

**WHATSAPP, MOBILIZAÇÃO E DESINFORMAÇÃO:
análise de grupos bolsonaristas nas eleições de 2022 ¹****WHATSAPP, MOBILIZATION AND DISINFORMATION: analysis of bolsonarist
groups in the 2022 elections**

Helena Martins do Rêgo Barreto, José Maria Monteiro ²

Resumo: O artigo analisa a dinâmica de até 266 grupos de extrema direita no WhatsApp nas eleições brasileiras de 2022, a fim de identificar o comportamento político de apoiadores do candidato Jair Bolsonaro. Para tanto, combina a análise crítica da Economia Política da Comunicação com ferramentas da Computação. A análise destaca quatro momentos. O primeiro, entre os dias 24 e 25 de agosto, uma semana após o início oficial da campanha. O segundo, entre os dias 6 e 8 de setembro, volta-se à investigação do 7 de setembro, data de mobilização em prol do então presidente. O terceiro refere-se ao intervalo entre os dias 21 e 28 de setembro, momento anterior ao primeiro turno das eleições. O quarto, entre 11 e 12 de outubro, a meados do segundo turno do pleito. Percebemos que a fragmentação do bolsonarismo dificultou, especialmente no primeiro turno, o estabelecimento de uma cadeia coesa de transmissão de informações, o que foi parcialmente superado pela mobilização em torno de campanhas de desinformação.

Palavras-Chave: WhatsApp. Eleições 2022. Desinformação.

Abstract: The article analyzes the dynamics of up to 266 extreme far-right groups on WhatsApp in the 2022 Brazilian elections in order to identify the political behavior of supporters of candidate Jair Bolsonaro. To do so, it combines the critical analysis of the Political Economy of Communication with tools from Computation. The analysis highlights four moments. The first, between August 24 and 25, one week after the official beginning of the campaign. The second, between September 6 and 8, is about the investigation of September 7, the date of the

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho 1 - Comunicação e Democracia da 10ª Edição do Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (10ª COMPOLÍTICA), realizado na Universidade Federal do Ceará (UFC), 09 a 10 de maio de 2023.

² Helena Martins é professora da Universidade Federal do Ceará (UFC). E-mail: helena.martins@ufc.br; José Maria Monteiro é professor do curso de Computação da Universidade Federal do Ceará (UFC) e coordenador do Farol Digital. E-mail: monteiro@dc.ufc.br

mobilization in favor of the then president. The third refers to the interval between September 21 and 28, the moment before the first round of the elections. The fourth, between October 11 and 12, the middle of the second round of voting. We noticed that the fragmentation of Bolsonaroism made it difficult, especially in the first round, to establish a cohesive chain of information transmission, which was partially overcome by the mobilization around disinformation campaigns.

Keywords: WhatsApp. Election 2022. Disinformation.

1. Introdução

O artigo analisa a dinâmica de grupos de extrema direita no WhatsApp nas eleições brasileiras de 2022, a fim de identificar o comportamento político de apoiadores do candidato Jair Bolsonaro (PL) e, particularmente, a ocorrência de desinformação. Consiste em um estudo interdisciplinar, que combina a análise crítica da Economia Política da Comunicação com ferramentas da Computação.

A desinformação é conceituada aqui como um processo deliberado de produção de desarranjos informacionais, com vistas à obtenção de ganhos políticos e/ou econômicos (MARTINS, 2020). Parte da disputa histórica em torno da informação, não está restrita ao ambiente digital, mas nele adquire características próprias e é favorecida por características do ambiente digital e das plataformas digitais, como utilização de dados para o direcionamento de conteúdos, mediação algorítmica, grande volume de informações, circulação intensa e veloz de mensagens e opacidade nas operações das plataformas.

