



Mandato do espetáculo: o show da desinformação e o discurso de ódio protagonizados por Bolsonaro

Spectacle term: disinformation and hate speech: a performance starred by Bolsonaro
Mandato del espectáculo: el show de la desinformación y el discurso de odio actuado por Bolsonaro

Priscila Silvério – Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo | São Paulo| SP | Brasil | E-mail: msilverio.priscila@gmail.com | <https://orcid.org/0000-0003-1727-0931>

Tathiana Chicarino – Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo | São Paulo| SP | Brasil | E-mail: tschicarino@fespsp.org.br | <https://orcid.org/0000-0002-9306-5668>

Resumo: Do espetáculo, da liquidez e da desinformação. Nossa sociedade é exaustivamente rotulada e analisada por pensadores e pesquisadores interessados em compreender quais mecanismos estruturam as relações e construções sociais. Mecanismos que também são capazes de nos desviar de assuntos importantes da pauta pública ou, simplesmente, aliviar o peso da realidade coletiva. Neste artigo, refletimos sobre tais fenômenos dentro de um ambiente em rede, onde tudo se interconecta com agilidade e se dissolve na mesma velocidade. Em tal contexto, levantamos exemplos das técnicas discursivas de Bolsonaro a fim de entender como a maior liderança do país protagoniza um espetáculo interativo e constante de ódio, desinformação e tensão permanente.

Palavras-chave: Espetáculo. Sociedade. Bolsonaro. Discurso de ódio. Desinformação.

Abstract: Spectacular, liquid and uninformed. Our society has been analyzed and labeled by thinkers and researchers interested in how social relations and constructs are structured. Such structures are capable of driving attention away from public themes of interest, or simply lighten the weight of our collective reality. In this article, we will reflect upon phenomena within a social network environment, where things can be both interconnected and disconnected at amazing speed. In this context, we bring practical examples and techniques of the president's Bolsonaro speech, in order to understand how the leading authority in Brazil is key in a constant and interactive spectacle driven by hate-speech, misinformation and escalating tension.

Key words: Spectacle. Society. Bolsonaro. Hate speech. Misinformation.

Resumen: Espectáculo, liquidez y desinformación. Nuestra sociedad es tachada y analizada exhaustivamente por pensadores e investigadores interesados en comprender qué mecanismos estructuran las relaciones y construcciones sociales. Mecanismos que también son capaces de desviarnos de temas importantes de la agenda pública o, simplemente, aliviar el peso de la realidad colectiva. En este artículo reflexionamos sobre estos fenómenos dentro de un entorno en red, donde todo se interconecta con agilidad y se disuelve a la misma velocidad. En tal contexto, planteamos ejemplos de las técnicas discursivas de Bolsonaro para entender cómo el mayor liderazgo del país protagoniza un espectáculo interactivo y constante de odio, desinformación y tensión permanente.

Palabras clave: Espectáculo. Sociedad. Bolsonaro. Discurso del odio. Desinformación.

Recebido em 20 de setembro de 2021. Aprovado em 19 de outubro de 2021.

e-issn: 2177-5788. DOI: <https://doi.org/10.22484/2177-5788.2021v47n2p341-362>

©2021. Conteúdo de acesso aberto, distribuído sob os termos da Licença Internacional da Creative Commons –CC BY-NC-SA –Atribuição Não Comercial –Permite distribuição e reprodução, desde que atribuam os devidos créditos à publicação, ao(s) autor(es) e que licenciem as novas criações sob termos idênticos.



1 Introdução

Que os meios de comunicação têm o poder de influenciar nossos comportamentos, valores e estruturas, segundo Thompson (1998), já sabemos. Ao longo da trajetória humana, fomos marcados por diversas invenções tecnológicas neste sentido: da prensa ao rádio, da televisão ao telefone, chegando na Internet e no *smartphone*. O impacto das ferramentas é detalhado pelo sociólogo Thompson (1998, p. 13), ao destacar que “o uso dos meios de comunicação implica novas formas de ação e de interação no mundo social, novos tipos de relações sociais e novas maneiras de relacionamento do indivíduo com os outros e consigo mesmo”. Ele reforça que o avanço da mídia está invariavelmente entrelaçado ao processo de racionalização e secularização vivenciado pelas sociedades ocidentais. Nesse sentido, os meios de comunicação são vistos como parte determinante da constituição do que chamamos de sociedade moderna.

E, como tal, devemos compreendê-la a partir da racionalização das ordens da vida que, de acordo com Weber (2001), se põe a despojar o mundo do conhecimento mágico e colocar no centro a própria racionalidade em seu desenvolvimento tecnológico, burocrático e científico. Tal modernidade deve ser pensada a partir do pilar iluminista da razão e da centralidade do indivíduo, desaguando hoje num ciberespaço onde construímos pensamentos individuais e inteligências coletivas que, segundo Lévy (1999), por diversas vezes, se enredam de forma indissociável.

A inteligência coletiva é um modo de coordenação eficaz na qual cada um pode considerar-se como um centro? Ou, então, desejamos subordinar os indivíduos a um organismo que os ultrapassa? O coletivo inteligente é dinâmico, autônomo, emergente, fractal? Ou é definido e controlado por uma instância que se sobrepõe a ele? Cada um dentre nós se torna uma espécie de neurônio de um mega cérebro planetário ou então desejamos constituir uma multiplicidade de comunidades virtuais nas quais cérebros nômades se associam para produzir e compartilhar sentido? (LÉVY, 1999, p. 132).

Em toda esta reflexão, vale acrescentarmos outro elemento: somos mais inclinados à imagem (de preferência em movimento) do que ao texto — há estudos de marketing *online* que indicam que retemos até 95% de



uma mensagem em vídeo e apenas 10% da mesma mensagem apresentada em texto, conforme Insivia (2013). Dos primeiros filmes no cinema até a entrada da televisão em casas de todas as regiões e classes sociais, já era possível observar os efeitos das telas em nossos desejos e formas de interpretar o mundo. O pensador Guy Debord (2005) escreveu sobre a popularização da TV e como o aparelho mediava as relações sociais por imagens e espetáculos.

O espetáculo, compreendido na sua totalidade, é ao mesmo tempo o resultado e o projeto do modo de produção existente. Ele não é um suplemento ao mundo real, a sua decoração readicionada. É o coração da irrealidade da sociedade real. Sob todas as suas formas particulares, informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto de divertimentos, o espetáculo constitui o modelo presente da vida socialmente dominante. Ele é a afirmação onipresente da escolha já feita na produção, e o seu corolário o consumo. Forma e conteúdo do espetáculo são identicamente a justificação total das condições e dos fins do sistema existente. O espetáculo é também a presença permanente desta justificação, enquanto ocupação da parte principal do tempo vivido fora da produção moderna (DEBORD, 2005, p. 9-10).

