



WhatsApp: a desordem da informação na eleição presidencial brasileira de 2018

SILVANA LEMOS DE ALMEIDA¹

PRISCILA RAMOS CARVALHO²

NAIARA EVANGELO³

RONI FRANCI DUTRA FILGUEIRAS⁴

Resumo

A desordem da informação ganhou relevância mundial no cenário político após a vitória do presidente norte-americano Donald Trump. Na ocasião, foi revelado o método da empresa Cambridge Analytica, contratada pelo republicano, que se baseou no uso de Big Data para disparar propagandas e notícias falsas, de acordo com o perfil dos eleitores, traçado a partir da captura ilegal do conteúdo, sobretudo, na rede social Facebook. Com o intuito de entender como o fenômeno disseminação de notícias falsas pode ter influenciado na corrida eleitoral brasileira à presidência, o presente artigo analisou imagens disseminadas em grupos de WhatsApp, durante a campanha. Para isso, usamos dados do Monitor da Internet do Projeto Eleições Sem Fake da UFMG, a fim de descobrir que conteúdo foi disseminado no aplicativo, que impôs características próprias a essa circulação e aumentou a dificuldade de controle, considerando o espaço privado da troca de informações. A metodologia foi a análise de conteúdo – divulgado entre 30 de setembro, logo após a manifestação do #EleNão, e 26 de outubro, véspera do segundo turno –, organizada em torno de pré-análise e o tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação. Assim, partimos de uma problematização conceitual de desordem da informação (BRETON, BERGSON, GRAMSCI, REICH, FOUCAULT, HOBBS) e ampliamos a discussão com a análise do conteúdo (BARDIN) e os desdobramentos do fenômeno, a saber: como a manipulação de emoções e afetos usou do medo para espalhar a desinformação, lançando mão do temor do comunismo e do endividamento, que representam o pesadelo ancestral da classe média de vir a se tornar mero corpo, condenado à invisibilidade social, numa sociedade em que a biopolítica (FOUCAULT) condena grandes contingentes populacionais à vida nua (AGAMBEN) e à morte.

Palavras-chave: WhatsApp; Eleição; Desinformação; Manipulação; Emoções.

Introdução

“Haddad: o candidato do kit gay. As crianças de 8 anos terão aula de homossexualidade nas escolas”. Esse é o alerta da imagem que circulou em grupos de WhatsApp, no dia 26 de outubro de 2018, durante a corrida eleitoral presidencial brasileira, em que o então candidato à presidência Jair Bolsonaro (PSL) aponta para uma suposta manchete de jornal. A foto do então candidato Fernando Haddad (PT) se destacava no alto à esquerda da manchete, fazendo um sinal de positivo.

1 Doutoranda em Comunicação pelo Programa de Pós-graduação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), silvanagrey@gmail.com.

2 Mestranda em Ciência da Informação pelo Programa de Pós-graduação do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT) e da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), carvalho.priscila@gmail.com

3 Pesquisadora, doutoranda em Comunicação pelo Programa de Pós-graduação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), naiaraevangelo@gmail.com.

4 Jornalista, doutoranda em Comunicação no Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura, na linha Tecnologias da Comunicação e Estéticas, da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), roni.filgueiras@gmail.com.

Tratava-se claramente de uma montagem, com uma informação inverídica, que foi uma das mais disseminadas no ecossistema do WhatsApp no período, e um dos temas mais recorrentes na campanha bolsonarista.



FIGURA 1

Figura compartilhada no WhatsApp, em 26 de outubro de 2018

Fonte: Projeto Eleições Sem Fake da UFMG

O termo “kit gay” foi a denominação da Bancada Evangélica do Congresso Nacional ao projeto do MEC “Escola sem Homofobia”, que seria destinado para alunos de Ensino Médio, com o intuito de combater o preconceito contra homossexuais. Porém, devido à polêmica da ala conservadora o projeto foi suspenso pela presidente Dilma Rousseff, em 2011. Esse é um dos exemplos de como o fenômeno da desordem da informação se consolidou no Brasil, um fato distorcido vinculado a uma pauta política que é disseminada em massa em redes sociais.

Como o falso “kit gay” se tornou uma das principais pautas do pleito de 2018? Com o intuito de entender como o fenômeno da desinformação pode ter influenciado na corrida eleitoral presidencial, o presente artigo buscou analisar imagens disseminadas em grupos⁵ de WhatsApp durante a campanha de 2018, por meio do acesso a dados do Monitor da Internet do Projeto Eleições Sem Fake, da

5 Para combater fake news, WhatsApp limita reenvios a cinco contatos. O Globo. Publicado em 21 jan 2019. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/economia/tecnologia/para-combater-fake-news-whatsapp-limita-reenvios-cinco-contatos-23388442>. Acesso em: 21 jan 2019.

Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), a fim de descobrir qual tipo de conteúdo foi disseminado no aplicativo de comunicação. Ele impôs características próprias a essa circulação e aumentou a dificuldade de controle, considerando o espaço privado da troca de informações. As datas escolhidas foram 30 de setembro, logo após a manifestação de grupos feministas com a campanha #EleNão contra o político Jair Bolsonaro; e 26 de outubro, véspera da votação do segundo turno da eleição.

Fake news ou desordem da informação?