A desinformação ganhou espaço de destaque como estratégia política e como objeto de estudos em torno das eleições a partir de 2016, com a eleição de Donald Trump para presidente dos Estados Unidos. Fenômeno semelhante ocorreu como consequência da vitória eleitoral de Jair Bolsonaro em 2018, no Brasil. Naquele momento, imaginava-se que, à semelhança dos Estados Unidos, o Facebook seria o palco de problemas associados à desinformação em nosso país. O que emergiu do

pleito, contudo, foi a visualização da centralidade do WhatsApp, que é o aplicativo mais utilizado no país³.

É fato que, entre 2018 e 2022, houve conscientização sobre o tema, medidas foram adotadas pelas plataformas digitais e pelo Judiciário. Não obstante, diversas questões contribuem para a permanência do problema da desinformação. A primeira é a mudança nos hábitos de consumo da população. A televisão ocupava espaço central na formação de hábitos e visões de mundo da população brasileira. Falamos de um país em que a principal emissora, a Globo, registrava, em média, 68% de audiência em 1993, participação que, atualmente, não alcança mais de 35%, segundo o Mídia Dados Brasil.

Houve, nas três últimas décadas, uma dispersão da audiência, espalhada em canais tradicionais como SBT e Record, que com a Globo ocupam o topo do ranking dos mais vistos, mas também em uma miríade de canais novos, entre os quais vários ligados a grupos religiosos. Essa variedade de agentes amplia a disputa, inclusive ideológica, no setor. Outro ponto que contribui para um menor impacto dos grupos jornalísticos é a redução da procura da população por esse tipo de conteúdo. Pesquisa do Instituto Reuters (2020)⁴ registra que 54% dos brasileiros afirmam “evitar” o noticiário de propósito – índice mais elevado dentre os países pesquisados.

Trazendo esse cenário geral para as eleições, os números sugerem redução do impacto do horário eleitoral, que também teve duração diminuída. O programa em bloco, sequência de propagandas eleitorais, somava 50 minutos nas eleições de 2014, sendo exibido duas vezes por dia na TV e no rádio. Hoje, é dividido em dois blocos diários de 10 minutos, exceto aos domingos. Não se deve, é útil destacar, desconsiderar a importância desse espaço - a relação do Brasil com a radiodifusão e a diversidade do país não devem ser esquecidas. Não obstante, pelo menos, sua presença no cotidiano é menor. Nas eleições de 2022, no primeiro turno, Lula

³ Disponível em: <https://canaltech.com.br/redes-sociais/whatsapp-nas-gracas-do-brasileiro-mais-de-80-checam-mensageiro-a-cada-hora-154069/>. Acesso: 14 abr. 2023.

⁴ Relatório Anual de Notícias Digitais (2020), do Instituto Reuters de Estudo do Jornalismo. Disponível em: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf. Acesso: 20 mar. 2023.

apareceu três vezes por semana, duas vezes ao dia, durante, a cada aparição, 3 minutos e 39 segundos. Bolsonaro, por sua vez, durante 2 minutos e 38 segundos por aparição no Horário Eleitoral Gratuito de rádio e TV.

A dispersão da audiência tem como elemento fundamental a ampliação do acesso à internet no Brasil, hoje frequente no cotidiano da maior parte dos brasileiros. Estes costumam usar sobretudo as redes sociais, inclusive porque, em muitos casos, acordos das redes com operadoras fazem com que não haja desconto na franquia de dados para acessá-las – caso do WhatsApp, o que ajuda a explicar sua quase onipresença nos celulares. As redes sociais são a principal fonte de informação sobre política entre os mais jovens, segundo a pesquisa Panorama Político 2022⁵. O levantamento mostra que “72% dos brasileiros já viram, leram ou ouviram alguma notícia sobre política que desconfiam que sejam falsas” (2022, p. 27). Nota ainda que é mais comum receber notícias aparentemente falsas entre os usuários de redes sociais (74%) do que entre os que declaram não usar as redes (64%). Facebook e WhatsApp são os espaços de redes sociais que, segundo a pesquisa, mais são associados à circulação de desinformação.

