

ISABELLE LINS E SILVA GONÇALVES

**ÓDIO NA REDE: O DISCURSO DA BOLSOESFERA COMO
ESTRATÉGIA POLÍTICA ALCANÇA O TELEGRAM**

Rio de Janeiro

2023

ISABELLE LINS E SILVA GONÇALVES

ÓDIO NA REDE: O DISCURSO DA BOLSOESFERA COMO ESTRATÉGIA POLÍTICA ALCANÇA O TELEGRAM

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado no curso de Gestão Pública para o Desenvolvimento Econômico e Social do Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional da Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Bacharel.

Orientadora: Profa. Dra. Lalita Kraus

Rio de Janeiro

2023

CIP - Catalogação na Publicação

G635? Gonçalves, Isabelle Lins e Silva
Ódio na rede: o discurso da bolsoesfera como
estratégia política alcança o Telegram / Isabelle
Lins e Silva Gonçalves. -- Rio de Janeiro, 2023.
64 f.

Orientadora: Lalita Kraus.

Trabalho de conclusão de curso (graduação) -
Universidade Federal do Rio de Janeiro, Instituto
de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional,
Bacharel em Gestão Pública para o Desenvolvimento
Econômico e Social, 2023.

1. Política brasileira. 2. Discurso de ódio. 3.
Bolsoesfera. 4. Telegram. 5. Sociedade em rede. I.
Kraus, Lalita, orient. II. Título.

ISABELLE LINS E SILVA GONÇALVES

ÓDIO NA REDE: O DISCURSO DA BOLSOESFERA COMO ESTRATÉGIA POLÍTICA ALCANÇA O TELEGRAM

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado no curso de Gestão Pública para o Desenvolvimento Econômico e Social do Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional da Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Bacharel.

Aprovado em: 14/02/2023

BANCA EXAMINADORA



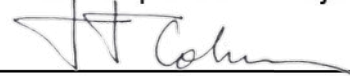
Profa. Dra. Lalita Kraus (orientadora)

Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional – IPPUR/UFRJ



Profa. Dra. Claudia Paiva Carvalho

Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional – IPPUR/UFRJ



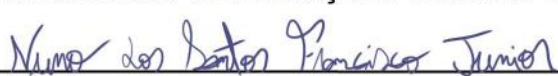
Profa. Dra. Tamara Tania Cohen Egler

Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional – IPPUR/UFRJ



Prof. Dr. Marcelo Castaneda de Araujo

Faculdade de Administração e Ciências Contábeis – FACC/UFRJ



Bel. Nuno dos Santos Francisco Junior

Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional – IPPUR/UFRJ

Documento assinado digitalmente



MARCELO CASTANEDA DE ARAUJO

Data: 08/03/2023 10:58:42-0300

Verifique em <https://verificador.iti.br>

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, aos que vieram antes. Gratidão à minha mãe e ao meu pai por terem dado o melhor que podiam para a minha criação e por terem me passado o valor existente na educação - a educação transforma. Agradeço ao meu parceiro e à família Melo por todo apoio, amor e suporte nesses muitos anos. Muito obrigada também aos meus colegas de graduação, que dividiram comigo o dia a dia universitário e me motivaram a continuar. Gratidão pela compreensão e instrução da minha orientadora Lalita e coorientador voluntário Nuno para que esse trabalho se concluísse.

Por fim, agradeço a mim. Só eu sei dos processos e lutas que travei desde o ingresso até o fim da vida universitária. Sigo agora para o futuro com muita garra para continuar a materializar o caminho dos sonhos: viver em um mundo menos desigual social e economicamente.

RESUMO

O objetivo deste trabalho foi investigar e monitorar a presença e disseminação do discurso de ódio em grupos de apoiadores de Jair Bolsonaro no *Telegram*. Durante o período entre 15 de abril de 2022 e 15 de junho de 2022 foram monitorados 5 grupos públicos bolsonaristas e coletadas, manualmente, 263 mensagens qualificadas como discurso de ódio. Para isso, foi utilizado o método de busca por palavras-chave para a detecção da disseminação de mensagens de intolerância político-partidária, sexismo ou LGBTQIAP+fobia. Este material foi, posteriormente, analisado e categorizado, e os resultados evidenciaram a livre disseminação de conteúdo discriminatório na rede, a interligação entre plataformas bolsonaristas (bolsoesfera) e a impulsão do fenômeno de desinformação na dinâmica de grupos. Espera-se que o trabalho possa contribuir amplamente para o debate que versa acerca do estabelecimento de estratégias para mitigação da difusão de ideais discriminatórios no mundo digital e, conseqüentemente, defesa da democracia.

Palavras-chave: discurso de ódio; bolsoesfera; *telegram*; sociedade em rede.

ABSTRACT

The objective of this work was to investigate and monitor the presence and dissemination of hate speech in supporters groups of Jair Bolsonaro on Telegram. During the period between April 15, 2022 and June 15, 2022, 5 bolsonarist public groups were monitored and 263 messages classified as hate speech were manually collected. For this, the keyword search method was used to detect the dissemination of messages of political party intolerance, sexism or LGBTQIAP+phobia. This material was later analyzed and categorized, and the results showed the free dissemination of discriminatory content on the network, the interconnection between Bolsonarist platforms (bolsoesfera) and the impetus of the phenomenon of disinformation in the dynamics of groups. It is hoped that this work can contribute widely to the debate that deals with the establishment of strategies to mitigate the spread of discriminatory ideals in the digital world and, consequently, the defense of democracy.

Keywords: hate speech; bolsoesfera; telegram; network society.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Insulto à indivíduo com reafirmação de superioridade do emissor do discurso	17
Figura 2 - Discurso de Ódio Conspiracionista	18
Figura 3 - Mensagem sexista de insulto à indivíduo	49
Figura 4 - Mensagem LGBTQIAP+fóbica de insulto à indivíduo	50
Figura 5 - Mensagem coletada de conteúdo conspiracionista	51
Figura 6 - Mensagem coletada de reafirmação de superioridade	51
Figura 7 - Mensagem coletada de incitação à violência	52
Figura 8 - Mensagem de Ódio com redirecionamento ao “Jornal da Cidade” como link complementar	53
Figura 9 - Mensagem de Ódio com Mídia Complementar	54

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Principais Tipos de Intolerância	15
Quadro 2 - Exemplos de Discurso de Ódio utilizando conceitos de Brugger (2007)	16
Quadro 3 - Instrumentos jurídicos contra a discriminação em vigor no Brasil	19
Quadro 4 - Grupos públicos selecionados	42
Quadro 5 - Palavras-chave selecionadas para coleta de mensagens de discurso de ódio	45

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Nº de Mensagens de Discurso de Ódio por Tipos de Intolerância	47
Gráfico 2 - Nº de Mensagens de Discurso de Ódio por Categorização	48
Gráfico 3 - Nº Mensagens de Discurso de Ódio com Mídia ou Link Complementar	52
Gráfico 4 - Nº de Mensagens de Discurso de Ódio por Grupo Monitorado	55

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
2 O DISCURSO DE ÓDIO	14
2.1 Âmbito Jurídico Brasileiro	19
2.2 O Ódio na Sociedade em Rede	22
3 O DISCURSO DE ÓDIO NA POLÍTICA: A BOLSOESFERA	30
3.1 O Telegram	37
4 METODOLOGIA	41
5 O PANORAMA DO ÓDIO NO TELEGRAM	47
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	57
REFERÊNCIAS	59

1 INTRODUÇÃO

O discurso de ódio é uma manifestação de intolerância a grupos que compartilham características comuns, geralmente que sofrem ou sofreram, historicamente, exclusão ao acesso a direitos fundamentais, como mulheres, pessoas negras ou pertencentes à comunidade LGBTQIAP+, entre outros. Diante do avanço da tecnologia e relevância das mídias sociais, vivemos em uma sociedade cada vez mais conectada e a disseminação de ideais discriminatórios tornou-se um problema social global, massivo e sem fronteiras. O discurso de ódio proliferado nas redes sociais articula e mobiliza pessoas em redes de ódio potentes, que interferem nas relações sociais e políticas, estruturando uma complexa dinâmica sociotécnica.

As eleições de 2018 foram marcadas por uma ampla participação e protagonização do espaço digital como *locus* da desinformação e reprodução de discurso de ódio em grande escala, fortalecendo o movimento de polarização e a visão do outro como inimigo, principalmente através do *Whatsapp*. Na pandemia da Covid-19, a disseminação de *fake news* se mostrou ainda mais potente neste tipo de plataforma, com a ascensão de movimentos negacionistas, ligados ao então presidente Jair Bolsonaro. Mais recentemente, o *Telegram* vem tomando protagonismo como uma alternativa ao *Whatsapp* por possuir uma menor mediação de conteúdo. Com isso, autoridades começaram a demonstrar preocupação com a atuação da plataforma como um dos antros de desinformação e redes de ódio durante o período eleitoral de 2022.

Tendo como ponto de partida a constatação que a plataforma estava sendo amplamente utilizada por eleitores bolsonaristas no período que precedia as eleições presidenciais de 2022, o presente trabalho se propõe a trazer luz à problemática do discurso de ódio *online* e seu uso político, tendo como objetivo específico a investigação e monitoramento da presença e disseminação desse tipo de discurso em grupos bolsonaristas no *Telegram*. Para tanto, definimos, primeiramente, o discurso de ódio do ponto de vista teórico para, posteriormente, identificar as suas dimensões nos grupos observados na pesquisa. Do ponto de vista metodológico escolhemos acompanhar e analisar as mensagens de 5 grupos

públicos de apoiadores do presidente Jair Bolsonaro no *Telegram* durante o período de 2 meses. Após a seleção e ingresso nos grupos, coletamos as mensagens contendo discurso de ódio, as analisamos e, por fim, as categorizamos.

Dividimos o trabalho em 5 capítulos. Após a introdução, o capítulo 2 trata de explicar e exemplificar o que é o discurso de ódio, suas características e tipificações. Perpassando pela sistematização dos instrumentos jurídicos válidos no Brasil que abordam temas correlatos ao discurso de ódio, trazendo à luz a falta de identificação legal específica desta questão. O fenômeno é, também, apresentado e contextualizado no contexto da sociedade em rede, discorrendo acerca das características que tornam o ambiente digital um espaço sociotécnico propício para que as pessoas ajam de maneira mais nociva do que agiriam no espaço físico.

O capítulo 3 introduz a questão do aparato comunicacional de interligação de redes bolsonaristas, que atuam de maneira consonante para a disseminação de conteúdo em massa, apelidado por Leticia Cesarino (2018) de bolsoesfera. Nesse âmbito, é apresentado também o *Telegram* e suas características, além do contexto midiático que o trouxe para os holofotes em 2022.

O capítulo 4 aborda a estrutura metodológica de seleção, investigação e monitoramento de grupos públicos do *Telegram*. Seguido pelo capítulo 5 que exhibe os resultados da análise das mensagens. Por fim, o capítulo 6 trata das considerações finais deste estudo.

2 O DISCURSO DE ÓDIO

A liberdade de expressão é um direito fundamental para o funcionamento de uma democracia. Todavia, muito tem-se debatido acerca do limite dessa garantia até que se manifeste enquanto uma forma de violência.

A disseminação de ideias que expressam e incitam a discriminação de qualquer espécie, fere os direitos universais garantidos a todo e qualquer indivíduo, independente de suas singularidades. Este fenômeno é entendido pela literatura como “*hate speech*” ou, em tradução ao português, “discurso de ódio” e, ao ser proliferado também no espaço digital, torna-se um problema social global. Apesar da extensa literatura disponível sobre o tema, não há um grande consenso acerca da definição discurso de ódio, deixando uma lacuna no que cerne a sua identificação legal e, conseqüentemente, ao combate e enfrentamento deste fenômeno.

Em geral, assim como apontado por Cohen-Amagor (2011) o discurso de ódio é identificado como um discurso hostil e malicioso motivado pelo preconceito à características inatas de uma pessoa ou grupo, incluindo sexo, raça, religião, etnia, cor, nacionalidade, deficiência ou orientação sexual, expressando discriminação, intimidação, desaprovação, atitudes antagônicas e/ou preconceituosas em relação a essas características. De forma semelhante, Sarmiento (2006, p. 2), o define como expressões de “manifestações de ódio, desprezo ou intolerância contra determinados grupos, motivadas por preconceitos ligados à etnia, religião, gênero, deficiência física ou mental e orientação sexual, dentre outros fatores”.

A partir destas conceituações, nota-se que não há uma delimitação exata no que tange os possíveis grupos alvo de manifestações de ódio. Todavia, a partir de estudos analisados (SILVA, 2018; COMUNICA QUE MUDA, 2016), foram identificadas e sistematizadas no quadro 1 os principais tipos de intolerância que estruturam o discurso de ódio na sociedade atual.

Quadro 1 - Principais Tipos de Intolerância

	Tipificações	Descrição
1	Intolerância Político-Partidária	Relacionada a intolerância à ideologia política contrária. Crença da superioridade dos ideias de um espectro, partido ou associação política e rejeição, discriminação e ódio à qualquer ideologia ou associação contrária.
2	Intolerância Religiosa	Relacionada a intolerância ao credo ou fé contrária. Crença da superioridade de uma religião, prática ou fé e rejeição, discriminação e ódio à qualquer religião, prática ou fé contrária.
3	Sexismo (Misoginia)	Afirmação da ideia de inferioridade do sexo feminino diante do masculino. Ideal discriminatório relacionado a crença em estereótipos quanto à aparência, atos, habilidades, emoções e papéis sociais, de acordo com o sexo.
4	LGBTQIAP+fobia	Discriminação à população LGBTQIAP+, relacionada à intolerância a diversidade de gênero e orientação sexual.
5	Racismo	Discriminação social, com fundo histórico-estrutural, relacionado a ideia de inferioridade de certos grupos étnicos-raciais.
6	Xenofobia	Discriminação social, geralmente com fundo histórico-estrutural, acerca da inferioridade de certos grupos de pessoas estrangeiras e migrantes.
7	Aporofobia	Discriminação social, baseada na crença de inferioridade de pessoas pobres. Pobreza entendida apenas como demérito individual, sendo categorizado como inferior.
8	Capacitismo	Discriminação social baseada na crença em pessoas com deficiência como incapazes ou inferiores.
9	Etarismo	Discriminação social baseada na crença em pessoas idosas como incapazes ou inferiores.
10	Gordofobia	Discriminação social, baseada na crença em pessoas gordas como inferiores. Corpo gordo entendido como demérito.

