

## **Democracia e democratização nas redes sociais<sup>1</sup>**

Beatriz dos Santos VIANA<sup>2</sup>  
Robson Bastos da SILVA<sup>3</sup>  
Universidade Santa Cecília, Santos, SP

### **RESUMO**

O presente artigo traz reflexões sobre o conceito de democracia nas redes sociais. A partir de análises pontuais sobre acontecimentos políticos nas redes sociais, tendências de conteúdo e questionamentos sobre democratização, o artigo busca conscientizar sobre a necessidade de senso crítico e ético nas redes. Também é pautado como o conteúdo produzido nas redes, muitas vezes independente, é legitimado pelas massas como fonte única de informação em detrimento aos produtos jornalísticos, explicando alguns fenômenos relacionados.

**PALAVRAS-CHAVE:** comunicação; democracia; digital; política; redes sociais.

### **Introdução**

O entusiasmo sobre o uso das redes sociais no exercício da democracia é um produto da era digital, que consome toda a esfera pública em escala ascendente. Na teoria, o uso destas ferramentas traria benefícios aos governos democráticos, que teriam a possibilidade de conversar em igualdade com os cidadãos (LOADER; MERCEA, 2011).

Da representação política, seja no protagonismo de seus líderes executivos pelas redes ou no debate fomentado entre cidadãos, é esperada transparência, divulgação de informações úteis e avanços na comunicação consciente. No entanto, as consequências da abertura deste canal com o público são múltiplas. Muitas delas que impactam diretamente o trabalho jornalístico e a democratização das redes.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ01 – Jornalismo, da Intercom Júnior – XV Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação na Região Sudeste

<sup>2</sup> Graduada do Curso de Jornalismo da Universidade Santa Cecília, e-mail: [beaviana4@gmail.com](mailto:beaviana4@gmail.com)

<sup>3</sup> Professor de Jornalismo da Universidade Santa Cecília (UNISANTA) e da Universidade de Taubaté (UNITAU), e-mail: [robson-59@hotmail.com](mailto:robson-59@hotmail.com)

---

Seja por uso indevido, incoerência nas postagens, promoção da violência ou divulgação de fake news, muitos são os desafios que as redes sociais enfrentam. Mesmo com o otimismo sobre o potencial de plataformas como Twitter, Facebook, YouTube e Instagram na democracia digital, há conflitos tanto no papel da sociedade e do governo nestas relações virtuais. Até que ponto estas formas de comunicação são saudáveis para a democracia? Como resolver esses desafios?

Para exercitarmos esta reflexão, o presente artigo irá pontuar em breves capítulos sobre alguns dos desafios enfrentados em cada rede social, considerando suas particularidades. Como o objeto central da pesquisa é a sociedade brasileira, atentaremos aos casos que repercutiram no Brasil e nos desafios enfrentados no país, bem como utilizaremos exemplos de casos no exterior, mas contextualizados com nossa realidade.

### **Twitter, o diário das intrigas**

De acordo com o ComScore, em oito meses de seu lançamento, o Twitter já concentrava 94 mil usuários em abril de 2007. A rede sempre comportou desde updates do cotidiano até postagens sobre eventos, notícias e outros interesses. Esse conceito de escrever sobre sua vida e compartilhar com uma ampla rede de usuários foi chamado de microblogging, um fenômeno caracterizado pela escrita de textos curtos atualizados diariamente (JAVA; FININ; et.al, 2007).

As principais diferenças entre o microblogger e o blogueiro tradicional estão na frequência e conteúdo de postagens. Enquanto no blog o autor pode levar dias para postar atualizações, o processo leva minutos ao microblogger, que pode realizar várias atualizações num mesmo dia. Outra diferença é o conteúdo, que é mais prático, curto e simples, sem exigir tanta profundidade do autor ou até mesmo investimento (JAVA; FININ; et.al, 2007). Com tamanhas facilidades, é compreensível a popularização do Twitter como ferramenta de texto para os mais variados tipos de usuários.

A rede social enfrenta crescimento desacelerado nos últimos anos. Segundo análise de 2018, a adesão ao blog caiu após o alcance de 300 milhões de usuários. Nesse

---

ano, a rede contou com 9 milhões de novos usuários mensais ativos e recebeu a adesão de apenas 33 milhões de usuários em três anos (CL3, 2018).

