
A CULTURA DIGITAL E A ASCENSÃO E CONSOLIDAÇÃO DO BOLSONARISMO ¹

Victória Araújo Lago SILVA²
Carlos Eduardo Souza AGUIAR³
Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, SP

RESUMO

A presente comunicação parte do pressuposto de que a introdução de novas mídias não significa apenas o aparecimento de novas ferramentas da comunicação política, mas o surgimento de um novo ambiente no qual emergem novas formas de ação política e novos atores. Por meio de um estudo baseado na perspectiva teórica da ecologia das mídias, explora-se a hipótese de que a emergência das tecnologias digitais e em rede e suas materialidades forjam um ambiente propício para o surgimento e consolidação do bolsonarismo. Defende-se que há uma afinidade eletiva entre as materialidades da cultura digital e características do bolsonarismo, verificado neste artigo no contexto da pandemia de Covid-19. Os resultados sugerem que essa afinidade eletiva configura uma das razões para a perenidade desse movimento na paisagem política brasileira.

PALAVRAS-CHAVE: Política; Cultura digital; Bolsonarismo; Internet; Fake news.

INTRODUÇÃO

Uma das grandes marcas das eleições gerais de 2018 foi o surpreendente resultado das eleições presidenciais que marcou o fim da hegemonia do papel da TV e da propaganda eleitoral gratuita como decisivos nos resultados. O deputado federal e militar reformado Jair Messias Bolsonaro, na época no PSL, foi eleito Presidente da República com uma campanha baseada sobretudo em estratégias digitais, contando com apenas oito segundos de propaganda eleitoral gratuita, enquanto o ex-governador de São Paulo, Geraldo Alckmin (PSDB), por exemplo, possuía mais de cinco minutos de

¹ Trabalho apresentado no GP Tecnologias e Culturas Digitais, XXII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda do programa de comunicação da Faculdade Cásper Líbero, e-mail: toarago@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Doutor em Sociologia pela Université Sorbonne Paris Cité. Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero, e-mail: cadu.s.aguiar@gmail.com.

televisão e pouca interação orgânica em suas redes, não alcançando nem 5% dos votos válidos.

Bolsonaro tinha uma intensa participação em suas redes como *Facebook*, *Instagram* e *Twitter*. Além do papel predominante dessas redes digitais citadas, vale destacar a forte mobilização eleitoral por meio de diferentes listas e grupos de WhatsApp. De acordo com o relatório de uso de redes sociais elaborado pelo Datafolha, 70% dos eleitores de Bolsonaro estavam conectados ao WhatsApp e 31% repassaram informações sobre política e eleições⁴.

Uma leitura possível desse fenômeno é considerar tais aparatos como meras ferramentas de comunicação política e concluir que o candidato vencedor foi mais eficaz no uso de tais instrumentos. Nesta comunicação partiremos de outra perspectiva, a de encarar o advento das mídias digitais e em rede não como instrumentos da comunicação política que são empregadas pelos agentes como se empregava as mídias analógicas, mas, à esteira da tradição da ecologia das mídias (STRATE; BRAGA; LEVINSON, 2019), como ambiente no qual os agentes políticos habitam. Como ambiente, o digital tem certas características e vieses que acabam exercendo um papel decisivo no fazer político, como outrora a própria televisão foi decisiva para a emergência de um política do espetáculo.