Fonte: Elaboração Própria.

Considerando a identificação das 10 categorias, torna-se evidente a amplitude de possíveis grupos alvo de manifestação de ódio. Nota-se que todos os grupos relacionados às intolerâncias identificadas passaram por processos histórico-sociais de discriminação e negação de direitos sociais.

Para além das tipificações acima propostas, o discurso de ódio também possui características que possibilitam a sistematização categórica de seu conteúdo.

A partir de uma conceituação inicial similar a Cohen-Amagor (2011) e Sarmiento (2006), Brugger (2007), traz de forma enriquecedora a divisão do discurso de ódio em dois atos: insulto e instigação de violência. O insulto ou difamação é “entendido como um ataque ilícito à honra de outra pessoa mediante a demonstração intencional de falta de respeito” (BRUGGER, 2007, p. 124). Esta forma está relacionada ao ataque a grupos ou a indivíduos em função de sua relação e pertencimento ao grupo específico objeto de discriminação. A instigação de violência, por sua vez, reflete uma difamação coletiva sugerida através de “ataques de ódio contra ‘setores da população’” (Ibid, p. 128) incitando explicitamente ações violentas contra os componentes e grupos específicos. Neste trabalho, entende-se que estes grupos estão relacionados aos tipos de intolerância identificados no quadro 1.

A partir das caracterizações propostas por Brugger (2007), é possível observar, diferenciar e classificar manifestações de discurso de ódio. No quadro 2 são indicados exemplos a respeito.

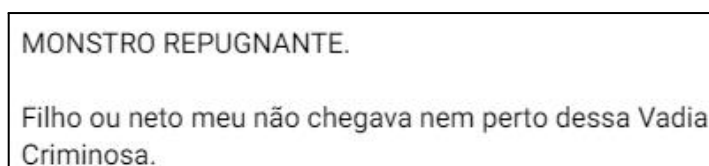
Quadro 2 - Exemplos de Discurso de Ódio utilizando conceitos de Brugger (2007)

INSULTO	1. À individuo(s)	<p>Circulando na Rede: Estrelas de Satanás.</p> <p>Xuxa diz que Anitta é hoje o que ela foi nos anos 80 e 90.</p> <p>RESTA SABER QUEM É MENOS PIOR.</p> <p>1- A PUTA DOS BAIXINHOS E PEDOFILA.</p> <p>2- A PUTA QUE TATUOU O TÓBA E OFERECEU O COOL PRO PUTIN.</p> <p>🤔🤔🤔🤔🤔</p>
	2. À grupos	<p>Bando de imorais...apátridas....vendilhões de nossa nação.....essa esquerdalha usou esta fraudemia para vender boa parte da Bahia...esses desgraçados.....</p>
INSTIGAÇÃO DE VIOLÊNCIA	1. À individuo(s)	<p>Está vagabundo, tem que ser expulso das salas de aula, esquerdopata sem vergonha</p>
	2. À grupos	<p>Eu tenho um spray de pimenta malagueta fervida em óleo de oliva, pra vocês esperementarem petralhada. Esetêef e Estêe não mandam no Brasil.</p> <p style="text-align: right;">14:37</p>

Fonte: Elaboração própria. Mensagens coletadas nos grupos monitorados.

A partir dos exemplos, é possível observar nitidamente que o discurso de ódio é uma manifestação segregacionista direcionada a pessoas que compartilham características que as associam a um grupo alvo de discriminação. Neste ato, há uma tentativa de reafirmar a superioridade do emissor e a inferioridade do atingido, tido como inferior (SILVA *et al.*, 2011 apud NAPOLITANO; STROPPIA, 2017, p. 324). Segue, na figura 1, um exemplo de insulto à indivíduo que reforça a marcação da perspectiva indicada:

Figura 1 - Insulto à indivíduo com reafirmação de superioridade do emissor do discurso



MONSTRO REPUGNANTE.
Filho ou neto meu não chegava nem perto dessa Vadia Criminosa.

Fonte: Elaboração própria. Imagem de mensagem coletada de grupo monitorado.

Para além das categorizações apresentadas, estudos recentes (ALBUQUERQUE; QUINAN, 2019; FERNANDES, 2022; VERGANI *et al.*, 2022) têm encontrado de forma cada vez mais recorrente o discurso de ódio aliado a teorias da conspiração, como parte de um fenômeno de pós-verdade que se intensificou durante a pandemia da Covid-19. Este formato de discurso está frequentemente aliado a uma incitação de violência não direta, favorecendo a visão do outro como “inimigo” e favorecendo o processo de polarização. Esta categorização trata do uso do discurso para a disseminação de notícias e informações falsas e/ou distorcidas, em tom alarmante, fortalecendo a dicotomia “nós/eles” do processo de polarização. Durante o período pandêmico o discurso de ódio vinculado a asiáticos e judeus como atores centrais de teorias da conspiração vinculados a uma suposta tentativa de poder de uma nova ordem mundial, por exemplo, foi recorrentemente documentado nas redes sociais (VERGANI *et al.*, 2022).

Entendendo que os grupos que serão investigados possuíram, no Brasil, um papel central na disseminação de ideais negacionistas, voltados para anti-ciência e *fake news* conspiratórias durante, principalmente - mas não somente, a pandemia do novo coronavírus (ROCHA; BRANDÃO; SOUZA & CRUZ, 2020; KRAUS; MEIRA; BARBOSA, 2022), faz-se necessário a inclusão de um olhar diferenciado para este tipo de discurso.

Segue, na figura 2, um exemplo de discurso de ódio conspiracionista:

Figura 2 - Discurso de Ódio Conspiracionista

O Biden não fez comícios com multidões como o Trump, mas fraudaram as eleições e ele é hoje o Presidente dos EUA com toda a sua senilidade, perversidade e suspeitas de pedofilia ! É um dos piores governos dos últimos anos ! Vejo o mesmo cenário acontecer aqui no Brasil com o molusco perverso e cachaceiro sendo apresentado como líder nas pesquisas manipuladas, para corroborar e justificar a fraude das urnas não auditáveis e discursando como já se achando no poder e aqui as suspeitas de que haverá fraude estão mais claras como água, pois vemos as ações absurdas do STF com suas decisões ilegais e inconstitucionais à revelia das Leis e da Constituição e, o subterfúgio jurídico criado sem base legal, para limpar as condenações do ladrão e corrupto mor, sem igual no mundo e torná-lo elegível e, o fato mais que claro e transparente é o TSE não querer um pleito limpo e auditável, para esconder a fraude que estão preparando às nossas vistas ! O óbvio vai surpreender e, portanto, todo cuidado é pouco, pois num descuido e a esquerdalha, a politicalha corrupta, o crime organizado, com a China e a NOM globalista por trás dessa trama toda, eles se apossam do poder no Brasil e aí a cela vai se fechar, pois essa juventude doutrinação jamais vai poder se livrar dos ladrões de tudo de todos ! 🤔

Fonte: Elaboração própria. Mensagem coletada de grupo monitorado.

Em suma, o discurso de ódio pode ser identificado através do teor contido no texto, ou seja, que envolva: insulto, instigação à violência, afirmação de superioridade ou teorias da conspiração. Diante do exposto, pode-se compreender que o discurso de ódio “afronta o direito à igualdade e, conseqüentemente, fragiliza a efetividade dos princípios da não discriminação e da dignidade da pessoa humana” (NAPOLITANO; STROPPIA, 2017, p. 324). Desta forma, a intervenção do

Estado nesta questão de âmbito público é fundamental para a garantia do exercício pleno dos direitos fundamentais de cada indivíduo.

2.1 Âmbito Jurídico Brasileiro

O fenômeno do discurso de ódio, apesar de não ser novo, não possui instrumento jurídico específico em termos legais. Porém, existem uma série de mecanismos vigentes do Brasil que versam acerca das manifestações de ódio e discriminação a grupos em geral, sendo historicamente marginalizados ou não. O quadro 3 sintetiza os principais instrumentos jurídicos.

Quadro 3 - Instrumentos jurídicos contra a discriminação em vigor no Brasil

INSTRUMENTO	DATA	TRECHO DE ARTIGO REFERENTE:
Declaração Universal dos Direitos Humanos	Assinada em: 10/12/1948	Art. 2. 1. Todo ser humano tem capacidade para gozar os direitos e as liberdades estabelecidos nesta Declaração, sem distinção de qualquer espécie, seja de raça, cor, sexo, língua, religião, opinião política ou de outra natureza, origem nacional ou social, riqueza, nascimento, ou qualquer outra condição.
Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 (CF 88)	Assinada em: 05/10/1988	Art. 5. Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade.
Lei nº 7.716 que define os crimes resultantes de preconceito de raça ou de cor.	Promulgada em: 05/01/1989	Art. 20. Praticar, induzir ou incitar a discriminação ou preconceito de raça, cor, etnia, religião ou procedência nacional. (Redação dada pela Lei nº 9.459, de 15/05/97) Pena: reclusão de um a três anos e multa.(Redação dada pela Lei nº 9.459, de 15/05/97) § 2º Se qualquer dos crimes previstos no caput é cometido por intermédio dos meios de comunicação

		social ou publicação de qualquer natureza: (Redação dada pela Lei nº 9.459, de 15/05/97) Pena: reclusão de dois a cinco anos e multa.(Incluído pela Lei nº 9.459, de 15/05/97)
Pacto Internacional sobre Direitos Civis e Políticos (Decreto nº 592, de 6 de Julho de 1992)	Entrou em vigor, para o Brasil, em: 24/04/1992.	Art. 20. 1. Será proibida por lei qualquer propaganda em favor da guerra. 2. Será proibida por lei qualquer apologia do ódio nacional, racial ou religioso que constitua incitamento à discriminação, à hostilidade ou a violência.
Convenção Americana de Direitos Humanos	Assinada em: 22/11/1969; Ratificada pelo Brasil em: 25/09/1992	Art. 13. Liberdade de pensamento e de expressão. 5. A lei deve proibir toda propaganda a favor da guerra, bem como toda apologia ao ódio nacional, racial ou religioso que constitua incitação à discriminação, à hostilidade, ao crime ou à violência.
Estatuto da Igualdade Racial	Promulgada em: 20/07/2010	Art. 26. O poder público adotará as medidas necessárias para o combate à intolerância com as religiões de matrizes africanas e à discriminação de seus seguidores, especialmente com o objetivo de: I - coibir a utilização dos meios de comunicação social para a difusão de proposições, imagens ou abordagens que exponham pessoa ou grupo ao ódio ou ao desprezo por motivos fundados na religiosidade de matrizes africanas
Marco Civil da Internet (Lei Nº 12.965)	Promulgada em: 23/04/2014	Art. 2. A disciplina do uso da internet no Brasil tem como fundamento o respeito à liberdade de expressão, bem como: II - os direitos humanos, o desenvolvimento da personalidade e o exercício da cidadania em meios digitais; III - a pluralidade e a diversidade;

Fonte: Levantamento feito pela autora com base na legislação ligada ao tema.

Em 1948, pós-Segunda Guerra Mundial, diante da necessidade de evitar que as atrocidades do Holocausto se repitam, a Organização das Nações Unidas promulgou a Declaração Universal dos Direitos Humanos (ONU, 1948). Com mais de 58 países signatários à época - dentre eles o Brasil - a Declaração Universal dos Direitos Humanos estabeleceu, em âmbito internacional, um compromisso universal de promoção da igualdade de direitos e liberdades entre todos.

Entretanto, no período após a Declaração Universal dos Direitos Humanos, o Brasil se negou a ratificar outros tratados internacionais de direitos humanos, afirmando que estes feriam os princípios da soberania nacional do Estado brasileiro (BARBOSA, 2018). Neste cenário, apenas após o fim do Regime Militar (1964 - 1985) e com o processo de construção da nova constituinte em meio a redemocratização do país, o Brasil retomou os avanços direcionados à garantia de direitos.

Em 1988, foi promulgada a nova Constituição Federal da República Federativa do Brasil (BRASIL, 1988), que reforçou a dignidade da pessoa humana, trazendo também para o papel do Estado a necessidade de promoção e garantia de direitos sociais. Conhecida como Constituição Cidadã, o documento foi fundamental para a retomada do progresso na luta contra as discriminações, culminando na ratificação de novos tratados e promulgação de legislações complementares.

Para além da Constituição, surgiram posteriormente leis específicas com o objetivo de complementar o combate às diversas formas de discriminação. Em 2010, é promulgado o Estatuto da Igualdade Racial (BRASIL, 2010) que aborda, dentre outras questões, a necessidade do Estado Brasileiro coibir manifestações discriminatórias e de intolerância étnica nos meios de comunicação. Já em 2014, é aprovado o Marco Civil da Internet (BRASIL, 2014), que, diante da necessidade de regulação do novo mundo digital, tinha como objetivo estabelecer princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da *Internet* no Brasil. Em seu escopo, mesmo de maneira breve, este instrumento reforça a fundamentação da garantia da dignidade humana e liberdade, e o respeito à pluralidade e diversidade no espaço digital.

Apesar dos instrumentos jurídicos supracitados versarem acerca do fator discriminatório do discurso de ódio, ainda há a necessidade da fixação de parâmetros legais para enquadramento de um discurso como sendo de ódio no Brasil, de modo a não suprimir a proteção às liberdades individuais, incluindo a liberdade de expressão, que é “diretamente associada à garantia da dignidade da pessoa humana e da democracia” (STROPPIA; ROTHENBURG, 2015, p. 451).

Além disso, a problemática do discurso de ódio recebe contornos ainda mais complexos quando disseminado no ambiente digital. Desse modo, para o entendimento do fenômeno, em geral, é necessário que sua caracterização seja contextualizada no atual contexto da sociedade em rede para que possamos compreender a sua real dimensão através da dinâmica de difusão, viralização e instrumentalização política.

2.2 O Ódio na Sociedade em Rede

Vivemos numa sociedade cada vez mais conectada. De acordo com dados do *International Telecommunication Union* (ITU), agência das Nações Unidas para tecnologias da informação e da comunicação, ao menos 60% da população mundial teve acesso à internet em 2020 (ITU, 2022). Quando olhamos para o Brasil neste mesmo período, 81% da população esteve conectada (ITU, 2020). O relatório digital publicado em parceria entre a *We Are Social* e a *Hootsuite* (2021), levanta que, em janeiro de 2021, havia cerca de 4,66 bilhões de pessoas em todo o mundo usando a internet, desses, 4,2 bilhões são usuários de mídia social, ou seja, mais de 90% da população mundial com acesso à *Internet* utiliza as plataformas de mídia social de forma recorrente.