Mesmo enfrentando um forte período de queda, o Twitter ainda parece firme quando o assunto são notícias. Com a facilidade do compartilhamento instantâneo e a alta frequência de acompanhamento, a rede ainda dispara na promoção de hard news. Os Trending Topics, seção ao lado da linha do tempo do Twitter que funciona como uma espécie de menu de tags, concentram os assuntos mais falados no momento por todos os usuários. Eles concentram assuntos nacionais ou mundiais, podendo promover um fluxo ainda mais veloz de propagação de notícias.

Entre esta propagação de notícias, não estão apenas jornais, portais de notícias e sites jornalísticos. Muitas vezes, as próprias fontes são o portal de acesso à informação. É o caso dos perfis de celebridades e personalidades, que dão detalhes de sua trajetória e compartilham lançamentos, estreias e novidades com os fãs.

Figuras públicas também possuem forte presença nas redes. A curiosidade está na adesão de políticos à rede, que possui não só o potencial de divulgar propostas e campanhas, mas também de questionar e iniciar conversas.

Entre os membros mais notáveis destas redes, estão os Presidentes da República. No Brasil, Jair Bolsonaro faz de seu perfil no Twitter um diário aberto. O presidente possui 4 milhões de seguidores e está no Twitter há nove anos. Além de discutir temas pertinentes à sociedade, como projetos e acontecimentos do governo brasileiro, ele aproveita para interagir, questionar notícias que considera fake news e levantar conversas com outros políticos.

O caso Bolsonaro no Twitter levanta muitas questões. É importante refletir sobre qual o papel dos presidentes na era digital, considerando princípios básicos da democracia como transparência, diálogo e liberdade de expressão. Ao mesmo tempo que sua participação na rede pode ser um exercício saudável à democracia, ela também favorece desentendimentos, brincadeiras e polêmicas, tirando a credibilidade da administração pública e deturpando a imagem do político.

---

Um exemplo de polêmica nas redes sociais ocorreu no carnaval deste ano, quando Jair Bolsonaro postou um vídeo contendo pornografia em seu perfil no Twitter. No vídeo, aparecia um homem dançando sobre um ponto de táxi e introduzindo o dedo no próprio ânus. Na sequência, outro rapaz aparece e urina na cabeça do primeiro (SETO, 2019).

O presidente afirmou em sua conta oficial que cenas como a descrita acima eram comuns no carnaval brasileiro. Esta afirmação fez com que parte do público considerasse que o presidente estava questionando o propósito do carnaval, que é um feriado instituído nacionalmente e representa a cultura brasileira no exterior. Com este comentário em seu perfil no Twitter, Bolsonaro fez um recorte de uma cena que ocorria em alguma celebração do carnaval paulista para generalizar que essas ações eram frequentes em todas as manifestações da data.

Outro presidente que também é ativo no Twitter é Donald Trump, presidente dos Estados Unidos. Com 59,7 milhões de seguidores em seu perfil, Trump ocupa seu espaço na rede há dez anos. O presidente inspirou a postura de Jair Bolsonaro no Twitter, mesclando relatos pessoais com pronunciamentos e informações sobre o governo. As maiores polêmicas que relacionam o presidente americano se relacionam com sua postura frente aos jornalistas. Trump se posiciona contra vários veículos de comunicação, desafiando seu conteúdo, credibilidade e valor.

Com a proximidade das eleições nos Estados Unidos, que ocorrem em 2020, Trump recentemente previu que seu rival do partido democrata será o ex-vice-presidente Joe Biden ou o senador Bernie Sanders. Sem cerimônia, o presidente rotula Biden como "sonolento" e Sanders como "louco", ainda os desafiando a tentar superá-lo na "melhor economia na história do país", referindo-se à sua administração (DIÁRIO DE NOTÍCIAS, 2019).

A concorrência entre partidos que defendem diferentes ideias é essencial para o exercício democrático. Porém, a falta de respeito ou consideração com seus oponentes em suas redes sociais projeta em Trump uma imagem negativa. Traços desta arrogância permeiam vários outros casos polêmicos em que o presidente se envolveu em brigas virtuais.

---

Por mais que sejam pequenas e aparentemente inofensivas, as mensagens compartilhadas nos microblogs representam seus autores. A responsabilidade de figuras políticas na divulgação de reflexões pessoais e ações do governo deve ser prioridade, pois afeta a imagem da administração e compromete sua reputação. O conflito gerado entre internautas e autores, mesmo sendo consequência natural de qualquer debate, deve ser avaliado para medirmos com precisão se é favorável ou desfavorável ao diálogo dentro de uma democracia (RÓNAI, 2018).

