

PL das fake news ou PL da censura? Sentidos e estratégias retóricas de deputados federais bolsonaristas de Mato Grosso acerca do PL 2630/2020 no Instagram¹²

Willian MONTEIRO³

Bruno Bernardo de ARAÚJO⁴

Universidade Federal de Mato Grosso, Cuiabá, MT

RESUMO

Este trabalho analisa a comunicação digital de quatro parlamentares federais eleitos por Mato Grosso, alinhados ao Bolsonarismo, para entender os sentidos propostos nas postagens realizadas no Instagram sobre o Projeto de Lei 2630/2020. Articulamos os conceitos de alinhamento ideológico e populismo para compreender o bolsonarismo como um movimento que se nutre das características das plataformas de redes sociais, assentada em estratégias retóricas que aprofundam a polarização política. Investigamos, por meio de análise de conteúdo quanti-qualitativa, postagens sobre o PL 2630, realizadas nos perfis dos parlamentares, no período de 10 de abril a 7 de maio de 2023. Os resultados apontam que os deputados propuseram o sentido do projeto como Censura e adotaram formas de enunciação que reforçam estratégias retóricas como a fabricação de inimigos e o ódio às esquerdas.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação; Populismo; Democracia; Redes Sociais.

TEXTO DO TRABALHO

Este trabalho analisa a comunicação digital de parlamentares federais eleitos por Mato Grosso, alinhados ao Bolsonarismo, para entender os sentidos propostos nas postagens realizadas por eles no Instagram sobre o Projeto de Lei 2630/2020, conhecido como PL das Fake News. O projeto, proposto em 2020, no Senado, cria a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet e tem como objetivo estabelecer “normas, diretrizes e mecanismos de transparência para provedores de redes sociais e de serviços de mensageria privada a fim de garantir segurança e ampla liberdade

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Pesquisa – Comunicação, Mídia e Liberdade de Expressão do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 4 a 8 de setembro de 2023.

² Pesquisa com financiamento da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Mato Grosso (Fapemat), edital 008/2022, no âmbito do Projeto "Comunicação Populista, Neoconservadorismo e Desinformação em Contextos Eleitorais Subnacionais".

³ Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Poder da Universidade Federal de Mato Grosso (PPGCOM/UFMT). E-mail: monteirofiles@gmail.com

⁴ Professor do Departamento de Comunicação e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Poder da Universidade Federal de Mato Grosso (PPGCOM/UFMT). Líder do Midiáticos - Grupo de Pesquisa em Mídia, Política e Democracia. Doutor em Comunicação. E-mail: bruno.araujo@ufmt.br

de expressão, comunicação e manifestação do pensamento” (CÂMARA DOS DEPUTADOS, 2020). Trata-se, em linhas gerais, de uma proposta de regulamentação das empresas de tecnologia, principalmente em relação à responsabilização delas sobre os conteúdos publicados pelos usuários. Em 2023, o tema voltou ao debate por uma articulação do Governo Federal, que, após dois ataques a escolas, em que os praticantes dos atos mobilizaram suas ações criminosas pelas redes, entendeu como necessária a aprovação de um arcabouço normativo das redes sociais digitais.

Tão logo o projeto voltou a ser discutido na Câmara dos Deputados, em 24 de abril de 2023, deputados bolsonaristas iniciaram uma campanha para tentar deslegitimar a proposta. Em Mato Grosso, os deputados Amália Barros (PL), Abílio Brunini (PL), Coronel Assis (UB), Coronel Fernanda (PL) e José Medeiros (PL) se notabilizaram por fazer oposição ao tema, mantendo o seu alinhamento ao ex-presidente Jair Bolsonaro, contrário ao texto. Os cinco parlamentares foram eleitos nas eleições de 2022, reafirmando Mato Grosso como uma área de influência do Bolsonarismo. Em 2018, Bolsonaro venceu os dois turnos contra Fernando Haddad (PT) com larga vantagem, o que praticamente se repetiu no último pleito contra Luiz Inácio Lula da Silva (PT), quando o candidato da extrema-direita obteve vantagem expressiva no segundo turno⁵. Nas eleições ocorridas desde 1989, apenas na de 2002, Lula conseguiu vencer a eleição presidencial no estado, o que evidencia a hegemonia de candidatos conservadores neste contexto subnacional. De fato, das oito cadeiras para o parlamento federal que Mato Grosso possui, sete foram ocupadas por políticos que declararam voto em Bolsonaro no segundo turno de 2022, embora apenas cinco deles possam ser considerados alinhados ao Bolsonarismo, conforme classificação feita por Luiz et. al (2023). A força do bolsonarismo extrapola o processo eleitoral e se mostra também na atuação parlamentar dos deputados. Levantamento recente do jornal O Globo mostra que a bancada federal de Mato Grosso é a que mais se posiciona contrária à agenda do Palácio do Planalto⁶, atualmente ocupado por Lula da Silva.