Desde que o termo “propaganda” foi usado pela primeira vez em 1622 pelo Papa Gregório XV – com o sentido de ferramenta de propagação de doutrinação na *Congregatio de Propaganda Fide* – muita água do rio da manipulação da palavra correu sob a ponte do Poder. Manipulatória, segundo Breton, seria “uma ação violenta e restritiva que priva de liberdade aqueles a ela submetidos” (1999: 19). As eleições de 2018 foram marcadas pela guerra informacional, em que os factoides deram a tônica, ainda que beirassem a fantasia mais desabrida e alucinatória. E a manipulação da palavra, segundo Breton, seria tão mais eficaz em seus efeitos quanto mais invisível e despercebida ela passasse. O recente pleito no Brasil representaria a concretização do “grande acidente” – o efeito negativo de uma sociedade atravessada pelos fluxos informacionais instantâneos e pelo *ethos* do ciberespaço – sobre a democracia, previsto por Virílio:

Outro elemento importante: nunca há informações sem desinformação. E uma desinformação do novo tipo parece possível agora, não tendo nada a ver com a censura voluntária. É uma espécie de asfixia de significado, uma perda de controle da razão. Existe aqui, causado pela ciência da computação e multimídia, outro grande risco para a Humanidade. (1995: 28, tradução nossa)⁶

O pensador francês diagnostica que a dromologia (a ultravelocidade dos fluxos informacionais) inaugura uma nova forma de perspectiva. Essa hegemonia do tempo é, para ele, inescapável e uma ameaça à organização política no Ocidente, à liberdade e ao comum⁷. Breton igualmente defende que a condição de possibilidade de eficácia da manipulação está no tempo. Para ele, o silêncio, que é a marca do diálogo, seria suprimido de modo a minar resistências: “a manipulação parece ter como característica forçar o silêncio na interação a fim de aprisionar o outro numa sequência contínua na qual ele não tem outra escolha senão se render” (1999: 22). Esses pensadores se aproximam em sua ênfase da temporalidade a Bergson, quando esse afirma que a consciência (no sentido da apreensão

⁶ Autre élément important: il n’y a jamais d’information sans désinformation. Et une désinformation de type nouveau apparaît possible désormais, n’ayant rien à voir avec la censure volontaire. Il s’agit d’une sorte d’asphyxie du sens, une perte de contrôle de la raison. Il y a là, provoqué par l’informatique et le multimédia, un autre risque majeur pour l’humanité. (1995: 28).

⁷ [...] a atividade de pôr em comum que faz existir o comum da comunidade política. Não que se trate do exercício de um “poder constituinte” no sentido moderno do termo, mas simplesmente porque pôr em comum é a atividade que propicia a existência do comum e o ampara em toda a sua duração. Dito de forma mais geral e indo muito além do sentido estrito do discurso aristotélico, todo verdadeiro comum político deve sua existência a uma atividade contínua e constante de pôr em comum (DARDOT e LAVAL, 2017: 247-248).

afetivo-cognoscente) se dá na fruição, na temporalidade aberta, e não no tempo da física, passível de ser fracionado, dividido.

Ela [*a memória*] prolonga o passado no presente, porque nossa ação irá dispor do futuro na medida exata em que nossa percepção, aumentada pela memória, tiver condensado o passado.

[...] Se há ações livres ou pelo menos parcialmente indeterminadas, elas só podem pertencer a seres capazes de fixar, em intervalos regulares de tempo, o devir sobre o qual seu próprio devir se aplica, capazes de solidificá-lo em momentos distintos, de condensar deste modo sua matéria e, assimilando-a, digerir-la em movimentos de reação que passarão através das malhas da necessidade natural. (1999: 247)

Quando essa capacidade de fixação afetivo-cognitiva, de imobilizar a consciência, é bombardeada por estímulos de forma ininterrupta, o que acontece é uma espécie de anestesiamento da percepção. Dessa forma, os fluxos informacionais provocariam um embotamento sensível do sujeito, que nas últimas décadas encontrou no ciberespaço um novo modo de relação social, econômica, afetiva, um novo modelo de vida. Ou melhor, uma forma de biopoder. O que se deu nas redes sociais, plataformas digitais, e em menor grau na mídia jornalística hegemônica, foi justamente uma hiperexcitação sensível operada pelo bombardeio de mensagens cujo conteúdo distribuído empregou todo o repertório da desinformação.

O emprego da propaganda política com altas doses de manipulação e distorções foi massivamente usado por ambos os lados na Primeira e Segunda Guerra Mundial. O Council of Europe divulgou em 2018 um relatório com parâmetros sobre a “poluição da informação”. Os critérios consideram a intenção de dano e grau de falsidade, rejeitando o termo *fake news*, que também a nosso ver, não dá conta da complexidade do fenômeno. O anglicismo virou sinônimo para mentira, difamação, contra-propaganda, propaganda, notícia inexata, parcial, com viés político-partidário e até para teoria da conspiração.