Isso não significa que Jair Bolsonaro seja fruto determinista das redes sociais. Ele mesmo, político experiente do baixo clero do parlamento brasileiro e que já colecionava vários mandatos, ganhou uma visibilidade pública mais contundente em programas televisivos no início da década de 2000. No entanto, seu deslocamento para as redes a partir das jornadas de junho deu início ao movimento bolsonarista, que encontra um ambiente fértil para se desenvolver nas redes digitais. Assim, antes de uma relação determinista, existe uma relação de afinidades eletivas, para retomar uma abordagem da sociologia de Max Weber (2004), entre o bolsonarismo e as redes digitais. As afinidades eletivas, como sistematizado por M. Löwy (2004), é uma convergência ativa, um reforço mútuo. Assim, a cultura digital e o bolsonarismo se reforçam mutuamente. Se o bolsonarismo tem como prática política a desinformação, encontra na cultura digital o ambiente propício para essa difusão. Do mesmo modo, a

⁴ Disponível em: <https://tinyurl.com/r4upy3k> . Acesso em: 08 de jul. de 2022.

cultura digital e seus agentes econômicos se reforçam com a atividade dos bolsonaristas, monetizando muitas de suas atividades.

A presente comunicação visa explorar essas afinidades. Para tanto, a pesquisa, de natureza bibliográfica e reflexiva, se inicia explorando as características da cultura digital e quais são as características do agir político nesse ambiente. Em seguida, nossa comunicação analisa o surgimento e ascensão do bolsonarismo para, finalmente, em um terceiro momento, explorar as afinidades eletivas entre o digital e a prática bolsonarista a partir da descrição da difusão de desinformação, em particular no contexto da pandemia de Covid-19.

A CULTURA DIGITAL COMO AMBIENTE E A QUESTÃO POLÍTICA

As tecnologias digitais e em rede poderiam ser consideradas como novos instrumentos que o campo político passa a mobilizar para suas estratégias eleitorais, como se antigos conteúdos pudessem agora ser transmitidos por novos meios. Pretendemos, antes, olhar essa relação entre tecnologias e o campo político pela perspectiva ecológica e não-instrumental. Pioneiro nesta abordagem, M. Heidegger (2007) nos convidou a pensar a técnica para além da sua instrumentalidade. Para o filósofo alemão, a técnica não pode ser pensada nem como algo positivo, nem como algo negativo e, muito menos, a partir de uma perspectiva de neutralidade.

Em uma perspectiva próxima de Heidegger, mas agora falando especificamente das tecnologias de comunicação, o autor Marshall McLuhan traz o preceito de que “O meio é a mensagem”. Ao invés de pensar as mídias como meros instrumentos comunicacionais, McLuhan traz à tona a visão de que os meios de comunicação não só transmitem a mensagem, mas a forjam. Para o autor, o meio funciona como uma extensão do indivíduo e acaba por determinar o conteúdo comunicacional. O autor aponta que a introdução de uma nova tecnologia acaba transformando a maneira como, não só a mensagem é passada, mas também o teor de seu conteúdo, culminando em transformações culturais de grande escala.

A política nas democracias ocidentais representativas foi forjada no interior daquilo que McLuhan chamou de galáxia de Gutenberg. A grande descoberta de Gutenberg, trazida na obra de McLuhan, trata da prensa e da tipografia, mecanismo que teve forte influência nas culturas heleno-latinas, culminando, mais a frente, no

surgimento dos conceitos de Público, Estado, do Indivíduo e das civilizações nacionais. A Prensa e a tipografia tiveram o poder de espalhar e difundir mais informações, em escalas não imagináveis anteriormente. A galáxia Gutenberg foi sucedida pela galáxia eletrônica e ultimamente somos contemporâneos da galáxia da Internet.

Durante a história da comunicação política, não deixamos de analisar os meios comunicacionais e como os discursos e estratégias são moldados ou impactados a depender da técnica (e vice e versa). Muitas teorias e arquétipos forjaram a maneira como a comunicação política é realizada e percebida, palanques em praças públicas faziam com que a comunicação política fosse específica para o grupo ali presente, alegoricamente e de forma mais dramática, para se conseguir atenção.