O que talvez não imaginássemos é que os meios se desenvolveriam com tamanha rapidez, que as imagens seriam ao mesmo tempo constantes e efêmeras ou que a combinação de uma linguagem estética apelativa e de mecanismos das plataformas digitais poderiam servir de palco permanente para espetáculos de desinformação, ódio e desmantelamentos democráticos.

Estas constatações se reforçam quando já fomos considerados o país que mais acredita em *fake news*, segundo Galhardi (2019) no mundo (só em 2020, ano em que começou a pandemia do novo coronavírus, 110 milhões de brasileiros confiaram em uma notícia falsa relacionada à situação da covid-19), ou quando a principal liderança do Executivo destila ódio virtualmente atacando os demais poderes e seus membros, conforme Oliveira (2021) e desrespeitando diversos ritos democráticos, segundo Soares, Fernandes e Souza (2021). Estamos falando da figura máxima de autoridade do país que, nos primeiros dois anos de mandato, passou mais



de 138 horas em *lives*, segundo Gullino, Maia e Farias (2020), garantindo ingresso irrestrito aos seus incansáveis espectadores.

[...] a guerra cultural bolsonarista, que se beneficia de uma técnica discursiva, a retórica do ódio, ensinada nas últimas décadas por Olavo de Carvalho, conduzirá o país ao caos social, à paralisia da administração pública e ao déficit cognitivo definidor do analfabetismo ideológico, outro conceito novo que apresento, e com o qual descrevo a negação da realidade e o desprezo pela ciência que estruturam o bolsonarismo (ROCHA, 2021, p. 23).

Veremos mais detalhes sobre as técnicas bolsonaristas. Mas antes, na primeira seção deste artigo, aprofundaremos os conceitos de Sociedade do Espetáculo, conforme Debord (2005) e Modernidade Líquida, segundo Bauman (2000), entendendo como os fenômenos se amparam na contemporaneidade de uma Sociedade em Rede, segundo Castells e Cardoso (2005). Falaremos de alguns efeitos promovidos por este contexto como a adesão aos *memes* ou a disseminação das *fake news*. Na segunda seção, entraremos de vez no *show* protagonizado por Bolsonaro, entendendo como seu discurso é construído com base na desinformação e na retórica do ódio, segundo Rocha (2021), para fortalecer uma guerra cultural e ideológica entre os diferentes espectros da população.

Ao final, algumas provocações são necessárias para andarmos menos distraídos e mais atentos à coisa pública, deixando a cadeira de espectadores e assumindo, por fim, o papel de cidadãos ativos, prontos para desviar do bombardeio de polêmicas, e críticos para dialogar e reconstituir bases democráticas apesar (e além) do caos.

2 Espectadores na liquidez

Vamos começar alinhando o entendimento de Sociedade do Espetáculo, conceito cunhado por Guy Debord na década de 1960, época em que a televisão se popularizou ao redor do globo. O que o filósofo percebe é que as relações e estruturas sociais, em suas diferentes camadas e complexidades, passam a ser mediadas primordialmente pelas imagens. Isso se expressa quando os valores e as identidades locais começam a ser



substituídos pelo espetáculo da televisão, fazendo com que as pessoas desejem o que a tela promove.

Debord (2005) também ressalta que, neste processo de espetacularização que vai do extraordinário à vida cotidiana, ocupamos o papel de espectadores. Apenas assistindo, de forma passiva, à história que acontece, sempre à espera do próximo espetáculo.

A alienação do espectador em proveito do objeto contemplado (que é o resultado da sua própria atividade inconsciente) exprime-se assim: quanto mais ele contempla, menos vive; quanto mais aceita reconhecer-se nas imagens dominantes da necessidade, menos ele compreende a sua própria existência e o seu próprio desejo. A exterioridade do espetáculo em relação ao homem que age aparece nisto, os seus próprios gestos já não são seus, mas de um outro que lhes apresenta. Eis porque o espectador não se sente em casa em nenhum lado, porque o espetáculo está em toda a parte. (DEBORD, 2005, p. 19)

A sociedade de espetáculo opera com sucesso na ideia de Modernidade Líquida, retratada por Bauman (2000) — que explica que em tempos líquidos (onde nada é sólido, tudo se derrete e é fluido), as mudanças são a única constante e acontecem de forma cada vez mais veloz. Segundo Bauman (2000), a liquidez nos esvazia e afasta uns dos outros na medida em que ganha robustez na lógica consumista do mercado e do individualismo, se infiltrando em todas as frentes da vida: das relações interpessoais fragilizadas à atuação do Estado. Quem, assim como Bolsonaro, compreende e se movimenta com facilidade no cenário da instantaneidade é capaz de dominar os demais:

As pessoas que se movem e agem com maior rapidez, que mais se aproximam do momentâneo do movimento, são as pessoas que agora mandam. E as pessoas que não podem se mover tão rápido — e, de modo ainda mais claro, a categoria das pessoas que não podem deixar seu lugar quando quiserem — as que obedecem. [...] A batalha contemporânea da dominação é travada entre forças que empunham, respectivamente, as armas da aceleração e da procrastinação. (BAUMAN, 2000, p. 152)

Todo este espetáculo que já acontecia nas telas da TV, nas ruas ou nas páginas dos jornais, somados ao ritmo líquido descrito por Bauman,



agora propaga-se também num ambiente em rede, interconectado, sem limite de fronteiras ou culturas. Os avanços tecnológicos e digitais em suas múltiplas dimensões são responsáveis por costurar parte do nosso tecido social ao mesmo tempo que o transforma. Como já vimos nos estudos de Thompson e como reverberou Castells e Cardoso (2005, p. 17): “Nós sabemos que a tecnologia não determina a sociedade: é a sociedade”. O sociólogo vai a fundo para trazer uma definição dos arranjos que nos moldam e interligam na contemporaneidade em rede:

A sociedade em rede, em termos simples, é uma estrutura social baseada em redes operadas por tecnologias de comunicação e informação fundamentadas na microelectrónica e em redes digitais de computadores que geram, processam e distribuem informação a partir de conhecimento acumulado nos nós dessas redes. A rede é a estrutura formal [...]. É um sistema de nós interligados. E os nós são, em linguagem formal, os pontos onde a curva se intersecta a si própria. As redes são estruturas abertas que evoluem acrescentando ou removendo nós de acordo com as mudanças necessárias dos programas que conseguem atingir os objetivos de performance para a rede. Estes programas são decididos socialmente fora da rede mas a partir do momento em que são inscritos na lógica da rede, a rede vai seguir eficientemente essas instruções, acrescentando, apagando e reconfigurando, até que um novo programa substitua ou modifique os códigos que comandam esse sistema operativo. (CASTELLS; CARDOSO, 2005, p. 19).