Duas motivações principais são a base da produção de notícias falsas: financeiras e ideológicas. Por um lado, histórias ultrajantes e falsas que se tornam virais – precisamente porque são ultrajantes – fornecem aos produtores de conteúdo cliques que são conversíveis em receita de publicidade. Por outro lado, outros provedores de *fake news* produzem notícias falsas para promover ideias particulares ou pessoas que eles favorecem, muitas vezes desacreditando outros (ALLCOTT e GENTZKOW, 2017) [...] *fake news* também foram invocadas para desacreditar as reportagens críticas de algumas organizações noticiosas, o que turvou ainda mais o discurso em torno de *fake news*.⁸

⁸ Two main motivations underlie the production of fake news: financial and ideological. On one hand, outrageous and fake stories that go viral — precisely because they are outrageous — provide content producers with clicks that are convertible to advertising revenue. On the other hand, other fake news providers produce fake news to promote particular ideas or people that they favor, often by discrediting others (Allcott and Gentzkow, 2017) [...] fake news has also been invoked to

Como não se trata apenas de notícias falsas veiculadas por meios jornalísticos hegemônicos ou alternativos *stricto sensu*, mas toda uma constelação de fenômenos do ecossistema comunicacional, declinamos do anglicismo que, *grosso modo*, abarcaria conteúdo falseado que mimetiza linguagem jornalística e se torna viral nas mídias sociais. Num esforço de compreensão, pesquisadores atualmente examinam desde a origem da fonte/emissor (se a informação ou notícia se vincula a uma fonte conhecida e reconhecida como jornalística, governamental, empresarial, de indivíduos ou grupos), intencionalidade (política, ideológica, financeira, religiosa); natureza do meio de propagação (bot, humano, robô), intensidade/duração; receptor (individual, grupo, local, regional, global).

Todos esses exemplos têm em comum o fato de usar técnicas precisas de manipulação, embora empregadas de modo consciente.

[...] democráticas, transparentes e racionais, o peso dessas técnicas se faz sentir um pouco mais a cada dia. Praticamente sem encontrar resistência, elas invadem o mundo da política, da publicidade, das relações públicas, tal como o das relações interpessoais e afetivas. Utilizam tanto os recursos da manipulação cognitiva — que aprisiona o público em raciocínios não-fundados ou tal como o das relações interpessoais e afetivas. Utilizam tanto os recursos da manipulação cognitiva — que aprisiona o público em raciocínios não-fundados ou distorcidos — como a manipulação dos afetos, que age na base da [...] na repetição para difundir à força mensagens absolutamente inaceitáveis (BRETON, 1999: 9)

Breton alerta para o crescente desaparecimento das denúncias dessas “técnicas de manipulação da palavra” endereçadas ao uso político e publicitário depois da Primeira Guerra Mundial — quando foi empregada em larga escala por ambos os lados no conflito —, com uma curta emergência no pós-Guerra do Golfo, que culminou no pós-anos 80. No entanto, o pesquisador sustenta que na atualidade, seu emprego é largamente aplicado, de forma aperfeiçoada, em todas as esferas da vida, sobretudo nos vínculos sociais e na política.

Essas técnicas, a nosso ver, são favorecidas por uma subjetivação parida pelo neoliberalismo: auto-centrada e individualista, inimiga do que Dardot e Laval identificaram como “o comum”. A desinformação ou factóide com alto poder viral tem, sobretudo, viés político-partidário: voltada à destruição de um rival, um governo, um regime, uma ideologia. Nada que seja novidade de fato quando se fala de imprensa hegemônica, que para Gramsci, é um representante dos interesses da classe dominante desde o seu surgimento. “[...] E não falemos daqueles casos em que o jornal burguês ou cala, ou deturpa, ou falsifica para enganar, iludir e manter na ignorância o público trabalhador” (GRAMSCI, 1976: 96).

discredit some news organizations’ critical reporting, further muddying discourse around fake news. Edson C. Tandoc Jr., Zheng Wei Lim e Richard Ling (2017): *Defining “Fake News”, Digital Journalism*. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>>. Acesso em: jan 2019.

Para além da questão da “anatomia” da desinformação, outra pergunta crucial e urgente é: por que, afinal, se compartilha a desinformação? Por que a probabilidade é diretamente proporcional ao seu efeito deletério? Aqui entra a pós-verdade, ou mais precisamente, uma nova “economia psíquica” (DARDOT; LAVAL, 2016) da subjetivação macerada pelo neoliberalismo. Para De Paula, *“A fake news não possui a necessidade de apresentar fatos verídicos em uma notícia, enquanto a pós-verdade busca apelar para aspectos emocionais de uma narrativa realista”*⁹.

Esse conteúdo dos afetos foi analisado por Reich na Alemanha nazista. E nos convida a ‘biopsiar’ o teor místico e oculto do discurso nacional-socialista. *“Hitler insistiu incansavelmente em que devemos nos dirigir às massas não com argumentos, provas e conhecimentos, mas por meio de sentimentos e crenças”* (1988: 80). O pensador alemão chama a atenção para a ética da estética da narrativa do herói durante o III Reich que usava termos e palavras de ordem como *“luta do sangue”, “ascensão e decadência dos povos”, “envenenamento do sangue”, “a peste judia mundial”* empregadas contra o *“materialismo judaico”* de Marx e que culminou na *“guerra santa”* pelo extermínio de judeus, comunistas, vítimas de doenças mentais e físicas, negros, homossexuais e ciganos.

Aqui temos uma das numerosíssimas frases tipicamente nacional-socialistas, frases que à primeira vista não fazem sentido ou que parecem escondê-lo deliberadamente, mesmo de quem as escreveu. É preciso conhecer e saber considerar devidamente os efeitos psicológicos que, precisamente essas frases místicas exercem sobre as massas, para compreender também o seu alcance político, de natureza irracional. (REICH, 1988: 80).