Com a imprensa e os jornais, a informação começou a ser disseminada de maneira mais fácil, o alcance de público passou a ser maior e atingir mais pessoas com mais velocidade, porém, as notícias possuíam um cunho mais formal, para apresentar credibilidade e segurança. A partir da chegada da TV, a comunicação em massa, claramente, afetou a comunicação política em grande escala, uma amostragem ainda maior teria acesso ao discurso, tendo o artifício visual e estético como um grande diferencial, o mundo e os costumes mudam com a técnica, a comunicação política também:

A política feita e comunicada na televisão, visto que deve necessariamente se adaptar à nova linguagem-mundo audiovisual, precisa solicitar a participação e a empatia do público por meio dos personagens-telas, sujeitos capazes de servir ao público de simulacro, de confeccionar seu corpo como recipientes mais que como conteúdos. (SUSCA, 2019, p. 112)

Com a chegada das redes sociais digitais, a forma de interação do cotidiano também se moldou com esse novo ambiente. A cultura digital é, em si, contraditória e alvo de interpretações ambíguas, sobretudo na questão política. Pierre Lévy (2002), ainda na década de 90, interpretou a cultura digital em chave otimista, de melhoria e facilidade de comunicação, inovação e mudanças progressistas. Para o autor, a emergência da cultura digital representaria avanços na democracia representativa, possibilitando um protagonismo inédito dos cidadãos que poderiam, de modo sem intermediários, deliberar sobre os assuntos públicos. Lévy chamou essa configuração de ciberdemocracia.

Essa euforia inicial ligada à cultura digital cede espaço atualmente a medos coletivos em relação aos perigos que a atual configuração das redes digitais pode representar à democracia. O aclamado autor sul coreano Byung-Chul Han (2018) observa, por exemplo, como a comunicação digital desintegra o comum e o comunitário, degradando os alicerces do ideal democrático: “A erosão do comunitário torna um agir comum cada vez mais improvável” (HAN, 2018, p. 33)

Levando em conta a internet e as mídias sociais, como a técnica do século XXI, consequentemente sendo o ambiente no qual a sociedade atual está inserida, politicamente também teremos impactos e diferentes formas de atuação. Para a discussão da participação política na internet, é possível mobilizar as ideias de Wilson Gomes (2005) de que, correntemente, existe uma baixa participação democrática por parte das massas. Segundo ele, em uma democracia, é preciso existir um número de requisitos básicos para a existência de uma participação democrática relevante, são eles:

- a) um volume adequado de conhecimento político estrutural e circunstancial, um estoque apropriado de informações não-distorcidas e relevantes, suficientes para habilitar o cidadão a níveis adequados de compreensão de questões, argumentos, posições e matérias relativas aos negócios públicos e ao jogo político;
- b) possibilidade, dada aos cidadãos, de acesso a debates públicos já começados e possibilidade de iniciar novos debates desta natureza, onde a cidadania deveria exercer a oportunidade de envolver-se em contraposições argumentativas, de desenvolver os seus próprios argumentos, de envolver-se em procedimentos deliberativos no interior dos quais pode formar a própria opinião e decisão políticas;
- c) meios e oportunidades de participação em instituições democráticas ou em grupos de pressão
- d) habilitação para e oportunidades eficazes de comunicação da esfera civil com os seus representantes e cobrar explicações e prestação de contas. (GOMES, 2005, p. 3)

Considerando esses aspectos trazidos pelo autor, primeiramente, poderíamos pensar que a internet e a cultura digital seria a solução perfeita para a melhora da participação política, tendo em vista a sua comunicação de um para muitos, e muitos para todos. Com as mídias digitais, as pessoas se tornaram donas do seu próprio meio, diferente de antes, onde as mídias e notícias eram concentradas em pequenos grupos detentores da informação e, portanto, do poder. A internet parecia ser um ambiente democrático e a solução para diversos problemas de concentração de controle (LÉVY, 2002), porém, depois de anos inseridos nesse cenário, é possível perceber as

dificuldades e a forma como o ambiente digital molda a vivência e a sociabilidade. O fato de ter um acesso mais "democrático" e ser um ambiente carente de regulação, faz com que o ambiente digital se torne propício para divulgação de informações falsas, caluniosas e, até, criminosas, sendo esse o principal ponto deste artigo.