Escolhemos analisar o WhatsApp devido à importância do mensageiro no cotidiano da população e na disputa eleitoral, em linha do que ocorreu em 2018 e nas eleições municipais em 2020, que tivemos a oportunidade de analisar em outro momento (MARTINS, 2020). Ainda que se apresente como um aplicativo de troca de mensagens interpessoais, o WhatsApp, como discutiremos no artigo, permite a configuração de grupos coletivos que funcionam como redes sociais. Além disso, conforme identificado por Santos *et al.* (2019, p. 308), “o alcance ampliado do aplicativo se dá através da viralização de mensagens como consequência direta da interconexão estrutural entre esses grupos”, que permite também uma distribuição piramidal de mensagens, inclusive desinformativas.

Para tanto, foram mapeados, seguindo a metodologia desenvolvida em Sá (2021), links de grupos na internet e, então, selecionados aqueles identificados com

⁵ Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/institucional/datasenado/arquivos/panorama-politico-2022>. Acesso: 13 abr. 2022.

o bolsonarismo, o que foi verificado a partir de análise dos nomes e das fotos usados na identificação do grupo. Foi criada uma conta para entrar neles, a qual permaneceu como participante, mas sem interagir. Todas as mensagens de texto compartilhadas nos grupos foram extraídas e analisadas, tanto em suas características quanto em relação à presença no conjunto de grupos. A autoria das mensagens e os números dos telefones foram anonimizados.

Para a análise do comportamento dos grupos nas eleições, selecionamos quatro momentos. O primeiro, entre os dias 24 e 25 de agosto, uma semana após o início oficial da campanha, compreende também a repercussão de entrevista do candidato Lula (PT) ao Jornal Nacional, principal noticiário televisivo do país. O segundo, entre os dias 6 e 8 de setembro, volta-se à investigação do 7 de setembro, data de mobilização em prol do então presidente. O terceiro refere-se ao intervalo entre os dias 21 e 28 de setembro, momento anterior ao primeiro turno das eleições. O quarto, entre 11 e 12 de outubro, a meados do segundo turno do pleito.

Foram, então, analisadas: 1) tipo de mídia predominante; 2) origem e autoria; 3) padrões de circulação; e 4) temas mobilizados. Quanto a esta questão, o método utilizado permite a análise de textos, portanto não compreendem conteúdos audiovisuais. O corpus compreende entre 120 e 266 grupos. A variação se explica porque alguns foram encerrados, ao passo que outros grupos foram inseridos. Apesar da variação, realizamos uma análise qualitativa que nos permite perceber a dinâmica e as principais características da desinformação em grupos bolsonaristas.

2. O WhatsApp como espaço de mobilização nas eleições 2022

Antes de adentrarmos a análise, é importante considerar, no que tange à dinâmica de utilização das redes pelo bolsonarismo, que esse campo político chegou ao pleito de 2022 após defecções em sua base, inclusive de políticos com ampla presença nas redes sociais. Além disso, a preocupação com possíveis campanhas de desinformação ensejou uma série de medidas por parte do Judiciário, como investigações que afetaram o financiamento de campanhas de desinformação e acordos com as plataformas digitais. Por outro lado, não houve o desmonte das estruturas de desinformação, seja por meio de conclusões de investigações ou

mesmo de mudanças mais profundas no modelo de negócio das plataformas digitais, os quais facilitam a ocorrência de desinformação nessas estruturas (MARINONI, GALASSI, 2020).