⁵ 2018 - 1º turno: Bolsonaro 60,39% x Haddad 24,76%. 2º turno: Bolsonaro 66,42% x Haddad 33,58%. 2022 - 1º turno: Bolsonaro 59,84% x Lula 34,39% 2º turno: Bolsonaro 65,08% x 34,92% Lula. Disponível em: <https://sig.tse.jus.br/>. Compilado pelos autores. Acesso em: 04 jul. 2023.

⁶ “Governo enfrenta maior oposição das bancadas do MT e de SC na Câmara”. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/politica/noticia/2023/07/24/governo-enfrenta-maior-oposicao-das-bancadas-do-mt-e-de-sc-na-camara.ghtml>. Acesso em 16 ago. 2023.

Importa destacar que a oposição feita pelos parlamentares ao PL 2630 parece imbuída de interesses que evidenciam o modus operandi do populismo nas redes sociais digitais, já estudado largamente pela literatura de referência (ENGESSER *et al.*; 2017, MAZZOLENI E BRACCIALE; 2018). Entre os modos de ação de lideranças populistas, sejam os líderes principais, como Bolsonaro, sejam lideranças que funcionam como reforços da ideologia em diversos espaços, como é o caso dos parlamentares, está a aposta no discurso desinformativo como tática política. Tal discurso vai ao encontro do modelo de negócio das próprias plataformas digitais, cujos algoritmos tendem a impulsionar conteúdos emocionais e polarizadores, como é próprio das estratégias retóricas do populismo. No caso do bolsonarismo, diversos agentes políticos com mandato tiveram papel determinante no espalhamento de conteúdos falsos sobre diversos temas, com a adoção de uma prática de guerrilha informativa para desinformar nas redes, como definem Gomes e Dourado (2019).

Assim, partindo do pressuposto de que este é um tema a ser ainda mais investigado pelos estudos da comunicação, sobretudo no que respeita às estratégias de agentes parlamentares associados à liderança populista, este trabalho pretende responder à pergunta de pesquisa: Quais foram os sentidos e as estratégias retóricas dos deputados federais bolsonaristas eleitos por Mato Grosso acerca do PL 2630/2020 em sua comunicação digital no Instagram? Além desta introdução, o texto prossegue com uma discussão teórica sobre o bolsonarismo, o populismo de direita e as mídias sociais; apresenta, em seguida, as questões metodológicas que organizam a análise, seguidas dos dados, discutidos em tópico próprio e nas considerações finais.

Bolsonarismo, populismo de direita e mídias sociais

O Bolsonarismo é um alinhamento ideológico de direita, como define Rennó (2022). Alinhamento é um “processo em que eleitores anteriormente desmobilizados ou independentes passam a se articular em torno de uma nova agenda, em um período continuado e de longo prazo, afetando inúmeros episódios eleitorais”. (RENNÓ, 2022, p. 148). Jair Bolsonaro seria o agregador deste alinhamento heterogêneo entre grupos conservadores nacionais, nos quais se incluem agentes com uma perspectiva antipolítica, antiestablishment, fundamentalistas religiosos e setores extremistas de direita.

Características como a antipolítica e o antiestablishment estão presentes no discurso e na ideologia de lideranças populistas ao redor do mundo. Apesar de o populismo ser um conceito em disputa na esfera acadêmica, popularizado entre meios de comunicação e presente nos diversos espectros ideológicos, parece haver um consenso de que “todas as formas de populismo incluem algum tipo de apelo às “pessoas” e uma denúncia das “elites”” (MUDDE; KALTWASSER, p. 5, tradução nossa). Tais dimensões — o apelo ao “povo” e a luta contra as “elites” — são significantes vazios, como define Laclau (2005), ou seja, servem como marcadores a serem preenchidos pelos políticos populistas em seus discursos: o povo representa os apoiadores da liderança, dotados de características impolutas, e as elites — ou os “outros” — são identificados como opositores imorais e corruptos em relação ao povo, figurando, na retórica da extrema-direita, como inimigos com os quais não pode haver diálogo, restando um combate que visa eliminá-los.

Essa lógica divisionista, própria do populismo (ARAÚJO; PRIOR, 2021) está presente em todas as discussões de que participam os adeptos da liderança populista. Um olhar exploratório das postagens dos parlamentares que estudamos neste trabalho revela que se investiu num tipo de argumentação segundo o qual o projeto seria uma tentativa de criar meios de censurar as pessoas — o povo — por parte daqueles que possuiriam interesses escusos — as esquerdas. Esse tipo de formulação tende a ganhar ampla repercussão nas mídias sociais. De fato, a ação dos grupos populistas neste início de século XXI se dá sobretudo por meio das redes sociais, com o surgimento do que alguns autores chamam de populismo digital (Cesarino, 2020). A comunicação direta ofertada pelas redes é um traço distintivo do populismo hodierno em relação a experiências do passado, quando os meios de comunicação de massa exerciam um papel importante de mediação, relativizado atualmente, como afirma Mazzoleni (2008).