Analisando Castells (2006), é possível constatar que as redes sociais podem ser entendidas como tecnologias de comunicação e informação que promovem a transmissão e recepção de mensagens, transcendendo fronteiras e assumindo um caráter globalizado que fomenta o fenômeno da “sociedade em rede”. Este novo

formato social, de acordo com Castells (2006), promove o aumento da interação digital, intensificando a interação social populacional:

A maior parte das vezes os utilizadores de Internet são mais sociáveis, têm mais amigos e contactos e são social e politicamente mais ativos do que os não utilizadores. Além disso, quanto mais usam a Internet, mais se envolvem, simultaneamente, em interações, face a face, em todos os domínios das suas vidas. Da mesma maneira, as novas formas de comunicação sem fios, desde o telefone móvel aos SMS, o WiFi e o WiMax, fazem aumentar substancialmente a sociabilidade, particularmente nos grupos mais jovens da população. A sociedade em rede é uma sociedade hipersocial, não uma sociedade de isolamento (CASTELLS, 2006, p. 23).

Contudo, há um diferencial crucial deste novo meio social. A sociedade em rede e o movimento hipersocial provocado pela dinâmica digital promovem a emergência do que Castells (2006) chama de comunicação de “massa autocomandada”, ou seja, há o surgimento de redes horizontais de comunicação, que independem das mídias tradicionais e meios de comunicação oficiais de governos. Essa comunicação é massiva por não possuir fronteiras, o que otimiza o potencial de difusão global das informações, todavia é o fator de “autocomando” que muda a dinâmica social do mundo atual, assim como resumido nas palavras do autor:

A comunicação entre computadores criou um novo sistema de redes de comunicação global e horizontal que, pela primeira vez na história, permite que as pessoas comuniquem umas com as outras sem utilizar os canais criados pelas instituições da sociedade para a comunicação socializante. Assim, a sociedade em rede constitui comunicação socializante para lá do sistema de mass media que caracterizava a sociedade industrial. Mas não representa o mundo de liberdade entoada pelos profetas da ideologia libertária da Internet. (CASTELLS, 2006, p. 24).

Essa intensificação das relações virtuais produz novos espaços sociopolíticos em que a dinâmica de interação é construída a partir da produção e compartilhamento de discursos neste novo espaço supostamente não mediado, onde são enunciadas e impostas estruturas simbólicas que refletem valores e visões de mundo dos emissores (KRAUS, 2022). As redes sociotécnicas se associam à diferentes agentes sociais em torno de objetivos compartilhados (EGLER; COSTA; NEVES, 2020). Trataria-se, assim, de um “processo de transformação da política, em que podemos observar a manifestação de muitos atores, uma comunicação de

todos para todos, para a enunciação de discursos políticos que vão além das formas tradicionais de organização política” (EGLER; COSTA; NEVES, 2020, p. 2).

Deste modo, a imposição e o compartilhamento de sistemas simbólicos pode ser transmitida, sem maiores restrições, por todos que desejarem enunciar suas percepções de mundo, implicando também a difusão de sistemas simbólicos discriminatórios e antidemocráticos, tanto de maneira individualizada, quanto através de grupos extremistas antidemocráticos organizados, que utilizam o espaço de forma encoberta para a disseminação de seus ideais.

Já em 2001, mesmo com o nível de acesso global à *Internet* notadamente inferior aos dias de hoje, a comunidade internacional participante da *Conferência Mundial contra o Racismo, Discriminação Racial, Xenofobia e Intolerância Correlata* já expressava, por meio de uma Declaração oficial, sua preocupação com a disseminação de ideias baseadas na noção de superioridade racial através do uso das novas tecnologias de comunicação (ONU, 2001). Nos últimos anos cresceu exponencialmente a preocupação nacional e internacional com a disseminação de discursos que articulam expressões de inferiorização e desumanização em âmbito digital.

Para compreender o fenômeno da proliferação do discurso de ódio na sociedade contemporânea adotamos o ponto de vista proposto por Silva *et al.* (2011, p. 446) segundo o qual “o mundo virtual serve como mecanismo privilegiado de projeção do ser humano, tal qual um espelho”. Deste modo, ele reflete virtualmente os aspectos pré-existentes no contexto social. Assim, entendendo que a discriminação e os crimes de ódio fazem parte da história da humanidade, acreditar que o mundo virtual não contemplaria tal prática seria uma utopia.

Porém, a dinâmica digital não só refletiu este aspecto, como potencializou as manifestações discriminatórias. Este fenômeno ocorre devido, principalmente, às características que compõem a dinâmica presente no ambiente virtual, tornando este um espaço propício para que as pessoas ajam de maneira mais nociva, antidemocrática e violenta do que no espaço físico. Optamos por apresentar algumas dessas características que explicam a disseminação do discurso de ódio na

esfera digital, a saber: anonimato, distanciamento entre o receptor e emissor, mobilização de grupos, polarização de grupos, cascata de informações, permanência indeterminada e itinerância, alcance potencial.

a. Anonimato

O anonimato na *Internet* permite que as pessoas se sintam libertas das normas sociais, ou seja, de corresponder às expectativas sociais de um comportamento adequado, ocasionando com que se expressem de forma mais honesta e espontânea. De acordo com Citron (2014, p. 58, tradução nossa) “quando os indivíduos acreditam, com ou sem razão, que seus atos não serão atribuídos a eles pessoalmente, tornam-se menos preocupados com as convenções sociais”. As pessoas estão mais inclinadas a agir com base em preconceitos, ignorando normas sociais, quando acreditam que não podem ser identificadas, justamente por não se preocuparem com eventuais sanções externas.

Todavia, é importante ressaltar que o anonimato é essencial para a garantia da liberdade de expressão universal em alguns contextos de violações de direitos, por exemplo. De acordo com Citron (2014):

Abundam os exemplos da importância do anonimato para comentários sobre política, cultura e questões sociais. Dissidentes políticos documentam abusos governamentais em sites de microblogs porque podem disfarçar seus nomes reais. Os adolescentes compartilham suas preocupações sobre se assumirem para familiares e amigos em sites LGBT porque não estão preocupados em serem identificados. Sob o manto do anonimato, os novos pais estão mais dispostos a ser honestos sobre as dificuldades de criar os filhos sem se preocupar em serem rotulados de pais ruins (CITRON, 2014, p. 61, tradução nossa).

Diante do exposto, evidencia-se a complexidade da questão. O anonimato por si só não é de todo “bom” ou “ruim”, ele pode ser usado tanto para fins antidemocráticos, quanto para o exercício da sua própria liberdade em contextos onde há restrição de direitos.

b. Distanciamento entre o receptor e emissor

Mesmo em interações *online* onde as identidades das pessoas são conhecidas, ou seja, quando há identificação por algum meio cadastral, os indivíduos tendem a agir como se vivessem um estado de “*anonimato percebido*”

(CITRON, 2014). De acordo com Citron (2014, p. 59, tradução nossa) “como as pessoas normalmente não podem ver aqueles com quem estão interagindo, elas vivenciam suas atividades como se os outros não soubessem quem elas são”.

Desse modo, mesmo que os indivíduos, ao ingressarem em algumas redes sociais, indiquem seus nomes, fotos e interesses pessoais reais, há a sensação de que suas ações estão submersas nas centenas de outras ações que ocorrem nesses espaços. Ou seja, apesar da possibilidade de identificação, há, no mundo digital em geral, a sensação de distanciamento proporcionada pela dinâmica virtual influenciando a forma como as pessoas agem *online*.

c. Mobilização de grupos

Na sociedade em rede reunir grandes grupos de pessoas *online* é razoavelmente fácil, pois o que se faz necessário é uma conexão com a *Internet*. Não há, nos encontros do mundo digital, grandes restrições geográficas ou de custo que antes dificultavam ou impediam que os indivíduos se encontrassem e se reunissem (CITRON, 2014). Há uma redefinição espaço-temporal que facilita a ação em comum de indivíduos e grupos de forma transversal e transescalar.

É importante ressaltar que a mobilização de grupos de ideais extremistas antidemocráticos está, também, diretamente relacionada ao uso do anonimato. De acordo com Citron (2014):

No presente, como no passado, o anonimato contribuiu para o surgimento de mobs intolerantes. As pessoas estão mais inclinadas a participar de grupos anti-sociais quando não precisam divulgar suas identidades. Os capuzes da Ku Klux Klan foram fundamentais para a formação das *mobs* responsáveis pela morte de afro-americanos. Em nosso tempo, o anonimato encorajou a formação de *mobs* cibernéticas nocivas (CITRON, 2014, p. 62, tradução nossa).

Todavia, assim como no caso do anonimato, o ambiente digital favorece a mobilização de grupos diversos, tanto democráticos, quanto antidemocráticos. Há inúmeros casos de mobilização social em prol do bem estar coletivo como ações de arrecadação de fundos, campanhas contra a fome ou desigualdade e articulações de movimentos sociais (CITRON, 2014).

d. Polarização de grupos

O fenômeno da polarização pode ser impulsionado por diversos fatores. Em geral, é possível observar a promoção desse processo quando membros de um grupo passam a adotar posições similares entre si, vendo como inimigos todos os “outros” que aderem a posições diferentes. Desta forma, promovendo o antagonismo entre as partes e avaliando como ilegítimo “qualquer argumento que esteja em desacordo ou não se encaixe nos termos definidos pela oposição ‘nós/eles’” (SORJ *et al.*, 2018, p. 31). Diferentemente do conflito de ideias, valores e interesses, a polarização destrói a possibilidade de diálogo cívico entre as partes por não reconhecer a legitimidade de ideias dissidentes (SORJ *et al.*, 2018).

A dinâmica de grupos do ambiente digital, impulsiona ainda mais o fenômeno da polarização através do fomento ao compartilhamento de ideias semelhantes em “bolhas”, ou seja, as ideias circulam, em sua maioria, entre pessoas de pensamentos similares, fazendo com que estas se sintam cada vez mais confiantes em adotar visões mais radicais. De acordo com o jurista Cass Sunstein, quando pessoas com visões semelhantes se reúnem em um grupo, seus membros escutam “mais e mais altos ecos de suas próprias vozes” (SUNSTEIN, 2007 apud CITRON, 2014, p. 63). Ou seja, neste ambiente supostamente seguro, os componentes iniciam um processo de persuasão, onde passam a competir por credibilidade, exagerando cada vez mais seus pontos de vista, visando convencer outros membros de sua fidelidade, confiabilidade e convicção a determinadas pautas, criando um ambiente cada vez mais polarizado.

e. Cascata de informações

Outro aspecto do ambiente digital importante a ser mencionado neste trabalho é a cascata de informações. Trata-se de uma característica do ambiente digital relacionada à confiança no que os outros dizem. Há a tendência dos usuários de buscar a confirmação da sua própria opinião nesses espaços, essa predisposição é denominada de viés de confirmação (SORJ *et al.*, 2018). A partir desse viés, as pessoas tendem a acreditar no que está sendo disseminado no mundo digital e, a

partir disso, transmitem esse “conhecimento” para outros através da dinâmica de compartilhamento digital.

As ferramentas de mídia social nos cercam de ideias com as quais já concordamos, o que gera um clima de confiança imediata. Deste modo, as pessoas transmitem essas informações, mesmo que sejam falsas, enganosas ou incompletas, porque creem se tratar de um conhecimento válido de grande importância. Assim, espalhamos para outras pessoas e o ciclo se repete a partir dos novos receptores destas informações, que espalham para muitos outros em uma cascata de informações (CITRON, 2014).

f. Instantaneidade

No ambiente digital as informações são propagadas a muitas pessoas através de poucos cliques. Em contrapartida, os receptores do conteúdo também conseguem reagir em questão de segundos a essas informações. Deste modo, a dinâmica digital acelerada promove “reações instintivas, julgamentos não considerados, comentários improvisados, comentários não filtrados e primeiros pensamentos” (SILVA; FRANCISCO; SAMPAIO, 2021, p. 5), favorecendo, por consequência, a produção e disseminação de declarações de ódio *online*.

g. Permanência indeterminada e itinerância

São diversas as possibilidades de ferramentas voltadas ao armazenamento de informações enquanto usuário do mundo digital. Com isso, uma vez realizada uma manifestação *online*, é possível que, mesmo após ser retirada do ar, usuários da rede tenham salvo em seus dispositivos as informações disseminadas. Ou seja, a permanência da informação uma vez postada é indeterminada, pois, mesmo quando removida, é possível que esta informação ou manifestação de ódio ressurgja em outro lugar (SILVA; FRANCISCO; SAMPAIO, 2021). Esta característica dificulta que haja garantia que a retirada do conteúdo de ódio ocorra de forma permanente.

h. Alcance potencial

Todas essas características - além de algumas outras que não cabem a esse trabalho - presentes no mundo digital, geram um ambiente de encontros e

disseminação de discursos em massa, sejam eles positivos ou negativos. Desse modo, o discurso de ódio *online* possui um grande alcance e impacto, além de fomentar encontros e trocas entre indivíduos com pensamento discriminatório similar, fortalece o pensamento entre os pares, alcançando novos membros e, conseqüentemente, propiciando redes de mobilização de crimes de ódio e engajamento ao discurso de ódio digital.

Desse modo, a disseminação de ideais discriminatórios nos novos espaços sociopolíticos digitais, assim como no espaço físico, representa uma ameaça à democracia. Todavia, pelo alcance potencial existente, o discurso de ódio digital necessita de um olhar específico e diferenciado, principalmente quando instrumentalizado no âmbito político, assim como apresentado no capítulo a seguir.

3 O DISCURSO DE ÓDIO NA POLÍTICA: A BOLSOESFERA

A ascensão de Jair Bolsonaro nos últimos anos é um importante exemplo da utilização da dinâmica da sociedade em rede e da disseminação massiva de discursos de ódio, como arma política.

O discurso de ódio proliferado nas redes sociais articula e mobiliza pessoas naquelas que podemos definir como redes de ódio. Trata-se de uma dinâmica social que está associada à esfera política, pois, como qualquer estratégia comunicacional, possui finalidades políticas nem sempre tão explícitas. Nesse sentido, a crise política que levou ao impeachment da ex-presidenta Dilma Rousseff e a eleição do Presidente Jair Bolsonaro representam dois momentos marcantes para entender o discurso de ódio enquanto estratégia voltada para a desestabilização política e manutenção do poder.

