

Temas Livres

A espetacularização no twitter: a representação da Operação Lava Jato no perfil do Jair Bolsonaro

DOI: <https://doi.org/10.14244/agenda.2023.1.7>

 **Carla Montuori Fernandes**

Docente no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura das Mídias da Universidade Paulista. Doutora em Ciências Sociais com ênfase em Comunicação Política pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP).

E-mail: carla_montuori@ig.com.br

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-7625-8070>

 **Luiz Ademir de Oliveira**

Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Doutor (em Ciência Política (Ciência Política e Sociologia) pela Sociedade Brasileira de Instrução - SBI/IUPERJ. É bolsista de produtividade CNPq-2.

E-mail: luizoli@ufsj.edu.br

Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-3959-980X>

 **Adriel Geovane Diniz Lopes**

Mestre em Comunicação pela Universidade Paulista. É Analista Judiciário na Coordenadoria de Comunicação Social do Tribunal de Justiça do Estado de Rondônia (TJRO).

E-mail: adrieldiniz1983@gmail.com

Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-8100-1600>

RESUMO: O artigo tem por objetivo analisar a espetacularização no perfil do candidato a presidência Jair Bolsonaro por meio da representação da Operação Lava Jato no período eleitoral. Foram estudadas as publicações feitas no perfil do presidenciável no período de 16 de agosto a 28 de outubro de 2018, quando ocorreram o primeiro e o segundo turnos das eleições daquele ano. Como metodologia foi utilizada a análise de conteúdo automatizada, para constituição das categorias e dos enquadramentos. O estudo também retoma a conjuntura política apoiado em conceitos e denominações jurídicas. A hipótese inicialmente levantada é de que a utilização da cobertura especular feita pela mídia sobre a Operação Lava Jato foi aproveitada pelo perfil do candidato na comunicação naquele período.

PALAVRAS-CHAVE: Lava Jato; Jair Bolsonaro; Eleições 2018; Judicialização; *Twitter*.

Recebido em: 27/10/2022

Aprovado em: 27/07/2023



Este é um artigo publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença *Creative Commons Attribution*, que permite uso, distribuição e reprodução em qualquer meio, sem restrições desde que o trabalho original seja corretamente citado.

1 Introdução

Plataformas, botões e interatividade passaram a ser termos usuais no contexto político-eleitoral não só no Brasil, mas no mundo, pois, “[...] nessa cultura conectada em rede, não podemos identificar uma causa isolada que leve as pessoas a propagar informações” (Jenkins, 2014, p. 37) arrebatadas pelas transformações da cibercultura. Esse ambiente de intenções e possibilidades conectivas estão na teia de relações que se deslindaram no processo eleitoral brasileiro no ano de 2018, ainda marcado pelo impedimento da ex-presidente Dilma Rousseff em agosto de 2016. Os passos históricos desse processo tiveram início em 14 de março de 2014, quando uma operação midiática passou a ocupar espaço nos principais noticiários nacionais. A Lava Jato e o espetáculo de prisões, conduções e delações, reveladas dia a dia, ano após ano, fizeram chegar, ao conjunto da sociedade, a cristalização de um sentimento de descrédito das instituições políticas e dos próprios políticos. Ao todo, a Operação Lava Jato teve 79 fases, sendo que, coincidentemente com o período de *impeachment* da presidente Dilma, 2016 foi o ano com mais fases, totalizando 16.

Instigados por algoritmos, pelas programações não transparentes e pela utilização de mecanismos de disseminação em massa de desinformações, os eleitores chegaram ao pleito eleitoral de 2018 com uma gama de 13 candidatos inclusive o de um ex-presidente, Luiz Inácio Lula da Silva, preso na sede da Polícia Federal, em Curitiba/PR, após um aparente sucesso do avanço do Judiciário contra a corrupção e a favor de um “passar a limpo” do País.

Na grande mídia, o enquadramento do conteúdo jornalístico, a cada novo passo da Operação e do próprio processo judicial, presidido pelo juiz federal Sérgio Fernando Moro, remonta um intrincado quebra-cabeças em torno do poder, dinheiro e influência no seio da República Nacional. É esse enquadramento que será relacionado, em temas e datas, para aferição do possível reaproveitamento, no período eleitoral, remediatizado e remediatizante¹, feito pelo então deputado federal Jair Bolsonaro em seu perfil no *Twitter*. No contexto cultural de conexões da sociedade em redes, conforme destacam Jenkins *et al.* (2014, p. 54), “quando um material é propagado ele é refeito” por meio de um processo contínuo de transformação do propósito original e de recirculação desse conteúdo.

O objetivo deste artigo é analisar as postagens sobre a Operação Lava Jato realizadas por Bolsonaro, na ocasião da eleição presidencial de 2018, visando identificar se as narrativas do então candidato seguiam o tom espetacular do enquadramento já destacado pela mídia e de que forma isso se efetivou. Isso revela uma movimentação que acionou vários campos simbólicos, no caso em análise, como a arena de disputas políticas impulsionadas pela interferência do Judiciário e pela ação midiática.

¹ Remediatizado é uma variação dos termos “remediatização” (Storolli, 2014) ou “remediation” (Lazar; Sun Kee, 2020) a partir dos quais é possível dizer que a cobertura da imprensa *mainstream* acerca da operação Lava Jato, midiaticizada por esses veículos da grande imprensa, migrou entre diferentes mídias.

A geração de escândalos políticos e midiáticos foi permeada por uma conduta que alinhou diferentes dimensões da vida social sob a ótica da encenação teatral. Entende-se, aqui, a espetacularização a partir da conceituação de Gomes (2004), que afirma que a mídia funciona com base em três subsistemas: (a) drama, em que são definidos enredos, heróis e vilões; (b) ruptura das regularidades, em que são criados sempre fatos novos e surpreendentes; e (c) entretenimento, humor e diversão. Dessa forma, a Operação Lava Jato, conforme será analisada, atendia aos requisitos de um espetáculo midiático, já tendo denominações que expressavam essa busca de visibilidade, como a 10ª fase chamada de Operação “Que País é Esse?”, de 16 de março de 2014, ou a 17ª fase, de 03 de agosto de 2015, com o título “Pixuleco”, em que foi preso o ex-ministro José Dirceu (PT). Observa-se que oscilam de um tom crítico a um nome, o qual remete a um certo sarcasmo.

Outro objetivo é analisar de que maneira tal debate se articula a uma nova ambiência midiática, fortemente marcada pela presença cada vez mais híbrida de mídias massivas tradicionais e mídias digitais, intensificada por narrativas midiáticas, que passam a ter uma circularidade ampla ao serem divulgadas tanto pela grande imprensa como pelo conteúdo compartilhado de forma exacerbada por múltiplos canais de informação e comunicação nas redes sociais *online*. Tal situação, como pontuam Garcêz e Maia (2016), está atrelada a uma nova forma de representação política.

Desse modo, as publicações realizadas no perfil no *Twitter* de Bolsonaro relacionadas à Operação Lava Jato serão analisadas desde o resgate de pesquisas já efetuadas sobre a cobertura veiculada pela imprensa tradicional dessa Operação (Ijuim e Oliveira, 2019; Fernandes *et al.*, 2021; Souza, 2019), as abordando a partir do conceito de espetacularização.

A escolha do *Twitter* se estabelece tendo em vista que se configura entre as redes sociais *online* mais importantes do mundo em razão da alta capacidade de compartilhamento de informação em tempo real e da ampla mobilização política e social que proporcionou ao longo das últimas décadas. Santaella e Lemos (2010) reiteram a importância do *Twitter* na medida em que o caracterizam como “‘termômetro’ social e político, instrumento de resistência civil, palco cultural e arena de conversações contínuas” (p. 66). Em termos de visibilidade, segundo informações coletadas pela empresa de análise de dados Statista, o Brasil tem a quarta maior base de usuários de *Twitter* no mundo².

Para isso, serão feitos debates teóricos sob a ótica da Comunicação Política, da espetacularização e do universo das redes sociais. O conteúdo do *corpus* da pesquisa será categorizado para análise a partir dos conceitos de Laurence Bardin (2011).

²Disponível em: <<https://valorinveste.globo.com/mercados/internacional-e-commodities/noticia/2022/04/25/brasil-tem-a-quarta-maior-base-de-usuarios-do-twitter-no-mundo.ghtml>>. Acesso em: 15 abr. 2023.

2 A espetacularização da política na mídia

Apesar de intrinsecamente ligado ao movimento de maio de 1968³ e aos escritos dos situacionistas, Valle e Corrêa (2018) identificam, na contemporaneidade, aspectos do pensamento de Guy Debord sobre as tentativas revolucionárias de transformação social nos protestos de junho e julho de 2013 e em ocupações de escolas e universidades, em 2015, no Brasil. Essa visão se deve ao fato de que a teoria debordiana diz respeito não somente ao mundo que é possível ver e sentir, mas é carregada de uma significação histórica para além da simples percepção do domínio completo das imagens sobre uma realidade cada vez mais “desmaterializada”, segundo Valle e Corrêa (2018).

Para Valle e Corrêa (2018), Debord acreditava que a origem da sociedade do espetáculo não se deu pelo desenvolvimento de ferramentas tecnológicas para difusão em massa das informações, mas sim pela derrota do projeto proletário autoemancipativo, que teria dado lugar à imposição de outro modelo. Coelho (2018), por sua vez, explicam que como Debord rejeitava a dogmatização das ideias de Marx, seria o diálogo a base da construção de uma verdadeira democracia. De acordo com os autores, Debord revolucionou a compreensão do capitalismo ao “desviar” o foco marxista da acumulação de capital para o acúmulo de espetáculos, que vão além de conjuntos de imagens, consistindo numa mediação, por meio de imagens e coisas, das relações entre as pessoas. O real sucumbe à lógica consumista e à necessidade criada por mercadorias, às quais foram empregadas falsas imprescindibilidades, de tal modo que a mercadoria ocupou completamente a vida social (Coelho, 2018). Logo, o debate público também foi suprimido.