Por outro lado, os extremistas, como Bolsonaro, contam com as características das redes e a sua arquitetura algorítmica, que, em busca de engajamento com interesses comerciais, tendem a privilegiar mensagens emocionais e polarizantes, sintetizados, muitas vezes, em conteúdos desinformativos que capturam a atenção das pessoas. Por essa razão é que Waisbord (2018) identifica uma afinidade entre a política da pós-verdade e a comunicação populista, particularmente nas redes sociais. Não é por acaso, portanto, que qualquer tentativa de regulação das redes, mesmo quando se está diante da tentativa

de proteger pessoas vulneráveis ou a própria democracia dos ataques de grupos violentos, tende a ser frontalmente combatida por quem se nutre as oportunidades discursivas e retóricas das plataformas de mídia social.

É justamente por entender que o populismo do século XXI se nutre de uma lógica e de uma gramática da ambiência comunicacional em que nos encontramos que autores como De Vreese et al. (2018) propõem compreender o populismo como um fenômeno comunicacional, ressaltando, portanto, o papel dos estudos da comunicação no estudo do fenômeno. De acordo com os autores, o populismo é comunicado por meio de estratégias de mobilização específicas que tendem a ser mais efetivas quando utilizadas por populistas de direita. Assim, vários autores identificam a força do engajamento nas redes sociais de políticos da extrema-direita que se utilizam de uma retórica populista (BOBBA, 2019), de maneira fragmentada (ENGESSER et al. 2017), nas redes sociais (CHAGAS; STEFANO, 2022). Numa relação direta com a lógica das mídias sociais, busca-se simplificar as mensagens, apostando em tons apelativos e a uma retórica da crise, para aumentar a compreensão e o engajamento.

Engesser et. al (2015) e Mazzoleni e Bracciale (2018) oferecem uma base de compreensão do Populismo como recurso retórico nas redes sociais ao procederem uma análise qualitativa de textos em posts de Facebook e Twitter de diversos atores políticos europeus, eles identificaram padrões discursivos a partir da conceituação do populismo - o povo virtuoso, a elite corrupta e os outros perigosos que ameaçam a soberania popular (direitos, costumes, identidade), propondo assim os seguintes padrões presentes na comunicação populista: ênfase da soberania popular e advocacia para o povo; ataque às elites e ostracização do outros.

As duas primeiras foram agrupadas como ape nas um sentido, já que a primeira categoria reforça a ideia de democracia direta, em que o povo é a régua última nas decisões governamentais e a advocacia para o povo é a ideia do ator político ser o legítimo representante desta democracia direta (MAZZOLENI; BRACCIALE, 2018, p. 5). Ataque às elites é a representação da marca anti-establishment própria do populismo. As elites são o eles dotados de atributos como corrupção, maldade, perversão, representando a classe política, meios de comunicação, classe artística, universidades. Ostracização do outro refere-se a uma delimitação de quem é povo e quem não pertence a esta categoria.

Todos aqueles que não podem ser povo, são estigmatizados como outros, retratados como inferiores. Nesta categoria, podemos ter o estrangeiro, o partido político, atores, políticos.

Em relação aos conteúdos emocionais que se encaixam na lógica das redes, em estudo empírico sobre o caso italiano, Bobba (2019) sistematiza algumas estratégias retóricas relativas a emoções que as mensagens populistas acionavam para que os atores políticos obtivessem maiores números de interações (no caso da pesquisa, likes, comentários e compartilhamentos no Facebook). O autor verificou duas principais emoções relativas a mensagens que buscam criar uma dicotomia povo e outros/elite: a retórica do medo e da raiva. Na seção sobre estratégias retórico-discursivas, pretendemos demonstrar que as publicações dos deputados mato-grossenses carregam marcas próprias da retórica do medo.

Metodologia

O corpus de análise deste estudo foi construído a partir de coleta das páginas do Instagram dos parlamentares, com auxílio da plataforma Fanpage Karma. As postagens foram feitas entre 10 de abril a 07 de maio, período que compreende a discussão política e o trâmite que culminou com a retirada de pauta da matéria, em 02 de maio de 2023. A coleta contemplou apenas quatro deputados: Amália Barros, Abílio Brunini, Coronel Assis e Coronel Fernanda. O deputado José Medeiros não foi incluído porque o seu perfil estava suspenso por ordem da Justiça⁷. Das 155 mensagens publicadas pelos quatro deputados no período sobre o PL 2630, 25 delas (16,12%) foram classificadas como mensagens sobre o PL 2630/2020, sendo 17 publicações de Vídeo/Reels e 8 publicações em foto/carrossel.

