual-do-aplicativo-iramuteq-par-maria-elisabeth-salviati>
- SCHROEDER, R. The Dangerous Myth of Populism as a Thin Ideology. In: *Populism* 3. 2020. p. 13-28
- SOLANO, Esther et al. (Ed.). **O ódio como política: a reinvenção das direitas no Brasil**. Boitempo Editorial, 2018.
- STEPAN, Alfred. Para uma nova análise comparativa do federalismo e da democracia: federações que restringem ou ampliam o poder do demos. **Dados**, v. 42, p. 197-251, 1999.
- STRÖMBÄCK, Jesper (ed.). **Mediatization of Politics**: Understanding the transformation of western democracies. 1. ed. [S. l.]: Palgrave Macmillan, 2014. cap. 3, p. 42-56.
- SUNSTEIN, Cass. **# Republic: Divided democracy in the age of social media**. Princeton university press, 2018.
- SWANSON, David. El campo de la comunicación política. La democracia centrada en los medios. **Comunicación política**, p. 3-24, 1995.

TAMAKI, Eduardo Ryo; BRAGA, Cezar A P; FUKS, Mario. (2021) "A Drop in the Ocean or a Change in the Weather? Populism in Bolsonaro's Campaign Revisited." Team Populism, Leader Profile Series. Disponível em: [https://populism.byu.edu/App\\_Data/LeaderProfiles/A%20Drop%20in%20the%20Ocean%20or%20a%20Change%20in%20the%20Weather%20\(2021\).pdf](https://populism.byu.edu/App_Data/LeaderProfiles/A%20Drop%20in%20the%20Ocean%20or%20a%20Change%20in%20the%20Weather%20(2021).pdf). Acesso em: 5 jul. 2022.

TOCQUEVILLE, Alexis de. **A democracia na américa**: leis e costumes. São Paulo: Martins Fontes, 2005. Livro 1, 663 p

TULIS, Jeffrey. The rhetorical presidency. Princeton University Press, 2018.

WAISBORD, Silvio. Populismo e Mídia: O Neopopulismo na América Latina. In: Revista Contracampo, v. 28, n.3, ed. dez-mar, ano 2013. Niterói: Contracampo, 2013. Págs: 26-52

WAISBORD, Silvio. Truth is what happens to news: On journalism, fake news, and post-truth. **Journalism studies**, v. 19, n. 13, p. 1866-1878, 2018.

WEFFORT, Francisco Corrêa. O Populismo na Política Brasileira. Rio de Janeiro : Paz e Terra, 1978.