Guindado à realidade objeto desta pesquisa, o pensamento debordiano traz reflexões e observações sobre a mídia e a política. Para além do verdadeiro, o interessante passa a ser destacado a partir da imposição da superficialidade pela lógica capitalista de acumulação de espetáculos. Por isso, diante da função de responder à lógica do mercado, a mídia traz, de maneira espetacular, a representação da política. Uma mediação por imagens, nas quais o tema “[...] do patrimonialismo, ou seja, da elite supostamente dentro do Estado como grande problema nacional, e não a elite do dinheiro fora do Estado e que o usa para seus fins” (Souza, 2019, p. 175), é um amálgama por meio do qual todo o enredo da Lava Jato foi conduzido ao entendimento do público (e em outros momentos históricos).

Esse cenário seria até esperado ante a posição de confronto, denúncia e caricatura que a mídia faz das personalidades políticas, dos partidos políticos e, por conseguinte, das próprias instituições públicas dirigidas por esses agentes: “A essa crise de representação de interesses se une uma crise identitária como resultante da globalização” (Castells, 2018, p. 19). Desse modo, a mídia, como

³ Em maio de 1968, impulsionados por uma onda de manifestações na Europa, estudantes ocuparam a Universidade Sorbonne em Paris e as ruas ao lado de operários que ocuparam as fábricas na França. Os situacionistas distribuíram panfletos, muitas vezes em quadrinhos, e escreveram frases nos muros das universidades e da cidade, incitando os jovens e estudantes à revolução da vida cotidiana (Jacques, 2003).

defensora que se arvora da democracia, acaba, no exercício da atividade, sendo o principal algoz do sistema democrático.

Foi criado um forte maniqueísmo em relação ao PT, reforçando, conforme aponta Souza (2016), o antipetismo como o grande mal do País. O autor afirma que, embora o fenômeno de rejeição ao PT estivesse presente desde a fundação do partido nos anos 1980, ele foi impulsionado pelo cenário eleitoral de 2014 com a forte polarização na disputa entre Dilma Rousseff e Aécio Neves, culminando num ódio de classe, com as políticas de inclusão social dos governos petistas, e, também, com a instabilidade institucional do segundo mandato da então presidente Dilma. Nesse enredo, houve um tratamento simplista de transformar os políticos em vilões que deveriam ser derrotados, o que culminou na vitória de muitos *outsiders* na eleição de 2016, como João Doria Jr. em São Paulo, Alexandre Kalil em Belo Horizonte e, também, em 2018, com Bolsonaro como o candidato antissistema.

Nesse sentido, a Operação Lava Jato alimentou a cobertura da imprensa com um noticiário quase diário de novos escândalos, prisões e desdobramentos de cada uma das 79 fases ao longo dos sete anos de duração. Tornou-se, pois, um bombardeio de notícias. Em 2016, como foram 16 fases, pode-se inferir que a Lava Jato foi notícia diária nos telejornais e portais de notícia, e assim sucessivamente até a eleição de 2018.

173

Por fim, como pudemos ver com alguns nomes de operações, como “Pixuleco”, assim como havia um enredo de desconstrução da política, houve um processo de ridicularização da classe política, que passou a viralizar nas redes sociais via memes, como a figura de Lula com roupa de presidiário, entre tantas outras formas de fazer com que levasse o público também a achar engraçada a vida pública brasileira; engraçada, para não ser levada a sério.

Nesta perspectiva de análise, na busca pela atenção dos espectadores ao seu espetáculo, a política sempre cuidou da construção de heróis e vilões, ao passo que, diante da midiatização da sociedade, a mídia se constitui como “[...] uma instituição independente que se interpõe entre outras instituições culturais e sociais e coordena sua interação mútua” (Hjarvard, 2012, p. 2). A midiatização está relacionada, conforme explicam Hjarvard (2012) e Braga (2012), ao fato de que, em função das mídias digitais, os indivíduos passaram a viver conectados de forma rotineira e permanente via redes sociais, seja via entretenimento ou informação. Braga (2012) elucida o conceito de midiatização, antecipando que se trata de um debate em construção, tendo em vista os novos dispositivos tecnológicos, que também são culturais e sociais. Segundo o autor, com a midiatização crescente dos processos sociais em geral, constata-se uma aceleração e diversificação de modos pelos quais a sociedade interage com a sociedade. Braga (2012) faz uma ressalva de que a midiatização não deve ser circunscrita à indústria cultural e às inovações tecnológicas. Ao contrário, ele diz que o conceito – “em fase de construção” – solicita uma abrangência maior, que remete, principalmente, à ação interacional. O autor afirma que há uma disputa entre os campos simbólicos e os novos circuitos informacionais e comunicacionais, já que o processo de midiatização afeta a lógica de funcionamento dos campos

sociais. Braga (2012, p. 43) afirma que, na sociedade midiaticizada, o funcionamento dos campos sociais de forma tão rígida começa a ser quebrado: “Entretanto, na sociedade em midiaticização, já não se pode apreender os processos sociais segundo essa inclusão de um campo especialmente por meio da cessão de mediações pelos outros campos sociais ao campo midiático”.

Nesse sentido, tanto na cobertura política rotineira como na direcionada para o período eleitoral, mesmo que os indivíduos não estejam buscando notícias sobre política, acabam sendo envolvidos nos assuntos do dia a dia sobre o que está sendo destaque na grande mídia. Foi assim que o discurso da Lava Jato e a estratégia de desconstrução do mundo da política foram acionados na eleição de 2018, acionadas pela extensa repercussão na grande mídia e nas redes sociais. Tornou-se um assunto amplamente midiaticizado por ganhar visibilidade tanto no noticiário da grande imprensa como nos canais informativos e comunicacionais do universo das redes sociais, transformando-se em um enredo fortemente carregado por visões de mundo, que buscavam criar um forte maniqueísmo entre os agentes do bem ligados ao Judiciário *versus* o grupo do mal ligado aos políticos tradicionais, em especial aos líderes políticos do PT, do então PMDB e de outras siglas partidárias.

A diversidade de possibilidades confere à mídia ou às corporações midiáticas o poder de direcionar a atenção da sociedade para questões superficiais, como a vida pessoal das celebridades, tornando temas supérfluos em principais, independentemente de sua real relevância, inclusive no campo político. Não alheia a tudo isso, a Operação Lava Jato (e suas supostas decorrências eleitorais e políticas) se ampara e é amparada por essa condição espetacular da sociedade contemporânea de modo que, como asseveram Coelho (2018), se o conhecimento da realidade está esvaziado e se a comunicação está reduzida ao processo de construção/desconstrução de imagens, vivemos sob o domínio da mentira sem oposição de contestação. Nesse aspecto, numa esfera pública esvaziada em que o indivíduo é bombardeado por informações, este fica mais vulnerável a visões simplistas da mídia, em que se rotula quem pode ser do bem e quem pode ser do mal.

Para Coelho (2018), esse processo se caracteriza, sobretudo, pela sobreposição das imagens ante as relações sociais. O maniqueísmo se torna ferramenta para eficácia do discurso proposto na construção/desconstrução de personalidades pela coação midiática e jurídica, cuja ameaça e pena são a exposição nos principais veículos de comunicação de pessoas de grande poder político e econômico, subjugadas, algemadas e entregues aos registros de vídeos e fotografias que compunham o espetáculo da corrupção.

A representação espetacular que a mídia faz da política encontra espaço para entendimento, como demonstrado por Gomes (2004), na dramatização da cena política, que é uma maneira fácil de explicar ao público, embora tão superficial, e que permita além da manipulação venal. Com a decodificação dessa simplificação, de formas ainda mais grotescas e simplistas, a representação jornalística e sua construção com títulos e *leads* são substituídas por imagens, memes, piadas e anedotas que trazem na graça e na galhofa uma forma de extrair o debate político desse campo da mídia.

3 Comunicação política sob a ótica das redes sociais

Como será observado na análise dos dados, a articulação em torno de narrativas construídas sobre o combate à corrupção e o descrédito da política tradicional ficaram evidenciados entre os agentes estatais da Justiça e a grande mídia, a fim de vender a versão espetacular sobre a Operação Lava Jato, que, nos tempos atuais, logo encontrou reverberação na *internet*. Ao refletir sobre bolhas, filtros e outros mecanismos que selecionam o conteúdo para as pessoas conforme dados que identifiquem preferências, tendências de comportamento e sentimentos expressados na utilização das plataformas de sociabilidade virtual, como *Facebook* e *Twitter*, Kakutani (2018) é elucidativa a respeito dessa questão:

Na *web*, onde cliques são tudo e entretenimento e notícias estão cada vez mais misturados, o material sensacionalista, bizarro ou revoltante sobe para o topo, com *posts* que apelam cinicamente para a parte rudimentar de nossos cérebros – para emoções primitivas como medo, ódio e raiva (Kakutani, 2018, p. 151).

175

A respeito desse poder das redes, Castells (1999) argumenta que não há novidade na separação entre a realidade e a sua representação simbólica, uma vez que, ao longo da história, a humanidade sempre cuidou de representar por meio de símbolos que comunicam todas as realidades. Nota-se que, no contexto contemporâneo, “[...] o tempo é apagado no novo sistema de comunicação, já que passado, presente e futuro podem ser programados para interagir na mesma mensagem (Castells, 1999, p. 462). O processo de midiaticização, nesse sentido, rompe com a ideia de que existem um momento e um lugar para receber mensagens da mídia. Agora as pessoas recebem, compartilham e produzem conteúdos de forma contínua em qualquer espaço e em qualquer momento, mas é evidente que há um direcionamento, o qual é feito pelos conglomerados empresariais que controlam tanto a grande mídia como as redes sociais.