Em uma concepção psicanalítica, o pensador aponta que essa irracionalidade está ancorada numa cultura despótica, machista e repressora. Para examinar o fenômeno da eleição presidencial brasileira, cuja singularidade no país se deu por meio do uso extensivo e massivo das redes sociais e plataformas de comunicação digitais, acreditamos ser necessário ainda nos deter sobre o que percebemos como uma crise da verdade. Para tanto, trabalharemos com a ideia de Foucault sobre a “verdade”, como algo histórico, ou seja, que não traz em si uma essência, mas está subordinado a dinâmicas relacionais, um embate entre saber e poder.

Exercer poder é governar e não diz respeito apenas ao Estado, como instância administrativa. Governar seria algo da ordem do conduzir condutas. O poder para o se dá apenas em relação entre entes, é um jogo de forças. Não é fixo nem permanente. Segundo o pensador francês, uma característica do

⁹ PAULA, Lorena Tavares de; SILVA, Thiago dos Reis Soares da; BLANCO, Yuri Augusto. Pós-verdade e Fontes de Informação: um estudo sobre fake News. Revista Conhecimento em Ação, Rio de Janeiro, v. 2, n. 1, jan./jun. 2018. Disponível em: <<https://revistas.ufrj.br/index.php/rca/article/view/16764/11221>> . Acesso em: jan 2019.

poder é que onde quer que ele se exerça, há necessariamente seu oposto. Onde há poder, há resistência.

Por ser sempre assimétrico, Foucault afirma que, por conseguinte, o poder é opressor, pois se exerce em níveis variáveis, realiza controles, se dá no cotidiano por meio de dispositivos, que são deflagradores de determinadas relações. Os dispositivos rompem e impulsionam formas de pensar, acionam e penetram na vida cotidiana. O poder se exerce e produz pensamento, o que se pode falar e o que está vedado falar. O poder normaliza, cria, assujeita o ser a seu tempo.

O saber se iguala ao poder, ao dizer e ao não dizer, à construção de regimes de verdade em curso e à criação de uma moral (regra instituída nos corpos para dizer o se que pode e o que não se pode fazer-dizer). Não há regimes em que a “verdade” não se expresse. O Poder se dá em relações, num fluxo ininterrupto, forma diagramas, que nunca se tornam estáticos, pois sua natureza está em constante reconfiguração.

O pensador francês examina os saberes (criminologia, antropologia, psiquiatria, psicanálise, sobretudo essa última), que a partir do século XIX foram aplicados para produzir um determinado efeito: o de produzir corpos dóceis. No entanto, não mais o corpo seria o objeto de penas e suplícios, mas a alma, a vontade, a predisposição, os afetos.

O corpo encontra-se aí em posição de instrumento ou de intermediário; qualquer intervenção sobre ele pelo enclausuramento, pelo trabalho obrigatório visa privar o indivíduo de sua liberdade considerada ao mesmo tempo como um direito e como um bem. Segundo essa penalidade, o corpo é colocado num sistema de coação e de privação, de obrigações e de interdições. O sofrimento físico, a dor do corpo não são mais os elementos constitutivos da pena. O castigo passou de uma arte das sensações insuportáveis a uma economia dos direitos suspensos. (FOUCAULT, 1998: 15)

Essa ortopedia moral incidiria nos corpos, privando-o da liberdade e forjando novas disposições e afetos. Na biopolítica, o corpo é exemplar de uma etnia ou aspecto populacional, não se trata mais de individuação. Esse gerenciamento da vida seria a principal característica do biopoder. O racismo de Estado mobiliza o aparato para condenar à morte. O biopoder (como gestão da vida) toma para si a reprodução da vida e a hegemonia da morte. Para tanto, lança mão do racismo. Para o autor, esse racismo seria a produção de um contingente de matáveis: imigrantes, desempregados, aposentados, doentes, loucos, LGBTQs etc.

Seria o que Agamben (2007) cunhou como vida nua: aquela reduzida a seu sentido biológico mínimo, destituída de seus direitos e dignidade. O capitalismo cognitivo investiu no corpo recursos que só poderiam ser mobilizados pelo Estado para abarcar contingentes populacionais em espaços abertos

para assujeitá-los. Se, entre os séculos XV e XVI, a ideia de que havia direitos naturais (HOBBS), e o conjunto da sociedade delegaria ao soberano o direito de morte a fim de superar esse estado de natureza, a vida natural era politicamente indiferente, ou seja, não aparecia nos cálculos do exercício do poder político, mas era confinada na esfera do privado (*oikos*); no biopoder, a economia política e a estatísticas são saberes que atuam aqui de forma total. Os Estados necessitam do racismo, pois sem ele, não teriam como requerer o “direito” de matar. Foucault se afasta dessa tradição contratualista e persegue a ideia do Poder como efeito de um saber que adentra o corpo e depois a alma. Cabe a nós, sujeitos do século XXI, descobrir novas formas de existir, resistir e fazer resistir.