Esse ambiente tecnológico e com estruturas em constante evolução gera informações e dados de forma inédita na história. A avalanche de dados pode ser denominada como *big data*, que captura cada uma de nossas interações e ações, acumulando e analisando automaticamente tudo o que todos os usuários fazem para, assim, mercantilizar e influenciar tais comportamentos.

As pessoas se tornam indicadores e suas atitudes são vigiadas a todo momento — sem conhecimento e até mesmo sem consentimento dos usuários. A análise é da professora Shoshana Zuboff (2018), que traduz essa lógica em um Capitalismo de Vigilância, dando origem ao *Big Other*, um:



[...] regime institucional em rede que registra, modifica e mercantiliza a experiência cotidiana, desde o uso de um eletrodoméstico até seus próprios corpos, da comunicação ao pensamento, tudo com vista a estabelecer novos caminhos para a monetização e o lucro. O *Big Other* é o poder soberano de um futuro próximo que aniquila a liberdade alcançada pelo Estado de direito. É um novo regime de fatos independentes e independentemente controlados que suplanta a necessidade de contratos, de governança e o dinamismo de uma democracia de mercado. (ZUBOFF, 2018, p. 44).

É importante ressaltar que uma Sociedade em Rede, onde os indivíduos conectados são constantemente vigiados, tendo suas atitudes (valores) e comportamentos, segundo Inglehart e Baker (2000), rastreados, codificados e modulados a partir de intencionalidades desconhecidas e/ou opacas, é uma sociedade mais aberta (ou vulnerável) para a espetacularização através de novas mídias, o que assistimos com a viralização de *memes* políticos ou a partir da crença nas notícias falsas.

Para ficarmos na mesma página, precisamos consensuar alguns pontos. O primeiro é que notícia falsa ou distorcida é prática de longa data. Sim, há registros de *fake news* que remontam a séculos atrás. Delmazo e Valente (2018) estudaram a trajetória das *fake news* e a caça aos cliques que as mesmas promovem. Eles contam que já no século retrasado mentiras foram relatadas como verdades por jornais europeus.

Dado o alto custo de se enviar repórteres para o exterior, escritores da equipa local fingiram que estavam a enviar textos do exterior. Um dos casos mais emblemáticos é o de Theodor Fontane. Nos anos 1860, ele escreveu "de Londres" durante uma década para o jornal ultra-conservador de Berlim, Kreuzzeitung, com minúcias e relatos pessoais emocionantes, sem nunca ter estado ali nesses anos. (DELMAZO; VALENTE, 2018, p. 3).

A questão é antiga, mas ganha escalas gigantes com a Internet e a prática de compartilhamento, afetando estruturas fundamentais da sociedade, como ressaltam Delmazo e Valente (2018, p. 13): "Esse problema ganhou visibilidade pela capacidade de influenciar os sistemas políticos, especialmente processos eleitorais, e acentuar a polarização política". Para garantir a mesma base de compreensão, entenderemos as *fake news* pelos elementos trabalhados por Recuero e Grudz (2019, p. 33).



São eles: “(1) o componente de uso da narrativa jornalística e dos componentes noticiosos; (2) o componente da falsidade total ou parcial da narrativa; e (3) a intencionalidade de enganar ou criar falsas percepções através da propagação dessas informações na mídia social”.

Após esse breve entendimento conceitual de *fake news*, vamos para a prática. Na última década, eleições americanas, brasileiras e de muitas outras regiões foram tomadas pela mentira e desinformação. Com o uso de dados dos usuários, foi possível garantir mensagens ultra personalizadas, entendendo pré-disposições dos eleitores e conduzindo suas opiniões. Um dos casos mais emblemáticos foi a manipulação nas eleições presidenciais dos Estados Unidos em 2016. A empresa britânica *Cambridge Analytica* foi acusada pelo uso ilegal de dados do *Facebook* para condicionar o voto de eleitores com comunicações difamatórias, e muitas vezes falsas, em relação à candidata Hillary Clinton.

Pelo fato de centenas de milhares de estadunidenses terem respondido a essa enquete, fomos capazes de criar um modelo onde temos perto de quatro ou cinco mil pontos de medição que podemos usar para prever a personalidade de cada adulto dos EUA. Porque é a personalidade que influencia o comportamento. E o comportamento obviamente influencia como você vota. Então começamos a visar pessoas com vídeos digitais com conteúdo de alta precisão. (PRIVACIDADE HACKEADA, 2019).

Referimo-nos às eleições americanas porque constatamos táticas similares nas campanhas presidenciais do Brasil em 2018 com o uso de disparo de mensagens de massa via *WhatsApp*, segundo Magenta, Gragnani e Souza (2018). Partindo para o contexto mais recente da pandemia da covid-19, reafirmamos o quão contagiante é a desinformação. “Não use máscara” (AFP, 2020), “Faça tratamento precoce/Adote o Kit Covid” (DIAS, 2021), “As vacinas vão instalar um *chip* em seu organismo para te controlar” (DOMINGOS, 2021) foram só alguns dos boatos e teorias que circularam nos últimos meses. O custo, em muitos países, segundo Carbinatto (2020) tem sido literalmente a própria vida com massas de pessoas que negam a vacina ou ingerem medicamentos sem indicação ou comprovação de eficácia.



Para quem está apegado a dados e evidências e acredita na ciência, é difícil compreender como a verdade não alcança estes espaços de distorção de informação. Sobre isso, é importante lembrar que: 1) vivemos um tempo de desconfiança generalizada, de descrédito das instituições e de ruptura com o modelo político da democracia liberal vigente até então, conforme Castells (2018); 2) as mensagens falsas são produzidas de forma intencional e estratégica para ressoar com as emoções básicas do ser humano.