As manifestações populares ocorridas em 2013, em especial as chamadas “jornadas de junho”, ditas “sem partido”, evidenciaram a crise do sistema representativo. O movimento “não vai ter copa” em 2014, com foco na reivindicação anti-corrupção, seguiu características similares e, neste processo, foi cooptado por grupos do espectro político de direita, impulsionando a ascensão do movimento anti-petista. Posteriormente, a operação Lava-Jato e o impeachment da ex-presidenta Dilma Rousseff, que contaram com o apoio de manifestações populares, instituíram um vácuo representativo no Brasil (PETRARCA, 2021).

Esse processo passou a impulsionar um movimento de polarização política por todo o país, que se refletiu também nas redes sociais. Como ressaltado por Lemos e Coelho (2019):

Nesse momento político, era possível perceber, principalmente nos comentários dos internautas nas redes sociais on-line, um discurso de ódio, principalmente entre os indivíduos e grupos nomeados “coxinhas” e “petralhas”. Essas eram as nomeações que muitos usavam ao se referirem aos defensores e aos contrários ao pedido de investigação e afastamento da presidenta (LEMOS; COELHO, 2019, p. 530).

Por trás das nomenclaturas “coxinhas” para apoiadores do impeachment e “petralhas” para defensores da ex-presidenta - ambas expressões disseminadas em grande escala pelos internautas - é percebida a difusão da relação “nós/eles”,

comum nos processos de polarização. Este cenário de crise sistêmica, inflamado pelo movimento anti-corrupção cooptado por grupos de direita que atuaram com foco em descredibilizar a imagem do Partido dos Trabalhadores (PT), impulsionou a ascensão e maior visibilização dos ideais de direita, facilitando a ascensão do movimento bolsonarista no Brasil.

Neste contexto, o ex-deputado Jair Bolsonaro ganhou holofotes se apresentando como “um político outsider, autodefinido ‘fora do sistema’” (PETRARCA, 2021, p. 341), descrição essa totalmente contrária a sua real biografia e trajetória profissional, na qual compila sete mandatos consecutivos no cargo de deputado federal pelo Rio de Janeiro, sem grandes atuações ou propostas políticas de destaque. Com pouca expressão no parlamento – apenas 2 projetos aprovados em 27 anos como deputado – e inúmeras aparições ridicularizadas nos programas midiáticos por suas ideias consideradas excêntricas na época (PETRARCA, 2021) e discursos discriminatórios absurdos, Jair Bolsonaro se tornou uma figura relevante através da dinâmica de viralização promovida pelo fenômeno da sociedade em rede.

Assim, as eleições de 2018 se tornaram um marco para a comunicação eleitoral (PIAIA; ALVES, 2020), consolidando as tendências relacionadas ao uso das plataformas de mídias sociais para propaganda eleitoral. Nesse contexto, no Brasil, numa dinâmica multiplataforma, que envolve todas as mídias sociais (*Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, etc.*), entram em jogo também os aplicativos de mensagens instantâneas. Assim, “o *WhatsApp* se transformou pela primeira vez em terreno de uma guerra informacional repleta de boatos, notícias falsas e ações difamatórias” (BAPTISTA *et al.*, 2019; MAGENTA *et al.*, 2018 apud KRAUS; MEIRA; BARBOSA, 2022, p. 58).

No âmbito político eleitoral, a imagem difundida do líder é essencial para a garantia da confiança, pois poucas pessoas conhecem realmente os programas dos partidos políticos. Confiança e caráter são construídos à volta da imagem de uma pessoa e não apenas no programa proposto (CASTELLS, 2006).

Nesse cenário, mensagens negativas, de calúnia e difamação, fabricadas e manipuladas, relacionadas à imagem de indivíduos ou grupos adversários,

tornam-se na sociedade em rede, uma arma política. Sendo as mensagens negativas mais eficazes do que as mensagens positivas (CASTELLS, 2006).

Deste modo, combinando esforços centrais profissionalizados – financiados pelo comitê de campanha ou por outros atores – de produção de mensagens, com uso combinado da estratégia de descentralização destas, através da utilização do engajamento de grupos simpatizantes (PIAIA; ALVES, 2020), Jair Messias Bolsonaro se tornou o “primeiro presidente eleito com estratégia midiática predominantemente amparada em canais digitais no Brasil” (PIAIA; ALVES, 2020, p. 138).

A vitória de Jair Bolsonaro foi construída e estruturada às margens dos horários de propaganda eleitoral televisiva, através de uma rede de comunicação não-tradicional, com destaque para o *WhatsApp* como um dos principais meios de disseminação de conteúdo (PIAIA; ALVES, 2020). O protagonismo do *Whatsapp* se deu devido ao seu potencial informacional comprovado “tanto pelo grande número de usuários quanto pela intensidade do uso diário” (KRAUS; MEIRA; BARBOSA, 2022, p. 58), que a tornou “um espaço privilegiado para a comunicação e a propaganda política” (Ibid, p. 58).

Todavia, é importante ressaltar que a rede bolsonarista utilizou o *WhatsApp* como “um canal de interconexão que promove fluxos comunicacionais entre outras plataformas, produzindo redes informativas complexas que não dependem somente de um site” (PIAIA; ALVES, 2020, p. 144). Este aparato comunicacional que envolve as relações do *WhatsApp* com outras plataformas como o *Facebook*, *YouTube*, sites de “notícias” e blogs é conceituado por Cesarino (2018) como bolsoesfera.

As mídias sociais, e em especial o *WhatsApp*, passaram a ser vistas por parte da sociedade como local de domínio da verdade e da liberdade de expressão, enquanto estruturas tradicionais de produção de conhecimento passaram a ser condenadas como o lócus de *fakes* e manipulações. Nesse contexto, torna-se cada vez mais difícil discernir verdades de rumores e fatos de conspirações (CESARINO, 2020).

A bolsoesfera é, por si só, um aparato midiático digital paralelo à produção e disseminação da informação por estruturas tradicionais e supostamente autorizadas, como o jornalismo profissional e pesquisas científicas. Este aparato utiliza como estratégia o enquadramento das mídias convencionais como lugar de informações e notícias falsas e manipuladas, através da disseminação de variados conteúdos direcionados à deslegitimação da imprensa profissional e dos especialistas. Tais conteúdos, produzidos e disseminados de modo estratégico, desencadeiam a retroalimentação das redes através do uso e movimentação espontânea dos usuários comuns, que passam a estabelecer este aparato como o lugar da verdade e da liberdade de expressão (CESARINO, 2018). Desse modo, é disseminada a ilusão de que “as mídias digitais e a vontade da liderança seriam suficientes para fazer valer a vontade do “povo”” (Ibid, p. 16), posicionando intermediários tal quais instituições e especialistas como “desnecessários, ou mesmo prejudiciais, ao processo democrático” (CESARINO, loc. cit.).

Apesar de sua natureza supostamente descentralizada, a comunicação em rede pode contar com indução e controle da informação (KRAUS; MEIRA; BARBOSA, 2022). De acordo com matéria publicada no jornal O Globo¹, durante o período eleitoral de 2018, o time central da campanha de Jair Bolsonaro distribuiu conteúdo para, ao menos, 1.500 grupos de *Whatsapp* que operaram como comitês de campanha, circulando ideias de modo descentralizado, promovendo debates, circulando ideias e organizando ações coletivas, como carreatas e manifestações (PIAIA; ALVES, 2020, p. 136).

Em outras palavras, constata-se que a disseminação e divulgação de informações, do então candidato à presidência, não foi realizada totalmente através de um movimento de massa auto comandada, e sim impulsionada por meio de articulação e direcionamento de atores centrais ligados ao mesmo, reforçando a hipótese do surgimento da bolsoesfera como tática política eleitoral. Desse modo:

A bolsoesfera não é, portanto, apenas um veículo de comunicação entre povo e líder entendidos enquanto emissário e receptor dados de antemão. Este aparato digital é o sistema líder-povo; tanto líder quanto povo só

¹ Disponível em:

<https://oglobo.globo.com/politica/time-digital-de-bolsonaro-distribui-conteudo-para-1500-grupos-de-whatsapp-23134588>.

existem em e através dessa infraestrutura midiática. Como toda mídia, o mecanismo populista digital é um mecanismo de mediação, mas que gera, nos usuários, o efeito paradoxal de uma experiência de ausência de mediação. (CESARINO, 2018, p. 16).

Deste modo, esse ecossistema produzido através do aparato digital constitui um mecanismo de mobilização voltado à construção da hegemonia política, definido por Cesarino (2018) como populismo digital. Para a autora, o populismo é um modo de operação política que não se define por seu conteúdo ideológico (esquerda ou direita), além de ser parte constitutiva da dinâmica democrática (CESARINO, 2020). O conceito de populismo digital, por sua vez, propõe uma abordagem antropológica que visa compreender fenômenos contemporâneos relacionados aos efeitos da digitalização no processo eleitoral e à política populista. Nesse sentido, a ascensão do bolsonarismo se afirma como movimento pioneiro na operação da dinâmica do populismo digital no Brasil.

O mecanismo populista é, segundo Cesarino (2020, p. 98), tipicamente, “colocado em operação por uma liderança carismática que emerge em contextos de insatisfação generalizada, alegando vir de fora do sistema e se colocando como paladino da ruptura e da mudança”, surgindo como consequência ao acúmulo de demandas de alguns grupos sociais inicialmente desconexos, ou seja, que não costumavam se articular politicamente (CESARINO, 2020). Deste modo, o sucesso da “liderança carismático-populista” está diretamente ligado à efetivação da articulação das demandas heterogêneas desses diferentes grupos, a princípio desarticulados um do outro. Assim, forma-se uma identidade política comum que cria a ideia de “povo” entre tais grupos, formando uma maioria eleitoral para quem essa liderança legisla (CESARINO, 2020).

Neste processo, particularidades e diferenças entre os indivíduos são “seletivamente excluídas em favor da mobilização de símbolos e palavras de ordem capazes de ligar todos ao líder” (CESARINO, 2020, p. 98-99). Assim, há um caráter performativo, que aborda noções vagas de nação, ordem, segurança e mudança como estratégia de mobilização, além de trabalhar a figura do inimigo enquanto um perigo permanente à integridade do grupo e/ou da sua liderança visando utilizá-lo como um mecanismo de redução da complexidade baseado em um código binário

amigo-inimigo, que busca agregar e estabilizar um sistema líder-povo isolado de um entorno potencialmente ameaçador (CESARINO, 2020).

Essa função é frequentemente desempenhada por rumores ou denúncias de risco à vida do líder e/ou de seus aliados, por parte de algum inimigo externo ou, às vezes, interno (infiltrados, traidores); ou por alegações de perseguição, acompanhadas de narrativas conspiratórias. A carta-testamento de Getúlio Vargas e a referência de Jânio Quadros a “forças terríveis” são exemplos paradigmáticos desse elemento na história brasileira (CESARINO, 2020, p. 100).

A ascensão de Jair Bolsonaro, enquanto liderança carismático-populista, seguiu exatamente os caminhos descritos acima. O antipetismo, ligado, supostamente, ao clamor popular contra a corrupção, fez com que grupos de diversos espectros políticos - centro, centro-direita, direita e extrema-direita - se unissem pelo “bem maior”, este, materializado na ideia impedir que o “inimigo”, que era, nesse momento, o Partido dos Trabalhadores e a narrativa conspiratória de uma ameaça comunista, voltasse ao poder.

Nesse contexto, o ecossistema das mídias digitais bolsonaristas, através da ideia de massa auto comandada, descrita por Cesarino (2018, p. 16) como “efeito paradoxal de uma experiência de ausência de mediação”, se tornou mais do que apenas um local de transmissão de informações de um emissário (líder) à um receptor de informações (povo). A ideia de aproximação e troca reforça os símbolos de união disseminados no processo de construção da liderança carismático-populista no mundo digital:

Diferente de mídias analógicas como a emblemática Voz do Brasil de Getúlio Vargas, uma mídia de comunicação unilateral e que operava junto com grupos intermediários entre liderança e povo como os sindicatos, a bolsoesfera é uma mídia fractalizada, onde os próprios usuários incorporam o mecanismo populista e passam a (re)produzir seus padrões discursivos e de conteúdo digital. (CESARINO, 2018, p. 16)

Para Cesarino (2020, p. 106) essa fractalização “se apoia na (falsa) experiência, propiciada pelas mídias sociais, de que o eleitor comum teria uma relação não-mediada com a liderança”, fenômeno possível de ser observado em mensagens disseminadas na bolsoesfera, onde há uma expectativa por parte dos

participantes de estarem em contato com o próprio presidente através dos grupos. Essa expectativa é alimentada regularmente através de postagens de Jair Bolsonaro em redes sociais, afirmando que tomou uma decisão oficial após pedidos de algum de seus apoiadores em suas redes (CESARINO, 2020, p. 106).

Como apontado por Castells (2006, p. 25), na sociedade em rede, “mensagens negativas são normalmente mais eficazes do que as mensagens positivas”. Ou seja, mesmo que manipuladas e fabricadas, a circulação de discursos sensacionalistas, violentos e discriminatórios possuem impacto muito maior na dinâmica digital. Para Sponholz (2020, p. 228) “com os discursos de ódio, o candidato alcançou não só visibilidade, mas também influência sobre a agenda pública, ao conseguir lançar debates sobre estas pautas na mídia”. As declarações polêmicas e odiosas movimentaram fóruns *online* e pessoas públicas, aumentando a exposição do mesmo e trazendo relevância para o indivíduo que antes era visto como praticamente irrelevante para o cenário político nacional. E, apesar da rejeição, por parte da sociedade, acerca do viés discriminatório adotado pelo então candidato, a integralização de pautas como anti-corrupção, anti-comunismo, ‘lei e ordem’, entre outras, permitiu a “construção da figura suprapartidária do ‘cidadão de bem’” (SPONHOLZ, 2020, p. 229).

Desse modo, o cenário de polarização se transforma com a presença do discurso de ódio como pauta, deixando de se tratar do distanciamento entre ideologias políticas, e sim da ocupação pela degradação simbólica por um dos polos, colocando a dignidade humana em questão e gerando simbolicamente uma hierarquia entre seres humanos (SPONHOLZ, 2020). Se tornando, assim, uma ameaça ao Estado Democrático de Direito, onde a igualdade é direito fundamental de todo cidadão.

A bolsoesfera é, desse modo, o *locus* digital de disseminação dos ideais dos “cidadãos de bem” que, ao adotarem a integralização amigo-inimigo, fomentam a circulação de discursos de ódio discriminatórios aos supostos “inimigos” dos

símbolos, indicados pelo próprio Jair Bolsonaro², como “Deus”, “Pátria” e “Família”, lema revivido da Ação Integralista Brasileira (AIB)³.