Metodologia

O Brasil tem a segunda maior base de usuários no Instagram do planeta, com 50 milhões de contas ativas mensais, 130 milhões de usuários no Facebook e 120 milhões de usuários no WhatsApp, até maio de 2017¹⁰. Segundo o Digital News Report 2018, 66% dos entrevistados usam as redes sociais como fonte de notícias. Porém, nos últimos dois anos, houve uma redução do uso do Facebook para postagem e compartilhamento de notícias e, em paralelo, ocorreu um crescimento do uso de aplicativos de mensagens como WhatsApp para notícias. Os motivos seriam: reduzir a exposição e confrontos, além de ser mais privado.

De acordo com o Relatório de Pesquisa Telefônica – Redes Sociais¹¹, do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope) para Secretaria Especial de Comunicação Social (SECOM), realizado de 19 a 22 de fevereiro de 2018, com 1.200 entrevistados, com margem de erro de 3%, considerando o uso de redes sociais e de programas de troca de mensagens instantâneas, o WhatsApp (51%) foi a primeira opção que os entrevistados costumam usar (menção) e, em segundo lugar, o Facebook (15%). Vale mencionar que o aplicativo de mensagens pertence ao Facebook, que mantém acordo de zero-rating com as empresas de telefonia móvel no Brasil, permitindo acesso fácil ao aplicativo pelos usuários de celular.

Diante das pesquisas que comprovam o uso maciço do aplicativo de mensagens na sociedade brasileira, e em virtude da possível influência da desinformação nas eleições de 2018, o WhatsApp foi escolhido como campo de estudo a fim de responder à questão: *Que tipo de conteúdo de desinformação foi disseminado via aplicativo?*

10 Estadão. WhatsApp chega a 120 milhões de usuários no Brasil. Disponível em: <<https://link.estadao.com.br/noticias/empresas,whatsapp-chega-a-120-milhoes-de-usuarios-no-brasil,70001817647>>. Acesso em: 11 dez 2018.

11 Relatório de Pesquisa Telefônica – Redes Sociais. Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atualizacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/relatorio-final-pesquisa-telefonica-redes-sociais-fev-18/view>>. Acesso em: 11 dez 2018.

O acesso ao conteúdo compartilhado no aplicativo foi possível graças à parceria entre o MediaLab UFRJ e o Projeto Eleições Sem Fake ¹² da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), que disponibilizou o conteúdo compartilhado por 364 grupos públicos e brasileiros relacionados à discussão de temas políticos e notícias gerais, durante a campanha eleitoral, pelo Monitor do WhatsApp.

A metodologia escolhida foi a Análise de Conteúdo que é organizada em torno de três polos cronológicos: a pré-análise; a exploração do material; o tratamento, a inferência e a interpretação dos resultados (BARDIN, 2016: 123). A primeira etapa foi definir o período de análise em dois dias da campanha eleitoral 2018, devido ao grande volume de dados compartilhados durante o período:

30 de setembro de 2018 (domingo), no primeiro turno, logo após as manifestações do #EleNão, realizado no sábado 29 de setembro, em todo o país;

26 de outubro de 2018 (sexta-feira), véspera do segundo turno da eleição.

Na segunda etapa, foi escolhido o tipo de conteúdo a ser analisado, pois o Monitor de WhatsApp disponibilizou imagem, vídeo, áudio, links e mensagens. Em seguida, foram coletadas duas mil imagens, sendo mil imagens por dia. Depois, realizou-se a avaliação do material, bem como uma análise preliminar por meio de seleção de desinformação pela regra da representatividade. Ademais, as mensagens foram classificadas em 6 categorias de acordo com temática, tendo como base os relatórios da FGV Diretoria de Análise de Políticas Públicas (DAPP)¹³ para a Análise do Conteúdo (BARDIN, 2016: 125-131).

Análise de Resultados

O resultado da análise inicial nos mostrou 16 imagens consideradas falsas por empresas de checagem como também pela mídia hegemônica. Na amostra de 30 de setembro, oito foram classificadas dessa forma, como também o mesmo número (oito) no dia 26 de outubro de 2018. As imagens de 30 de setembro abordaram temas sobre: manifestações, de sábado 29 de setembro, com intuito de esvaziar o #EleSim e a superioridade de adesão do eleitor ao #EleNão; tentativas de desmoralizar o movimento #EleNão; a questão da segurança em que imagens manipuladas com o título “O Brasil que eu não quero”, atacavam o PT; conteúdo que evocavam valores morais tradicionais por meio de manipulação de imagem do candidato Fernando Haddad. E ainda: pauta econômica, destacando a pujança do período militar em detrimento do democrático; segurança e corrupção com o uso de foto

12 Projeto Eleições Sem Fake. Monitor de WhatsApp. Disponível em: <<http://www.monitor-de-whatsapp.dcc.ufmg.br/>>. Acesso em: 11 dez 2018.

13 FGV DAPP. Fraude nas urnas e ‘kit gay’ têm mais impacto que outras notícias falsas. Disponível em: <<https://observa2018.com.br/posts/fraude-nas-urnas-e-kit-gay-tem-maior-impacto-que-outras-noticias-falsas-em-twitter-facebook-e-youtube/>>. Acesso em: 11 dez 2018.

de ficha criminal fictícia da ex-presidente Dilma Rousseff (PT), como também uma ficha criminal fictícia de José Serra (PSDB); e também desinformação sobre o quesito economia, remetendo ao comunismo por meio de imagem manipulada que fazia ilações de conexões de Haddad com Cuba.