Nessa nova ambiência midiática fortalecida pela presença cada vez mais recorrente das redes sociais, há mudanças na concepção de representação política. Regiane Garcêz e Rousiley Maia (2016) explicam que, em função disso, é necessário buscar um novo foco na análise do que é representação, saindo dos aspectos formais e procurando entender dimensões mais informais, como os percursos: como ocorre, seus efeitos e tipo de relações que estabelece. As autoras apontam que a comunicação permite pensar em três questões, que são:

(a) o ato de representar é sistêmico, difuso e multifacetado; b) uma abordagem comunicativa considera símbolos e imagens importantes para a compreensão da representação política; e c) a legitimidade se constitui discursivamente entre representantes e representados e deve levar em conta o protagonismo dos afetados (Garcêz; Maia, 2016, p. 3).

Dessa forma, Garcêz e Maia (2016) afirmam que a representação política passa a ter que ser analisada a partir de uma complexidade maior, principalmente da interface com o campo da comunicação. Destacam-se, segundo as autoras, que a operacionalização da criatividade dos atores e da imprevisibilidade ligada ao próprio uso da linguagem possibilita que outras práticas comunicativas e perspectivas tenham visibilidade na representação política discursiva. Tais pressupostos estão presentes nos estudos de Saward (2010 *apud* Garcêz; Maia, 2016), que, para entender o que está acontecendo na representação, propõe várias fontes e argumentos para definir uma representação política de maior complexidade, em que se pode reconectar a teoria da representação com novos desafios da realidade em um novo contexto. Devem ser levadas em consideração, segundo Garcêz e Maia (2016), questões estéticas e culturais, a performance dos candidatos e a representação não eleitoral.

Raquel Recuero (2009), ao discutir o advento da comunicação mediada por computador (CMC), argumenta que, mais do que permitir ao indivíduo comunicar-se, ampliou-se a capacidade de conexão e permitiu-se que redes fossem criadas. O estudo das redes sociais, na visão da autora, deve ser feito a partir de uma perspectiva sistêmica, de que não são independentes de outros processos. Além disso, articulam-se duas dimensões, tanto às mudanças tecnológicas quanto às transformações nos tipos e padrões de interação social. A autora relata, ainda, que a rede social é definida como um conjunto de dois elementos: os atores (pessoas, instituições ou grupos – os nós da rede) e suas conexões (ou laços sociais) que são estabelecidas.

176

Quanto às conexões, segundo Recuero (2009), estas permitem que se compreenda à qual estrutura social os atores estão vinculados e que tipos de interações sociais são estabelecidos, até porque as interações tendem a permanecer no ciberespaço, permitindo a percepção das trocas sociais. Por isso, é possível estudar a interação social no ciberespaço até como forma de entender os vínculos que os indivíduos e grupos estão criando. No caso das *fanpages* de pré-candidatos, percebe-se que se trata de grupos políticos em conflito e, conforme denomina Recuero (2009), de redes sociais associativas, já que tendem a agregar indivíduos que se associam a determinada linha política. A autora discute o conceito de capital social, compreendido como um conjunto de recursos que um determinado grupo acumula e que pode ser usufruído por todos os membros desse grupo. Recuero (2009) ressalta que a mediação pelo computador constitui uma via de construção do capital social. Em 2016 outro fator ganhou força na forma de interação entre políticos e eleitores: as redes sociais *online*.

Segundo Aggio (2011), a *internet* insere os fatores interação e participação e, se a TV constrói imagens frente ao público espectador sem propiciar contato direto e interação em tempo real, as redes sociais *online* suprem essas lacunas e proporcionam um maior contato entre políticos e eleitores.

Outra funcionalidade da *web* é a disseminação de informações com enquadramento próprio, uma vez que as tecnologias digitais permitem que os políticos conversem diretamente com a população e ainda controlem o conteúdo e dose as informações veiculadas de certo modo. Além disso, os meios tradicionais tendem a reforçar e contribuir para oportunidades desiguais de participação e visibilidade de grupos minoritários, como as mulheres. Nesse contexto, as redes *online* também emergem como

possibilidade de mobilização; redes sociais, que se destacam no número cada vez maior de usuários. O *Twitter*, por exemplo, atingiu a marca, em 2020, de mais de 14 milhões de brasileiros cadastrados, sendo a quarta audiência no mundo mais engajada e ativa⁴.

Num cenário de consumo de produtos, serviços e informações pelas redes *online*, Santaella (2019) destaca, para além do termo pós-verdade, os conceitos de bolhas e notícias falsas (*fake news*). Apesar de a última não ser algo novo, a emergência do mundo digital afetou diretamente a circulação e a potencialização delas. De acordo com a autora, as bolhas são mecanismos “invisíveis” acionados por grandes corporações de tecnologia, os quais personalizam desejos e gostos por meio de filtros (ou algoritmos). Esses filtros fazem com que as máquinas de buscas ou mídias sociais gerem separação ideológica de forma tendenciosa, fechando as pessoas em bolhas de informação, as quais corroboram para estreitar, também, visões de mundo. Ou seja, o próprio funcionamento das redes sociais *online* faz com que, a partir do interesse dos usuários, grupos sejam formados e a informação que circula para essas pessoas representem uma visão de mundo unilateral. Tal ferramenta acirra ainda mais a polarização ao não permitir o diálogo entre opiniões e ideias diferentes. Nesse sentido, quando um usuário recebe uma informação que corrobora sua visão de mundo, confirmando suas crenças e valores, cria-se uma bolha e, conseqüentemente, a desinformação é favorecida.

Santaella (2019) destaca a necessidade de uma formação do usuário que o prepare para colocar seus preconceitos à prova, fazendo com que pense criticamente diante de uma informação recebida. Conforme Recuero, Soares e Zago (2021), as bolhas favorecem a polarização ideológica e/ou afetiva, colocando em lados opostos opiniões, mas também nutrindo a aversão entre grupos – nós *versus* eles –, ao mesmo tempo em que os espaços de polarização política e radicalização favorecem o seu surgimento.

4 A espetacularização da Lava Jato: retrospectos da cobertura na mídia

A cobertura da Operação Lava Jato no Supremo Tribunal Federal foi citada no trecho de decisão do então relator da Operação no Supremo Tribunal Federal, o ministro Teori Zavaski, em que classificou como espetáculo midiático promovido pelos representantes do Ministério Público Federal (MPF) ao apresentarem denúncia (peça forma acusatória junto ao Poder Judiciário) divergente das narrativas de acusação publicizadas na mídia. Para o ministro, foi flagrante a incompatibilidade entre o que foi exposto à imprensa e aquilo que foi levado ao processo judicial:

⁴ Disponível em: <<https://www.oberlo.com.br/blog/estatisticas-twitter>>. Acesso em: em 23 ago. 2023.

Essa espetacularização do episódio não é compatível nem com o que foi objeto da denúncia, nem com a seriedade que se exige na apuração desses fatos. Se houvesse reclamação deveria ser contra esse episódio, não contra o que está nos autos (Zavaski, 2016, n.p.).

A Operação Lava Jato, que ficou conhecida como uma das maiores investigações contra a corrupção no Brasil, teve um fim que apontou para irregularidades na sua condução, abusos de poder e a parcialidade do juiz Sérgio Moro, que até então era considerado um herói nacional. Ao longo de quase sete anos foram 79 fases, sendo sete fases em 2014, 14 fases em 2015, 16 fases em 2016 (ano em que houve o *impeachment* da presidente Dilma Rousseff), dez em 2017, dez em 2018, 13 em 2019 e nove em 2020.

A Operação Lava Jato foi um dos principais temas de campanha explorada na eleição de 2018 pelo candidato Bolsonaro (então filiado ao PSL), quando o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva se encontrava preso, após condenação de corrupção efetuada pelo juiz Sérgio Moro. Nesse sentido, a Operação Lava Jato foi um dos principais temas de campanha, usada para reforçar o sentimento antipetista na disputa entre Bolsonaro e Haddad, no segundo turno das eleições de 2018. Após a vitória nas urnas, um dos primeiros atos de Bolsonaro foi convidar o então juiz Sérgio Moro para assumir o Ministério de Segurança Pública e Defesa.

Antes disso, no entanto, houve vários episódios em que ficou evidenciada a parcialidade na condução da Lava Jato. O famoso “*power point*” do procurador federal Deltan Dallagnol e o esforço da mídia para dar um ar de revelação bombástica ao espetáculo jurídico-midiático protagonizado pelo então procurador estão registrados em diversas fontes na *internet*. Desse modo, como pontua Dias (2018, p. 115), “[...] as matérias produzidas e veiculadas pelos meios de comunicação assumem – para além da função de informar – o aspecto mercadológico. Para tanto, precisam ser atrativas, envolventes e excepcionais”. Para a autora, a sociedade é regida por valores, como a visibilidade e a espetacularização, de tal modo que esse fenômeno atinge as diferentes instâncias sociais e auxilia na compreensão da forma como os fatos são noticiados pela imprensa.

Dias (2018) analisou as coberturas midiáticas sobre a Operação Lava Jato, tendo como *corpus* matérias exibidas pela Rede Globo, e verificou que os detalhes destacados pelos repórteres chamam a atenção e imprimem um caráter espetacular ao acontecimento. Isso porque, conforme esclarece a autora (2018), a cobertura tinha por objetivo despertar a atenção do espectador por meio da dramatização e de especulações sobre os próximos passos da investigação. Essa análise é corroborada por Pozobon e Prates (2016, p. 67) ao destacar a cobertura dos jornais *O Globo* e *Folha de São Paulo* sobre o *impeachment* de Dilma Rousseff:

Percebemos que o discurso de antecipação cumpre com os requisitos de uma narrativa do espetáculo, pois busca despertar a atenção do leitor dramatizando e inferindo algo antes de acontecer que se desvia dos princípios jornalísticos da objetividade, de narrar a verdade dos fatos sem interferência no andamento dos acontecimentos.