2.1. O início da campanha eleitoral

A campanha de 2022 começou oficialmente no dia 16 de agosto. Já então os dois principais candidatos, Lula (PT) e Jair Bolsonaro (PL), protagonizavam a disputa pela intenção de voto do eleitor. Outro marco importante do calendário eleitoral foi o início do Horário Eleitoral Gratuito, no dia 26 daquele mês. Naquele momento, a Globo realizava sabatina com os principais candidatos no Jornal Nacional. Bolsonaro abriu a série de entrevistas no dia 22. Lula, por sua vez, esteve na bancada no dia 25. A fim de analisar esse momento de oficialização, aquecida pela entrevista com Lula, analisamos grupos de WhatsApp bolsonaristas públicos entre os dias 24 e 25 de agosto.

Ao todo, 17.397 mensagens de 120 grupos foram analisadas. Críticas ao Grupo Globo e mensagens associando práticas de corrupção ao ex-presidente Lula foram os conteúdos que mais circularam nos grupos. Mensagens religiosas e a tentativa de opor Lula ao agronegócio também povoam a conversação nesses espaços. A mensagem mais recorrente enalteceu o Dia do Soldado, comemorado em 25 de agosto. Ela apareceu em 11 grupos. Depois, duas postagens de candidatos militares no Amazonas tiveram destaque, uma em 11 grupos e outra em nove. A repercussão da entrevista de Lula ao JN começa a aparecer a partir da quarta posição no ranking das mais compartilhadas, tendo sido registrada em nove grupos diferentes. A primeira delas convoca para não assistir a entrevista. Interessante notar que a mensagem sugere que as pessoas acompanhem a sabatina pelo YouTube após o início dela.

A segunda mais frequente sobre a sabatina sugere que a entrevista foi “horário eleitoral gratuito”, indicando que os jornalistas teriam favorecido o petista. O texto chama Lula de “ex-presidiário” e ativa a memória de denúncias de corrupção. Corrupção também é o tema de outra mensagem com bastante alcance que critica os apresentadores do telejornal, que “não descansavam em sua missão de proteger

2.2. Mobilização em torno do 7 de setembro

No segundo momento destacado para a análise, temos como acontecimento político central os atos no dia 7 de setembro, utilizados pela campanha de Jair Bolsonaro como momento de intensificação de sua mobilização. Foram analisados, então, 231 grupos entre os dias 6 e 8. Desse total, houve atividade em 171 grupos, conformando uma amostra de 23.448 mensagens e 2.674 usuários. Mensagens de convocação, ameaças e autoelogios foram as mais propagadas. O feriado do 7 de setembro foi mencionado em 93 deles, portando em 40% do total monitorado. Nestes, houve 683 mensagens sobre o 7 de setembro, envolvendo 245 usuários.

Nos 171 grupos ativos no período, a mensagem mais compartilhada tratou do discurso do presidente Jair Bolsonaro em Copacabana, chamando os destinatários para assistirem o ato. “Bolsonaro discursa em Copacabana lotada no 7 de setembro em um dos cenários mais lindos do país. Festa do Bicentenário da Independência termina à altura da grandeza do Brasil”. Criado pelo site direitaonline.com.br, o conteúdo foi visto em 12 dos grupos monitorados. Também em 12 grupos circulou a mensagem: “Em vídeo de campanha, Presidente Bolsonaro convida brasileiros para celebração de 7 de setembro”, do mesmo portal.

Outras mensagens também repercutiram em mais de dez grupos. Uma apresentava o vídeo do discurso do presidente em Copacabana. Outra chamava para o desfile das tropas em Manaus, publicado pela campanha de um apoiador de Bolsonaro que é candidato a deputado estadual no Amazonas. Vale notar que, em todos os monitoramentos realizados pelo Farol nestas eleições, foi expressiva a presença de mensagens bolsonaristas no Amazonas.

Várias outras mensagens relacionadas ao 7 de setembro circularam em mais de 5 grupos. Além do já mencionado Direita Online, outro site ganhou destaque na amostra, o Pensando Direita. Deste site, uma mensagem com grande circulação tratou de decisão do Tribunal Superior Eleitoral (TSE): “✦ TSE nega pedido do partido de Ciro Gomes para investigar se campanha de Bolsonaro”, legitimando o ato e, simultaneamente, desgastando o candidato Ciro Gomes. A ação foi movida pelo PDT e, de fato, rejeitada pelo Tribunal.