Para realizar a classificação e a análise das 25 mensagens, recorreremos a uma Análise de Conteúdo Qualitativa (BAUER; GASKELL, 2015), combinada com técnicas de Análise de Imagens em Movimento (ROSE in BAUER; GASKELL, 2015) para compreender a presença de padrões semânticos e das estratégias retóricas de comunicação

⁷ Nota sobre a coleta: O perfil do deputado José Medeiros foi desbloqueado por decisão judicial no dia 27/03/2023. Porém, continuou inacessível na busca da plataforma e na ferramenta de coleta. A partir do dia 27/05/2023 o perfil voltou a constar nas consultas e coletas, o que se pode levantar a hipótese de um bloqueio feito pela plataforma.

populista utilizadas na produção dos vídeos. Os dados coletados foram organizados em duas principais listas para consulta: Foto/Carrossel e Vídeo/*Reels*.

Na lista “Fotos”, os dados coletados e ordenados foram: a publicação relativa ao PL 2630/2020, legenda da postagem, data e hora da publicação, interações totais (soma de comentários e curtidas). Sobre os vídeos, buscou-se primeiro classificar as publicações conforme a distinção que o Instagram promove: há uma aba específica para vídeos curtos (de até 90 segundos), chamada *Reels*, que oferece um sistema de busca e exploração de conteúdo personalizado. Produções superiores a 90 segundos são entregues como vídeos na timeline da plataforma. Uma descrição fílmica básica também foi realizada, registrando a duração, planos e ângulos conforme classificação de Mascelli (2010), contexto da cena, uso de elementos gráficos, uso de trilha ou som direto, presença de legendas embutidas no vídeo além dos dados relativos à interação (curtidas e comentários) e a legenda da postagem.

Análise e Discussão dos dados

Adiante, apresentamos os principais dados da análise e os discutimos com base na literatura mobilizada nos tópicos anteriores. A análise está dividida em dois momentos: apresentação dos principais sentidos mobilizados pelos parlamentares bolsonaristas de Mato Grosso sobre o PL 2630/2020, seguida da identificação das estratégias retóricas de que lançaram mão em sua comunicação digital no Instagram para mobilizar o público nas redes. Cabe, primeiramente, a apresentação de algumas métricas relativas os perfis de cada parlamentar e sobre as características das postagens que constituem o corpus deste trabalho, conforme mostra a Tabela 1.

Deputado (a)	Posts Totais	Posts PL 2630	Fotos/ Carrossel	Vídeos/ Reels	Interações Totais	Interações Proporcionais (%)	Seguidores
Abilio	27	8	2	6	33.926	4,29%	105.168
Amália	29	9	3	6	79.432	3,14%	284.396
Coronel Assis	65	2	1	1	1977	0,75%	131.779
Coronel Fernanda	34	6	1	5	3363	2,36%	23.934

Tabela 1 - Dados sobre as postagens referentes ao PL 2630/2020. Fonte: Elaborada pelos Autores

A partir destes dados, podemos visualizar um maior esforço comunicacional de Abílio e Amália sobre o tema (das mensagens totais publicadas por estes parlamentares, 29,62% e 31,03% respectivamente, referiam-se ao PL 2630/2020), e obtiveram maiores níveis de interações absolutas e proporcionais. Já Coronel Assis foi o parlamentar que menos publicou sobre o tema, com apenas duas postagens (1,2% em relação a suas postagens totais), apesar de ter sido o deputado que mais realizou publicações no período (65 de 155 publicações).

Na segunda etapa da análise, buscamos identificar os padrões semânticos utilizados pelos parlamentares para repercutir o PL 2630/2020. Duas principais dimensões foram encontradas com maior proeminência: a primeira, presente em todas as publicações, compreende o Projeto de Lei como uma tentativa de censura da população, que restringiria a liberdade de expressão. É uma proposta de comunicação, que além de opor-se ao projeto, disputa no terreno político a primazia pela narrativa dominante, já que o projeto foi informalmente chamado de “PL das Fake News” pela imprensa, políticos e representantes da sociedade (e que também não contempla de forma justa o escopo de projeto). Dentro desta dimensão, o parlamentar posta-se como o defensor da liberdade de expressão.

A segunda dimensão semântica observada pela análise foi a identificação dos responsáveis pela suposta tentativa de censura, os quais surgiram na comunicação dos parlamentares como se houvessem sido descobertos e denunciados. Apesar de o projeto ter como autor o senador Alessandro Vieira (SE), a principal responsabilidade, segundo os parlamentares bolsonaristas de Mato Grosso, é do presidente Lula e da esquerda. Destacamos abaixo as duas dimensões, buscando exemplificar as ocorrências com exemplos extraídos do corpus.