Atuando no papel de defensores do interesse público, os atores da mídia hegemônica se apegaram ao discurso moralista proposto pela Operação Lava Jato, agindo em uniformidade editorial com relação aos réus e ao processo:

No caso das empresas de mídia no Brasil, é um componente essencial da imagem que transmitem aos seus consumidores, o papel de os verdadeiros defensores da democracia, contrapondo-se aos políticos e aos partidos, cuja representatividade é contestada. Há uma simbiose entre a visão da mídia sobre a política e a visão dos setores majoritários da classe média. Não por acaso é a classe média a principal consumidora dos produtos jornalísticos da grande mídia (Coelho, 2018, p. 81).

Os autores destacam que, no contexto brasileiro, a disseminação social, pela grande mídia, da ideia de que o Brasil estava entregue ao caos e que a culpa de tudo isso seria a corrupção estatal, simbolizada pelo partido que governava o País, sendo também o fio condutor por onde o Golpe de 2016 foi apresentado como a purificação do espaço público. E aprofundam: “As condições para o golpe foram criadas também pela desmoralização da luta dos trabalhadores devido às denúncias de envolvimento com práticas de corrupção de lideranças importantes do Partido dos Trabalhadores” (Coelho, 2018, p. 91).

Nesse sentido, os autores ampliam a discussão e corroboram os resultados encontrados na pesquisa de Dias (2018), o *modus operandi* da Lava Jato, com a produção de provas a partir de relatos assinados por pessoas que estavam presas antes da condenação e que, com a delação, nos termos práticos, seriam premiadas por conta da colaboração premiada. Estas, conforme observado por Coelho (2018), são manifestações evidentes de que os poderes espetaculares concentrados e difusos se fundiram no poder espetacular integrado, que está disseminado em toda a sociedade. Ou seja, não só o agente estatal utiliza o aparato para a construção da imagem espetacular, mas o próprio público faz parte desse sistema de poder.

Também sobre a atuação da grande mídia na cobertura da operação, Souza (2018, p. 160) menciona os vazamentos seletivos e as ilegalidades cometidas no decorrer da Operação, que foram avalizados pela sociedade por haver um “[...] conluio entre a Rede Globo, à frente da mídia venal, e a Operação Lava Jato [que] conseguiu solapar as bases normativas da vida democrática”.

Segundo Gobbi (2018), que também se debruçou sobre a questão da espetacularização trazida pela agenda do *Jornal Nacional* na cobertura dos casos de corrupção por meio da análise de 352 notícias relativas à política, constatou que quatro a cada dez eram relativas à corrupção. Conforme a autora, a Operação Lava Jato, desde 2014, ocupa a maioria desse tempo. Desde sua ligação com membros do PT, a relação com a Petrobras e as delações ganharam um espaço enorme, o que levou o Partido dos Trabalhadores a ser o principal partido na cobertura jornalística. Esse destaque seletivo ao PT também foi mencionado por Souza (2018). Outro fator relevante nesse contexto está na própria postura dos procuradores da República e do juiz, pois cabe o questionamento se “[...] os operadores

tiveram um protagonismo exacerbado a ponto de exercer maior influência sobre o debate público, aproveitando-se do lugar de fontes oficiais” (Ijuim; Oliveira, 2020, p. 233).

Ao elencar diversas outras formas de corrupção, exploração e expropriação da maioria da população em favor de uma elite, Souza (2019, p. 238) destaca que os políticos são coadjuvantes na trama que fortalece o capital e desigualdade em detrimento da democracia e do processo de representação política: “Esse é o assalto e a corrupção real, que a corrupção dos tolos – só dos políticos, como passa na Globo e na revista Veja e é percebida na Lava Jato – tem o papel de esconder”.

No mesmo sentido, Macedo e Coelho (2016, p. 6), ao analisarem outro veículo da grande mídia, a *Folha de S. Paulo*, encontram, na discussão teórica sobre Mídia, Política e Espetáculo na Operação Lava Jato, elementos como os que colaboram com a representação de herói feita do juiz Sérgio Moro a despeito dos “[...] vazamentos seletivos, divulgação de escutas telefônicas, detenções espetaculares, ruptura do segredo de justiça entre outros”. Para Ijuim e Oliveira (2020), a grande mídia reivindica um lugar acima de tudo e de todos, colocando-se como porta-voz do conjunto da sociedade, quando, na verdade, atua diretamente na defesa dos interesses privados, como é possível observar com relação à cobertura da Operação Lava Jato.

Conforme destacam Macedo e Coelho (2016, p. 8), “Essa articulação é tão intensa que não se vê uma distinção entre as linhas editoriais dos principais órgãos da mídia e a linha investigativa da Operação Lava Jato”. Isso porque, conforme analisa Debord (1997), uma das características centrais da Sociedade do Espetáculo é a afirmação de que os fatos e as representações perdem essa linha tênue e tudo tende a se tornar imagem ou simulacro. Nesse aspecto, a Lava Jato foi sendo construída como uma grande narrativa, recebendo denominações em cada operação e atendendo aos requisitos de um espetáculo midiático: cenas dramáticas, surpreendentes, chocantes, e que, de tão repetidas, acabaram fazendo com que a vida pública brasileira se tornasse chacota.

180

5 Análise de Conteúdo

Com base no total de *tweets* coletados por meio da *API Twitter*, foram selecionados 192 textos da conta de *Twitter* de Bolsonaro, no período de 16 de agosto a 28 de outubro de 2018, que remetem direta e indiretamente aos termos “Lava Jato”, “PT”, “Lula” e “corrupção”, com os fins de que o *corpus* da análise se presta à possibilidade de responder às hipóteses de reaproveitamento do discurso espetacular com a mídia tradicional, que representou a Operação Lava Jato nas eleições de outubro de 2018 no Brasil.

Esses dados foram analisados a partir do *software Iramuteq* para utilização da metodologia de análise de conteúdo automatizado e para a classificação das categorias, representadas por cores geradas automaticamente. Nesse contexto, o termo Operação Lava Jato é diretamente citado em duas dessas categorias.

A análise de conteúdo foi adotada, diante das diversas formas de análise, pois se trata de um método com grande aderência aos estudos dos discursos *online* (Lindgren; Lundstrom, 2011). A análise se compõe de três etapas: codificação de dados, categorização e inferências.

Antes, porém, outros dados fornecidos pelo *software* dão dimensão da utilização de termos que remetem à Operação Lava Jato e às decorrências públicas das acusações e condenações que foram noticiadas de forma, como já visto, espetacular pela mídia hegemônica: a ocorrência de palavras no *corpus* analisado (192 *tweets*), conforme é apontado no Quadro 1, assim como a coocorrência nas frases com menção textual à Operação (Quadro 2).

Quadro 1 – Ocorrências de palavras dentre 192 *tweets*

Palavra	Número de ocorrências
PTnã	3
Bolsonaro	31
Liberdade	10
Brasileiro	18
Venezuela	7
Lula	8
Criminoso	10
Marmita	4
Presidiário	9
Candidato	12
Venezuelano	8
Ditadura	11
Mais	45
Maior	14
Brasil	52
Não	68
Operação_Lava_Jato	10
Partido	14
Agora	11
País	18
Corrupto	29
PT	67
Impunidade	4
Fake	7
Governo	21
Dinheiro	10
Corrupção	22
Cadeia	19
Imprensa	9
Mentira	20

Fakenews	4
Presidente	11
Carlos Bolsonaro	14
Mensalão	6
Democracia	11
Haddad	17
Preso	23
Mídia	12
Espalhar	12

Fonte: Iramuteq com dados da conta @jairbolsonaro no Twitter (2018).

Entre as palavras que aparecem no Quadro 1, constata-se maior incidência em: bolsonaro (31 vezes), corrupção (22 vezes), não (68 vezes), PT (67 vezes), Governo (21 vezes), preso (23 vezes), corrupção (22 vezes), mentira (20 vezes) e Brasil (52 vezes). O termo “Operação Lava Jato” também é destacado embora em menor grau do que os anteriormente citados.

Segundo Bardin (2016), a análise das coocorrências visa à extração do texto das relações entre elementos da mensagem. Com isso, é possível, em outras palavras, assinalar as presenças simultâneas (coocorrência ou relação de associação) “[...] de dois elementos na mesma unidade de contexto, isto é, num fragmento de mensagem previamente definido” (Bardin, 2011 p. 248). Nesse sentido, as coocorrências mais presentes são dos termos “Lava Jato” e “PT” (ou Partido dos Trabalhadores), com cinco ocorrências, conforme aponta o Quadro 2.

Quadro 2 – Menções textuais à Operação Lava Jato nos tuítes de Bolsonaro

Tweets que citam diretamente a Operação Lava Jato	
Bolsonaro e Haddad citados na Lava-Jato. Tirem suas conclusões! https://t.co/j0NNyDFz5O	
Falamos em combater os bandidos vermelhos baseado no próprio curso das investigações da Polícia Federal e Lava-Jato e houve uma grande histeria por parte do PT. Ao que parece a carapuça serviu mais uma vez!	
RT @leandroruschel: Então o pai da "jornalista" que o PT utilizou para atacar Bolsonaro naquela matéria ridícula do Whatsapp está envolvido na Lava Jato ? Segundo Odebrecht, a revista do sujeito recebeu grana da empresa a mando da quadrilha petista. Quem poderia imaginar uma coisa dessas? 😏	
Análise as propostas de cada candidato em seus planos de governo e tire você as conclusões do que é melhor para nosso Brasil. Quadro 1: IMPRENSA E OPERAÇÃO LAVA-JATO: https://t.co/pOiu2A96c	
RT @reaconaria: Haddad responde a 32 processos, que vão do recebimento de dinheiro da Lava Jato a denúncias por improbidade administrativa e superfaturamento de obras	

Fonte: tweets extraídos da conta de @jairbolsonaro no Twitter (2018).

Nesse contexto, segundo indica o Quadro 2, metade das vezes em que o perfil do presidencialista fez menção textual à Operação, essa frase continha também a citação ao PT. A estratégia, como já dito anteriormente, passou pela ligação da Operação com o partido, tendo a coocorrência registrada corroborado para essa constatação.