Algumas soluções para o uso adequado destas ferramentas incluem a administração por equipes especializadas, que podem pautar o que deve ou não ser postado nas redes sociais de figuras públicas. Também são opções o filtro de postagens, com monitoramento sobre as atividades de perfis de figuras públicas do meio político, evitando conflitos com internautas.

### **Facebook, a central oficial de debates**

O império de Mark Zuckerberg é o grande centro das atenções quando o assunto são redes sociais. O Facebook, que hoje relaciona outras redes em seu grupo como Instagram, WhatsApp e Messenger, é o meio mais acessado de comunicação digital. Segundo dados emitidos pela Statista, a rede chegou a 2,6 bilhões de usuários em todo o mundo no ano passado, relacionando 2,3 bilhões de usuários ativos por mês. A empresa alcança 34% da população mundial com seus produtos, tornando-se a rede social mais acessada do mundo (AGÊNCIA BRASIL, 2018). Com exceção do YouTube, que pertence à Google, quase todas as principais tendências em redes sociais fazem parte do grupo Facebook.

Com forte presença dos brasileiros, a rede social é favorita no país. Em análise oferecida pela empresa em 2016, 102 milhões de brasileiros ocupavam a rede social (FACEBOOK BUSINESS, 2016). Mesmo assim, o Facebook gera controvérsias quando o assunto é política. O aplicativo foi questionado diversas vezes nos últimos três anos como uma ameaça à segurança. O principal fator que alavanca essa preocupação são as fake news.

---

Em 28 de setembro de 2016, o Facebook esteve envolvido em três vazamentos massivos de dados, que comprometeram milhões de usuários da rede social. No Brasil, o incidente culminou em investigações por parte do Ministério Público do Distrito Federal e Territórios, além de questionamentos no Congresso Nacional (AGÊNCIA BRASIL, 2018).

O roubo de dados pessoais provocou o desafeto do público, mas mesmo em uma situação tão preocupante, não deixaram o Facebook de lado. Tanto que a rede se tornou uma das principais plataformas no debate político no período eleitoral.

Nas eleições a presidência de 2018, muitos fenômenos virtuais puderam ser observados com relação ao Facebook. Contando com notícias falsas, grupos partidários e discussões extremistas entre membros da rede, a plataforma fez inúmeros feridos. Muitas investigações foram fomentadas sobre esquemas de disparo de fake news em massa, denunciados pela imprensa. Mesmo com apuração do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) e da Polícia Federal, muitas desinformações escaparam do pente fino (AGÊNCIA BRASIL, 2018).

O discurso de Jair Bolsonaro, voltado para o antipetismo, moralismo e antissistema, despertou eleitores radicais na internet em ambos os lados. O candidato usou das redes sociais para fomentar sua campanha eleitoral, que foi motivada principalmente pelo Facebook e WhatsApp.

A estratégia buscou o "efeito manada", caracterizado como a criação de uma onda de apoio que atrai o eleitor para quem está a sua frente. Conforme dados do Datafolha, 7 em cada 10 eleitores usaram o WhatsApp para se informar sobre candidatos, utilizando vídeos, memes (imagens engraçadas) e fotos como fonte de informação (BBC BRASIL, 2018).

Essas informações não obtidas por fontes oficiais incitaram todos os tipos de reação. Desde o desespero até o ódio, muitos eleitores foram blindados contra a imprensa durante este período. Como parte do discurso de seus defensores, Bolsonaro ajudou na descreditação de veículos noticiosos, apontando em suas redes sociais que

---

estes absorviam tendências e posicionamentos políticos - o que de fato acontece, mas não é uma característica geral dos veículos jornalísticos.

Esse tipo de interação entre candidatos e eleitores elevou as discussões via redes sociais ao extremismo. Enquanto eleitores do candidato e ex-prefeito de São Paulo Fernando Haddad defendiam Lula, Dilma e demais petistas com unhas e dentes, os seguidores de Bolsonaro os criticavam a ferro e fogo. Esta dinâmica não só foi contaminada pela disseminação de notícias falsas, mas também travou o acesso do jornalismo aos eleitores, que confiavam mais nas páginas de seus candidatos do que nas fontes de notícias.

Esse processo de perda de credibilidade é natural, com a evolução das relações digitais e as possibilidades oferecidas pelas mídias. Assim como no surgimento dos blogs, quando "o público alcançava um novo patamar no processo comunicacional, não mais restrito à posição do receptor passivo de mensagens" (CHRISTOFOLETTI; LAUX, 2008), o público das redes sociais viu no diálogo direto com seus candidatos uma nova posição neste processo. Neste momento, detinham mais poder, podendo articular seus argumentos na página de candidatos e receber seu apoio ou resposta direta.