Censura e Liberdade de Expressão: a estratégia do medo

A utilização da censura e a evocação da defesa da liberdade de expressão por deputados bolsonaristas já aparecem descritas em trabalhos anteriores como na análise realizada por Chicarino, Conceição e Segurado (2022) sobre a CPI das Fake News. Nesta pesquisa, a tese do ataque à liberdade de expressão é o sentido dominante, presente em

quase todas as postagens (com exceção de 1 postagem da Coronel Fernanda). A Tabela 2 sistematiza transcrições dos vídeos analisados que exemplificam esse padrão semântico.

Identificação	Trecho
Abílio Brunini – 25/04/2023 Vídeo – 3’23”	“A votação do regime de urgência do PL 2630, que trata sobre a censura, e aí o pessoal que está apresentando os projetos junto com relator fala que é PL da Fake News, mas não, é uma PL que cria um regime de censura [...] ”
Amália Barros – 26/04/2023 Reels – 1’30”	“Só deixar um aviso aqui para todos vocês. Se for aprovado o projeto da censura, que foi aprovado requerimento no dia de ontem, essa cultura do cala boca que acontece na China vai acontecer no Brasil também [...] ”
Coronel Assis – 02/05/2023 Reels – 0’47”	[...] A possível votação da PL 2630, PL das Fake News, a PL da censura, do qual somos contra, uma vez que prezamos pelo direito da liberdade, o direito de podermos exercer a nossa livre expressão [...]
Coronel Fernanda – 24/04/2023 Reels – 0’59”	[...] a gente precisa que todos entendam que essa PL é maldita. Ela vai causar problema para todo mundo. Ela vai cercear sua liberdade, principalmente de dizer o que você pensa, principalmente a fala [...]

Tabela 2 – Exemplos de sentidos sobre o PL 2630/2020 como censura. Fonte: elaborada pelos Autores.

Em que pese o fato de este trabalho ter um objetivo delimitado, o de apreender os sentidos propostos pelos parlamentares mato-grossenses, é possível discutir ao menos duas questões que a posição compartilhada (PL como censura) pelos deputados suscita. Em poucos trechos, é possível extrair dissensos em relação ao sentido dominante de censura, como nas publicações de Coronel Fernanda: “Aproveitando os cartazes, do pessoal que está aí, precisamos dizer que nós não somos contra a regulamentação.” Já Abílio Brunini compreende que os crimes tipificados em lei já são suficientes para as questões relativas às redes sociais. O outro ponto é de que o entendimento do PL como censura é acompanhado do pedido de retirada da proposição, sem maiores debates, audiências ou entendimento com outros parlamentares. Tal postura taxativa de embargo, sem a busca de consensos e moderações, processo constituinte de democracias liberais (ou que apresentam elementos constitutivos de tal classificação, como poderes independentes e eleições livres) como a brasileira, remete a outros fenômenos descritos ao redor do mundo, em que representantes eleitos pelo povo procuram minar as bases democráticas por dentro das esferas de poder.

Responsáveis pela Censura: o antipetismo e o ódio às esquerdas

Neste tópico, que se debruça sobre a segunda dimensão semântica, há uma diferença entre postagens em formato foto/carrossel com as postagens em vídeo/*Reels*. No primeiro formato, há poucas citações diretas, apenas em uma publicação de Coronel Assis, “Vigilância e censura pelo governo Lula” e “Ativismo do judiciário na interpretação de conteúdos”; e uma citação em legenda da publicação de Amália Barros, “O Governo está sentindo a pressão popular! [...]”. Já nas publicações em vídeo/*Reels*, a presença e a culpabilização de responsáveis aparecem com mais frequência e concentrada em publicações de dois deputados: Abílio Brunini e Amália Barros. Alguns exemplos estão destacados na Tabela 3.

Identificação	Trecho
Abílio Brunini – 30/04/2023 Vídeo – 7’14”	“[...] A China tem censura de redes sociais e o Lula por diversas vezes já disse que admira o Partido Comunista Chinês. O Lula falou que admirava o Partido Comunista Chinês porque lá tinha pulso forte, [...]”
Abílio Brunini – 26/04/2023 <i>Reels</i> – 0’56”	“[...]é um órgão de controle e pode impor uma ditadura se cair na mão errada. No nosso país, já sabemos a mão de quem eles estão. Já sabemos na mão de quem o governo federal está e esse órgão estará, né? ”
Amália Barros – 26/04/2023 <i>Reels</i> – 1’11”	“[...] sabe o que isso que o ministro Flávio Dino falou significa? Significa que nós deputados temos votos suficientes para derrubar o PL da censura. E ele, na maior cara de pau, disse que vai instalar a ditadura da mordaca, [...] ”
Amália Barros – 26/04/2023 <i>Reels</i> – 1’30”	“[...]Esse vídeo mesmo seria um problemão. Ou qualquer coisa que eu e você falarmos contra esse desgoverno Lula. Você não quer isso, né? Por isso cobra os seus deputados. [...]”