Na primeira das fases mencionadas anteriormente para análise do conteúdo, a pesquisa selecionou os 192 *tweets* publicados pelo perfil do presidencialista conforme a classificação já indicada. O objeto da pesquisa foi, então, submetido ao método de Análise de Conteúdo Automatizada (Cervi, 2018), com apoio do *software Iramuteq*, que permite a utilização de um grupo de tratamento de dados do R, o qual possibilitou a construção de um dendograma que contabilizou a recorrência semântica do texto.

O *corpus* do texto foi classificado pelo algoritmo de Reinert (1990), também conhecido por Classificação Hierárquica Descendente (CHD), com a finalidade de ampliar a compreensão da ocorrência das palavras. Aderindo ao que explica Cervi (2018, p. 8), a utilização dessa metodologia exclui a subjetividade da técnica de análise de conteúdo: “Busca-se de saída, no próprio *corpus* empírico, através do uso do algoritmo de Reinert, a identificação dos termos que mais aparecem e que se aproximam entre si nos textos e, portanto, formam classes de termos com homogeneidade interna” (Cervi, 2018, p. 8).

183

Procedeu-se, então, à análise automatizada com o objetivo de identificar a quantidade de *clusters* para o conjunto total de 192 *tweets*, dentre aqueles separados no período eleitoral de 2018, para que, dessa forma, fosse possível a identificação de categorias nas quais estivessem demonstradas as publicações que abrigavam ataques aos adversários, pautas ideológicas, propostas e expressões típicas do jogo eleitoral, dividindo-as a partir dessas identificações automatizadas. Como resultado, o dendograma 1 (Figura 1) mostra a formação de cinco categorias, as quais o *software* nomeou como classes, divididas por cores que serão, posteriormente, detalhadas pela pesquisa.

Figura 1 – Dendograma – Iramuteq



Fonte: Iramuteq com dados adaptados da conta @jairbolsonaro no Twitter (2018).

184

Conforme a participação percentual de cada classe no total de textos, tem-se que as classes 1, 2 e 3 são as maiores, com 19,5%, 22%, e 23,7%, respectivamente, dos termos válidos, sendo seguidas pelas classes 4, com 18,6%, e 5, com 16,1%. A classe 1, destacada na coloração vermelha, apresenta maior frequência das palavras venezuelano, PSDB, mudar, ditadura, plano, governo, sempre, nunca etc., sendo que esses termos se associam à suposta utilização ideológica do Estado brasileiro para financiar regimes comunistas, aliando ao “esquerdismo” do Governo a causa das mazelas enfrentadas pela população brasileira.

Na mesma linha, a classe 2, destacada na cor cinza, apresenta maior frequência das palavras Haddad, ameaça, Bolsonaro, esquema, fake, ministro, Lula e democracia. Nessa classe há direcionamento dos ataques verbais diretamente aos adversários, em especial a Fernando Haddad e a Lula, aos quais se referem por outros termos, como já fora mencionado, com apoio na narrativa da Operação Lava Jato.

Na classe 3, que foi categorizada com a cor verde, as principais ocorrências são das palavras violência, estado, junto, família, combater, impunidade, programa, desemprego, internet, imposto, deixar, entre outras. De igual forma, as propostas para um futuro governo e promessas relacionadas a pautas conservadoras são associadas com palavras que estabelecem alusão a escândalos de corrupção, como o mensalão e a Operação Lava Jato (Petrolão).

Na classe 4, cujas palavras foram destacadas na cor azul, há registro de maior frequência das palavras novo, proposta, dia, mentira, respeito, independência, Deus e notícia, as quais estão ligadas ao contexto eleitoral e à lógica da disputa pela preferência do eleitor.

Para facilitar a leitura da Figura 2, foi proposta a construção de categorias definidas a partir da análise do conjunto de termos representados em cada classe, pelo autor, com base na categorização feita pelo algoritmo para identificação dos termos mais significativos em cada uma das classes, conforme aponta o Quadro 3 – Nomeação das categorias por termos.

Quadro 3 – Nomeação das categorias por termos

	CLASSE 2	CLASSE 1	CLASSE 5	CLASSE 4	CLASSE 3
TERMOS COM X2 DE PEARSON (TERMOS SIGNIFICATIVOS POR CLASSES)	Haddad Democracia Lula Ameaça Esquema Crime Ministro Agora	Sempre Venezuela PSDB Ditadura Mudar Governo Viver Apoio	Cadeia Andrade Governar Facção Corrupção Década Ordem Criminoso	Novo Proposta Dia Mentira Respeito Independência Deus Notícia	Violência Estado Família Combater Desemprego Internet Brasil Imposto
% DE OCORRÊNCIA	22%	19,5%	16,1%	18,6%	23,7%
NOME CONCEDIDO ÀS CATEGORIAS	Ataque - confronto com adversários	Ataque – com vieses ideológicos	Ataque críticas governos Petistas	- aos - cotidiano eleitoral	Ataques - propostas e promessas

Fonte: Autoria própria, 2022.

5.1 Interpretação dos resultados

Para a interpretação dos resultados, o conteúdo dos *tweets* foi examinado sob a ótica da espetacularização a partir da classificação temática definida nas fases anteriores. A primeira classe analisada (Classe 3) compreende o conjunto de *tweets* que contém ataques, identificados, em grande parte, com vieses ideológicos, especialmente ligando o PT e o adversário Fernando Haddad ao comunismo, ao que chamam de “esquerdopatas”, num neologismo que tenta vincular o pensamento tido como de esquerda ao banditismo e à corrupção política. Dessa forma, 19,5% dos termos válidos foram categorizados nesse conjunto de menções diretas e indiretas à Operação Lava Jato.

Haddad diz que sou responsável pela campanha mais baixa da história. Logo ele, que é orientado por um presidiário, esconde as cores do partido, finge ser religioso, joga Bíblia no lixo, esconde apoio à ditadura venezuelana e espalha um monte de porcaria mentirosa ao meu respeito (Bolsonaro, 2018).

Esse trecho reforça uma conotação comumente presente no conjunto de publicações analisadas: manter os membros da sua comunidade animados, pois, para muitos, como destaca Kakutani (2018), é como se a polarização política representasse as disputas por equipes esportivas, como no futebol americano, no caso dos Estados Unidos, e no futebol no Brasil. O público de Bolsonaro, a exemplo do de Trump, depende dessa comunidade isolada de conhecimento, na qual as redes sociais *online* são pilar para a transmissão de perspectivas hiperpartidárias e, também, como reforço para as visões de mundo em comum dos usuários. Ao mesmo tempo, essa condição reforça o desapareço pela mídia tradicional, que poderia questionar os preconceitos presentes em discursos desse tipo.

Como destaca Souza (2019), como o PT abriu mão de contar a história da Operação Lava Jato à população, a versão da mídia, que fora reaproveitada nessas publicações do presidente, dá conta de que essa lacuna interpretativa dos fatos favoreceu a criação de uma espécie de consenso com relação à “roubalheira só do PT”, conforme salienta Bolsonaro em sua conta de *Twitter*:

O PT agora tenta jogar católicos e evangélicos uns contra os outros. Essa divisão ofende várias famílias que, assim como a minha, são formadas por diferentes vertentes. Não conseguirão! Estamos todos unidos contra a inversão de valores que impera há anos e que destrói nosso país! (Bolsonaro, 2018).

187

Na base do “nós contra eles”, esta visão tão marcante de incitação ao ódio e medo aos políticos identificados como de esquerda, notadamente do PT, é ainda remanescente do período da Ditadura Militar no Brasil. Coelho (2018) destacam que essa mesma receita já fora utilizada durante o Golpe de 2016, numa repetição dos discursos justificativos para o Golpe de 1964 em que se tem uma classe média acionada pelo discurso da suposta moralidade pública.

Na classe 2, na qual estão categorizados os *tweets* de ataque, os confrontos com os adversários representam 22% dos termos válidos, segundo a metodologia aplicada. Nesse grupo destacam-se publicações do tipo “RT @reacionaria: Haddad responde a 32 processos, que vão do recebimento de dinheiro da Lava Jato a denúncias por improbidade administrativa e superfaturamento de obras”⁵. Mais uma vez há recorrência direta à Operação como fiança à desonestidade dos adversários (e, de quebra, à honestidade do candidato). Essa categoria, ou classe de publicações, atua por meio da própria lógica eleitoral de confronto e adversidade na disputa pela preferência do eleitor. Contudo, esses ataques estão alicerçados nos supostos consensos construídos pela cobertura da mídia tradicional à Operação Lava Jato, como denota a publicação reproduzida anteriormente.

Em outras publicações – como esta:

⁵ A conta @reacionaria não existe. Em substituição, fizemos referência a *Revista Isto é*, conta que deu origem ao RT. Disponível em: <<https://istoe.com.br/uma-extensa-ficha-corrida/>>. Acesso em: 19 de set, de 2023.

RT @CarlosBolsonaro: Os canalhas da mídia e *internet* ignoram que um ex-membro do PSOL tentou assassinar Bolsonaro há pouco mais de um mês e sobreviveu por milagre e não mencionam que o marmita de corrupto preso pediu uma semana de afastamento da Prefeitura de São Paulo por estar com uma rinite! (Bolsonaro, 2018).

O perfil do candidato busca estabelecer uma ligação entre o suposto atentado sofrido pelo presidencialista (a facada na barriga ocorrida na cidade de Juiz de Fora/MG) e o adversário, Fernando Haddad.