A maior parte das mensagens contém mídia (68,88%), ao passo que a presença de mensagens essencialmente textuais diminuiu (31,12%). Os estados com maior número de mensagens são: São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Ceará, Bahia, Santa Catarina e Pará. Já os usuários mais ativos estão em Rondônia, Paraíba, Alagoas, Distrito Federal, São Paulo, Minas Gerais, Roraima, Mato Grosso e Espírito Santo. Como no caso das mensagens mais compartilhadas, vale notar a presença de estados da região Norte, o que indica forte atividade de bolsonaristas por meio do WhatsApp naquele local. Os mais ativos chegam a registrar o dobro da média de postagem dos usuários em geral, conforme a Figura 2:

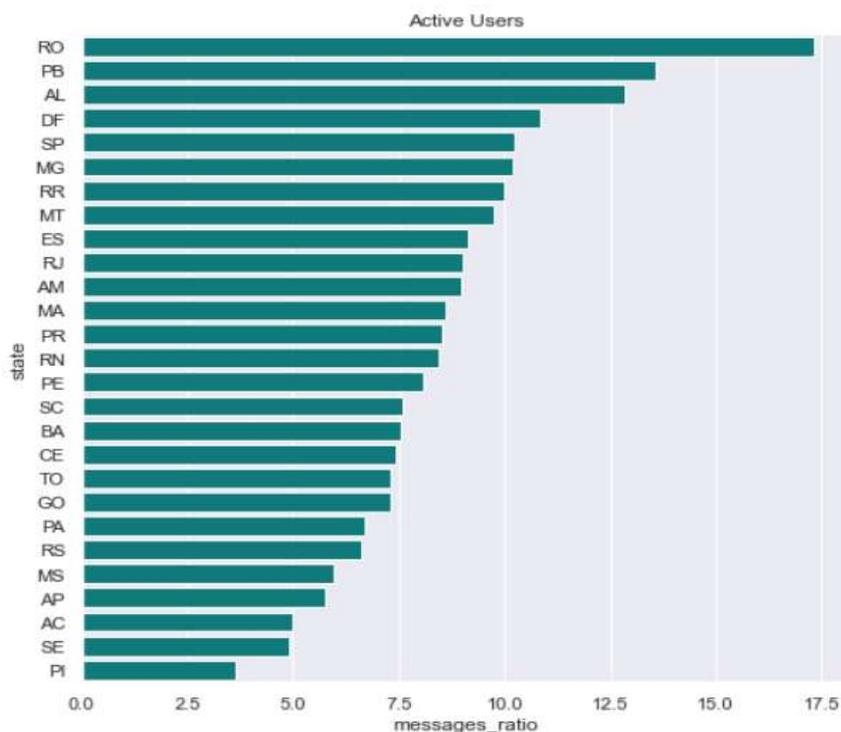


FIGURA 2 – Atividade dos usuários (7 de setembro de 2022)
FONTE – Autoria própria, com base em dados do Farol Digital (UFC)

O usuário que mais postou espalhou conteúdos 39 vezes. O conteúdo era um texto do site Pensando Direita, em tom crítico ao que teria sido, por parte do Supremo Tribunal Federal (STF), uma ação de limitação ao 7 de setembro. O mesmo texto foi replicado por outros usuários em dezenas de grupos. Em verdade, o que o STF fez foi ampliar a segurança dos prédios da instituição, a fim de evitar a

aproximação de caminhões, como ocorreu em 2021. A repetição mostra que o STF segue sendo um alvo preferencial dos discursos bolsonaristas.