ASCENSÃO DO BOLSONARISMO

No cenário atual Brasileiro, se formou uma grande discussão sobre a eleição do presidente Bolsonaro e a forte presença de grupos nas redes sociais, que contribuíram para a sua vitória. O Bolsonarismo chega no país como uma onda de indignação e acontecimentos desde antes de junho de 2013.

Contextualizando a possível ascensão do bolsonarismo no Brasil, precisamos trazer bases da direita política e o que ela representa. Para Norberto Bobbio (1995), a direita segue a concepção de que desigualdades são naturais e, portanto, impossíveis de serem eliminadas. É possível referenciar essa teoria aos grupos da direita brasileira em toda a sua história, tendo em vista que, tradicionalmente, a classe trabalhadora e operária segue identificações da esquerda política, e os grandes grupos de empresários são representados pela ideologia direitista.

Deslocando essa categorização da direita para os dias atuais, é importante trazer a ideia de Pedro Dória (2020), de que a história nunca pode ser lida separada do tempo presente, e, segundo o mesmo, é inevitável perceber que o bolsonarismo (como um movimento de extrema direita), possui raízes e inspirações de eventos internacionais, o que inclui vitórias recentes da extrema direita ao redor do mundo, com a eleição de Donald Trump nos Estados Unidos em 2016, entre outras figuras ideologicamente conservadoras, tomando espaços de poder.

Comumente, no período de ascensão dessa “nova direita”, seus representantes se baseiam em percepções do passado para embasar as justificativas para um autoritarismo e intensificação do conservadorismo.

O movimento bolsonarista se ergue a partir da utilização da imagem de Jair Bolsonaro como um ídolo e personagem, um arquétipo de herói, que poderia salvar o país de suas mazelas mais recorrentes e enraizadas. Em seu discurso inicial, Bolsonaro obteve sucesso trazendo associações entre esquerda e o “Petismo”, aliando ao PT, todas

as ideias antagônicas à uma possível política liberal. Considerando o cenário em que o país se encontrava, com uma forte onda de anti petismo e sede de mudança, Bolsonaro pautou seu discurso em ataques contra seu principal oponente ao invés de construir suas próprias propostas e projetos.

Tendo em vista o caráter apelativo do arquétipo bolsonarista, seus grupos de seguidores e admiradores não poderiam seguir uma linha muito diferente, estes círculos possuem características semelhantes de utilização de informações apelativas, notícias com potencial de desinformação e os famosos "*clickbait*s", uma modernização da extrema direita nacional, dessa vez, com o potencial de atingir um público altamente escalável. Como outros personagens internacionais, como Trump e Berlusconi, Bolsonaro buscou “atrair os eleitores agarrando-se às linguagens e aos imaginários anti políticos ou simplesmente apolíticos dos excluídos, de todos aqueles que permaneceram fora das linguagens do poder moderno” (SUSCA, 2019, p. 114).

Segundo uma pesquisa do Ibope de 2018, procurando entender o perfil dos eleitores bolsonaristas, chegaram às conclusões de que:

As características dos bolsonaristas convictos são mais marcadas do que as dos que não têm tanta firmeza sobre o voto no candidato com relação ao restante do eleitorado. Ser homem amplia em 2,7 vezes a chance de declarar um voto firme no capitão. Ter frequentado o Ensino Médio e o Ensino Superior amplia em cerca de duas vezes a chance de ser um bolsonarista convicto com relação aos que frequentaram até o quinto ano (antigo primário). Ser branco (segundo autodeclaração) amplia em 69% a probabilidade de ter firmeza na escolha. Com relação aos que vivem no Sudeste (categoria de referência), viver no Nordeste reduz em 68% a chance de declarar firmeza no voto em Bolsonaro. Viver no Sul amplia em cerca de 70%. Por fim, ser evangélico amplia em cerca de 65% a chance de escolher o ex-militar com relação aos católicos (categoria de referência).⁵