Tabela 3 - Responsáveis pela Censura

Os dois parlamentares publicaram 12 dos 17 Vídeos/*Reels* presentes no *corpus*. Abílio constrói uma escala de responsabilização: o relacionamento/admiração de Lula por governos autoritários e comunistas que restringem o acesso a redes sociais, o judiciário que excederá em suas decisões, os meios de comunicação (citando a Globo) que possuem interesses sobre o projeto. Já Amália buscou explorar, de forma mais enfática este sentido, destinando 2 dos 5 Vídeos/*Reels* produzidos para demonstrar os motivos da responsabilização de Lula e Flávio Dino como censores. A primeira associação é de que

Lula — que no trecho utilizado pela deputada no *Reels*, defende uma visão pragmática e evita condenar denúncias de violações feitas contra a China — estaria se alinhando e se inspirando no governo chinês para projetos de censura, o que não encontra respaldo nos fatos. Em outra produção, a citação a Flávio Dino, que estaria, segundo a parlamentar, em busca de alternativas regulatórias através do Executivo e Judiciário, evidenciaram o plano para reduzir a participação dos representantes eleitos diretamente pelo povo.

O fomento a culpabilização de atores exclusivamente da esquerda por supostos atos ou planos de censura, marcadamente Lula e sua órbita política, se insere em um contexto maior de estímulo ao ódio às esquerdas por atores bolsonaristas, marca fundamental do movimento. Tal processo remete às estratégias da comunicação populista, sobretudo à criação de *outros* perigosos e de *elites* corruptas, tal como apontado por Engesser et al (2015). Neste caso, vale entender “esquerda” também como um significativo vazio, já que o termo se refere a todos aqueles que se opõem ao Bolsonarismo. Este tipo de estímulo ao ódio possui força para prosperar em um estado com alta aderência a este quadro de ideias alinhadas a Bolsonaro: nas eleições de 2022, circulavam em grupos de mensagens, listas com nomes de empresários que supostamente apoiavam o PT e deveriam sofrer boicote⁸.

Modos de dizer do bolsonarismo: Estratégias retórico-discursivas sobre o PL 2630

Em ambas as semânticas sobre o PL 2630, nota-se que os parlamentares apostam num modo de dizer muito próprio do bolsonarismo, com recurso a estratégias retóricas já mapeadas pela literatura sobre comunicação populista, como nos trabalhos de Engesser et al (2015) ou de Mazzoleni e Bracciale (2018). Trata-se, por exemplo, do esforço em delimitar um esquema dualista/maniqueísta, composto pelos verdadeiros representantes, os parlamentares — que buscam manter a soberania do povo contra um projeto de censura, coordenado por políticos de esquerda, associados diretamente a ideologias como o comunismo. Há neste aspecto algo importante a ser notado: a necessidade de uma criação de extremidades, em que o inimigo não deve ser apenas combatido, mas invisibilizado. Este também é o tratamento em relação ao PL 2630, que não pode ser debatido ou discutido para construção de consensos, mas que deve ser arquivado, e não

⁸ “Bolsonaristas fazem lista de boicote a empresas supostamente petistas em MT”. Disponível em: <https://www.rdnews.com.br/cidades/conteudos/167152>. Acesso em: 16 de ago. 2023

mais discutido. Partindo das categorias analíticas propostas por Engesser et al (2015) apresentadas no referencial teórico, a saber: *soberania popular* e *advocacia para o povo*, *ataques às elites* e *ostracização do outro*, buscamos sistematizar uma série de elementos empíricos que ilustram a ocorrência desse modo de dizer do populismo, como se pode notar na Tabela 5.

Categorias	Identificação	Exemplo
Soberania Popular e Advocacia para o povo	Coronel Assis 25/04/2023 Legenda Foto	É por isso que eu voto NÃO ao PL da LIBERAÇÃO DA CENSURA! 🗣️ A voz do povo NÃO pode ser calada!
	Amália Barros 02/05/2023 Legenda Foto	O Governo está sentindo a pressão popular! Não podemos dar um passo atrás. Faça sua parte!
	Abílio Brunini 02/05/2023 Vídeo – 02’42”	Nós vamos pra cima e se eles adiarem, nós vamos mobilizar e junto com vocês para não deixar esse projeto ser aprovado aqui
	Coronel Fernanda 24/04/2023 Reels – 0’59”	Lembre-se: deputado federal existe para defender o povo, pra defender você.
Ataque as Elites	Amália Barros 34/04/2023 Reels – 1’19”	tablóides e mamadores da Lei Rouanet que dizem ter lutado tanto contra a censura nesse país não enxergam a emboscada que os espera no futuro, com o PL da mordça.
	Abílio Brunini	Não podemos a fim de interesse de TV Globo ou de outra emissora de TV, querer colocar a censura no Brasil não é o caminho.
Ostracização dos outros	Abílio Brunini	A censura do PL 2630 vai atingir todo mundo. Vamos perder acesso às principais redes sociais e podemos sofrer censura de informação que nem a China.
	Amália Barros 26/04/2023 Reels – 1’30”	A esquerda, como em inúmeros países pelo mundo, defende uma cultura de “calar a boca” dos próprios compatriotas que são contra seus regimes. Países “amigos” do presidente Lula.