O resultado das checagens de imagens de 26 de outubro junto à mídia hegemônica e agências de checagem tinham temáticas diversas, com destaque à urna eletrônica que foi a metade (quatro) do total identificado. Também houve ataque de cunho moral com manipulação de notícia remetendo a possível indicação do deputado Jean Wyllys, um defensor da pauta LGBTQ, para cargo de ministro de Educação pelo candidato Haddad; a questão econômica abordada na imagem falsa de post no Twitter em que Haddad parabenizava Maduro que induzia o eleitor a acreditar num apoio do PT à Venezuela e ao comunismo; ataque à mídia com insinuação que jornalistas estariam beneficiando o candidato Haddad; e a corrupção, com imagem falsa de um cheque da contravenção que financiaria Haddad (PT).



FIGURA 1¹⁴

Desinformações compartilhadas no WhatsApp em 30 de setembro

Fonte: Projeto Eleições Sem Fake da UFMG

¹⁴ Época. Imagens falsas mais compartilhadas no WhatsApp não citam presidenciais mas tentam ratificar ideologias. Disponível em: < <https://epoca.globo.com/cristina-tardaguila/imagens-falsas-mais-compartilhadas-no-whatsapp-nao-citam-presidenciais-mas-tentam-ratificar-ideologias-23164558>>. Acesso em: 12 jan 2019.

As pautas da agenda política mais discutidas durante a campanha mereceram atenção especial, assim, nos debruçamos diante da amostra para identificarmos as imagens mais significativas para análise.



FIGURA 2¹⁵

Desinformações compartilhadas no WhatsApp, em 26 de outubro

Fonte: Projeto Eleições Sem Fake da UFMG

Corrupção/Segurança/Economia

A análise de conteúdo de peças de propaganda e desinformação produzidas durante a campanha presidencial de 2018 elegeu pautas dissociativas e que fizeram largo uso da contradição retórica. Agrupamos os temas Segurança, Economia e Corrupção como um guarda-chuva que aglutinava mui-

¹⁵ Lupa. Imagens relacionadas às urnas eletrônicas se destacam no segundo turno. Disponível em: <<https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2018/10/26/imagens-whatsapp-urnas-2turno/>>. Acesso em: 12 jan 2019.

tas vezes um mesmo subtema, como Lei Rouanet, Ditadura de 64, Democracia, PT como adepto do totalitarismo e braço do socialismo/comunismo da Rússia, Venezuela e Cuba que massacra civis.

Além do recurso retórico da contradição, o emprego de memes foi massivo. Em montagens frequentemente com poucos recursos visuais e erros de português – como um simulacro de amadorismo e não de algo profissional –, a ideia era se aproximar do senso comum e criar identificação com o eleitorado de classe média e média baixa. No quesito segurança, chamou a atenção o expediente de imagens que identificavam jovens pretos, pardos e pobres como vetores de virtual e potencial ameaça à ordem no país. A Venezuela também aparece com frequência como paradigma de país vermelho, vitimado por chacinas, censura, tortura, fome e assassinatos de opositores políticos pelas Forças de Segurança de Maduro.

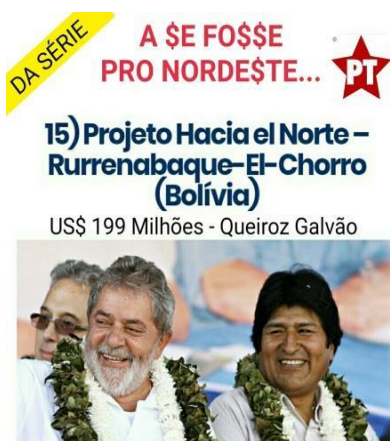


FIGURA 3¹⁶

Imagem compartilhada no WhatsApp em 26 de outubro

Fonte: Projeto Eleições Sem Fake da UFMG

Listamos algumas das ideias/palavras evocadas em *segurança*: armas, traficantes, facções, paz, segurança, artistas (cuja atividade seria próxima da delinquência), EUA civis armados x Brasil civis desarmados, índices de homicídio, PM como algoz, bandidos pretos retratados como vítimas, militantes do PT mostrados como criminosos violentos, acusações de que a narrativa da esquerda contra Bolsonaro de fantasia é alucinatória ou desinformação, Haddad como representante de um presidiário.

¹⁶ Checagem no Google Image remeteu à reportagem da Revista Veja, de 11 de fevereiro de 2017: Acordo de Lula deu prejuízo de R\$ 872 milhões a Petrobrás. Petista é o lobista em chefe contra o Brasil. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/blog/felipe-moura-brasil/acordo-de-lula-deu-prejuizo-de-r-872-milhoes-a-petrobras-petista-e-lobista-em-chefe-contr-o-brasil/>>. Acesso em: 18 jan 2019.

No tema *economia*, houve tentativas de desacreditar as políticas sociais e culturais. A publicização do conteúdo visou sobretudo a despertar no eleitorado uma associação entre causa e efeito dessas políticas sociais e culturais e o próprio tamanho da máquina pública como responsáveis pelo rumo que a crise tomou nas gestões do PT. Alguns binômios vistos: campos de trabalho forçado x socialismo/comunismo russo e da Venezuela; bonança x ordem durante a Ditadura militar, funcionalismo e máquina pública x endividamento do país.