Em 2022, assim como em 2018, a campanha do candidato à reeleição utilizou as mídias sociais de maneira intensa, na tentativa de repetir o resultado conquistado em seu primeiro mandato. Todavia, antes mesmo do período de campanha, especialistas apontaram que, para além do *Whatsapp*, havia uma forte movimentação de fortalecimento da extrema-direita no aplicativo *Telegram* para uso da plataforma como estratégia política de disseminação de informações enganosas e mensagens odiosas.

3.1 O *Telegram*

O *Telegram* é um aplicativo de mensagens gratuito lançado em 2013⁴, quatro anos após o surgimento do *Whatsapp*. Assim como seu concorrente, o acesso ao *Telegram* é feito inicialmente através de um número de telefone, necessário para a validação da conta. Possuindo uma dinâmica similar ao *WhatsApp*, o aplicativo emerge como uma alternativa “mais segura” para os usuários, prometendo baixa moderação de conteúdo - mesmo diante de solicitações governamentais⁵.

O aplicativo permite o envio e recebimento de mensagens, fotos, vídeos e arquivos de diversos formatos, como, por exemplo, *.docx*, *.pdf*, *.zip*, *.jpeg*, *.png*, *.mp3*, etc. Ao contrário do *WhatsApp*, o *Telegram* é um serviço totalmente baseado em nuvem, possibilitando que o armazenamento de todos os dados seja sempre em nuvem ao invés de diretamente no aparelho móvel, o que facilita a visualização, recebimento e disseminação de informações, considerando que o uso da plataforma não está condicionado à memória do aparelho móvel. Deste modo, é facilitado

² Em entrevista ao Jornal Nacional, durante as eleições de 2018, Bolsonaro utiliza “cola” na mão com “Deus” “Brasil” e “Família”. Disponível em:

<https://veja.abril.com.br/politica/em-entrevista-ao-jornal-nacional-bolsonaro-volta-a-usar-cola-na-mao/>

³ A Ação Integralista Brasileira (AIB) é um movimento ultranacionalista, conservador e de extrema-direita. Fundado em 1932 é considerado um movimento fascista do Brasil.

⁴ Disponível em: <https://telegram.org/faq?setln=pt-br#p-o-que-e-telegram-o-que-faco-aqui>

⁵ Matéria de Leandro Kovacs sobre situação que o governo alemão enfrentou em 2022 em relação a disseminação de conteúdo extremista no Telegram, e falta de retorno da plataforma, fazendo paralelo com o Brasil. Disponível em:

<https://tecnoblog.net/noticias/2022/02/04/telegram-pode-ser-banido-na-alemanha-e-no-brasil-por-nao-responder-a-governos/>

também o acesso a sua conta em outros dispositivos independentes, como computadores ou tablets⁶.

Além disso, o *Telegram* possibilita a criação de grupos, públicos e privados, com até 200.000 pessoas e de canais que, diferentemente dos grupos, permitem um número ilimitado de inscritos. A plataforma também oferece chats de voz em grupos para milhares de participantes. Atualmente, no *Whatsapp*, grupos e canais podem contar com até 256 participantes⁷ somente, já o mecanismo de chats de voz suporta apenas 32 pessoas⁸. Desse modo, o *Telegram* consegue massificar ainda mais a disseminação de conteúdo.

Em junho de 2022, a plataforma atingiu a marca de 700 milhões de usuários mensais, colocando-a entre um dos 5 aplicativos mais baixados do mundo⁹. Parte dessa popularidade está diretamente ligada aos banimentos frequentes de contas, que ocorrem em outras redes tradicionais - como o *Youtube* e *Facebook*, fazendo com que certos grupos, que já sofreram sanções em outras plataformas digitais, busquem por alternativas com menor moderação de conteúdo ou menos restrições (MIRANDA JUNIOR *et al.*, 2021). Somando o potencial de disseminação massiva à baixa moderação de conteúdo, há o ambiente propício para a propagação de discurso de ódio, informações falsas e crimes em geral.

Em fevereiro de 2022, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) fechou parceria com oito de dez plataformas digitais voltadas ao enfrentamento da crescente problemática da desinformação no Brasil, sendo o *Telegram* a única a não responder o acordo¹⁰.

⁶ Disponível em: <https://telegram.org/faq?setln=pt-br#p-o-que-e-telegram-o-que-faco-aqui>

⁷ Disponível em:

https://faq.whatsapp.com/3242937609289432/?cms_platform=web&helpref=search&query=grupos%20participantes&search_session_id=678866bbd90c302183d58910b7a9e213&sr=0

⁸ Disponível em:

https://faq.whatsapp.com/829612741557179/?cms_platform=android&helpref=search&query=chat%20de%20voz&search_session_id=b982b13af0d336a3c410b06c2db670b1&sr=0

⁹ Disponível em: <https://telegram.org/blog/700-million-and-premium/pt-br>

¹⁰ Disponível em:

<https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2022/noticia/2022/03/09/tse-reitera-convite-ao-telegram-para-acordo-de-combate-as-fake-news-nas-eleicoes.ghtml>

No dia 13 de março de 2022, o Fantástico exibiu em reportagem o resultado do monitoramento em canais do aplicativo flagrando crimes como pornografia infantil, venda de armas sem registro, propaganda neonazista, entre outros, além da disseminação de informação falsa, ligando o alerta para o potencial de influência massiva da plataforma durante as eleições no mesmo ano¹¹.

Em 18 de março de 2022, o Supremo Tribunal Federal (STF) decretou o bloqueio do *Telegram*¹², após ter descumprido inúmeras decisões judiciais. Em 15 de março de 2022, o serviço de mensagens assinou a adesão ao Programa de Enfrentamento à Desinformação do TSE¹³. Todavia, em junho de 2022, em depoimento, o delegado-chefe da Polícia Federal afirmou que o *Telegram* segue sem colaborar com as investigações¹⁴. Os acontecimentos reforçam a falta de compromisso da plataforma com o combate à desinformação em sua plataforma, além do desinteresse inicial em colaborar com órgãos governamentais.

No período que iniciou-se a investigação, em abril de 2022, o canal oficial de Jair Messias Bolsonaro na plataforma contava com mais de 1 milhão de inscritos. Em contraponto, o canal de Luís Inácio Lula da Silva - apontado por pesquisas de opinião¹⁵ como seu maior rival para as eleições presidenciais de 2022 - possuía pouco mais de 74 mil inscritos, demonstrando, em números, a adesão maior de apoiadores do presidente Bolsonaro à plataforma. Deste modo, foi constatado que o

¹¹ Disponível em:

<https://g1.globo.com/fantastico/noticia/2022/03/13/exclusivo-grupos-no-app-telegram-violam-leis-e-abrigam-negociacoes-de-drogas-armas-pornografia-infantil-e-outros-crimes.ghtml>

¹² Disponível em:

<https://g1.globo.com/politica/noticia/2022/03/18/moraes-determina-bloqueio-do-aplicativo-de-mensagens-telegram-em-todo-o-brasil.ghtml>

¹³ Disponível em:

<https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2022/Marco/telegram-assina-adesao-ao-programa-de-enfrentamento-a-desinformacao-do-tse>

¹⁴ Disponível em:

<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/06/telegram-segue-sem-colaborar-com-investigacoes-diz-policia-federal.shtml>

¹⁵ Disponível em:

<https://g1.globo.com/politica/noticia/2021/09/22/ipecc-lula-aparece-na-lideranca-nos-dois-cenarios-e-corrada-eleitoral-para-presidencia-permanece-estavel.ghtml> e <https://brasil.elpais.com/brasil/2021-05-10/bolsonaro-tem-alta-na-popularidade-e-so-lula-o-venceria-no-2-turno-em-2022-mostra-pesquisa-atlas.html>

Telegram tornou-se uma das principais plataformas utilizadas como interface comunicacional da bolsoesfera.

4 METODOLOGIA

Entendendo que a relevância e influência projetada para o *Telegram* no cenário político está posta e considerando a constatação da adesão majoritária do movimento bolsonarista à plataforma, o objetivo geral deste trabalho é investigar e monitorar a presença e disseminação do discurso de ódio na plataforma em grupos públicos, onde há interação direta de apoiadores de Jair Bolsonaro.

O *Telegram* possui duas principais modalidades de utilização para interação entre mais de 2 usuários: os grupos e canais. Os grupos são espaços de compartilhamento de mensagens, considerando que, em regra, a dinâmica de uso permite que todos os membros tenham espaço para o envio e recebimento de mensagens. Os grupos podem ser públicos ou privados, sendo os grupos públicos passíveis de serem encontrados por qualquer usuário da plataforma. Já os canais são, essencialmente, para transmissão de mensagens para grandes públicos, deste modo as mensagens são enviadas por um transmissor e todos os inscritos possuem o papel apenas de receptores.

Diante deste cenário, entende-se que os grupos públicos são os espaços ideais para identificação e captação do discurso de ódio entre apoiadores de Jair Bolsonaro, tendo em vista que são espaços de discussão abertos que trazem a sensação de troca de informações não mediada por estruturas tradicionais. Desta forma, foram acompanhados 5 grupos bolsonaristas durante o período entre 15 de abril de 2022 e 15 de junho de 2022, visando a identificação da disseminação de discursos de ódio e sua posterior caracterização.

No respeito às normas éticas de pesquisa, utilizou-se a técnica de pesquisa encoberta, prevista na Resolução nº. 510 do Conselho Nacional de Saúde (BRASIL, 2016) como única forma possível de condução do estudo, considerando que a identificação como pesquisadora e a solicitação do consentimento aos membros dos grupos inviabilizaria a permanência nos mesmos e, conseqüentemente, também tornaria a pesquisa inviável.

Com o intuito de investigar o fenômeno do discurso de ódio em grupos bolsonaristas, foram desenvolvidas as seguintes etapas metodológicas:

1. **Identificação de grupos por palavras-chave;**
2. **Seleção e ingresso nos grupos para investigação;**
3. **Coleta de mensagens de discurso de ódio;**
4. **Análise das mensagens e categorização do discurso de ódio nos grupos.**

A seguir, detalhamos cada etapa:


1. Identificação de grupos por palavras-chave





Para identificação dos grupos de interesse foi realizada uma busca através da ferramenta de pesquisa da própria plataforma, utilizando as seguintes palavras-chave: “Bolsonaro”; “Bolsonaro 2022”; “Direita”; “Pátria”; “Patriota” e “Conservador”. Trata-se de alguns dos termos comumente utilizados como bandeiras pelo presidente e seus apoiadores nas redes sociais (REENLSOBER; KARHAWI, 2022; RUEDIGER, 2022). Através da ferramenta de pesquisa da plataforma foram identificados 15 grupos e 13 canais públicos.

2. Seleção e ingresso nos grupos para investigação

A partir deste levantamento inicial, foram selecionados os 5 grupos públicos com maior número de membros para a análise, indicados no quadro 4, a seguir:

Quadro 4 - Grupos públicos selecionados

Foto de Perfil	Nome do Grupo	Nº de membros	Bio* <i>*breve descrição do grupo.</i>
	BolsonaroBR	10.052	<p>“GRUPO NACIONAL DE APOIO AO 38º PRESIDENTE DA REPÚBLICA JAIR BOLSONARO.</p> <p>Brasil acima de tudo, Deus acima de todos.</p> <p>Dúvidas, pergunte aos Adms. Digite no chat do grupo: @admin”</p>

	Bolsonaristas Rio de Janeiro	18.146	Grupo focado em ajudar a reeleger nosso presidente Jair Messias Bolsonaro. Juntos somos mais fortes 🇧🇷💪. Iremos trazer informações diárias sobre o governo Bolsonaro e todas notícias relevante a eleição.
	Os Patriotas Br. 	12.170	Grupo de apoio ao presidente Bolsonaro 🇧🇷
	◆ DIREITA ◆ INTELIGENTE ◆	10.579	" <i>Convide seus amigos e adicione</i> " ✓ direitainteligente.org 🌐 "E conhecereis a verdade, e a verdade vos libertará." João 8:32
	BOLSONARO PRESIDENTE	8.389	O desespero do sistema é a descentralização da informação. Informação barata. Vão tentar censurar, mas a era dos aplicativos descentralizados chegou. Compre #bitcoin

Fonte: Elaboração própria. Informações coletadas dos grupos monitorados.

É possível perceber que todos os grupos possuem mensagens claras de apoio à reeleição do Presidente Jair Bolsonaro. Os dois grupos que não utilizaram o nome do presidente diretamente no nome do grupo foram, "Os Patriotas Br. 🇧🇷" e "◆ DIREITA ◆ INTELIGENTE ◆", todavia registraram o apoio ao mesmo através da descrição da bio e pela foto de perfil, respectivamente.

3. Coleta de mensagens de discurso de ódio

Como primeira opção, pensamos em exportar as conversas para realizar a análise de conteúdo. Todavia, apesar do Telegram possuir a opção de *backup* de conteúdo, possibilitando a exportação de dados através do aplicativo de Desktop, há uma restrição acerca do download de dados de grupos públicos, impossibilitando que as mensagens de terceiros sejam exportadas. Além disso, no início do mês de maio, os grupos "Os Patriotas Br.", "◆ DIREITA ◆ INTELIGENTE ◆" e "BOLSONARO

PRESIDENTE” adotaram, quase que concomitantemente, o mecanismo de exclusão de mensagens a cada 24h, dificultando a coleta de material para análise. Este recurso está disponível desde 2021¹⁶, todavia a adoção dos grupos ocorreu apenas com a aproximação do período eleitoral.

A partir deste cenário, optou-se pela utilização da própria ferramenta de busca da plataforma para coleta de material, utilizando palavras-chave para a identificação de conteúdos que pudessem caracterizar discursos de ódio. No mês de abril a coleta ocorreu com frequência quinzenal, porém, a partir de maio, diante do novo recurso adotado pelos grupos, a frequência passou a ser diária.