Considerando a teoria de afinidade eletiva, podemos construir uma hipótese de que há forte ligação com a questão religiosa, ponto esse que foi muito presente em sua

⁵ Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/politica/quem-sao-os-bolsonaristas-convictos/>. Acesso em: 01 de jul. de 2022.

campanha de 2018, “Brasil acima de tudo, Deus acima de todos”, o bordão utilizado pelo, então, candidato. Buscando uma forte base religiosa, trazendo Deus e crenças acima de dados e propostas robustas, Bolsonaro foi conquistando este público que se faz muito numeroso no Brasil, levando em conta uma recente pesquisa de 2020, que mostra que, pelo menos 50% dos brasileiros se consideram católicos, 31% evangélicos e apenas 10% não possuem religião declarada⁶.

Considerando sua base mais fiel de eleitores, a partir de uma campanha apelativa e cunho religioso, Bolsonaro conseguiu se eleger presidente em 2018, sua campanha também contou com diversas promessas e notícias comprovadamente falsas (pesquisa realizada pela IDEA big data) , com o intuito de ataque aos seus adversários, a pesquisa apontou que 98,21% dos eleitores do presidente eleito Jair Bolsonaro (PSL) foram expostos a uma ou mais notícias falsas durante a eleição, e 89,77% acreditaram que os fatos eram verdade.⁷

BOLSONARISMO E INTERNET

O questionamento principal é, como as notícias falsas chegaram aos eleitores, e qual o motivo de uma alta porcentagem dos mesmo de acreditarem nos relatos, sem certeza de suas fontes? Segundo a pesquisa citada acima, as fake news eram passadas, principalmente, através do whatsapp e facebook, sendo a primeira vez que uma rede social teve um impacto tão grande no resultado de uma eleição presidencial. A facilidade de divulgação de informações e o modelo, muitos para muitos, fez com que o ambiente digital tivesse protagonismo, as informações foram passadas nos grupos de whatsapp, em grande escala, até o ponto onde não era possível saber quem realizou o primeiro envio ou quem foi responsável pela divulgação da notícia, dessa forma, cada vez mais pessoas tinham acesso a desinformação, e o meio ia se transformando em um ambiente fértil para realidades inventadas.

⁶<https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/01/13/50percent-dos-brasileiros-sao-catolicos-31percent-evangelicos-e-10percent-nao-tem-religiao-diz-datafolha.ghtml> Acesso em: 27 jun. 2022.

⁷<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/11/90-dos-eleitores-de-bolsonaro-acreditaram-em-fake-news-diz-estudo.shtml>, Fake news: O caminho da Educação contra a desinformação. Disponível em: <https://www.clp.org.br/fake-news-o-caminho-da-educacao-na-desinformacao/?utm_source=Google%20Grants&utm_medium=cpc&utm_campaign=MLG%2023.02.20%20ARTIGOS&gclid=CjwKCAjw5NqVBhAjEiwAeCa97WMd6u9mEr5gwz_mdt0SJdAbcZxx6LCWwOS23jKUDOR9DR2Ct71YxxoCDk8QAvD_BwE>. Acesso em: 27 jun. 2022.

Durante o período da pandemia de COVID-19 (2020 e 2021), as estratégias de grupos bolsonaristas não desviaram muito do que já era feito. Em 2020, Bolsonaro repetiu distorções de dados a respeito da pandemia, em inúmeros discursos ao vivo⁸. Já um levantamento da agência de checagem “Aos fatos”, apurou que, em 2021, Bolsonaro deu uma média de 6,9 declarações falsas por dia, sendo mais da metade sobre COVID-19⁹.