Estudos sobre estratégias de combate à desinformação dizem o seguinte: não espere contrariar a enxurrada de falsidades com um esguicho de água da verdade. Mensagens que suscitem emoções fortes são particularmente persuasivas: asco, medo ou raiva são sensações que levam uma pessoa a repassar imediatamente uma mensagem. Isso só confirma que o engajamento no repasse da mensagem pode estar menos vinculado à veracidade do seu conteúdo do que à sua pertinência a um conjunto de convicções coletivas. A repetição de mensagens em grupos de afinidade leva à familiaridade, que, por sua vez, leva à aceitação. Ou seja: mensagens falsas têm apelo quando relacionadas a identidades de grupo, pois as pessoas são mais suscetíveis a aceitar uma informação consistente com outras mensagens nas quais elas já acreditam e que compartilham com seu meio. (BRUNO; ROQUE, 2019, p. 21)

Outro mecanismo de rápida propagação são os *memes* que, segundo o museu dedicado ao fenômeno: “[...] são ideias que se propagam pela sociedade (através de nossas redes sociais) e sustentam determinados ritos ou padrões culturais” (MUSEU DE MEMES, 2021). Quando delimitamos para o campo político, os *memes*, de fato, ajudam a tornar o debate mais acessível e popular, por um lado. Por outro, contribuem para a superficialidade e o esvaziamento das discussões. Como característica, o *meme* tem uma linguagem simples e efêmera, planejada para atender a uma demanda do momento. Pode ser ácido, pode ser irônico, pode ser escrachado em seu humor. Na esfera política, sua concepção acontece: “através de uma linguagem metafórica e orientada à construção de um enredo ou enquadramento próprios, que fazem uso, muitas vezes, de



referências da cultura popular”, conforme a conceituação de *memes* políticos feita por Chagas (2018, p. 10).

Tanto as mentiras quanto os *memes* reforçam a guerra de narrativas que polariza o país há pelo menos cinco anos, para Ribeiro e Ortellado (2018), em que as redes sociais se tornam arena de “nós” contra “eles”. Também são mecanismos que colaboram com uma das técnicas favoritas do presidente: as polêmicas que, para seus apoiadores, reforçam pautas de valores e promessas eleitorais, mas que para seus opositores são consideradas como cortinas de fumaça, segundo Ribeiro (2020), desviando o foco de temas relevantes para a vida pública e tornando cada vez mais opaca a linha que distingue fatos de opiniões, humor de ofensa. As *fake news* geram espetáculos diários na voz de Jair Bolsonaro e os *memes* políticos mantêm a plateia aquecida para a próxima controvérsia que, assim como a grade de programação das TVs, já está arquitetada.

3 O palco e o *script* de Bolsonaro

Tomemos fôlego para seguir e tentar interpretar com mais detalhes o *script* de Bolsonaro ao longo de seu mandato. Aqui, usamos como principais critérios de análise mensagens que, além de espetacularizadas, trazem temáticas pertinentes no período do estudo (pandemia da covid-19 e corrupção). Compilamos aquelas que propagam a desinformação e/ou trazem o ódio como base do discurso. Ao longo da seção, detalharemos mais a fundo o uso tático de tais recursos.

Durante o levantamento, um dos primeiros pontos que chama a atenção é a quantidade de mentiras ou distorções da verdade. Foram quase 4 mil declarações falsas em 965 dias, conforme verificou a agência de checagem de notícias Aos Fatos (2021), o que rende uma média de quatro mentiras diárias, segundo Cristina (2021).

Celebrar o fim da corrupção, transferir responsabilidades ou justificar problemas da (falta) de gestão na condução da pandemia ao Supremo Tribunal Federal e aos governadores e vangloriar a hidroxiclороquina como medicamento eficaz contra a covid-19 são algumas das afirmações favoritas

do enredo bolsonarista. O ataque às instituições democráticas e a qualquer visão dissonante de sua ideologia de extrema-direita também já se tornou fato cotidiano da personagem. Abaixo, alguns exemplos de notícias da imprensa e do próprio *Twitter* do presidente que ilustram o roteiro.

Figura 1 - Compilado de declarações de Jair Bolsonaro.

The figure consists of four distinct media elements arranged in a grid-like fashion. At the top left is a red and white CNN Brasil logo. Below it is a news headline: "Bolsonaro xinga Barroso e diz que STF deseja 'volta da corrupção'". To the right of this is a red box with the text "G1 POLÍTICA". Below that is another headline: "Bolsonaro chama de 'canalha' quem é contra tratamento precoce para a Covid; ineficácia é comprovada por pesquisas científicas". In the middle left is a UOL video thumbnail featuring a portrait of Jair Bolsonaro with the text "NÃO COMPRAREMOS A VACINA". In the middle right is a screenshot of a tweet from @jairbolsonaro dated June 8, 2020, discussing the STF's decision on pandemic measures. At the bottom left is a BBC News video thumbnail with the headline "Bolsonaro: 'Nunca serei preso'". At the bottom right are two more tweets from @jairbolsonaro, one dated May 7, 2021, listing medical treatments and another responding to a question about medical choices.

Fonte: Pinheiro (2021); Mazui e Amato (2021); Nunca ... (2021); Bolsonaro (2020a; 2020b; 2021).

Ao olhar com atenção, além dos palavrões e do deboche, percebemos que há técnica no discurso, baseado frequentemente numa retórica do ódio que "pretende reduzir o outro ao papel de inimigo a ser eliminado" (ROCHA, 2021, p. 159). Esta técnica se baseia, especialmente, na desqualificação e descaracterização do adversário. Anulá-lo é o primeiro passo para combatê-lo.



O uso obsessivo e francamente monótono de palavras desempenha o mesmo papel de desqualificação completa do adversário, transformado em inimigo, cuja destruição é favorecida pelo tratamento prévio. Inaugura-se, assim, um perverso círculo vicioso do qual a sociedade brasileira tem dificuldade de se libertar (ROCHA, 2021, p. 44).

O historiador João Cezar de Castro Rocha (2021) estudou a retórica do ódio bolsonarista a partir das crenças e valores de Olavo de Carvalho, onde o alvo é a “esquerda”, entendida em sua essência como comunistas que conquistaram a hegemonia cultural desde a redemocratização do país e que se apresentam como ameaça premente às “pessoas do bem”.