Quando observadas as mensagens relacionadas ao 7 de setembro, notamos a presença de conteúdos com tom convocatório, apresentação de pautas e informações sobre o ato em Brasília. Conteúdos desinformativos também foram verificados, como é o caso de mensagem que foi vista em quatro grupos que trata de suposta tentativa de impugnação da chapa de Bolsonaro à presidência:

BOMBA EM BRASÍLIA: O TRIO QUER IMPUGNAR A CHAPA DE BOLSONARO. Numa pesquisa INTERNA, NÃO FALSA, o PT descobriu que Lula SÓ TEM 17% dos votos e que BOLSONARO GANHA no primeiro turno COM 62% dos votos. ROUBAR na apuração está DIFÍCIL, porque as FFAA ESTÃO em cima. Só RESTA dois caminhos pra BANDIDAGEM: MATAR Bolsonaro ou IMPUGNAR a chapa. Matar Bolsonaro (que tem apoio popular inquestionável) OCASIONARIA uma revolta popular com CONSEQUÊNCIAS imprevisíveis. PARECE só restar IMPEDIR Bolsonaro concorrer. Se a bandidagem CHEGAR a tanto, a REVOLTA POPULAR será DEVASTADORA para o STF e Congresso. NINGUÉM VAI segurar. O TRIO (pressionado por Lula, Zé Dirceu e PCC) não tem limites. Os próximos dias SERÃO TENEBROSOS. O DESESPERO da esquerdalha é total. Eles SABEM que NAS URNAS eles serão FRAGOROSAMENTE derrotados. Mas Bolsonaro não pode se reeleger, na VISÃO DELES. Será o FIM do BLOCO COMUNISTA da América LATINA ...POVO NAS RUAS DIA 7 DE SETEMBRO EM MASSA !!!Será a NOSSA decisão de NÃO sermos a próxima Argentina, Venezuela, Cuba, etc ... O FUTURO dos nossos filhos e famílias ESTÁ NAS NOSSAS MÃOS !!! COMPARTILHE.

A mensagem reúne argumentos constantemente usados por apoiadores de Bolsonaro, como suspeição em relação às eleições; associação de petistas, inclusive Lula, à associação criminosa PCC; alardes sobre o risco do comunismo, com uso de casos de países latino-americanos para tratar do que seria o caminho do Brasil, caso Bolsonaro não vença.

Do mapeamento que embasa este texto, merece destaque também um texto, intitulado “Carta ao presidente do Brasil”, em que é apresentado um ultimato:

Desde 2018, estamos brigando com parentes, amigos, vizinhos, brigando em redes sociais, para tentar mudar esse país, para tentar deixar um país melhor para as outras gerações. Hoje, escutei do senhor Presidente que, dia 7 de setembro, será o último aviso, será a última oportunidade de colocar o país nos eixos. Então, Presidente, quero lhe perguntar: será, mesmo, a última manifestação? Se não houver mudança, no dia 7 de

Nas semanas anteriores, a palavra mais recorrente foi Lula. A análise dos dias em torno do 7 de setembro mostra que, com os atos na data comemorativa, o bolsonarismo conseguiu engajar sua base e disputar o rumo da conversação sobre as eleições. À primeira vista, o intuito foi alcançado, mas o número de grupos com movimentação e de mensagens comuns não permite afirmar ter havido intensa mobilização virtual naquele momento.

2.3. Ataques às vésperas das eleições

Às vésperas das eleições, 266 grupos de WhatsApp foram monitorados, entre os dias 21 e 28 de setembro, dos quais 166 registraram atividade no período. Ao todo, foram analisadas 8.384 mensagens, sendo que a maior parte delas (64,39%) continham mídia, ao passo que uma parcela menor (35,61%), apenas texto.

Quanto ao conteúdo textual analisado, prevalecem mensagens que apresentam suspeição sobre urnas. Foram diagnosticados 28 grupos com textos variados sobre o tema, com destaque para texto que convoca os eleitores a fotografarem seus votos para que seja realizada uma contagem manual. Ataques à justiça, atrelamento de Lula a práticas de corrupção e temor em relação ao comunismo (a partir de referências ao Chile e à China) são outros temas frequentes.