Para efetivar a coleta de material, foi necessário, em um primeiro momento, identificar os principais tipos de intolerância existentes - ou seja, que podem ser objeto do discurso de ódio na atualidade, assim como indicado no quadro 1, presente no capítulo 2. Diante da identificação de 10 tipos principais de discurso de ódio, entendendo as limitações de um Trabalho de Conclusão de Curso, foi necessário estabelecer critérios para a escolha de quais tipos de intolerância seriam mapeados neste estudo. Desse modo, foi realizada uma observação exploratória nos grupos, realizada da seguinte maneira:

1. Observação dos tópicos mais debatidos e que caracterizam um discurso de ódio;
2. A partir da observação dos tópicos mais frequentes, foram identificados e destacados os termos de ódio mais utilizados pelos usuários. Foi identificado, de modo inicial, o “racismo” como intolerância frequente, todavia, as manifestações racistas utilizam de expressões veladas e em código que impossibilitariam o rastreamento desta intolerância por meio de palavras-chave. Neste contexto, foram selecionadas as seguintes 3 categorias de intolerância para serem investigadas: 1. Intolerância Político-Partidária; 2. Sexismo; 3. LGBTQIAP+fobia.

¹⁶ Disponível em:

<https://tecnoblog.net/noticias/2021/02/24/telegram-libera-timer-para-apagar-mensagens-de-grupos-e-mais-recursos/>

A partir de estudos prévios (SILVA, 2018; COMUNICA QUE MUDA, 2016) e da observação da dinâmica de grupos, foi identificado 3 conjuntos de 5 palavras-chave principais para o mapeamento e monitoramento de cada tipo de intolerância, conforme apresentado no quadro 5:

Quadro 5 - Palavras-chave selecionadas para coleta de mensagens de discurso de ódio

Tipificação	Palavras-chave
Intolerância Político-Partidária	Esquerdalha(s); Esquerda suja; petralha(s); petralhada; esquerdopata(s).
Sexismo (Misoginia)	vagabunda(s); vadia(s); puta(s); louca(s); doida(s).
LGBTQIAP+fobia	viado(s); gazela(s); bicha(s); bichona(s); afeminado(s).

Fonte: Elaboração Própria.

As palavras apresentadas no quadro acima foram utilizadas como palavras-chave para a busca e coleta das mensagens de discurso de ódio nos grupos. No total foram coletadas 263 mensagens.

É importante ressaltar que foram excluídas as mensagens em que as palavras não necessariamente qualificaram uma atitude de ódio. A exemplo: o termo “louca(s)” se torna misógino quando utilizado para desqualificar uma mulher ou grupo de mulheres, todavia pode ser introduzido a outros contextos como “a vida é muito louca”, não qualificando uma atitude de disseminação misógina pelo/pela receptor(a).

4. Análise das mensagens e categorização do discurso de ódio nos grupos

Para a qualificação das mensagens, foram utilizadas as categorias apresentadas no capítulo 2, a partir da bibliografia proposta (BRUGGER, 2007, p. 124; SILVA et al., 2011 apud NAPOLITANO; STROPPIA, 2017, p. 324; ALBUQUERQUE; QUINAN, 2019; FERNANDES, 2022; VERGANI et al., 2022), analisando:

- a. **Insulto:** Se palavra está sendo utilizada para insultar um indivíduo ou coletivo, em função de sua relação ao grupo específico objeto de discriminação.
- b. **Instigação à violência:** Se o contexto em que aparece a palavra-chave está instigando a violência de forma explícita e direcionada contra um indivíduo ou coletivo, em função de sua relação ao grupo específico objeto de discriminação.
- c. **Reafirmação de superioridade:** Se o contexto em que aparece a palavra-chave está reafirmando uma suposta superioridade do emissor em relação a um indivíduo ou coletivo, em função de sua relação a um grupo específico objeto de discriminação, tido como inferior.
- d. **Conspiracionista:** Se contexto em que aparece a palavra-chave está corroborando para defesa ou disseminação de uma teoria conspiracionista ou notícia falsa.

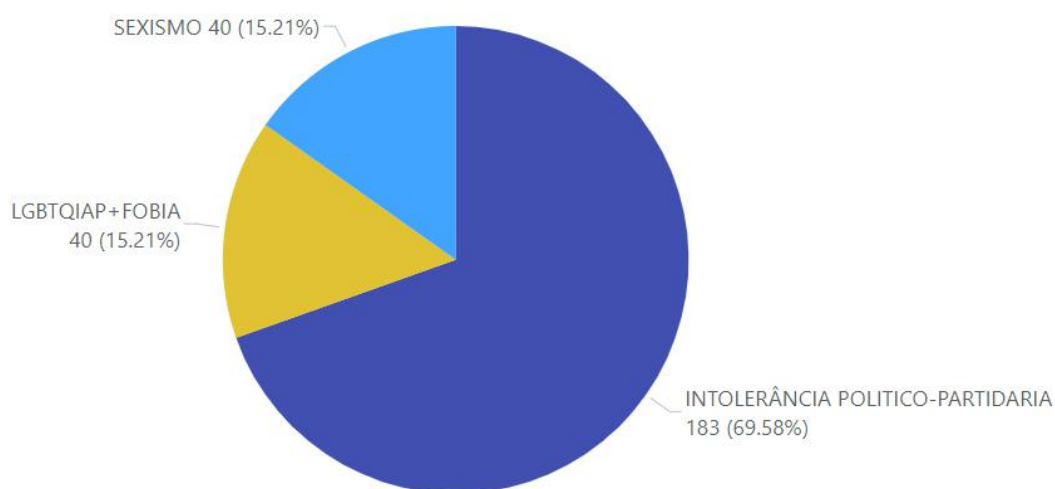
A realização dessas etapas metodológicas permite, portanto, apresentar e exemplificar a manifestação do discurso de ódio na bolsoesfera do *Telegram*.

5 O PANORAMA DO ÓDIO NO TELEGRAM

Através da estrutura metodológica descrita, foram coletadas 263 mensagens que se enquadram como discurso de ódio.

Se tratando do mapeamento da tipificação da intolerância presente no discurso, foram coletadas 183 mensagens de intolerância político-partidária; 40 mensagens misóginas; e 40 mensagens LGBTQIAP+fóbicas. A partir deste panorama inicial, foi possível identificar que entre os 3 tipos de intolerância mapeados a intolerância político-partidária foi majoritária com 69.58% de presença no conteúdo coletado. A misoginia e a LGBTQIAP+fobia contiveram frequência equânime com 15,21% de presença, cada, nas mensagens coletadas, como podemos visualizar no gráfico 1:

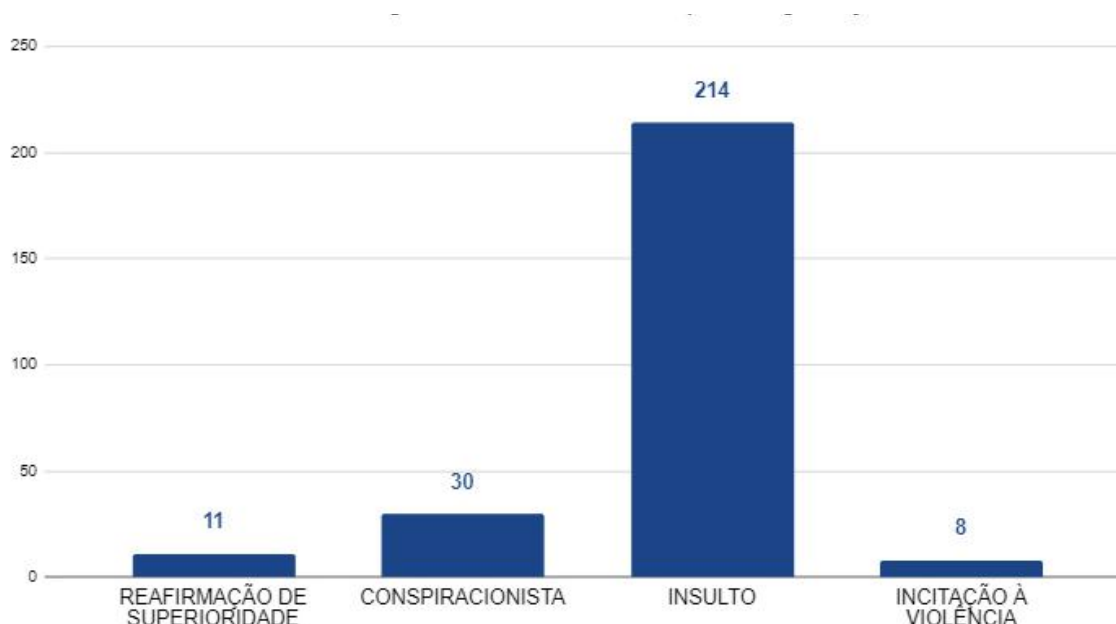
Gráfico 1 - Nº de Mensagens de Discurso de Ódio por Tipos de Intolerância



Tipos de Intolerância ● INTOLERÂNCIA POLITICO-PARTIDARIA ● LGBTQIAP+FOBIA ● SEXISMO

Fonte: Elaboração própria. Informações coletadas dos grupos monitorados.

Para além da tipificação, tratando-se da categorização do discurso de ódio a partir da análise do contexto das mensagens coletadas, foram capturados os seguintes resultados, apresentados no gráfico 2:

Gráfico 2 - Nº de Mensagens de Discurso de Ódio por Categorização

Fonte: Elaboração própria. Informações coletadas dos grupos monitorados.

Os resultados da categorização, como pode ser observado no gráfico 2, demonstraram que, os discursos de ódio que utilizaram as palavras-chave coletadas se trataram majoritariamente de insultos (214), seguido, respectivamente, de discursos conspiracionistas (30), reafirmação de superioridade (11) e incitação à violência (8). Demonstrando que, mesmo com frequências distintas, as 4 categorias estiveram circulando no ambiente virtual da bolsoesfera pelo *Telegram*.

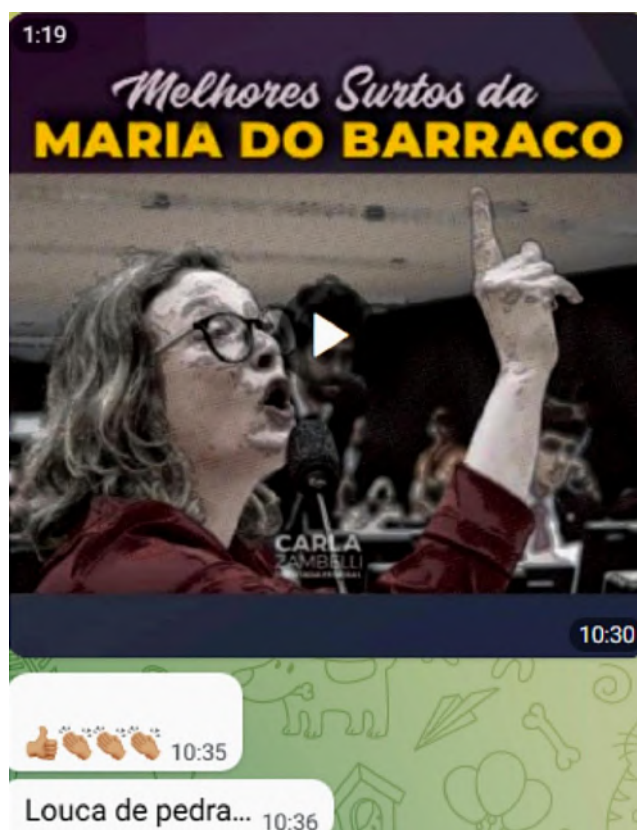
Os insultos representam aproximadamente 84% do total de mensagens coletadas. Dentre estas, o alvo do discurso é variável, contendo 124 mensagens de ataques a grupos e 90 mensagens de ataques a indivíduos. As mensagens distribuem ódio gratuito, a depender do tópico em debate no momento da manifestação.

Ao que se refere o recorte de insultos sexistas e LGBTQIAP+fóbicos, observam-se algumas personalidades marcantes ao ódio dirigido: Deputada Federal Maria do Rosário e o Ministro Alexandre de Moraes.

Maria do Rosário foi constantemente chamada de “Maria Louca”, com foco no mês de maio, quando foi possível observar o ápice do discurso de ódio direcionado

à mesma. O período foi comentado pela própria Deputada em uma entrevista para o Uol, em que afirmou se tratar de uma estratégia bolsonarista para derrubá-la¹⁷. A motivação dos ataques se deu pela volta da circulação de um vídeo antigo em que confrontou o também Deputado Federal Daniel Silveira.

Figura 3- Mensagem sexista de insulto à indivíduo



Fonte: Elaboração própria. Imagem de mensagem coletada de grupo monitorado.

No caso do Ministro Alexandre de Moraes, não foi notado um ápice, sendo notadamente rotineira a disseminação de ódio direcionado à esta personalidade. Apelidado de “Gazela Saltitante” pelos bolsonaristas na tentativa de desqualificar a autoridade em alusão à expressão LGBTQIAP+fóbica “viado”, o direcionamento do

¹⁷ Disponível em:

<https://www.uol.com.br/universa/colunas/nina-lemos/2022/05/17/maria-do-rosariome-atacam-porque-e-u-enfrentei-o-lider-do-odio-e-venci.htm>

ódio não aparentou estar ligado a algum acontecimento específico para impulsionar sua circulação na bolsoesfera.

Figura 4 - Mensagem LGBTQIAP+fóbica de insulto à individuo



Fonte: Elaboração própria. Imagem de mensagem coletada de grupo monitorado.

Nas mensagens de conteúdo conspiracionista, aproximadamente 11% do total, as teorias se mostraram diversas: fraude nas eleições estadunidenses; plano de esquerdistas da USP para infiltração em manifestações; pandemia fake; Nova Ordem Mundial, entre outras. A maioria destas mensagens utilizam de uma comunicação mais extensa e sem fotos, com detalhamento melhor da argumentação teórica que está sendo defendida. Assim como na figura 5:

Figura 5 - Mensagem coletada de conteúdo conspiracionista

NINGUEM É INOCENTE, SOMOS TODOS ADULTOS. SABEMOS QUE TRUMP FOI BOICOTADO NAS ELEIÇÕES POR BIDEN (ESQUERDA) TAMBEM SABEMOS QUE NA FRANÇA MARINE LE PEN (DIREITA) FOI BOICOTADA POR MACRON A BICHA DA ESQUERDA.

É CLARO QUE BOLSONARO GANHA NO 1 T. AS RUAS LOTADAS SAO PROVAS INEQUIVOCAS.

VÃO QUERER BOICOTAR O BOLSONARO.

QAP TOTAL

COMPARTILHEM !!!

edited 08:54

Fonte: Elaboração própria. Imagem de mensagem coletada de grupo monitorado.