Na perspectiva de Coelho (2018), o discurso do medo (que ocasiona a mentalidade de sobrevivência) é um dos elementos desse momento histórico, quando há o predomínio das imagens sobre as relações sociais, em que a difusão do sentimento de insegurança é dos fatores mais latentes. Exemplo dessa utilização é outro *tweet* produzido por Carlos Bolsonaro e que foi retuitado no perfil de Bolsonaro, conforme segue:

RT @CarlosBolsonaro: O PT quer soltar bandidos da cadeia, o PSOL defende terroristas como Cesare Battisti e inclusive um de seus ex-membros tentou assassinar Bolsonaro. O jargão de ‘só o amor combate o ódio’ só serve quando a vítima é o cidadão de bem! Estes partidos têm um lado e jamais foi o seu! ((Bolsonaro, 2018).

188

Há, nesse *tweet*, novo apelo ao discurso de medo, característica do poder espetacular difuso. Nesse cenário, Fernandes *et al.* (2021, p. 25) destacam que “[...] toda a campanha de Bolsonaro nas eleições de 2018 se constituiu sob a figura de um político *outsider*, avesso à corrupção, aos comunistas e à esquerda petista”. Como relembram os autores, a operação do MPF, PF e Justiça Federal teve o Partido dos Trabalhadores (PT), que ocupa o espectro da esquerda brasileira, como principal acusado de ter seus integrantes em esquemas de corrupção durante o exercício político. Ou seja, o petismo se tornou sinônimo de imoralidade e negatividade, algo que Bolsonaro soube coordenar em suas falas com o estabelecimento de relação entre o cidadão de bem e a pessoa com preferência política à direita: “Na retórica eleitoral e populista de Bolsonaro, o discurso anti-*establishment* se converteu nas figuras do PT e dos representantes da esquerda e do comunismo” (Fernandes *et al.*, 2021, p. 16).

No terceiro grupo de palavras, as da classe 1, estão listados os *tweets* que representam ataques com críticas aos governos petistas. “Vamos colocar um fim na roubalheira do PT! Lembrem-se: nosso país não é uma facção criminosa para ser governado de dentro da cadeia!” (Bolsonaro, 2018) é um dos *tweets* selecionados no qual fica clara a alusão à Operação Lava Jato na medida em que atribui “a roubalheira” apenas ao PT e destaca o fato de que o ex-presidente Lula se encontrava preso na Superintendência da Polícia Federal, no estado do Paraná.

Mensalão, Petrolão; mais de 60 mil assassinatos e 50 mil estupros por ano; apoio às ditaduras venezuelana e cubana; ex-presidente, tesoureiros, ministros, parlamentares, marketeiros,

presos e investigados por corrupção... quem precisa de Fake News quando se tem esses fatos? (Bolsonaro, 2018).

Nesse outro *tweet*, o perfil do presidencialável reúne uma série de temas, relacionando-os de maneira direta aos governos petistas, novamente em reforço ao “perigo” do comunismo, das ditaduras na Venezuela e em Cuba, e de problemas sociais, como a criminalidade, com altos índices de homicídios, e a violência sexual contra as mulheres brasileiras.

“Falam em desigualdade de salários entre homens e mulheres e querem colocar isso na minha conta, mesmo defendendo a igualdade já prevista em lei. O PT governa o Brasil há quase 15 anos. Por que não resolveram esse problema?” (Bolsonaro, 2018), dispara o presidencialável, numa publicação que recoloca o PT no governo como parte do problema atual, apesar de o partido já ter sido defenestrado do Planalto em 2016 com o *impeachment* de Dilma Rousseff.

Esses três primeiros grupos elencados pelo *software* representam, somados, 65,2% do total de *tweets* do *corpus* analisado. Muito embora todas as classes categorizadas pelo *Iramuteq* contenham elementos da espetacularização da Operação Lava Jato em suas narrativas, nestes, em particular, esse uso é mais acentuado, posto que nessas três classes está categorizada a maioria (nove de dez) das menções diretas e textuais à Operação Lava Jato.

Na classe 4 categorizada pelo *software*, há ataques ligados ao cotidiano eleitoral, como neste retuitado por Bolsonaro a partir da conta na ocasião candidata a deputada federal Janaina Paschoal:

RT @JanainaDoBrasil: 1) Amados, li a AIJE (Ação de Investigação Judicial Eleitoral) proposta pelo PT em face da Chapa Bolsonaro/Mourão. Não há nenhum documento a instruir a denúncia. O PT se baseia unicamente na matéria da Folha, que não apresenta documento nenhum! (Bolsonaro, 2018).

Noutra publicação desse grupo, o presidencialável conclama seus seguidores, na reta final, para não esmorecerem: “Estamos iniciando a última semana a caminho de, se Deus quiser, nossa nova Independência! Vamos tirar o Brasil do vermelho e devolvê-lo aos brasileiros!” (Bolsonaro, 2018).

Conforme destaca D’Ancona (2018), o tom de revelação e de descoberta de conspirações sombrias é uma das características da comunicação feita por políticos como Donald Trump – e que é replicada no Brasil por Bolsonaro – e faz parte das consequências do conjunto de inquietações e contestações que as instituições e sistemas de controle da verdade passaram a enfrentar. Nem a mídia, os governos ou a imprensa conseguem mais serem os depositários da verdade.

As crenças individuais, como a religiosa, têm papel preponderante para o sucesso desse tipo de diálogo na rede. “Logo mais, às 20:00, quarta-feira (24/10/2018), faremos nova *live* no *Facebook* com novas informações e mentiras que estão sendo difundidas pelo PT a meu respeito! Até logo!” (Bolsonaro, 2018) é mais um exemplo de publicação dessa classe 4, que reúne essas características.

A quinta e última classe, assim como as anteriores, também é baseada num discurso combativo que pode ser caracterizado como ataque. Entretanto, esse grupo é acompanhado de algumas propostas de governo e promessas de campanha:

Para combater o desemprego o Brasil precisa de confiança e segurança. Investidores não confiam no Brasil, milhares de empresas fecharam devido a (*sic*) violência, altos impostos, burocracia, corrupção e crise, tudo herança do PT. Nós mudaremos esse quadro. Seremos o governo do emprego! (Bolsonaro, 2018).

A publicação abaixo busca no ataque as gestões petistas uma forma de se diferenciar, ao mencionar possíveis ações do governo para acabar com a violência deixada pelos governos anteriores:

Hoje recebi rapidamente uma parte da ampliada bancada de Deputados Federais focados no aperfeiçoamento da destruída Segurança Pública do Brasil! Juntos, trabalharemos para resgatar o Brasil da herança maldita de violência deixada por governos anteriores! (Bolsonaro, 2018).

190

Afirmou o candidato, após a receber a “bancada da bala”, que é, como é conhecido o grupo de parlamentares egressos de forças policiais e militares, entre outros, defensor do armamento civil da população. Ao falar em herança maldita deixada pelos governos anteriores, o perfil de Bolsonaro busca atuar no sentido de prometer algo intangível, mas que traz sentido pela violência argumentativa:

Defendemos a liberdade de imprensa e *internet*, pois trata-se de livre expressão e cabe às pessoas decidir no que acreditar, filtrando e buscando informações. Controlar estes meios, como quer abertamente a esquerda, faz parte do processo de implementação de um estado totalitário (Bolsonaro, 2018).

Mais uma vez essa categoria busca reforçar supostos pontos negativos do adversário, dizendo “eu não farei isso que eles fazem”. Essa é uma dicotomia de quem, no governo, ajudou a enterrar a Operação e que se dizia contra a corrupção, cujo discurso só foi possível graças à abertura de que gozou a imprensa para contar, da forma como lhe aprouve, a crise política resultante da Operação Lava Jato. Foi um espetáculo que retumbou das páginas de jornais e telas de emissoras de TV para as mãos de milhões de usuários que remidiatizaram e viram a remidiatização da Operação de Moro e Dallagnol pelo perfil de Bolsonaro no *Twitter*.

6 Conclusão

A cobertura da mídia tradicional à Operação Lava Jato foi um dos mecanismos acionados pelo perfil do presidente Bolsonaro para se comunicar com seus públicos com o objetivo de se constituir como candidato antissistema na medida em que a lacuna de representatividade, comum ao tempo atual, fez emanar um sentimento de rejeição às instituições e às fórmulas de sucesso da Modernidade. Dessa maneira, as conexões em redes, proporcionadas pelo avanço da tecnologia de comunicação e transmissão de dados via *internet*, transformaram as relações sociais de tal modo que a visão metafórica de Guy Debord a respeito do protagonismo das imagens nas relações sociais, em detrimento das próprias relações, encontra significado nas novas modalidades de interação social por meio de plataformas de comunicação como o *Twitter*.

Da análise do uso dessa ferramenta no período eleitoral, com foco na espetacularização, foi possível apreender que o uso do discurso antissistema e anti-PT propagado pela cobertura da Operação Lava Jato pela mídia hegemônica foi reaproveitado pelo perfil do presidente com a utilização de termos que correlacionam o partido e suas lideranças à corrupção e aos esquemas supostamente revelados pela operação comandada pelo juiz federal aposentado Sérgio Moro. Este foi lançado, posteriormente ao campo da política, numa confirmação da máxima de que a judicialização da política, ou seja, a busca por soluções para questões políticas por meio de decisões ou do ativismo judicial, acaba por politizar o poder do Judiciário.

Dessa forma, as expressões e as narrativas próprias da cobertura da Operação Lava Jato, como já se viu na revisita às pesquisas feitas a respeito de tal tema, confirmam o tom espetacular das coberturas, a tendência à criminalização da atividade política e a consequente descredibilização das instituições e dos ocupantes de cargos políticos. A repetição, na amostra definida, de termos como Lava Jato, corrupção, bandido, presidiário e criminoso, entre outros, para se referir ao grupo adversário, demarcou bem a utilização das incursões midiáticas da ação conjunta da Polícia Federal, Ministério Público Federal e Justiça Federal, que acabaram anuladas judicialmente por atropelos técnico-jurídicos no trâmite processual pela latente parcialidade do juiz Moro na condução do caso, em especial com relação ao ex-presidente Lula.