Outros que foram mencionados como ameaças à economia, soberania nacional e segurança individual: Cuba, Venezuela e Maduro, Bolívia, África, MST, Bolsa Família, Sindicatos, artistas, Lei Rouanet, socialismo, CLT, crise europeia, PIB, Ural, comunismo, desemprego, crise brasileira, eleições americanas. Imagens de Mourão, Bolsonaro, Roberto Campos, Ciro Gomes, Maduro, Che, Marighella, Fidel, Chavez, Vargas, Stalin, Manuela, foice e martelo, Lula com Fidel também foram vistos ora encarnando os salvadores da pátria ora pertencentes ao campo do perigo vermelho.

Já o tema *corrupção* mais uma vez suscitou especulações geopolíticas e identificações com países, organizações (reais e fictícia, como a Ural) e políticos do campo socialista como Venezuela, Unasul, os presidentes Vladimir Putin (Rússia) e Xi Jinping (China) e sublinharam o perigo eminente que a democracia corria ao se eleger o candidato do PT, Fernando Haddad. Termos que apareceram no conteúdo viralizado: ficha suja, ladrão, propaganda mentirosa, governo militar x democracia, Polícia, Unasul. E ainda referências a feminismo, racismo na Bahia, capas falsas e verdadeiras de revistas (eletrônica, inclusive) como Veja, IstoÉ, Época e Crusoé. As imagens que mais foram publicizadas incluíam Lula, Moro, Bolsonaro, Haddad, Zé Dirceu, Cuba, malas com dinheiro do Geddel, Dilma, Zé Serra e até Fernanda Montenegro. Memes satirizaram Lula, em montagens em que o ex-presidente aparece caracterizado como rato e marajá.

Corrupção/Anti-PT

Um dos discursos que permeou a campanha eleitoral de alguns candidatos durante a corrida eleitoral de 2018, e que se refletiu em ações nas ruas, seria o de combate ao comunismo, vinculado diretamente ao Partido dos Trabalhadores. Como se vê na imagem, essa vinculação é construída com uma simbologia de perigo e homicídio, representada pela denominação “assassinos comunistas”. Esse discurso é um exemplo de como a narrativa anti-PT deu o tom dos debates eleitorais, para além das propostas políticas.



FIGURA 5

Imagem compartilhada no WhatsApp, em 30 de setembro

Fonte: Projeto Eleições Sem Fake da UFMG

Também é possível perceber na ilustração que a oposição de cores é um dos artifícios recorrentes da temática: vermelho x verde-amarelo. O vermelho representaria os assassinos e o verde-amarelo, a força da salvação. Na imagem, a mão vermelha que segura uma arma é dominada por uma mão verde-amarela. A primeira mão tem uma estrela desenhada, em alusão clara ao símbolo do Partido dos Trabalhadores. A vinculação da cor vermelha a algo nefasto foi tão grande e se tornou um artifício tão recorrente que o PT chegou a alterar as cores de seu material de campanha após o primeiro turno. Percebemos, assim, que a pauta política anti-petista foi reforçada por imagens e textos de conotação alarmantes, com o intuito de inflamar a aversão ao partido.

Moral/Família

A desinformação ou factóide explorou habilidosamente os valores morais tradicionais e foi disseminada pela campanha do então candidato Jair Bolsonaro. A enxurrada de desinformação continuou por todo o período e no dia 26 de outubro, as vésperas do segundo turno, o arsenal se virou contra os nordestinos. As pesquisas já apontavam que nessa região o candidato do PR levava vantagem. Houve posts comparando os nordestinos a jumentos, de notícias de cancelamento de shows de cantoras que haviam declarado voto ao PT, símbolo do PT entregando a Lei Rouanet para Haddad, e posts com a foto do Bolsonaro e os letterings “meu voto vai para quem tem: fé em Deus, defende a família, é contra o aborto, é patriota, não é corrupto”.

**FIGURA 6¹⁷**

Figura compartilhada no WhatsApp, em 26 de outubro

Fonte: Projeto Eleições Sem Fake da UFMG

Pelo viés da moralidade, foram explorados valores conservadores ligados à família tradicional, fizeram alusão a crenças neopentecostais para mirar o antipetismo. Um outro post dizia: “Hipocrisia é orar pelos filhos e defender a ideologia de gênero, o aborto e a liberação das drogas”. Uma montagem com duas fotos de cunho racista identifica crianças e jovens negros e mestiços com a criminalidade e homossexualidade: em uma com boa definição uma menina e um menino brancos brincam de cabo de guerra e sorriem; e na outra, escura, desfocada, dois meninos negros de boné se beijam. Detalhe, a primeira imagem tinha contornos verdes com tarja Bolsonaro – Vote 17; e a segunda moldura vermelha – Haddad – Vote 13. E os dizeres: “Dia 28 de outubro, você escolhe”. E há ainda um outro post com fundo azul com a frase: “Bolsonaro vai ensinar teu filho a dar tiro no Exército e Haddad, a dar a bunda na escola”.