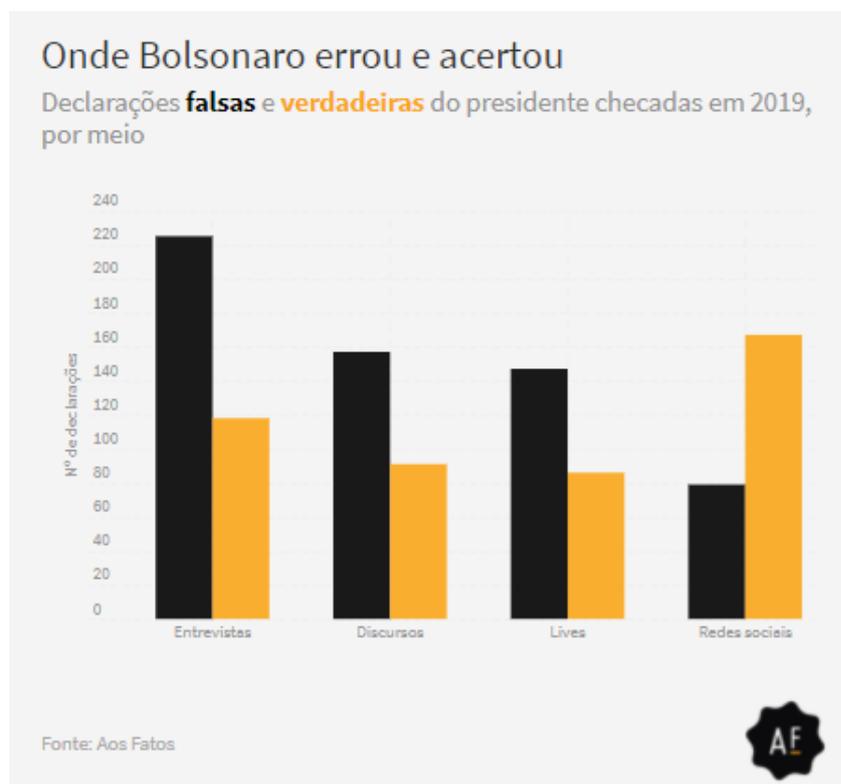
As táticas estão em sintonia com o estudo dos professores Steven Levitsky e Daniel Ziblatt (2018), que apontam quatro sinais que indicam o desfalecimento das democracias contemporâneas. São eles: desrespeito às regras do jogo democrático; tolerância e/ou incentivo à violência; negação da legitimidade do oponente político e restrição de liberdades civis (incluindo a atuação da mídia). Neste caldo, retornamos a Rocha para somar mais uma concepção evidenciada pelo historiador: a de que estamos em um Brasil pós-político, onde não conseguimos confiar nas instituições e na política em si, mas, ao mesmo tempo, dormimos e acordamos obcecados com a política e seus desdobramentos, discutindo-a incessantemente.

Bolsonaro se aproveita desse caos institucional e da obsessão pela política para *tweetar* seus “fatos alternativos” e estimular conflitos, promovendo também transmissões ao vivo em seus canais para garantir o espetáculo semanal. Em julho deste ano, realizou uma “*live bomba*”, onde revelaria (mas não revelou) as provas sobre fraudes nas eleições e no sistema de urnas eletrônicas. A iniciativa alcançou 873 mil visualizações em apenas um dia, segundo o monitoramento da consultoria de análise de dados Bites (LIVE..., 2021).

As *lives* e os *posts*, que dialogam diretamente com apoiadores, são parte fundamental da estratégia de propagar a desconfiança e o caos. Entretanto, para mexer em estruturas consolidadas é preciso ir além do público fiel. Por isso, não é só nas plataformas digitais proprietárias do presidente que o *show* acontece. Segundo apuração da agência Aos Fatos, REU, Sorocaba, SP, v. 47, n. 2, p. 341-362, dez. 2021

a maior parte das declarações erradas se dá justamente em entrevistas com jornalistas, segundo Ribeiro (2020).

Figura 2 - Gráfico de declarações de Bolsonaro em 2019



Fonte: Ribeiro (2020).

Talvez você se pergunte: mas qual a intenção por trás de tudo isso? Que objetivo se cumpre com tanta distorção e ataque? Além da imposição de uma visão de mundo autoritária que quer eliminar qualquer ideologia divergente da extrema-direita, o espetáculo é gratuito e sua finalidade é o próprio processo, encerrando-se em si mesmo: “No espetáculo, imagem da economia reinante, o fim não é nada, o desenvolvimento é tudo. O espetáculo não quer chegar a outra coisa senão a si próprio” (DEBORD, 2005, p. 12).



4 A plateia que age (e interage)

Falamos até aqui sobre o poder da imagem e seus meios de propagação. Os discursos bolsonaristas e suas técnicas. Sobre intenções e mecanismos de disseminação. Vamos dar ênfase agora em um outro aspecto: você. E nós também. Afinal, constituímos o público.

Já na década de 1990, Manin (1995) atestava a relevância da imagem nos meios de comunicação de massa, onde o carisma do líder e sua capacidade de comunicação são essenciais para criar conexão com o eleitorado. Ao explicar que vivíamos uma era de Democracia do Público, o filósofo destacou que os candidatos com maior chance de vitória são os comunicadores e que “A democracia do público é o reinado do comunicador” (MANIN, 1995, p. 15).

Como sabemos, Bolsonaro é mestre na arte de comunicar via *Twitter*, assim como seu ídolo Donald Trump também foi. Mas precisamos ressaltar movimentos que alteram a conduta do eleitor da época da Democracia do Público de Manin e o comportamento das massas apáticas relatadas na Sociedade de Espetáculo de Debord. São mudanças incentivadas pelas redes digitais, pelas lideranças populistas e pelo sentimento pós-político já mencionado. Diferente do que esses pensadores traziam em relação ao receptor, o público já não é mais estanque e inalteradamente passivo. Apesar de ainda carregarmos um perfil muito espectador e apegado ao ativismo de sofá (que tem sim sua relevância para as transformações sociais), somos também parte do espetáculo e vivemos em simbiose com a identidade de nossos representados. As redes nos aproximaram dos políticos, dos ídolos, das marcas — ou ao menos forjaram a sensação de proximidade e horizontalidade nas interações.

A antropóloga Letícia Cesarino estudou como a campanha eleitoral de Jair Bolsonaro em 2018 utilizou padrões do discurso populista na medida em que rompeu com suas lógicas tradicionais. Entre as observações, Cesarino (2020) constatou que as mídias bolsonaristas são o “sistema líder-povo”, visto que o discurso de um se retroalimenta no outro sem mediações



e com uma topologia que se diz horizontal, ainda que seja assimétrica. Este sistema opera em uma “topologia fractal”, uma vez que:

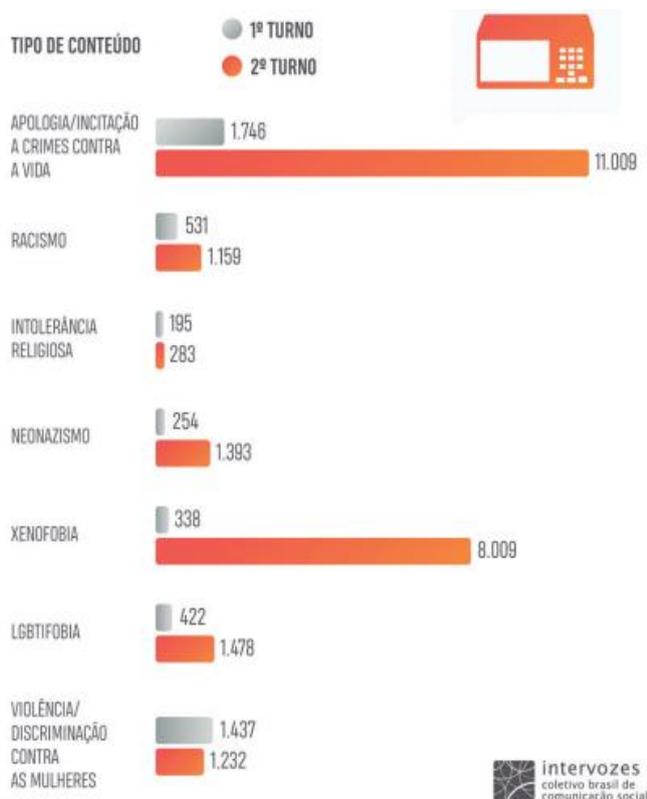
[...] o líder distribui o próprio mecanismo populista para seus seguidores, que passam a reproduzi-lo de modo espontâneo. Essa fractalização, que potencializa de modo inédito a capilaridade do mecanismo populista, é propiciada pelo caráter propriamente digital das mídias sociais: em especial, sua capacidade de, por um lado, produzir equivalência entre indivíduos originalmente desconectados entre si, e, por outro, produzir diferença e polarização através de bolhas digitais. [...] Trata-se, portanto, de uma nova realidade, que complica sobremaneira dicotomias como individual-coletivo, liberdade-controle ou espontaneidade-manipulação. (CESARINO, 2020).

É preciso valorizar o significado deste vínculo entre apoiado e apoiadores, pois em muitas ocasiões o discurso se reverbera em prática. É o que demonstra Brian Levin, do Centro para Estudo do Ódio e Extremismo da Universidade da Califórnia com um estudo que associou os discursos agressivos de Trump ao aumento de crimes de ódio motivados por raça, religião, etnia ou gênero, conforme Bulla (2018): “Aparentemente, declarações públicas amplamente divulgadas e relacionadas a eventos — como ataques terroristas — estão correlacionadas à direção em que os crimes de ódio tomam, de aumento ou queda”, explica Brian Levin, do Centro para Estudo do Ódio e Extremismo da universidade. Entre os dados de destaque, está o aumento de 385% de crimes de ódio contra muçulmanos no mesmo período em que Trump fez um discurso xenofóbico que pedia “rejeição em massa” desses indivíduos. Em janeiro de 2021, a invasão ao Capitólio, prédio legislativo dos EUA, comprovou novamente a associação entre discurso do representante e prática ativa dos representados.

Por aqui, a comunidade LGBTQI+ foi atacada com gritos: “ô bicharada, toma cuidado, o Bolsonaro vai matar veado” (2018). Também tivemos ataques físicos graves como a morte do capoeirista Moa do Katendê em Salvador, segundo Uchôa (2018) e o esfaqueamento de uma travesti no Largo do Arouche, em São Paulo, segundo Stochero e Tomaz (2018). Os agressores eram apoiadores de Jair Bolsonaro em todas as situações e

fizeram questão de deixar público seu posicionamento durante os crimes. Na Internet, as denúncias cresceram entre os turnos, conforme mostra a ONG Safernet.

Figura 3 - Gráfico de relação entre denúncias de crimes e turnos eleitorais



Denúncias recebidas no 1º e 2º turnos das eleições de 2018.

Fonte: Dados da Safernet e Gráfico do Intervozes (DIREITO..., 2019).

Vale ressaltar que o embate de ideias é sempre necessário e saudável para o fortalecimento das democracias e para garantir a diversidade de expressões de populações tão plurais como a norte-americana e a brasileira. No entanto, os casos ilustram os riscos do discurso de ódio e a linha tênue entre liberdade de expressão e incitação à violência:



[...] a divergência de opiniões é inevitável em sociedades pluralistas. Junte-se isso ao fato de que no Brasil o sistema de informação foi construído de forma totalmente assimétrica entre os sistemas privado, público e estatal e inúmeros grupos ficaram aliados da esfera comunicativa. Agora, com as redes sociais, conseguem um canal para escoarem os seus conteúdos contribuindo para aumentar o dissenso. Estas permitiram que os discursos do ódio que já existiam ganhassem visibilidade e atingissem muito mais pessoas de uma maneira difícil de ser controlada. (STROPPA; ROTHENBURG, 2015, p. 8).

5 Caminhos possíveis e considerações finais

Terminamos este artigo com análises pouco animadoras e já prevendo o tamanho do desafio: tem retórica do ódio, discursos que incitam a violência e agressão física a minorias; prevalece um sentimento de descrença nas instituições e na política de forma geral; os mecanismos das plataformas digitais favorecem a desinformação e opiniões que confirmam nossos próprios valores e convivemos com um presidente que utiliza a Internet como arena sem leis, perfeita para ataques à democracia. Dentro disso tudo, somos o público. Ora mais passivo no papel de plateia, ora reativo querendo subir ao palco; ora plenamente vinculado ao momento, ao *meme* e ao espetáculo e ora líquidos em torno do debate.

Toda esta ponderação levanta inúmeras dúvidas sobre futuros políticos e digitais, mas também pode inspirar alguns passos concretos para qualificar o debate democrático e o sistema de operação das redes. Um deles é o reencontro com o diálogo, mais necessário que nunca para estourar as bolhas digitais e ultrapassar a lógica do ataque e da caracterização personalista, chegando na essência do debate de ideias para a construção de pontes. Existem iniciativas interessantes neste sentido, como o Festival Não me Cancela!¹, que aconteceu em 21 de maio de 2021, celebrando o Dia Mundial da Diversidade Cultural para o Diálogo e o Desenvolvimento e promovendo diálogos para fortalecer a multiplicidade de opiniões e combater a cultura de cancelamento e polarização que povoa as redes sociais.