A prevalência de um estado de alerta e de uma luta gloriosa contra grandes poderosos e o discurso de combate à corrupção garantiram o tom espetacular dessa comunicação feita pelo candidato. Desse modo, os dados elencados e destacados na pesquisa são conclusivos no sentido de que, na afirmação posta, poderia ter sido utilizado esse tom espetacular pelo presidente em aproveitamento ao conluio sobre a Operação feito entre parte dos integrantes do Estado, da imprensa e da elite econômica a quem servem jornais e emissoras de televisão, no amálgama de interesses, que se contrastam e se relacionam no controle do Estado e do estado de coisas na sociedade.

A bomba armada pela Justiça Federal, representada pelo juiz parcial, foi espalhada pela mídia em tom de escárnio e repetição, de tal modo que as consequências explodiram na constatação de que o resultado mais visível desse ataque aos partidos e à política, feito por meio desses processos judiciais, foi de diversas combinações do ponto de vista histórico-político, como o Golpe de 2016 e as próprias eleições de 2018, cujo resultado só foi possível, como é conhecido hoje, devido à não participação de um dos pré-candidatos, que estava preso e impedido por condenação em segundo grau, conforme a Lei da Ficha Limpa.

A cobertura da mídia e o reaproveitamento desses elementos no perfil do candidato Bolsonaro foram espetaculares por terem sido imediatos e superficiais. Foram, também, porque ele se apegou às imagens já relacionadas aos adversários e, dessa maneira, logrou proveito da condição de “condenação pública” pela reprovação moral aos atos divulgados nos anos antecedentes. A espetacularização substituiu a realidade com a representação de um período da história nacional, cuja pauta era o combate à corrupção e uma caça incessante aos corruptos mais poderosos do País.

O caos propagado pelo perfil de Bolsonaro, para se vender como solução, navegou pelas águas turvas da Operação Lava Jato e sua incestuosa relação com a mídia tradicional, dadas as categorias e ocorrências/coocorrências de palavras detectadas, dentre outros dados, o que registra que, nos três grupos de publicações elencados pelo *software*, os quais representam, somados, 65,2% do total de *tweets* do *corpus* analisado, há menção direta e textual à Operação. Isso posto, é possível afirmar que ocorreu a espetacularização, no *Twitter*, da Operação Lava Jato pelo perfil do presidente, e que, com isso, pode ter havido contribuição dessa maneira de tratar os fatos relativos à Operação e aos adversários, sendo, então, um dos pontos contribuintes para a eleição de Bolsonaro como o trigésimo oitavo presidente da República Federativa do Brasil.

192

7 Referências

AGGIO, C. O. Internet, Eleições e Participação: Questões-chave acerca da participação e do ativismo nos estudos em campanhas Online. GOMES, W.; MAIA, R.; MARQUES, F. J. (Orgs). **Internet e Participação Política no Brasil**. Porto Alegre: Editora Sulina, p. 175-196, 2011.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BOLSONARO, Jair. Falam em desigualdade de salários entre homens e mulheres e querem colocar isso na minha conta, mesmo defendendo a igualdade já prevista em lei. O PT governa o Brasil há quase 15 anos. Por que não resolveram esse problema?. Brasília, 08, outubro. 2018. Twitter: @jairbolsonaro. Disponível em: <<https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1049347910490574848>>. Acesso em: 10 de jun. 2020.

BOLSONARO, Jair. O PT agora tenta jogar católicos e evangélicos uns contra os outros. Essa divisão ofende várias famílias que, assim como a minha, são formadas por diferentes vertentes. Não conseguirão! Estamos todos unidos contra a inversão de valores que impera há anos e que destrói nosso país!. Brasília, 12, outubro. 2018. Twitter: @jairbolsonaro. Disponível em: <<https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1050863344637411331>>. Acesso em: 10 de jun. 2020.

BOLSONARO, Jair. Os canalhas da mídia e internet ignoram que um ex-membro do PSOL tentou assassinar Bolsonaro há pouco mais de um mês e sobreviveu por milagre e não mencionam que o marmitta de corrupto preso pediu uma semana de afastamento da Prefeitura de São Paulo por estar com uma rinite!. Brasília, 17, outubro. 2018. Twitter: @jairbolsonaro. Disponível em: <<http://twitter.com/jairbolsonaro/statuses/1052508007169478656>>. Acesso em: 10 de jun. 2020.

BOLSONARO, Jair. 1) Amados, li a AIJE (Ação de Investigação Judicial Eleitoral) proposta pelo PT em face da Chapa Bolsonaro/Mourão. Não há nenhum documento a instruir a denúncia. O PT se baseia unicamente na matéria da Folha, que não apresenta documento nenhum!. Brasília, 18, outubro. 2018. Twitter: @jairbolsonaro. Disponível em: <<https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1053090152262889472>>. Acesso em: 10 de jun. 2020.

193

BOLSONARO, Jair. Mensalão, Petrolão; mais de 60 mil assassinatos e 50 mil estupros por ano; apoio às ditaduras venezuelana e cubana; ex-presidente, tesoureiros, ministros, parlamentares, marketeiros, presos e investigados por corrupção... quem precisa de Fake News quando se tem esses fatos?. Brasília, 19, outubro. 2018. Twitter: @jairbolsonaro. Disponível em: <<https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1053322730823663619>>. Acesso em: 10 de jun. 2020.

BOLSONARO, Jair. Defendemos a liberdade de imprensa e internet pois trata-se de livre expressão e cabe às pessoas decidir no que acreditar, filtrando e buscando informações. Controlar estes meios, como quer abertamente a esquerda, faz parte do processo de implementação de um estado totalitário. Brasília, 20, outubro. 2018. Twitter: @jairbolsonaro. Disponível em: <<https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1053742269176651776>>. Acesso em: 10 de jun. 2020.

BOLSONARO, Jair. Estamos iniciando a última semana a caminho de, se Deus quiser, nossa nova Independência! Vamos tirar o Brasil do vermelho e devolvê-lo aos brasileiros!. Brasília, 22, outubro. 2018. Twitter: @jairbolsonaro. Disponível em: <<https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1054350557090070531>>. Acesso em: 10 de jun. 2020.

BOLSONARO, Jair. O PT quer soltar bandidos da cadeia, o PSOL defende terroristas como Cesare Battisti e inclusive um de seus ex-membros tentou assassinar Bolsonaro. O jargão de “só o amor

combate o ódio” só serve quando a vítima é o cidadão de bem! Estes partidos têm um lado e jamais foi o seu!. Brasília, 22, outubro. 2018. Twitter: @CarlosBolsonaro. Disponível em: <<https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1054403699114688514>>. Acesso em: 10 de jun. 2020.

BOLSONARO, Jair. Hoje recebi rapidamente uma parte da ampliada bancada de Deputados Federais focados no aperfeiçoamento da destroçada Segurança Pública do Brasil! Juntos, trabalharemos para resgatar o Brasil da herança maldita de violência deixada por governos anteriores!. Brasília, 23, outubro. 2018. Twitter: @jairbolsonaro. Disponível em: <<https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1054777270919938050>>. Acesso em: 10 de jun. 2020.

BOLSONARO, Jair. Logo mais, às 20:00, quarta-feira,(24/10/2018), faremos nova live no facebook com novas informações e mentiras que estão sendo difundidas pelo PT a meu respeito! Até logo!. Brasília, 24, outubro. 2018. Twitter: @jairbolsonaro. Disponível em: <<https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1055215019133202432?lang=bn>>. Acesso em: 10 de jun. 2020.

BOLSONARO, Jair. 2018. Vamos colocar um fim na roubalheira do PT! Lembrem-se: nosso país não é uma facção criminoso para ser governado de dentro da cadeia!. Brasília, 25, outubro. 2018. Twitter: @jairbolsonaro. Disponível em: <<https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1055640163081170945>>. Acesso em: 10 de jun. 2020.

194

BOLSONARO, Jair. Para combater o desemprego o Brasil precisa de confiança e segurança. Investidores não confiam no Brasil, milhares de empresas fecharam devido a violência, altos impostos, burocracia, corrupção e crise, tudo herança do PT. Nós mudaremos esse quadro. Seremos o governo do emprego!. Brasília, 25, outubro. 2018. Twitter: @jairbolsonaro. Disponível em: <<http://twitter.com/jairbolsonaro/statuses/1055468186974457856>>. Acesso em: 10 de jun. 2020.

BOLSONARO, Jair. Haddad diz que sou responsável pela campanha mais baixa da história. Logo ele, que é orientado por um presidiário, esconde as cores do partido, finge ser religioso, joga bíblia no lixo, esconde apoio à ditadura venezuelana e espalha um monte de porcaria mentirosa ao meu respeito. Brasília, 26, outubro. 2018. Twitter: @jairbolsonaro. Disponível em: <<https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1055814639957803010>>. Acesso em: 10 de jun. 2020.

BRAGA, J. L. Circuitos versus campos sociais. In: MATTOS, M. A.; JANOTTI JUNIOR, J.; JACKS, N. (Orgs). **Mediação & midiatização [online]**. Salvador: EDUFBA, p. 31-52, 2012.

CASTELLS, M. **A era da informação**: economia, sociedade e cultura. A sociedade em rede. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTELLS, M. **Ruptura**: a crise da democracia liberal. Rio de Janeiro: Zahar, 2018.

CERVI, E. U. Análise de conteúdo automatizada para conversações em redes sociais: uma proposta metodológica. In: **Anais do 42º ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS**. Caxambu: 2018.

Disponível em:

<<https://www.anpocs.com/index.php/papers-40-encontro-3/gt-31/gt17-22/11253-analise-de-conteudo-automatizada-para-conversacoes-em-redes-sociais-online-uma-proposta-metodologica/file>>. Acesso em: 3 jun. 2022.

COELHO, C. P. Poder e sociedade do espetáculo: a atuação da mídia e a democracia no Brasil. In: COELHO, C. P.; PERSICHETTI, S. (Orgs.). **Política Mídia e Espetáculo**. São Paulo: Editora Casper Líbero, p. 81-95, 2018.