Também comparecem conteúdos desinformativos bastante presentes no repertório bolsonarista, o que indica maior apelo a esse tipo de estratégia nas proximidades do primeiro turno. Uma das mensagens desse tipo apela à menção a Adélio Bispo, o autor da facada contra Bolsonaro em 2018. Ela trata de uma suposta entrevista que Bispo teria concedido à Rede Globo, conteúdo que teria sido proibido pela Justiça de circular durante o período eleitoral (19 grupos com a mesma mensagem e em mais 16 com conteúdo muito semelhante). A suposta entrevista de Adélio à Globo é falsa, conforme a agência de checagem Aos Fatos, que identificou que “a publicação tinha centenas de visualizações e compartilhamentos no Facebook e mais de 1.600 compartilhamentos no Instagram nesta terça-feira (27)”. O Amazonas é o estado que segue mais comentado nessas mensagens, a partir da divulgação de agendas e propostas de candidatos bolsonaristas.

Revelando que o compartilhamento de conteúdos sobre eleições é uma estratégia de engajamento comercial, outras duas postagens que mais apareceram em diferentes grupos (37 e 25 grupos) têm como chamada “Pesquisa eleitoral para presidente da República em 2022”, mas na verdade levam o internauta para o site “Finanças Web”, que se apresenta como site com informações sobre cartões de crédito e negociações no mercado financeiro brasileiro.

O terceiro link mais compartilhado (23 grupos) direciona para um site de enquete que apresenta Jair Bolsonaro em primeiro lugar entre os presidentiáveis. O engajamento com esses conteúdos remete à disputa em torno das informações que circulam sobre as pesquisas. Todos os institutos tradicionais, como Ipec, mostravam Lula em primeiro lugar nas sondagens, o que o bolsonarismo tentava desacreditar, valendo-se, para isso, também de outras fontes.

É interessante notar que o número de vezes que as principais mensagens apareceram em diferentes grupos é bem maior do que o que vimos ao longo da semana do 7 de setembro. Naquele momento, a mensagem mais “viral” havia aparecido em apenas 12 grupos. Isso mostra uma intensificação da estratégia de compartilhamento de desinformação, o que é revelado também quando observada a atividade de usuários individuais. Em uma semana, o usuário mais ativo, com número registrado no Amazonas, enviou 392 mensagens. Conteúdos enviados por chips estrangeiros também foram mais visualizados. Vale destacar o caso de um número registrado na Argentina, com 174 mensagens enviadas na semana, e outro, norte-americano, com 97 mensagens.

A atividade desses usuários é bastante superior à dos demais, como o gráfico abaixo mostra, o que é um indício de ação automatizada.