¹ Para mais informações, ver: <https://www.politize.com.br/nao-me-cancela/>.
REU, Sorocaba, SP, v. 47, n. 2, p. 341-362, dez. 2021



É urgente também investir em cultura política, educação digital e pensamento crítico, entrando nas escolas da Educação Básica para ensinar cidadania, desmistificar o que são estes tais algoritmos e inspirar seu uso em prol de soluções coletivas. Precisamos estar nas salas de aula mostrando a democracia como direito conquistado e lembrando os regimes autoritários e tirânicos da história, deixando claro que ventos neofascistas e autoritários sopram e abalam o Brasil do século 21. Sim, a educação — investimento de longo prazo que se prova benéfico nas democracias mais sólidas do mundo — é perspectiva de futuro que não pode deixar de ser mencionada, pois está entre as mais transformadoras. Todas as outras soluções são paliativas, dão conta do agora. Também importam, claro, mas não geram a mudança necessária de longo prazo, de conscientizar para ressignificar o entorno e se inserir no processo de construção do país: “[...] não é a conscientização que pode levar o povo a ‘fanatismos destrutivos’. Pelo contrário, a conscientização, que lhe possibilita inserir-se no processo histórico, como sujeito, evita os fanatismos e o inscreve na busca de sua afirmação” (FREIRE, 1970, p. 15).

No mais imediato, há ainda a necessidade de extrapolar a discussão em relação à Internet e suas implicações sociais, indo além dos muros da Academia, do Vale do Silício ou dos códigos de programação, provendo maior visibilidade à arquitetura das redes e suas incidências nas construções sociais. Documentários, palestras e até mesmo obras de ficção colaboram neste sentido. É nossa responsabilidade, assim como de comunicadores, artistas e cientistas das diversas áreas, contribuir com a conscientização em larga escala, de modo acessível e vinculado ao dia a dia do cidadão comum.

Todos estes movimentos também devem nos forçar a redefinir as margens da tolerância e do direito à liberdade de expressão, que hoje são esticadas para justificar qualquer declaração extrema. Vale aqui resgatarmos o paradoxo da tolerância apontado pelo filósofo Karl Popper ainda em 1945:



a tolerância ilimitada pode levar ao desaparecimento da tolerância. Se estendermos a tolerância ilimitada até àqueles que são intolerantes; se não estivermos preparados para defender uma sociedade tolerante contra os ataques dos intolerantes, o resultado será a destruição dos tolerantes e, com eles, da tolerância. (POPPER, 1987, p. 289)

Estas são provocações que só servirão para estimular uma sociedade que acredita e defende a democracia e que quer se consolidar mais justa, inclusiva e politicamente (in)formada. Uma sociedade que não quer mais se esconder atrás de “cortinas de fumaças”, esperando ou espectando, mas sim escrevendo novos enredos da esfera pública. O espetáculo distópico nós já conhecemos, por que não tentar agora um pouco de utopia?

Referências

- AOS FATOS. **Em 988 dias como presidente, Bolsonaro deu 3872 declarações falsas ou distorcidas**. 2021. Disponível em: <https://bit.ly/aos-fatos-declaracoes>. Acesso em: 17 set. 2021.
- AFP. 3 fake news para justificar o não uso da máscara contra Covid: saiba a verdade. **O Tempo**, 7 set. 2020. Disponível em: <https://bit.ly/fake-news-mascara>. Acesso em: 17 set. 2021.
- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.
- BOLSONARO desautoriza acordo de Pazuello e diz que não comprará CoronaVac. **UOL**, São Paulo, 21 out. 2020. Disponível em: <https://bit.ly/bolsonaro-criticas-vacina>. Acesso em: 17 set. 2021.
- BOLSONARO, Jair. Lembro à Nação que, por decisão do STF, as ações de combate à pandemia (fechamento do comércio e quarentena, p. ex.) ficaram sob total responsabilidade dos Governadores e dos Prefeitos. 8 jun. de 2020. **Twitter**: @jairbolsonaro. Disponível em: <https://bit.ly/tweet-bolso1>. Acesso em: 17 set. 2021.
- BOLSONARO, Jair. Resposta aos inquisidores da CPI sobre o tratamento precoce. 7 maio 2021. **Twitter**: @jairbolsonaro. Disponível em: <https://bit.ly/tweet-bolso2>. Acesso em: 17 set. 2021.
- BRUNO, Fernanda; ROQUE, Tatiana. A ponta de um iceberg de desconfiança. In: BARBOSA, Mariana [org.]. **Pós-verdade e fake news**: reflexões sobre a guerra de narrativas. São Paulo: Cobogó, 2019. p. 13-22.
- BULLA, Beatriz. Estudo liga crimes de ódio a falas de presidentes e a atentados nos EUA. **Estadão**, São Paulo, 21 out. 2018. Disponível em: <https://bit.ly/crimeodio-estudo>. Acesso em: 17 set. 2021.
- CARBINATTO, Bruno. Centenas de pessoas morreram por causa de fake news sobre Covid-19, diz estudo. **Superinteressante**, São Paulo, 17 ago. 2020. Disponível em: <https://bit.ly/fake-news-morte-covid>. Acesso em: 17 set. 2021.



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

CASTELLS, Manuel; CARDOSO, Gustavo. **A sociedade em rede: do conhecimento à ação política**. Portugal. Debates da Presidência da República: Imprensa Nacional, 2005. Disponível em: <https://bit.ly/soc-rede-politica>. Acesso em: 17 set. 2021.

CESARINO, Letícia. Como vencer uma eleição sem sair de casa: a ascensão do populismo digital no Brasil. **Internet & Sociedade**, São Paulo, v. 1, n. 1, 2020. Disponível em: <https://bit.ly/populismo-digital-cesarino>. Acesso em: 17 set. 2021.

CHAGAS, Viktor. A febre dos memes na política. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 25, n. 1, 2018. Disponível em: <https://bit.ly/memespoliticos>. Acesso em: 17 set. 2021.

CRISTINA, Paula. Bolsonaro: 1682 mentiras em um ano. **Isto É Dinheiro**, 30 jul. 2021. Disponível em: <https://bit.ly/mentiras-ano>. Acesso em: 17 set. 2021.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Lisboa: Edições Antipáticas. 2005.

DELMAZO, Caroline; VALENTE, Jonas C. L. Fake news nas redes sociais online: propagação e reações à desinformação em busca de cliques. **Media & Jornalismo**, Lisboa, v. 18, n. 1, 2018. Disponível em: <https://bit.ly/fakes-rs>. Acesso em: 17 set. 2021.

DIAS, Luiz Carlos. É preciso acabar com a farsa do Kit Covid e focar no combate à pandemia. **Jornal da UNICAMP**, Campinas, 2021. Disponível em: <https://bit.ly/fake-news-kit-covid>. Acesso em: 17 set. 2021.

DIREITO à comunicação no Brasil 2018. **Intervozes - Coletivo Brasil de Comunicação Social**, São Paulo, 2019. Disponível em: <https://bit.ly/inter-direito-com>. Acesso em: 17 set. 2021.