Nas mensagens de reafirmação de superioridade, há uma forte marcação de posição superior do emissor em comparação ao alvo da discriminação. As mensagens aparentam estar mais ligadas a reações de outros comentários e assuntos disseminados no grupo. Conforme figura 6:

Figura 6 - Mensagem coletada de reafirmação de superioridade

Ué, ele tá com carro dele, carrega quem quiser. Eu me recuso até em receber parente esquerdalha em casa.

edited 15:16

Fonte: Elaboração própria. Imagem de mensagem coletada de grupo monitorado.

Por fim, o discurso de incitação à violência foi o menos identificado nos grupos monitorados. O material coletado demonstra um alto grau de agressividade sendo aceito, sem represálias, dentro dos grupos, potencializando de forma mais direta pensamentos e opiniões de reprodução de ações violentas para além do mundo virtual. Como é possível observar na figura 7:

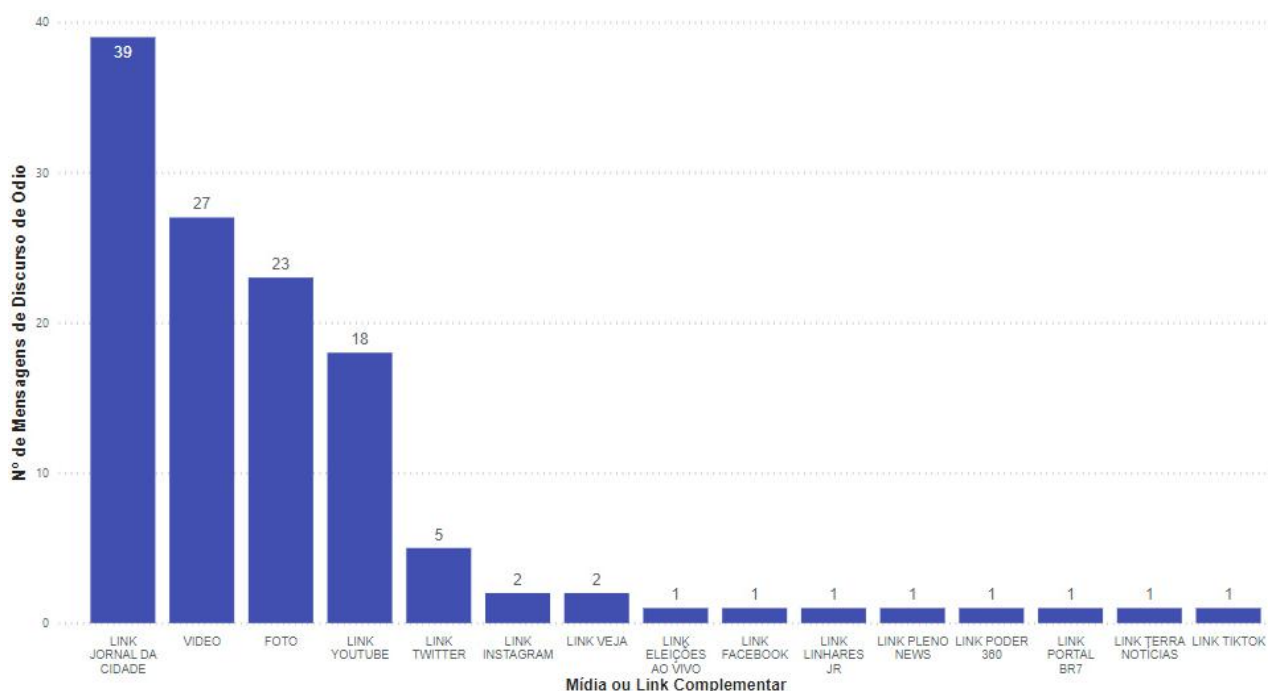
Figura 7 - Mensagem coletada de incitação à violência

Assassinos ...criminososladrõese vagabundos tem notoriedade junto a estes pestes esquerdalha..... Quando as pessoas começaram a fazer justiça com as próprias mãos por falhas na jurisprudência do Brasil ninguém poderá reclamar. Uma Assassina desta solta por aí.....será Quide pro cuo. Pois é..

Fonte: Elaboração própria. Imagem de mensagem coletada de grupo monitorado.

Também foi observado que em 47% (125) das mensagens coletadas foram identificados links de redirecionamento a sites jornalísticos, mídias sociais ou anexos de fotos e vídeos sem redirecionamento de fonte específica. Destas, visou-se analisar quais mídias ou links acompanharam com mais frequência as mensagens de discurso de ódio. Tais informações foram dispostas de maneira visual no gráfico 3, a seguir:

Gráfico 3 - Nº de Mensagens de Discurso de Ódio com Mídia ou Link Complementar



Fonte: Elaboração própria. Informações coletadas dos grupos monitorados.

Foram identificados, ao todo, 15 links ou mídias complementares diferentes. O link de redirecionamento do “Jornal da Cidade” aparece acompanhando 39 mensagens de discurso de ódio. Interessante observar que o único site de informações de foco jornalístico que aparece entre os seis primeiros, ocupa também a liderança da lista. A figura 8 exibe uma das notícias do jornal com conteúdo de ódio disseminada em um dos grupos monitorados:

Figura 8 - Mensagem de Ódio com redirecionamento ao “Jornal da Cidade” como link complementar



Fonte: Elaboração Própria. Imagem de mensagem coletada de grupo monitorado.

Visando o melhor entendimento sobre a fonte em questão foi realizada uma investigação do conteúdo disseminado na plataforma. Ao acessar o site, em sua página inicial, o jornal se define como “um jornal consciente não abre mão do seu direito de crítica”¹⁸. Ao buscar maiores publicações, percebe-se que o conteúdo geral prevê apoio ao presidente Jair Bolsonaro e alinhamento aos interesses políticos da direita bolsonarista. Além disso, também é possível acessar na página do jornal um

¹⁸ Slogan do site Jornal da Cidade Online, que pode ser conferido no link a seguir: <https://www.jornaldacidadeonline.com.br/>.

rol de mídias sociais de divulgação própria, como *Twitter* e *Instagram*, incluindo seu canal oficial no *Telegram*.

Ao que se refere às mídias complementares no formato de vídeo (27) e foto (23), percebe-se, ao analisar o conteúdo coletado, o papel destes formatos como “fontes” da informação disseminada em massa. Segue, na figura 9, um exemplo da utilização da foto como mídia complementar:

Figura 9 - Mensagem de Ódio com Mídia Complementar



Fonte: Elaboração Própria. Imagem de mensagem coletada de grupo monitorado.

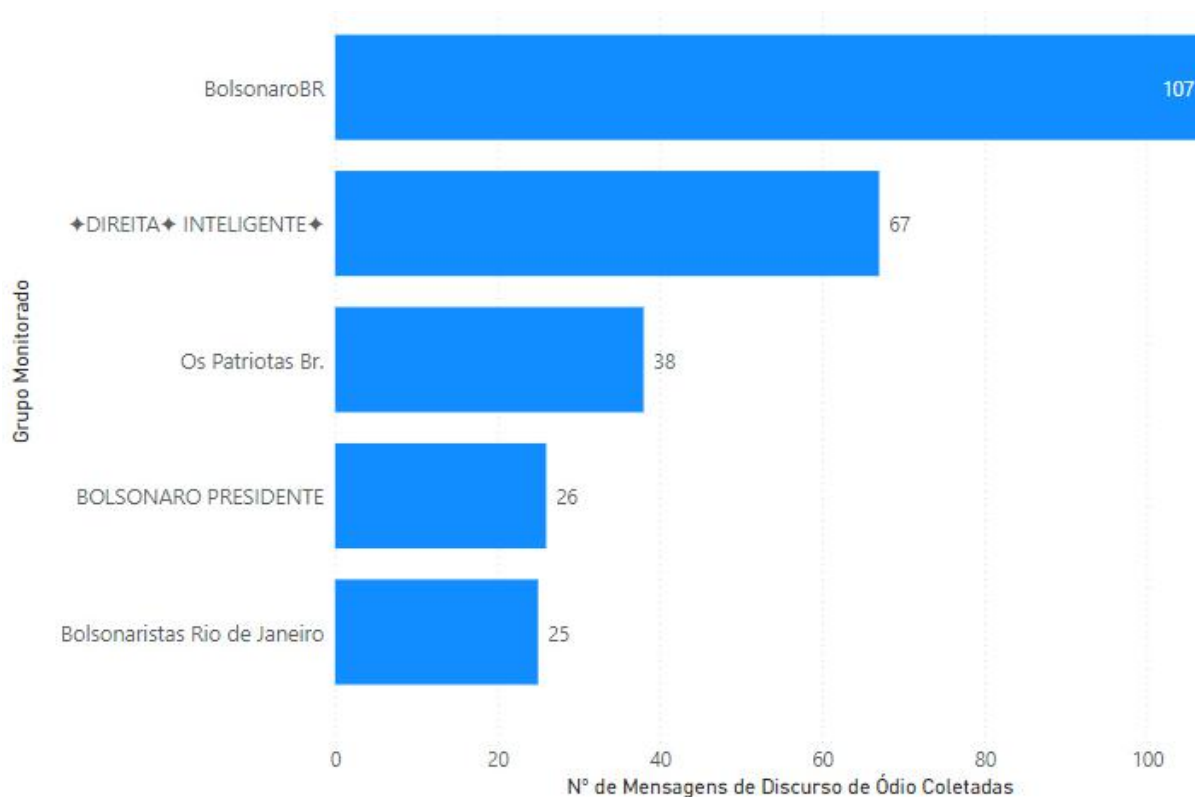
É possível perceber que a imagem, sem link de redirecionamento para a possível fonte, busca trazer embasamento ao discurso de ódio contra a então Presidente do Partido dos Trabalhadores e Deputada Federal pelo Paraná, Gleisi Hoffmann.

Os resultados observados exibem de maneira geral a presença do discurso de ódio vinculado ao fenômeno da desinformação, tendo em vista que os dados explicitam as mensagens de disseminação das manifestações de ódio vinculadas em grande parte a fontes tendenciosas ou fonte alguma.

A análise explicita também a interligação da ecologia midiática seguindo uma lógica multiplataforma, tornando ainda mais nítida a participação do *Telegram* no fluxo comunicacional da bolsoesfera. A plataforma, assim como o *Whatsapp*, é utilizada como uma interconexão de mídias, possibilitando que o usuário tenha acesso, em um só lugar, a outras partes do ecossistema bolsonarista.

Foi realizado também a análise de quais grupos disseminaram mais conteúdo de ódio no período observado. O resultado pode ser observado no gráfico 4, a seguir:

Gráfico 4 - Nº de Mensagens de Discurso de Ódio por Grupo Monitorado



Fonte: Elaboração própria. Informações coletadas dos grupos monitorados.

A partir do gráfico acima, podemos observar que o grupo “BolsonaroBR” lidera a lista de grupos com mais mensagens de discurso de ódio coletadas. Todavia, é importante ressaltar que este foi um dos únicos 2 grupos da pesquisa que não adotaram o mecanismo de exclusão de mensagens em 24h, o que pode ter favorecido de alguma forma a coleta de um maior número de conteúdo de ódio.

Há a identificação do grupo “*◆DIREITA◆INTELIGENTE◆*” como 2º maior propagador de mensagens de discurso de ódio, dentre os grupos monitorados. Trata-se de um local de discussão administrado pelo Canal Direita Inteligente, que foi um dos alvos da ação de investigação judicial eleitoral nº 0601522-38.2022.6.00.0000 (BRASIL, 2022), ajuizada pela Coligação Brasil da Esperança - da chapa de Lula e Alckmin. A ação aponta a necessidade de investigação e enfrentamento de um “ecossistema de desinformação engendrado e financiado em benefício de determinadas candidaturas e prejuízo de outras, nas Eleições de 2022” (BRASIL, 2022). No ato de finalização deste trabalho o processo em questão ainda se encontra em andamento, na fase da petição de contestação.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A proposta do trabalho foi trazer luz à problemática do discurso de ódio *online* e a utilização deste como instrumento político. O foco em grupos do *Telegram* se justifica diante das manifestações públicas relacionadas à preocupação de autoridades brasileiras diante da influência da plataforma no cenário político eleitoral de 2022, como possível *locus* de disseminação da desinformação e manifestações de ódio. Preocupação potencializada pela característica de baixa moderação da plataforma e resistência na colaboração com instituições governamentais no combate à crimes digitais.

Tendo em vista a ascensão progressiva da articulação digital para utilização política no Brasil e no mundo, e o protagonismo de grupos bolsonaristas durante, não somente as eleições de 2018, mas também a pandemia da covid-19 para propagação de desinformação e mensagens de ódio, faz-se necessário o aprofundamento da questão para promoção de estratégias de enfrentamento ao discurso de ódio digital. Os resultados demonstram a ocorrência de livre disseminação de conteúdo discriminatório na plataforma. Para além, reforça a teoria de Letícia Cesarino acerca da existência da rede bolsonarista interconectada, apelidada de bolsoesfera, a qual é constatado que os grupos do Telegram integram.

Há a necessidade da criação de estratégias para mitigar a difusão de manifestações de ódio *online*. Todavia, considerando o poder de alcance massivo e sem fronteiras do mundo digital, a resolução desta problemática se torna complexa. É importante a reflexão de que nem todos os discursos coletados pelo método escolhido deveriam ser criminalizados juridicamente, porém sem um parâmetro estabelecido, estamos hoje sem norte jurídico quanto a linha tênue que separa a livre manifestação do pensamento da violação de direitos fundamentais de indivíduos e grupos.

Assim, é fundamental a intervenção conjunta dos Estados democráticos para o combate e enfrentamento deste problema social complexo de âmbito público. Entretanto, vimos que já existem diversos instrumentos jurídicos internacionais que versam contra a discriminação e manifestações de ódio segregacionistas e que a

existencia destes não impedem que o discurso de ódio continue sendo propagado, não havendo limites claros e definidos entre manifestações de ódio e o direito de liberdade de expressão.