D'ANCONA, M. **Pós-Verdade**: A nova guerra contra os fatos em tempos de *fake news*. São Paulo: Faro Editorial, 2018.

195

DEBORD, G. **A Sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DIAS, A. L. A. O espetáculo midiático do acontecimento jurídico: a cobertura telejornalística sobre a operação Lava Jato. **Rizoma**, v. 6, n. 2, p. 110-123, dezembro, 2018.

FERNANDES, C. M.; OLIVEIRA, L. A. de; COIMBRA, M. R.; CAMPOS, M. M. de. Press X Government: the populist rhetoric of the Covid-19 pandemic on the social network Twitter. **Brazilian Journalism Research**, v. 17, n. 3, p. 562–595, 2021.

GARCÊZ, R. A representação política em uma perspectiva comunicacional. In: **Anais do 26º Encontro Anual da Associação Nacional dos Cursos de Pós-Graduação em Comunicação Social (Compós)**. Brasília: Compós, 2017.

GARCÊZ, R.; MAIA, R. C. M. Representação política não-eleitoral na perspectiva processual: discursividade e estratégia no debate sobre a educação de surdos. **Revista Compólitica**, v. 6, n. 2, p. 7-34, 2016.

GOBBI, L. A. **A agenda do Jornal Nacional: uma análise da cobertura decasos de**

corrupção. 2018. Dissertação (Mestrado em Ciências Políticas), Universidade São Carlos, São Carlos, 2018.

GOMES, W. **A democracia no mundo digital**: história, problemas e temas. São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2018.

GOMES, W. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.

HJARVARD, S. Mídiação: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. **Matrizes**, São Paulo, v. 5, n. 2, p. 53-92, jan./jun. 2012.

IJUIM, J. K.; OLIVEIRA, C. de. Jornalismo, consenso e corrupção: a imprensa brasileira na via da judicialização da política. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 17, n. 2, p. 222-237, 2020.

IJUIM, J. K.; OLIVEIRA, C. de. Judicialização da política ou politização do judiciário: A Imprensa como o “Quarto equívoco”. **Anais do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Belém, 2019.

196

JACQUES, P B. **Apologia da deriva**: Escritos situacionistas sobre a cidade. São Paulo: Casa da Palavra, 2003.

JENKINS, H. **Cultura de Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

KAKUTANI, M. **A morte da verdade**: Notas sobre a mentira na era Trump. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2018.

LAZAR, M. M.; SUN, K. Cultural dilemmas of motherhood and gendered public/private spheres: The case of a remediatized Chinese reality show. **Discourse, Context & Media**, v. 38, 100443, 2020.

LINDGREN, S.; LUNDSTRÖM, R. Pirate Culture and Hacktivist Mobilization: The cultural and social protocols of #WikiLeaks on Twitter. **New Media and Society**, v. 13, n. 6, p. 999-1018, 2011.

MACEDO, B. C. O jornal Folha de S.Paulo e a Sociedade do Espetáculo nos desdobramentos do impeachment. *In*: COELHO, C. P.; PERSICHETTI, S. **Política Mídia e Espetáculo**. São Paulo: Editora Casper Líbero, p. 217-245, 2018.

MACEDO, B. C.; COELHO, C. N. P. Mídia, Política e Espetáculo: O jornal Folha de S. Paulo e a Sociedade do Espetáculo na Operação Lava Jato. **Anais do 39º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, São Paulo, 2016.

MONTALVÃO, B. C. **Espetáculo e Poder na era da informação**. Uma análise sobre o uso do Facebook por candidatos à Presidência da República do Brasil durante os períodos de propaganda eleitoral de 2018. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) - Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2020.

MOTTA, L. E. Judicialização da Política: uma ameaça à soberania popular?. **Anais do XIV Congresso Brasileiro de Sociologia**. Rio de Janeiro: Online: Se/ed., p. 1-20, 2009.

PINHEIRO NETO, L. V. **Jair Bolsonaro e a busca pelo conflito permanente**: análise crítica do discurso das publicações no *Twitter* de Jair Bolsonaro durante a eleição presidencial brasileira de 2018. Dissertação (Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação), Instituto Universitário de Lisboa, Lisboa, 2019.

POZOBON, R de O.; PRATES, A. C. A crise no governo Dilma: enquadramentos propostos pela Revista Veja. **Revista de Estudos da Comunicação**, v. 17, n. 42, p. 4-22, 2016.

RECUERO, R. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2009.

RECUERO, R.; BASTOS, M.; ZAGO, G. **Análise de redes sociais para a mídia social**. Porto Alegre: Sulina, 2015.

RECUERO, R.; SOARES, F.; ZAGO, G. Polarização, hiperpartidarismo e câmaras de eco: como circula a Desinformação sobre COVID-19 no Twitter. **Contracampo**, Niterói, v. 40, n. 1, p. 1-17, jan./abr. 2021.

REINERT, M. Alceste, une méthodologie d'analyse des données textuelles et une application: Aurelia de Gerard de Nerval. **Bulletin de Méthodologie Sociologique**, v. 26, p. 24-54, 1990.

REVISTA Isto é. Haddad responde a 32 processos, que vão do recebimento de dinheiro da Lava Jato a denúncias por improbidade administrativa e superfaturamento de obras. Uma extensa ficha corrida. São Paulo, 04, outubro. 2018. Twitter: @RevistaISTOE. Disponível em: <<https://twitter.com/RevistaISTOE/status/1047940386667290630>>. Acesso em: 10 de jun. 2020.

SANTAELLA, L.; LEMOS, R. **Redes sociais digitais: a cognição conectiva do Twitter**. São Paulo: Paulus, 2010.

SANTAELLA, L. **A Pós-Verdade é verdadeira ou falsa?**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2019.

SANTOS, B. de S. **Construindo as Epistemologias do Sul: Antologia Essencial - Para um pensamento alternativo de alternativas**. Buenos Aires: CLACSO, 2018.

SINGER, A. **O Lulismo em crise: um quebra-cabeça do período Dilma (2011- 2016)**. São Paulo: Companhia das Letras, 2018.

SINGER, A. Raízes sociais e ideológicas do lulismo. **Novos estudos CEBRAP**, n. 85, p. 83-102, 2009.

SINGER, A. *et al.* **Por que gritamos golpe?: Para entender o impeachment e a crise política no Brasil**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2016.

SOUZA, C. A. de. Antipetismo e ciclos de protestos no Brasil: uma análise das manifestações ocorridas em 2015. **Em Debate**, Belo Horizonte, v.8, n.3, p.35-51, mai. 2016.

SOUZA, J. **A Classe média no espelho: Sua história, seus sonhos e ilusões, sua realidade**. Rio de Janeiro: Estação Brasil, 2018.

SOUZA, J. **A elite do atraso: Da escravidão a Bolsonaro**. Rio de Janeiro: Estação Brasil, 2019.

STOROLLI, W. M. A. Voz e performance multimídia. **Anais do XXIV Congresso da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em música (Anppom)**, São Paulo, 2014.

THOMPSON, J. B. A nova visibilidade. **Matrizes**, v. 1, n. 2, p. 15-38, 2008.

VALLE, M. R. do; CORRÊA, E. Q. Prefácio. *In*: CIOCCARI, D.; DA SILVA, G.; ROVIDA, M. (Orgs.). **A sociedade do espetáculo**: Debord, 50 anos depois. Curitiba: Editora Appris, 2018.

SINGER, A.; DUNKER, C.; ARAÚJO, C.; LOUREIRO, F.; CARVALHO, L.; PAULANI, L.; BRAGA, R.; SAFATLE, V. Por que assistimos a uma volta do fascismo à brasileira?. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 09 jun. 2020. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2020/06/por-que-assistimos-a-uma-volta-do-fascismo-a-brasileira.shtml>>. Acesso em 3 jun. 2022.

TEORI critica ‘espetáculo midiático’ do MPF ao denunciar Lula. Agência O Globo. São Paulo, 04 out. 2016. Disponível em: <<https://epocanegocios.globo.com/Brasil/noticia/2016/10/teori-critica-espetaculo-midiatico-do-mpf-ao-denunciar-lula.html>>. Acesso em 23 ago. 2023.

***Spectacularization on twitter:
the representation of Operation Lava Jato in Jair Bolsonaro's
profile***

ABSTRACT: The article aims to analyze the spectacularization in the profile of the presidential candidate Jair Bolsonaro through the representation of Operation Lava Jato during the electoral period. The publications made in the profile of the presidential candidate from August 16 to October 28, 2018, when the first and second rounds of that year's elections took place, were studied. As a methodology, automated content analysis was used to create categories and frameworks. The study also resumes the political conjuncture supported by legal concepts and applications. The hypothesis initially raised is that the use of specular coverage made by the media about Operation Lava Jato was used by the candidate's profile in the communication in that period.

KEYWORDS: Lava Jato; Jair Bolsonaro; Elections 2018; Judicialization; Twitter.

***Espectacularización en twitter:
la representación de la Operación Lava Jato en el perfil de Jair
Bolsonaro***

200

RESUMEN: El artículo tiene como objetivo analizar la espectacularización en el perfil del candidato presidencial Jair Bolsonaro a través de la representación de la Operación Lava Jato durante el período electoral. Se estudiaron las publicaciones realizadas en el perfil del candidato presidencial del 16 de agosto al 28 de octubre de 2018, cuando se llevó a cabo la primera y segunda vuelta de las elecciones de ese año. Como metodología, se utilizó el análisis de contenido automatizado para crear categorías y marcos. El estudio también retoma la coyuntura política sustentada en conceptos y aplicaciones jurídicas. La hipótesis inicialmente planteada es que el uso de la cobertura especular que hicieron los medios de comunicación sobre la Operación Lava Jato fue aprovechado por el perfil del candidato en la comunicación de ese período.

PALABRAS CLAVE: Lava Jato; Jair Bolsonaro; Elecciones 2018; Judicialización; Twitter.