Tabela 5 - Estratégias retóricas e populismo

Assim, trata-se de uma estratégia centrada na mobilização de um *povo* que luta pela liberdade de expressão, que não aceita censuras (que, no caso do projeto de lei, é

uma regulamentação das plataformas de redes sociais) e que busca, através da democracia direta, reverter a disposição de criação de novas Leis. Os deputados aqui se apresentam como os únicos dispostos a barrar este ato autoritário. É importante a clara distinção do *povo* para o *outro* não desejado: o estrangeiro, representado pela China. Esta estratégia reflete outros valores circulantes na extrema-direita, como a fé evangélica e conservadora, o militarismo e o anticomunismo. Há uma tentativa de atrelar a imagem da esquerda, principalmente de Lula, a uma adesão total aos valores Chineses, numa espécie de enquadramento de Lula como um *outro*. Por outro lado, nota-se o acionamento de fortes apelos emocionais que, na comunicação populista, conforme Bobba (2019), se referem a estratégias de fabricação do medo e da ameaça constantes. As Figuras 1 e 2 ilustram essa estratégia. Na outra proposta analítica apresentada no referencial teórico, procuramos explorar o *corpus* da pesquisa para entendemos seguir, apresentaremos alguns exemplos de acionamentos destas características:

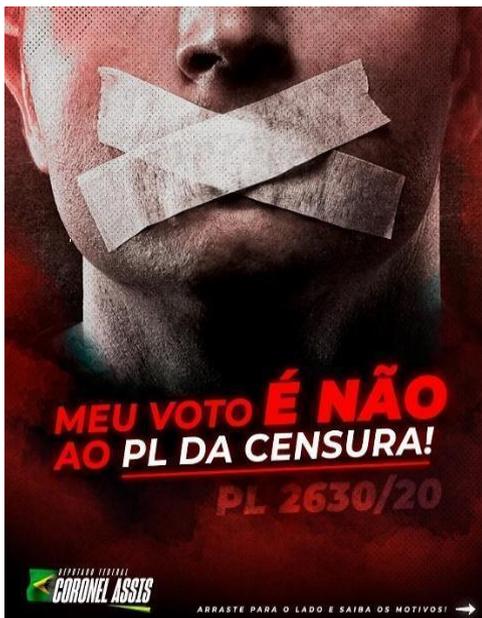


Figura 1 - Postagem Coronel Assis

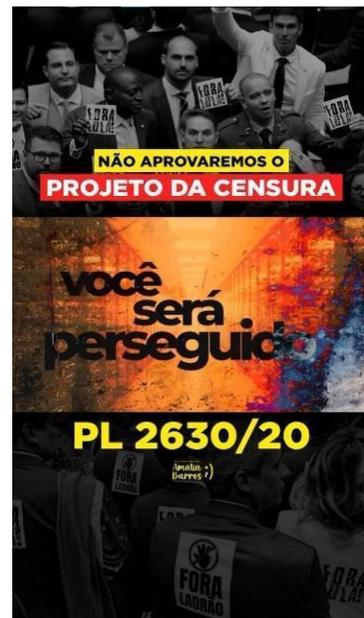


Figura 2 - Frame Vídeo Amália Barros

CONCLUSÕES

Neste texto, buscamos entender os sentidos propostos sobre o PL 2630/2020 pelos parlamentares mato-grossenses de que forma eles possuem relação com elementos retóricos clássicos da comunicação populista. De acordo com os dados sistematizados, os deputados buscaram “traduzir” uma legislação complexa, que tramitou em duas casas legislativas, debatidas por representantes de entidades e sociedade em Audiências

Públicas, por meio de mensagens emotivas, acionando o medo como estratégia retórica e simplificando o escopo do projeto como um ato de censura das esquerdas. Utilizaram, muitas vezes, o expediente da desinformação (que foi pouco explorado nesta pesquisa pela necessidade de acionamentos teóricos e analíticos que extrapolam o escopo deste trabalho e podem tornar-se propostas de trabalhos futuros).