Diante deste cenário, considera-se que é necessário a criação de parâmetros legais que permitam a identificação de um discurso como sendo de ódio, para que a abertura de ideias, opiniões impopulares e plurais sejam asseguradas, como assim é exigido pelo regime democrático. Assim, seria possibilitada a construção de um debate mais profundo acerca da moderação de conteúdo conforme diretrizes legais e regulação de redes sociais, juntamente com a garantia do exercício pleno da liberdade de expressão. E, para além da identificação do discurso de ódio pela legislação interna de um país, é preciso que os Estados-Nações tracem estratégias conjuntas para o enfrentamento ao discurso de ódio para além das fronteiras imaginárias.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, A.; QUINAN, R. Crise epistemológica e teorias da conspiração: o discurso anti-ciência do canal “Professor Terra Plana”. **Revista Mídia e Cotidiano**, v. 13, n. 3, p. 83-104, 5 dez. 2019. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/midiaecotidiano/article/view/38088/22345>

BARBOSA, L. C. S. Reflexos da Declaração Universal dos Direitos Humanos no Ordenamento Jurídico brasileiro. **Revista de Direito Internacional e Globalização Econômica**, v. 3, n. 3, p. 57-64, 2018. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/DIGE/article/view/38684>. Acesso em: 23 nov. 2022.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil: promulgada em 5 de outubro de 1988.** 1988. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm. Acesso em 12 out. 2022.

BRASIL. Estatuto da Igualdade Racial. **Lei nº 12.288, de 20 de julho de 2010.** Institui o Estatuto da Igualdade Racial; altera as Leis nos 7.716, de 5 de janeiro de 1989, 9.029, de 13 de abril de 1995, 7.347, de 24 de julho de 1985, e 10.778, de 24 de novembro de 2003. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/112288.htm. Acesso em: 13 abr. 2022.

BRASIL. Marco Civil da Internet (2014). **Lei nº 12.965, de 23 de Abril de 2014.** Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/112965.htm. Acesso em: 12 jan. 2022.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Resolução nº. 510, de 07 de abril de 2016.** Determina diretrizes éticas específicas para as Ciências Humanas e Sociais (CHS). Disponível em: https://bvsmms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/cns/2016/res0510_07_04_2016.html. Acesso em: 26 dez. 2022.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral - Corregedoria-Geral da Justiça Eleitoral. **Ação de Investigação Judicial Eleitoral (11527) Nº 0601522-38.2022.6.00.0000, de 18 de outubro de 2022.** Trata-se de ação de investigação judicial eleitoral ajuizada pela Coligação Brasil da Esperança contra Jair Messias Bolsonaro e Walter Souza Braga Netto, candidatos respectivamente aos cargos de Presidente (reeleição) e Vice-Presidente da República nas Eleições 2022, e Carlos Nantes Bolsonaro, Eduardo Nantes Bolsonaro, Nikolas Ferreira de Oliveira, Kim George Borja Paim, Carla Zambelli Salgado, Gustavo Gayer Machado de Araújo, Leandro Panzzolo

Ruschel, Silvio Navarro Perejon Junior, Henrique Leopoldo Damasceno Viana, Lucas Ferrugem de Souza, Filipe Schossler Valerim, Barbara Zambaldi Destefani, Luiz Philippe de Orleans e Bragança, Paulo Eduardo Lima Martins, Bernardo Pires Kuster, Elisa Brom de Freitas, Beatriz Kicis Torrentes de Sordi, Ernani Fernandes Barbosa Neto, Thais Raposo do Amaral Pinto Chaves, Anderson Azevedo Rossi, Otavio Oscar Fakoury, Ricardo de Aquino Salles, André Porciuncula Alay Esteves, Alexandre Ramagem Rodrigues, Paula Marisa Carvalho de Oliveira, Sarita Gonçalves Coelho, Diego Henrique de Sousa Guedes, Marcelo de Carvalho Fragali, José Pinheiro Tolentino Filho, Roberto Bezerra Motta, Mario Frias, Roger Rocha Moreira, Micarla Rocha da Silva Melo, Silvio Grimaldo de Camargo, Flávia Ferronato, Jairo Mendes Leal, Caroline Rodrigues de Toni, Augusto Pires Pacheco, Paulo Vitor Souza, Bismark Fabio Fugazza, Rodrigo Constantino Alexandre dos Santos, Max Guilherme Machado de Moura, Bruno de Castro Engler Florêncio de Almeida. Filipe Sabará e, ainda, responsáveis por perfis de Twitter, Youtube e Telegram a serem identificados, por suposta prática de uso indevido dos meios de comunicação, abuso de poder político e abuso de poder econômico. Disponível em: <https://consultaunificadapje.tse.jus.br/consulta-publica-unificada/documento?extensaoArquivo=text/html&path=tse/2022/10/18/17/6/58/f21fe948e12dea0b8cd952d26da852e7652a7ee6a6ef33235102d585751068f5>. Acesso em: 03 jan. 2023.

BRUGGER, W. Proibição ou proteção do discurso do ódio? Algumas observações sobre o direito alemão e o americano. Tradução de Maria Ângela Jardim de Santa Cruz Oliveira. **Revista de Direito Público**, Brasília, ano 4, v. 15, n. 117, p. 117-136, jan./mar. 2007. Disponível em: <https://www.portaldeperiodicos.idp.edu.br/direitopublico/article/view/1418/884>. Acesso em: 17 jul. 2022.

CASTELLS, M. **A Sociedade em Rede: Do Conhecimento à Acção Política**. Lisboa: Imprensa Nacional - Casa da Moeda, 2006.

CESARINO, L. **Populismo digital: roteiro inicial para um conceito, a partir de um estudo de caso da campanha eleitoral de 2018 (Parte I: metodologia e teoria)**. Manuscrito. Disponível em: <https://www.academia.edu/38061666/>. Acesso em: 17 ago. 2022.

CESARINO, L. Como vencer uma eleição sem sair de casa: a ascensão do populismo digital no Brasil. **Revista Internet & Sociedade**, v. 1, n. 1, p. 91-120, fev. 2020. Disponível em: <https://www.academia.edu/42077568/>. Acesso em: 17 ago. 2022.

CITRON, D. K. **Hate crimes in cyberspace**. Harvard University Press, 2014.

COHEN-ALMAGOR, R. Fighting Hate and Bigotry on the Internet. **Policy & Internet**, v. 3, n. 3, p. 1-26, set. 2011. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1916552. Acesso em: 14 abr. 2022.

COMUNICA QUE MUDA. **Dossiê intolerâncias: visíveis e invisíveis no mundo digital**. São Paulo, 2016. Disponível em:

<https://www.comunicaquemuda.com.br/dossie/intolerancia-nas-redes/>. Acesso em: 20 jun. 2022.

EGLER, T. T. C.; COSTA, T. ; NEVES, F. C. F. Rede na manipulação da democracia no Brasil. **Espaço e Economia**: Revista brasileira de geografia econômica, ano IX, n. 19, p. 1-28, 10 set. 2020. Disponível em: <https://journals.openedition.org/espacoeconomia/17021?lang=pt>. Acesso em: 20 dez. 2022.

FERNANDES, U. M. . O discurso de ódio, suas causas e consequências. **Ecolinguística**: Revista brasileira de ecologia e linguagem (ECO-REBEL), [S. l.], v. 8, n. 2, p. 85–99, 2022. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/erbel/article/view/44294>. Acesso em: 4 dez. 2022.

ITU. INTERNATIONAL TELECOMMUNICATION UNION. **Information and communications technology Statistics, 2022**. Disponível em: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>. Acesso em: 04 abr. 2022.

ITU. INTERNATIONAL TELECOMMUNICATION UNION. **Datahub - Brazil - Individuals using the Internet, 2020**. Disponível em: <https://datahub.itu.int/data/?e=BRA&c=701&i=11624>. Acesso em: 07 set. 2022.

KRAUS, L. Das ruas às mídias sociais: a rede liberal-conservadora do Movimento Brasil Livre (MBL). **Ar@cne**: Revista Electrónica de Recursos en Internet sobre Geografía y Ciencias Sociales, v. 26, n. 262, p. 1-20, 01 jan. 2022. Disponível em: <https://revistes.ub.edu/index.php/aracne/article/view/36124/36501>. Acesso em: 26 abr. 2022.

KRAUS, L.; MEIRA, A.; BARBOSA; M. O poder técnico-informacional do WhatsApp em tempos de Covid-19. **Revista Comunicação & Educação**, São Caetano do Sul, v. 23, n. 51, p. 57-73, 24 abr. 2022. Disponível em: https://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/8299/3622. Acesso em: 17 set. 2022.

LEMOS, J. G.; COELHO, D. M. O uso político do discurso do ódio: um estudo de caso no facebook (2016). **Revista Psicologia Política**, v. 19, n. 46, p. 528-542, set./dez. 2019. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1519-549X2019000300011. Acesso em: 29 set. 2022.

MIRANDA JÚNIOR, M. R.; MELO, P.; SILVA, A.P. C.; BENEVENUTO, F.; ALMEIDA, J. Towards Understanding the Use of Telegram by Political Groups in Brazil. **WebMedia'21**: Proceedings of the Brazilian Symposium on Multimedia and the Web, p. 237-244, 05 nov. 2021. Disponível em: <https://dl.acm.org/doi/abs/10.1145/3470482.3479640>. Acesso em: 18 out. 2022.

NAPOLITANO, C. J.; STROPPA, T. O Supremo Tribunal Federal e o discurso de ódio nas redes sociais: exercício de direito versus limites à liberdade de expressão. **Revista Brasileira de Políticas Públicas**, Brasília, v. 7, n. 3, p. 313-332, 2017. Disponível em: <https://www.publicacoes.uniceub.br/RBPP/article/view/4920>. Acesso em: 17 jul. 2022.

ONU. Organização das Nações Unidas. **Declaração e Programa de Ação. Conferência Mundial contra o Racismo, Discriminação Racial, Xenofobia e Intolerância Correlata**. Durban, África do Sul, 08 set. 2001. Disponível em: https://brazil.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/declaracao_durban.pdf. Acesso em: 13 jan. 2021.

ONU. Organização das Nações Unidas. **Declaração Universal dos Direitos Humanos**, 1948. Disponível em: <https://www.unicef.org/brazil/declaracao-universal-dos-direitos-humanos>. Acesso em: 12 jan. 2022.

PETRARCA, F. R. Uma Janela no Tempo: a ascensão do Bolsonarismo no Brasil **Revista TOMO**, Sergipe, n. 38, p. 339-371, jan./jun. 2021. Disponível em: <http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/346/3461827012/3461827012.pdf>. Acesso em: 15 maio. 2022.

PIAIA, V.; ALVES, M. Abrindo a caixa preta: análise exploratória da rede bolsonarista no *WhatsApp*. **Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v. 43, n. 3, p. 135-154, set./dez. 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/intercom/a/JB3zHccN7KnHJXTwsRj8WjF/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 03 abr. 2022.

REENLSOBER, D.; KARHAWI, I. Ethos nas Redes: seguidores de Jair Bolsonaro no Twitter. **Revista GEMINIS**, v. 13, n. 1, p. 166-187, jan./abr. 2022. Disponível em: <https://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/636/472>. Acesso em: 07 set. 2022.

ROCHA, T.; BRANDÃO, C. W. G. S.; SOUZA & CRUZ, D. A. C. Fake news em tempos de COVID-19: discursos de ódio nas redes sociais como ressonância da desinformação. **Revista Interinstitucional Artes de Educar**, v. 6, n. especial 2, p. 303-327, jun./out. 2020. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/riae/article/view/51910>. Acesso em: 04 dez. 2022.

RUEDIGER, M. A (coord.). **Desinformação on-line e contestação das eleições: quinze meses de postagens sobre fraude nas urnas eletrônicas e voto impresso auditável no Facebook**. Policy paper. Rio de Janeiro: FGV DAPP, 2022. Disponível em: https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/31711/%5bPT%5dEstudo-7_Fraude-nas-urnas_Ficha%2bISBN.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 20 set. 2022.

SARMENTO, D. A liberdade de expressão e o problema do “hate speech”. **Livres e iguais: estudos de direito constitucional**. Rio de Janeiro: Lúmen Juris, 2006.

SILVA, L. R. L. **Discurso de ódio no Facebook: a construção da incivilidade e do desrespeito nas fan-pages dos deputados Jair Bolsonaro, Marco Feliciano e Rogério Peninha Mendonça**. 2018. 184 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação)-Programa de Pós-graduação em Comunicação, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2018. Disponível em: <https://acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/54944/R%20-%20D%20-%20LUIZ%20ROGERIO%20LOPES%20SILVA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em 15 jan. 2022.

SILVA, L. R. L.; FRANCISCO, R. E. B.; SAMPAIO, R. C. Discurso de ódio nas redes sociais digitais: tipos e formas de intolerância na página oficial de Jair Bolsonaro no Facebook. **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 46, p. 1-26, 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/gal/a/4krjKThRWZD6MRy8LLLpVhF/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 28 jun. 2022.

SILVA, R. L.; NICHEL, A.; MARTINS, A. C. L.; BORCHARDT, C. K. Discursos de ódio em redes sociais: jurisprudência brasileira. **Revista Direito GV**, São Paulo, v. 7, n. 2, p. 445-468, jul./dez. 2011. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/revdireitogv/article/view/23964/22729>. Acesso em: 26 abr. 2022.

SORJ, B; CRUZ, F. B.; SANTOS, M. W.; RIBEIRO, M. M.; ORTELLADO, P. **Sobrevivendo nas Redes**: Guia do Cidadão. São Paulo: Plataforma democrática: Fundação FHC e do Centro Edelstein de Pesquisas Sociais, 2018. Disponível em: <https://fundacaofhc.org.br/files/sobrevivendo%20nas%20redes.pdf>. Acesso em: 20 fev. 2022.

SPONHOLZ, L. O papel dos discursos de ódio (online) na ascensão da extrema direita: um aporte teórico. **Revista Confluências**, Niterói, v. 22, n. 3, 2020, p. 220-243, dez. 2020./mar. 2021. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/confluencias/article/view/47124/27350>. Acesso em: 26 abr. 2022.

STROPPIA, T.; ROTHENBURG, W. C. Liberdade de expressão e discurso do ódio: o conflito discursivo nas redes sociais. **Revista Eletrônica do Curso de Direito da UFSM**, v. 10, n. 2, p. 450-468, 2015. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/revistadireito/article/view/19463/pdf>. Acesso em: 13 jan. 2022.

VERGANI, M.; ARRANZ, A. M.; SCRIVENS, R.; ORELLANA, L. Hate Speech in a Telegram Conspiracy Channel During the First Year of the COVID-19 Pandemic. **Social Media+ Society**, v. 8, n. 4, p. 1-14, out./dez. 2022. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/20563051221138758>. Acesso em: 15 nov. 2022.

WE ARE SOCIAL; HOOTSUITE. **Digital 2021: Global Overview Report**: the latest insights into how people around the World use the internet, social media, mobile devices, and ecommerce. Disponível em: <https://wearesocial.com/uk/blog/2021/01/digital-2021-uk/>. Acesso em 14 jan. 2022.