Moral/Sexualidade/#EleNão

A análise de Reich (1988) está retratada em conteúdos de desinformação divulgados no dia 30 de setembro que denominamos como categoria moral. Esses se concentraram no uso de fotos de mulheres em protesto com torso nu, homens se beijando, crianças com cabelos pintados, fotos de vea-

17 Checagem no Google Image: foi divulgada também nas redes sociais (Twitter, Facebook, Instagram). Disponível em: <<https://www.facebook.com/arlindosantosbr/posts/voc%C3%AA-ir%C3%A1-votar-17-ou-votar-13/1909843579312457/>>. Acesso em: 18 jan 2019.

dos, de pessoas nuas em que se lia #EleNão nas nádegas com uma tarja em verde-amarelo e a frase “O Brasil que eu não quero”, na parte superior da foto. E no meio desses, alguns que questionavam se “é este o modelo de família que você quer?”. Uma das imagens era de uma família com um pai muito parecido com o Bolsonaro de camisa azul e um fuzil na mão e os dizeres “objetivos familiares de direita”; e abaixo, um casal homossexual em uma passeata, exibindo as nádegas e segurando duas crianças pelas mãos, com os dizeres “objetivos familiares da esquerda”.

FIGURA 7¹⁸

Figura compartilhada no WhatsApp, em 30 de setembro

Fonte: Projeto Eleições Sem Fake da UFMG

A desinformação trabalhada em cima de imagens dos corpos das mulheres e dos casais homoafetivos preferencialmente condenando a luta das mulheres e da população LGBT pelos seus direitos e tentando denegrir as manifestações do #EleNão.

¹⁸ Checagem no Google Image: foi compartilhada em redes sociais com intuito de colocar o movimento feminista como destruidor da família tradicional brasileira. Disponível em: <https://twitter.com/pablo_ortellado/status/1052044434609713152?lang=pt>. Acesso em: 18 jan 2019.

Urna/Segurança



FIGURA 8

Figura compartilhada no WhatsApp, em 26 de outubro

Fonte: Projeto Eleições Sem Fake da UFMG

Considerações finais

Acreditamos que esse estudo possa alertar para a necessidade de políticas de regulação sobre a desinformação em plataformas e redes sociais, bem como fomentar o debate na sociedade sobre os dispositivos de vigilância e poder.

As questões sobre a desinformação, a opacidade do algoritmo, os avanços tecnológicos e seus limites éticos e a repercussão no debate político tem na Comunicação seu campo por excelência e na construção de novas percepções, discursos, produção de subjetividade e fenômenos culturais. É importante estudar e discutir a influência dos algoritmos por causa de seus possíveis efeitos sociais, históricos, políticos e comunicacionais. Portanto, adiar essa discussão é uma ameaça à democracia.

Referências

- AGAMBEN, G. (2007). **Homo Sacer: O poder soberano e a vida nua**. Belo Horizonte (MG): Editora UFMG.
- BARDIN, L. (1977). **Análise de conteúdo**. Lisboa (Portugal): Edições 70.
- BERGSON, H. (1999). **Matéria e memória – Ensaio sobre a relação do corpo com o espírito**. São Paulo (SP): Martins Fontes.
- BRETON, P. (1999). **A manipulação da palavra**. São Paulo (SP): Edições Loyola.

DARDOT, P.; LAVAL, C. (2017). **Comum: ensaio sobre a revolução no século XXI**. São Paulo (SP): Boitempo.

FGV DAPP REPORT. (2018). Disponível em: <<https://observa2018.com.br/timeline>>. Acesso em: 11 dez 2018.

_____. **Fraude nas urnas e 'kit gay' têm mais impacto que outras notícias falsas**. Disponível em: <https://observa2018.com.br/posts/fraude-nas-urnas-e-kit-gay-tem-maior-impacto-que-outras-noticias-falsas-em-twitter-facebook-e-youtube/>. Acesso em: 11 dez 2018.

FOUCAULT, M. (2000). **Em defesa da sociedade: Curso no Collège de France (1975-1976)**. São Paulo (SP): Martins Fontes.

_____. (1987). **Vigiar e punir: nascimento da prisão**. Petrópolis (RJ): Vozes.

GRAMSCI, A. (1976). **Escritos políticos**. Lisboa (Portugal): Seara Nova.

HOBBS, T. (1983). **Leviatã. Matéria, forma e poder de um Estado eclesiástico e civil**. São Paulo (SP): Abril Cultural.

IBOPE. (02/2018). **Relatório de Pesquisa Telefônica – Redes Sociais**. Disponível em: <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/relatorio-final-pesquisa-telefonica-redes-sociais-fev-18/view>. Acesso em: 11 dez 2018.

NEWMAN, N. (Org.); FLETCHER, R.; KALOGEROPOULOS, A.; LEVY, D. A. L.; NIELSEN, R. K. **Digital News Report 2018**. Reuters. Disponível em: <http://media.digitalnewsreport.org/wp-content/uploads/2018/06/digital-news-report-2018.pdf?x89475>. Acesso em: 11 dez 2018.

REICH, W. (1988). **Psicologia de massas do fascismo**. São Paulo (SP): Martins Fontes.

VIRILIO, P. (agosto/1995). **Vitesse et information: alerte dans le cyberspace! *Le Monde Diplomatique***.

WhatsApp chega a 120 milhões de usuários no Brasil. *Estado de São Paulo*. (2017, 29 maio). Disponível em: <https://link.estadao.com.br/noticias/empresas,whatsapp-chega-a-120-milhoes-de-usuarios-no-brasil,70001817647>>. Acesso em: 11 dez 2018.