Com essa visão de poder, as relações no Facebook tornaram-se mais paupáveis ao internauta, favorecendo os posicionamentos extremistas. Seguindo as massas de apoiadores que divulgavam todo tipo de notícias em suas páginas, estavam munidos de argumentos para enfrentar a discussão. Mesmo que não soubesse a veracidade destes argumentos, tornavam-se indiscutíveis a partir do momento em que eram compartilhados por familiares, amigos e até mesmo os próprios candidatos. Essa confiança nas informações adquiridas por pessoas de seu mesmo grupo social cegou os debates, tornando a disseminação de fake news ainda mais fluída e frutífera na eleição de diversos candidatos conquistados pelas redes.

As redes sociais ultrapassaram o poder da propaganda eleitoral televisiva. Mesmo com apenas oito segundos de televisão, Jair Bolsonaro obteve quase metade dos votos da população brasileira no primeiro turno. Nitidamente se faz necessário reavaliar o papel das mídias tradicionais nas estratégias de campanha, pois com o poder de voz no

---

diálogo e a falta de fronteiras de alcance, o Facebook e outras redes sociais influenciaram diretamente nas eleições.

Os resultados desse fluxo de desinformação e diálogos motivados pelo achismo ou repasse de informações passadas por "fontes confiáveis" beiraram o perigo. Páginas extremistas, conteúdos preconceituosos e a total quebra da reputação de vários candidatos foram alguns resultados.

O falso senso de realismo, embalado pela propagação de informações, contribuiu com o descrédito às notícias. Ocupando novos lugares de fala, os internautas adquirem um sentimento crítico excessivo, que os torna especialistas em todos os assuntos, mesmo sem argumentos. Substituindo a conversa frente a frente, os grupos e páginas do Facebook deram força às lideranças extremistas, que carregam seus posicionamentos e bandeiras fantasiados de notícias verdadeiras.

O Facebook, mesmo que ofereça espaços a serem ocupados pela sociedade no exercício de sua cidadania, é culpado de muitos ruídos na comunicação democrática. Com páginas e grupos influenciados por informações falsas e seguidores fantasma, que são criados por programas para aumentar os números de curtidas em páginas e perfis, o Facebook acaba se tornando um desserviço. Ao invés de fornecer um ambiente transparente, livre de restrições e favorável ao diálogo direto, a plataforma tornou-se uma vitrine de mentiras, com linchamentos de grupos extremos e totalmente alheia ao debate saudável.

### **YouTube, a sede dos influenciadores**

Mencionada anteriormente como a única das redes que diverge dos caminhos do Facebook e Twitter, o YouTube é um dos espaços com maior volume de conteúdo político na internet. Voltada para o audiovisual, a plataforma foca na produção de vídeos, que podem ir desde filmes e documentários até canais.

O YouTuber, nome dado ao produtor de conteúdo para a plataforma, se tornou referência para todos os tipos de conteúdos especializados, mesmo quando não é sequer formado no assunto. Além de produtores de conteúdo, também são conhecidos



---

influenciadores digitais, tornando-se representantes de marcas e empresas na divulgação de produtos e serviços dos mais diferentes setores.

O YouTube conta com diversas políticas de conteúdo, emcabeçadas nos moldes da Google. Entre elas, políticas contra o discurso de ódio, conteúdo violento ou explícito, envolvimento falso, entre outros. Mesmo sendo pragmática sobre várias questões que demandam seriedade, a plataforma não é tão rigorosa quanto ao discurso fornecido por seus membros - os "influenciadores". Desta brecha, surgem muitas consequências que afetam a liberdade de expressão e a comunicação.

Nando Moura é um dos exemplos de YouTubers com discursos duvidosos. Seus vídeos, como afirma sua descrição no canal da plataforma, tratam de “comentários sobre música, filosofia, economia, teologia, política e atualidades”. Até aí não há qualquer problema. O real desafio é distinguir conteúdos informativos de opinativos, pois em seus vídeos Nando não modera comentários pessoais, tecendo críticas e ofensas a pessoas que possuam opiniões diferentes das suas.

Com 3,2 milhões de inscritos em seu canal no YouTube, além de milhões de seguidores também acompanhando em outras redes, Moura é considerado influencer do meio digital. Entre os vídeos mais visualizados de seu canal, constam os de política, que beiram as 500 mil visualizações. Nando é professor e produtor musical, mas mesmo sem formação na área política, tem se tornado referência de informação pelos internautas.