DOMINGOS, Roney. É #FAKE que vacina contra Covid-19 tem chip líquido e inteligência artificial para controle populacional. **G1**, jan. 2021. Disponível em: <https://bit.ly/fake-news-chip-vacina>. Acesso em: 17 set. 2021.

FREIRE, Paulo. **A pedagogia do oprimido**. Rio de Janeiro: Paz & Terra. 1970.

GALHARDI, Raul. Brasil é terreno fértil para fake news. **Observatório da Imprensa**, ago. 2019. Disponível em: <https://bit.ly/fakesbr>. Acesso: 17 set. 2021.

GULLINO, Daniel; MAIA, Gustavo; FARIAS, Victor. Bolsonaro já fez mais de 138 horas de lives nos dois primeiros anos de mandato. **O Globo**, dez. 2020. Disponível em: <https://bit.ly/138-horas-live>. Acesso em: 17 set. 2021.

INGLEHART, Ronald; BAKER, Wayne. Modernization, cultural change, and the persistence of traditional values. **American Sociological Review**, Washington DC, v. 65, p. 19–51, fev. 2000.

INSIVIA. **50 MUST Know Stats About Video & Animation Marketing**. 2013. Disponível em: <https://bit.ly/invisa-video-study>. Acesso em: 17 set. 2021.

LEVITSKY, Steven; ZIBLATT, Daniel. **Como as democracias morrem?** Rio de Janeiro: Zahar, 2018.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.



LIVE impulsionou Bolsonaro nas redes, mas críticas superaram apoio. **BBC**, 30 jul. 2021. Disponível em: <https://bbc.in/3CsAE4I>. Acesso em: 17 set. 2021.

MANIN, Bernard. As metamorfoses do governo representativo. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, v. 10, n. 29, 1995.

MAGENTA, Matheus; GRAGNANI, Juliana; SOUZA, Felipe. Eleições 2018: como telefones de usuários do Facebook foram usados por campanhas em 'disparos em massa' no WhatsApp. **BBC**, 20 out. 2018. Disponível em: <https://bit.ly/dsparos-fb-massa>. Acesso em: 17 set. 2021.

MAZUI, Guilherme; AMATO, Fábio. Bolsonaro chama de 'canalha' quem é contra tratamento precoce para a Covid; ineficácia é comprovada por pesquisas científicas. **G1**, Brasília, 05 maio 2021. Disponível em: <https://bit.ly/bolsonaro-ofensa-tratamento>. Acesso em: 17 set. 2021.

MUSEU DE MEMES. O que são memes. 2021. Disponível em: <https://bit.ly/o-que-memes>. Acesso em: 17 set. 2021.

'NUNCA serei preso': Bolsonaro ataca Judiciário e questiona eleições em discurso na Paulista. **BBC**, 7 set. 2021. Disponível em: <https://bbc.in/3nPBxE1>. Acesso em: 17 set. 2021.

'O BOLSONARO vai matar viado', dizem homofóbicos no metrô de SP. **Catraca Livre**, 3 out. 2018. Disponível em: <https://bit.ly/homofobia-eleitores>. Acesso em: 17 set. 2021.

OLIVEIRA, Mayara. Bolsonaro xinga Barroso de "filho da puta" em vídeo postado no Facebook e apaga publicação. **Metrópoles**, 06 ago. 2021. Disponível em: <https://bit.ly/bolsonaro-xinga-barroso>. Acesso em: 17 set. 2021.

PRIVACIDADE Hackeada. AMER, Karin; NOUJAIM, Jehane. Estados Unidos: Netflix, 2019. Disponível em: <https://bit.ly/priv-hackeada>. Acesso em: 17 set. 2021.

PINHEIRO, Marcio Tumen. Bolsonaro xinga Barroso e diz que STF deseja 'volta da corrupção'. **CNN Brasil**, 06 ago. 2021. Disponível em: <https://bit.ly/bolsonaro-ofensa-stf>. Acesso em: 17 set. 2021.

POPPER, Karl. **A sociedade aberta e seus inimigos**. Belo Horizonte: Itatiaia, 1987.

RECUERO, Raquel; GRUZD, Anatoliy. Cascatas de Fake News Políticas: um estudo de caso no Twitter. **Galáxia**, São Paulo, v. 41, maio/ago. 2019. Disponível em: <https://bit.ly/cascata-fakes>. Acesso em: 17 set. 2021.

RIBEIRO, Amanda. Bolsonaro dá mais declarações falsas em entrevistas que em textos nas redes sociais. **Aos Fatos**, 09 jan. 2020. Disponível em: <https://bit.ly/declaracoes-aosfatos>. Acesso em: 17 set. 2021.

RIBEIRO, Marcio Moretto; ORTELLADO, Pablo. Polarização e desinformação online no Brasil. **Open Democracy**, 23 out. 2018. Disponível em: <https://bit.ly/desinforma-polariza>. Acesso em: 17 set. 2021.

ROCHA, João Cesar Castro. **Guerra cultural e retórica do ódio**: crônicas de um Brasil pós-político. Goiânia: Caminhos, 2021.

SOARES, Ingrid; FERNANDES, Augusto; SOUZA, Renato. Ataques de Bolsonaro: Brasil assiste a descompostura de um chefe de governo. **Correio Braziliense**,



Brasília, 07 ago. 2021. Disponível em: <https://bit.ly/descomp-jb>. Acesso em: 17 set. 2021.

STOCHERO, Tahiane; TOMAZ, Kleber. Travesti é morta a facadas durante briga em bar no Centro de São Paulo. **G1**, 16 out. de 2018. Disponível em: <https://bit.ly/travesti-esfaqueada>. Acesso em: 17 set. 2021.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. São Paulo: Vozes, 1998.

STROPPIA, Thatiana; ROTHENBUR, Walter Claudius. Liberdade de expressão e discurso do ódio: o conflito discursivo nas redes sociais. **Revista Eletrônica do Curso de Direito**, Santa Maria, v. 10, n.2, 2015.

UCHÔA, Vitor. Moa do Katendê: os minutos que antecederam o assassinato de mestre de capoeira esfaqueado após discussão política. **BBC**, 10 out. de 2018. Disponível em: <https://bit.ly/moa-morte>. Acesso em: 17 set. 2021.

WEBER, Max. **Metodologia das ciências sociais**: parte 1. São Paulo: Cortez; Campinas: Editora da Unicamp, 2001.

ZUBOFF, Shoshana. Big Other: capitalismo de vigilância e perspectivas para uma civilização de informação. *In*: BRUNO, Fernanda; CARDOSO, Bruno; MELGAÇO, Lucas; GUILHON, Luciana (org.). **Tecnopolíticas da vigilância**: perspectivas da margem. São Paulo: Boitempo, 2018.