Para De Vreese *et al* (2018, p.3), a escolha da ferramenta que veicula a ideia populista é tão importante quanto a própria mensagem. Assim, com os dados obtidos nas listas sobre interações absolutas e proporcionais, foi possível constatar que as postagens que mais obtêm interações sobre o assunto PL 2630/2020 são *Reels*, vídeos curtos de até 90 segundos. Tal dado confirma que a arquitetura da plataforma estimula a síntese, o achatamento e a simplificação das postagens, o que interessa ao próprio discurso populista. Desse modo, o sistema de afinidades entre populismo e mídias sociais se retroalimenta. Tal como a literatura discute e este trabalho ajuda a demonstrar, as plataformas são ideais para formatos comunicacionais populistas, sobretudo os de extrema-direita. Os parlamentares bolsonaristas de Mato Grosso, ao enquadrarem a sua comunicação nesta lógica, parecem ter percebido tal estratégia, razão pela qual atuaram para interditar, de todos os modos, o debate sobre um tema tão necessário como a regulação das mídias sociais.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, B.; PRIOR, H. Framing Political Populism: The Role of Media in Framing the Election of Jair Bolsonaro, **Journalism Practice**, v. 15, n. 2, p. 226-242, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/17512786.2019.1709881>. Acesso em: 09 jul. 2023.

BAUER, W. M.; GASKELL, G. (orgs.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. 13. ed. Petrópolis, RJ. Vozes, 2015.

BOBBA, G. Social media populism: features and ‘likeability’ of Lega Nord communication on Facebook. **European Political Science**, v. 18, n.1, p. 11-23, 2019. Disponível em: <https://link.springer.com/10.1057/s41304-017-0141-8>. Acesso em: 07 jul. 2023.

CÂMARA DOS DEPUTADOS. **Projeto de Lei nº 2630/2020**. Institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet, Brasília, DF; 2020. Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=1909983&filename=PL%202630/2020. Acesso em: 09 jul. 2023.

CESARINO, L. How Social Media affords populist politics: Remarks on liminality based on the brazilian case. **Trabalhos em Linguística Aplicada**, v. 59-1, p. 404-427, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/01031813686191620200410>. Acesso em: 09 jul. 2023.

CHAGAS, V.; STEFANO, L. TikTok e polarização política no Brasil. Niterói: coLAB/UFF, 2022. 66 p. (Série DDoS Lab). Disponível em: <https://colab-uff.github.io/ddoslab/project/report-tiktok>. Acesso em 09 jul. 2023.

DE VREESE, C. H.; ESSER, F.; AALBERG, T.; REINEMANN, C.; STANYER, J. Populism as an Expression of Political Communication Content and Style: A New Perspective. **The International Journal of Press/Politics**, v. 23, n. 4, p. 423-438, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1940161218790035>. Acesso em: 09 jul. 2023.

ENGESSER, S.; ERNSTT, N.; ESSER, F.; BÜCHEL, F. Populism and social media: how politicians spread a fragmented ideology, Information, **Communication & Society**, v. 20, n. 8, p. 1109-1126, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1207697>. Acesso em: 07 jul. 2023.

GOMES, W.S.; DOURADO, T. Fake news, um fenômeno de comunicação política entre jornalismo, política e democracia. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 16, n. 2, p. 33-45, 2019.

LACLAU, E. **A razão populista**. 1 ed. São Paulo: Três Estrelas, 2013. 384 p.

LUIZ, T. C.; ARAÚJO, B.B.; FERREIRA, D.A; CAMPOS, F.S. Comunicação digital e alinhamento de direita em contexto subnacional: uma análise do uso do Instagram pelos deputados eleitos por Mato Grosso que apoiaram Jair Bolsonaro em 2022. *In*: Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (COMPOLÍTICA), **Anais eletrônicos**. Fortaleza: Universidade Federal do Ceará, 2023. Disponível em http://compolitica.org/novo/wp-content/uploads/2023/05/GT06_luiz_araujo_ferreira_campos-THIAGO-CURY-LUIZ.pdf. Acesso em: 09 jul. 2023.

MASCELLI, J. **Os cinco Cs da cinematografia**: técnicas de filmagem. 1 ed. São Paulo: Summus Editorial, 2010. 287 p.

MAZZOLENI, G. Mediatization and Political Populism. In F. Esser & J. Strömbäck (Eds.), **Mediatization of Politics: Understanding the Transformation of Western Democracies**. p. 51-70. Londres: Palgrave MacMillan, 2008.

MUDDE, C.; KALTWASSER, C. R. **Populism: A very short introduction**. 1 ed. Oxford: Oxford University Press, 2017. 131 p.

RENNÓ, L. Bolsonarismo e as eleições de 2022. **Estudos Avançados**, [S. l.], v. 36, n. 106, p. 147-163, 2022. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/eav/article/view/205987>. Acesso em: 7 jul. 2023.

WAISBORD, S. The elective affinity between post-truth communication and populist politics. **Communication Research and Practice**. v. 4, n. 1, p. 17-34, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/22041451.2018.1428928>. Acesso em: 9 jul. 2023.