Com o respaldo do presidente, os grupos bolsonaristas na internet seguiram divulgando informações e notícias corrompidas, pelas redes sociais, principalmente pelo twitter e pelo whatsapp, grande parte das informações tratavam sobre o famoso “KIT-covid” que, em 2021, o ministério da saúde reconheceu a ineficácia, após atuações da CPI da COVID.¹⁰ Outras mentiras envolvendo a pandemia e o vírus foram divulgadas por grupos de extrema direita, dentre elas, a ineficácia das vacinas, o possível “perigo” das mesmas, além de falsos levantamentos sobre as origens do vírus e sua letalidade.

A grande maioria das fake news divulgadas por grupos bolsonaristas se espalhou com a ajuda de grupos religiosos na internet. Com o cenário estritamente digital durante o período de quarentena, a comunicação e informação foram transcorridas exclusivamente por esse meio. Grupos de whatsapp, facebook, telegram, perfis no twitter e no instagram, todos esses dispositivos foram utilizados para a divulgação de informações falsas sobre o COVID-19 e a pandemia. O caráter massificado dos meios de comunicação digital fizeram com que os rumores alcançassem um grande número de pessoas em um curto período de tempo. Devido à baixa educação digital e política, trazidas por Wilson Gomes (2005) anteriormente, é presumível que uma grande esfera de brasileiros não tivesse o conhecimento suficiente para apurar a veracidade de tais informações e cairia nos boatos, como, de fato, aconteceu.¹¹

⁸<[https://noticias.uol.com.br/confere/ultimas-noticias/2022/01/13/bolsonaro-repete-fake-news-sobre-mort es-por-covid-que-circulou-nos-eua.htm](https://noticias.uol.com.br/confere/ultimas-noticias/2022/01/13/bolsonaro-repete-fake-news-sobre-mort-es-por-covid-que-circulou-nos-eua.htm)> . Acesso em: 22 jun. 2022 .

⁹<<https://congressoemfoco.uol.com.br/area/governo/bolsonaro-deu-sete-informacoes-falsas-ou-distorcidas-por-dia-em-2021/>> . Acesso em: 20 jun. 2022.

¹⁰<<https://www.redebrasilatual.com.br/saude-e-ciencia/2021/07/depois-de-milhares-de-mortos-saude-reco nhece-ineficacia-do-kit-covid/>> . Acesso em: 27 jun. 2022 .

¹¹ <http://evidenciascovid19.ibict.br/index.php/tag/desinformacao/> Acesso em: 27 jun. 2022.

O movimento de desinformação online durante o período de pandemia, se tornou tão excessivo e grave que recebeu o nome de “infodemia”, dado até por alguns senadores. Apesar de não ser um termo novo e ter aparecido pela primeira vez em 2003 na coluna do autor David J. Rothkopf,¹² A expressão se encaixou adequadamente à situação brasileira de corrompimento de informações.

A maré de fake news sobre a pandemia de COVID-19, geradas a partir de grupos de extrema direita, não é prejudicial apenas a política e a democracia, ela também resultou em graves consequências para a saúde de diversas comunidades, a começar pelo exemplo da Hidroxicloroquina como prescrição para a infecção através do kit-covid, que acabou causando uma escassez do remédio para pacientes que, efetivamente, faziam uso da medicação.¹³

CONCLUSÃO

Nesta comunicação, buscamos compreender as afinidades eletivas entre o bolsonarismo e a cultura digital. Longe de defender uma relação de determinismo tecnológico, afirmando que o bolsonarismo é fruto direto da cultura das redes, exploramos neste artigo elementos da cultura digital que favorecem a consolidação desta prática política. Afinal, as tecnologias digitais e em rede, não são meros instrumentos da comunicação política, mas forjam o ambiente na qual as disputas do campo acontecem. Assim, a forma como a comunicabilidade se dá nesse ambiente, abre muitas brechas para disseminação de informações falsas em grande escala. As fake news em questão, muitas vezes levantadas por grupos bolsonaristas, que, como se pode observar a partir de pesquisas, possuem um forte cunho falacioso e se baseiam na estratégia de trazer notícias falsas para seu público, que amplamente abraça desinformações, reforçando o espírito de grupo e o pertencimento.