Toda relação de poder é naturalmente bilateral, com um dos indivíduos detendo poder sobre o outro. Na análise de relações de comunicação e políticas, há uma necessidade mútua: o reconhecimento social da legitimidade. Para os governos, a legitimidade vem com o status de soberania e posse de um cargo. Já na comunicação, é consequência da detenção de poder – neste caso, da informação (COMPARATO, 2000).

Com a evolução do modo de comunicação social, atualmente globalizada pela internet, as relações de poder tornaram-se delimitáveis pelo número de acessos, visualizações e seguidores. Na comunicação massiva, esses fatores vão influenciar cada parte do processo, dificultando a análise crítica e real reflexão sobre os conteúdos dispostos online. Para a massa, o único modo de avaliar quem são os detentores da informação é mensurar os perfis mais populares e segui-los, sem necessariamente filtrar as informações ali contidas.

---

Um debate autêntico sobre questões da vida política e econômica pressupõe duas características: a liberdade e a capacidade de proposta de questões a serem discutidas (COMPARATO, 2000). No sistema de vídeos em canais do YouTube, não há essa liberdade para discussão. O critério democrático é deixado completamente de lado, mesmo quando o assunto do debate são assuntos que concernem à própria sociedade democrática.

O problema acontece tanto por falhas de algoritmos como falta de responsabilidade dos criadores de conteúdo. Algumas táticas têm sido adotadas pela plataforma para conter iniciativas criminosas, como redes de pedofilia e discursos neonazistas. A principal delas foi a desmonetização de vídeos, que significa a remoção de anúncios de determinados canais. Esta iniciativa também foi adotada para diminuir as receitas de canais que propagam discursos de ódio, violência e fake news. Nesse último quadro, se encaixou o canal de Nando Moura (REVISTA FORUM, 2019).

Para resolver a questão do diálogo, não há nenhuma prática da rede a preservar esta integridade. A discussão fica sempre restrita ao discurso de um único YouTuber, que pode responder as questões que lhe forem postas ou simplesmente abafá-las, mantendo-se unilateral às suas percepções. Mesmo contrariado e questionado, o usuário pode simplesmente ignorar quaisquer contestações e ninguém tocará no assunto – é simples assim.

### **A democratização das redes sociais**

Como parte de uma democracia, é pressuposto que se aceite opiniões e discussões diversas em relação à política. Mesmo assim, isso não significa que se deve abrir mão do senso crítico. Discernimento, bom senso, comprovação de fontes e interpretação de texto são algumas das medidas essenciais para garantir o exercício democrático da comunicação.

No Brasil, seguimos discutindo questões de relevância social nas redes sociais, trazendo o papel de controle da informação para elas. Mesmo quando seus detentores não são especialistas no assunto ou muito menos veículos jornalísticos, o vínculo do público com suas informações tornou-se poderoso, capaz de considerar discursos extremos em defesa de seus argumentos.

---

Para garantir a democratização dos meios de comunicação de massa, é necessário admitir a importância das redes sociais e seus múltiplos locutores como meios necessários de comunicação. Entretanto, para o funcionamento desta organização sem ruídos (como notícias falsas e discursos de ódio), é necessário despertar no público alguns princípios que evitem o controle monopolista de informação.

Uma alternativa válida, aplicada no mercado capitalista, é o princípio da concorrência (COMPARATO, 2000). Sendo uma simples regra de eficiência em proveito do consumidor, como afirmam algumas teorias econômicas, a concorrência auxilia na manutenção da comunicação como um evento cíclico, nunca estagnado em apenas algumas figuras de destaque. Este “jogo” auxiliaria na ampliação do acesso a informação, além de inspirar campanhas diferentes, que contestem os atuais porta-vozes das redes sociais e inspirem diálogos saudáveis entre o público.

Oferecendo opções de qualidade, fontes diversas e representatividade nas redes, asseguramos sua democratização. Mesmo entre desafios, o processo é possível e deve ser trabalhado como parte de ações pontuais, garantindo que o método democrático de discurso seja adotado até mesmo nos menores debates em grupos de WhatsApp.

### **Considerações**

Existem muitas questões em aberto na fronteira entre a defesa do sistema eleitoral democrático e a liberdade de expressão. Com o impacto sofrido pelas redes sociais e sua influência nos eleitores, essa fronteira fica ainda mais difícil de interpretar. Em um balanço geral, como poderíamos classificar o serviço prestado pelas redes sociais como ferramenta de exercício da democracia? Elas são boas ou ruins para o sistema democrático?