A partir de características próprias da cultura digital, foi possível entender que esse meio de comunicação traz mais liberdade para todos que nele estão inseridos, e,

¹²<https://www.washingtonpost.com/archive/opinions/2003/05/11/when-the-buzz-bites-back/bc8cd84f-cab6-4648-bf58-0277261af6cd/> Acesso em: 29 jun. 2022.

¹³<https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2020-03/anvisa-restringe-compra-de-cloroquina-e-hidroxi-cloroquina> Acesso em: 29 jun. 2022.

muitas vezes, essa liberdade pode acarretar em uma falta de controle, cautela e, principalmente, prudência. Considerando a baixa vigilância como uma forte característica do meio digital, é possível refletir sobre os diversos tipos de informações que podem transitar nesse ambiente e suas variadas fontes. Levando em consideração os dados sobre grupos bolsonaristas e sua crença e disseminação de *fake news*, podemos elaborar uma relação de afinidade entre tais grupos de extrema direita, que buscam por notícias deturpadas como estratégia política, e o meio digital, levando em conta sua facilidade de disseminação de informações, vigilância reduzida e acessibilidade em grande escala

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BALDAIA, F. P. B.; ARAÚJO, T. M.; DE ARAÚJO, S. S. Bolsonarism and deep brazil: notes of an ongoing research / **Bolsonarismo e brasil profundo: notas de uma pesquisa em andamento. brazilian journal of development**, v. 7, n. 12, p. 116154–116169, 29 dez. 2021.

DE LIMA SOARES, José. **A nova direita, bolsonarismo e tendências neofascistas no brasil**. EMBLEMAS - REVISTA DA UNIDADE ACADÊMICA DE HISTÓRIA E CIÊNCIAS SOCIAIS - UFCAT, v. 18, n. 2, 2021.

GOMES, WILSON. *Internet e participação política em sociedades democráticas*, Revista FAMECOS, Porto Alegre, v. 27, p. 58-78, 2005

HAN, B.-C. **No exame Perspectivas do digital**. Petropolis: Editora Vozes, 2018.

HEIDEGGER, M. A questão da técnica. **Scientiæ studia**, vol. 5, nº 3, p. 375-398, 2007.

LEMOS, A. **Cibercultura e mobilidade: a era da conexão**. Razón y Palabra, v. 41, n. 41, out. 2004.

LÉVY, P. **Ciberdemocracia**. Lisboa: Instituto Piaget, 2002.

LÖWY, M. Le concept d'affinité élective chez Max Weber. **Archives de sciences**

sociales des religions, nº 127, p. 93-103, 1 juill. 2004.

MCLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo (Sp): Cultrix, 1996

NEMER, D. **Desinformação no contexto da pandemia do Coronavírus (COVID-19)**. ATOZ: NOVAS PRÁTICAS EM INFORMAÇÃO E CONHECIMENTO, v. 9, n. 2, p. 113, 20 nov. 2020.

OLIVEIRA, L. A. DE; FERREIRA, M. T. **Sobre o conceito de “afinidade eletiva” em Max Weber, Michael Löwy**. Plural (São Paulo. Online), v. 17, n. 2, p. 129, 10 dez. 2010

STRATE, L.; BRAGA, A.; LEVINSON, P. **Introdução à ecologia das Mídias**. 1ª edição. São Paulo: Edições Loyola, 2019.

SUSCA, V. **As afinidades conectivas: Para compreender a cultura digital**. 1ª edição. Porto Alegre: Editora Sulina, 2019.

WEBER, M. **A ética protestante e o espírito do capitalismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.