Vários argumentos equilibram ambos os lados. Assim como a própria democracia em si, o papel das redes sociais em seu exercício possui méritos e deméritos. Ela equipara os discursos de políticos, cientistas políticos, jornalistas e cidadãos em pé de igualdade, porém não consegue dissociar notícias verdadeiras das falsas. Ao mesmo tempo em que divulga informações úteis, permanece de mãos atadas frente a muitos discursos de ódio. Dá poder aos fracos, mas também eleva os mais poderosos ao patamar de gênios e influenciadores, o que nem sempre corresponde ao fato de produzirem conteúdos de qualidade e verdadeiros.

---

A ambiguidade das redes sociais em seu serviço pela democracia a torna difícil de limitar. Ao admitirmos isto, torna-se ainda mais complicado educar o internauta sobre como usá-las com consciência política. Como qualquer instrumento de comunicação em massa, pode se tornar um desserviço ao afirmar polarizações políticas e alastrar desinformação. Porém, se dosadas com sabedoria, as redes sociais podem configurar um instrumento de engajamento cívico e desempenho ativo na sociedade.

## REFERÊNCIAS

AGÊNCIA BRASIL (2018). **Usuários são informados de megavazamento no Facebook; veja o que fazer**. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2018-10/usuarios-sao-notificados-megavazamento-no-facebook-veja-o-que-fazer>>. Acesso em: abr. 2019.

BBC BRASIL (2018). **Eleições 2018: Como Bolsonaro superou a bolha radical na internet e terminou o 1º turno na liderança**. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-45768006>>. Acesso em: mar. 2019.

CL3 (2018). **As mídias sociais em 2018**. Disponível em: <<http://cl3.com.br/as-midias-sociais-em-2018/>>. Acesso em: abr. 2019.

CHRISTOFOLETTI, R.; LAUX, A. P. F. **Confiabilidade, credibilidade e reputação: no jornalismo e na blogosfera**. Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação. São Paulo, v.31, n.1, p. 29-49, jan./jun. 2008.

COMPARATO, F. K. (2000). **A democratização dos meios de comunicação de massa**. REVISTA USP, São Paulo, n.48, p. 6-17, dezembro/fevereiro 2000-2001.

DIÁRIO DE NOTÍCIAS (2019). **Trump prevê que o seu rival nas eleições de 2020 será Joe Biden ou Bernie Sanders**. Disponível em: <<https://www.dn.pt/mundo/interior/trump-preve-que-o-seu-rival-nas-eleicoes-de-2020-sera-joe-biden-ou-bernie-sanders-10805878.html>>. Acesso em: abr. 2019.

FACEBOOK BUSINESS (2016). **102 milhões de brasileiros compartilham seus momentos no Facebook todos os meses**. Disponível em: <<https://www.facebook.com/business/news/102-milhes-de-brasileiros-compartilham-seus-momentos-no-facebook-todos-os-meses>>. Acesso em: abr. 2019.

SETO, G. **Bolsonaro compartilha vídeo de homem mexendo no ânus e sugere que cena é comum no Carnaval**. São Paulo: Folha de S. Paulo, 2019. Disponível em: <

---

<https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2019/03/bolsonaro-compartilha-video-de-homem-mexendo-no-anus-e-sugere-que-cena-e-comum-no-carnaval.shtml>>. Acesso em: abr. 2019.

JAVA, A.; FININ, T.; SONG, X.; TSENG, B. (2007). **Why we Twitter: understanding microblogging usage and communities**. Proceedings of the Joint 9th WEBKD, 2007.

LOADER, B.D.; MERCEA, D. (2011). **Networking democracy? Social media innovations in participatory politics**. Information, Communication and Society, 14(6), 2011, pp.757-769. doi: 10.1080/1369118X.2011.592648.

REVISTA FORUM (2019). **YouTube desmonetiza vídeos de Nando Moura por propagação de ódio e fake news**. Disponível em: < <https://www.revistaforum.com.br/youtube-desmonetiza-videos-de-nando-moura-por-propagacao-de-odio-e-fake-news/>>. Acesso em: mar. 2019.

RÓNAI, C. **As redes sociais e a democracia**. O Globo, 2018. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/economia/as-redes-sociais-a-democracia-22343122>>. Acesso em: abr. 2019.