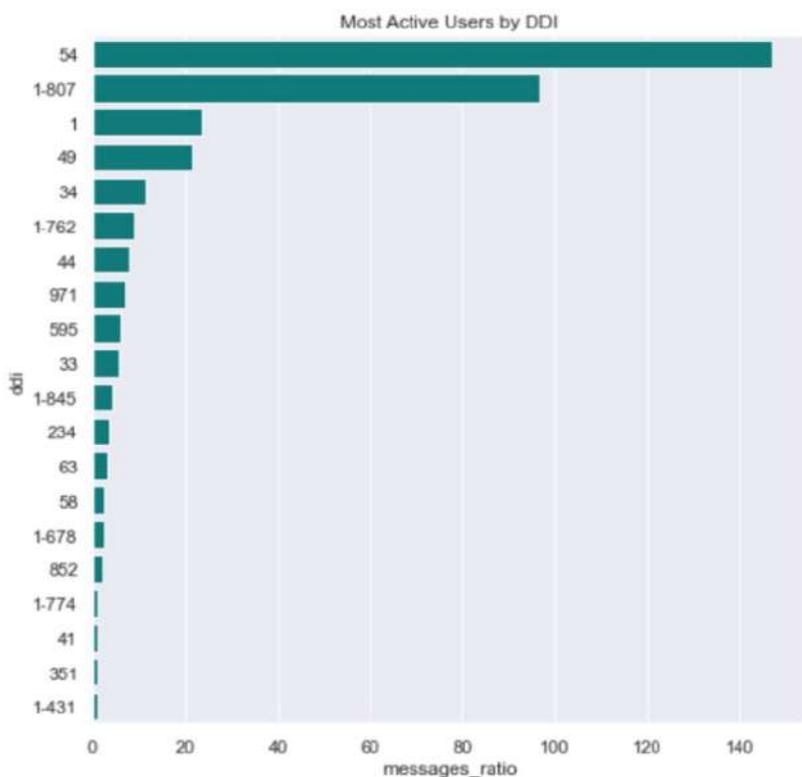


FIGURA 3 – Atividade dos usuários (21-28 de setembro de 2022)
FONTE – Autoria própria, com base em dados do Farol Digital (UFC)

Quando mapeados apenas os links compartilhados, vemos a predominância de convites para grupos do Telegram. Além do chamado para um canal de direita em geral, há convites para grupos que reúnem apoiadores de Bolsonaro por estado. Cada link com a informação estadual circulou 83 vezes. Apenas uma conta alinhada a Lula, do jornal A Postagem, tem destaque entre os mais compartilhados.

2.4. Situação no segundo turno

O primeiro turno, realizado no dia 2 de outubro, terminou com 48,43% de votos para Lula e 43,20% para Bolsonaro. O segundo turno das eleições revelou mudanças na estratégia de Lula nas redes. Nessa mudança, teve destaque o papel de André Janones, tanto na promoção de uma distribuição mais unificada de mensagens quanto da linguagem mais apelativa que passou a ser utilizada, por vezes aproximando-se da desinformação. Bolsonaro teve que reagir aos ataques do campo opositor e às crises geradas por apoiadores, como por Roberto Jefferson

(PTB) e Carla Zambelli (PL), ambos flagrados em vídeos durante ataques armados, na segunda quinzena do segundo turno.

Entre 11 e 12 de outubro, novo monitoramento foi realizado, em um universo de 165 grupos associados a Jair Bolsonaro, totalizando 6.551 mensagens. O período foi estabelecido para verificar o impacto de um programa específico da campanha de Jair Bolsonaro, exibido no dia 11 durante o Horário Eleitoral Gratuito de rádio e TV. Nele, Lula era relacionado a presidiários de forma pejorativa, com vídeos mostrando adesão de pessoas presas ao ex-presidente e associando esse suposto apoio ao que seria um comportamento leniente com bandidos. O programa levou a Defensoria Pública da União (DPU) a acionar⁶ o Ministério Público Federal (MPF), por considerar a peça racista e discriminatória. Nos grupos mapeados, não foram registradas menções a presidiários. A narrativa sobre corrupção é tão presente que parece dispensar a necessidade de novos conteúdos.

“Lulladrão” e “Lullarapio” são termos comumente utilizados. Uma das mensagens com bastante projeção nos grupos diz que “filho de Lulladrão e vários políticos de esquerda são os acionistas da Petrobrás, por isso, o PT não quis a CPI”, informação que é creditada à revista Veja. A mensagem termina conclamando: “O STF sai e a Lava Jato fica!”.

O Supremo Tribunal Federal (STF) é atacado neste e em diversos outros conteúdos. Os ministros são chamados de “urubus de toga”. Ações do STF em relação a conteúdos desinformativos de Bolsonaro são criticadas, assim como o suposto apoio do Supremo a Lula. Uma das mensagens divulgadas diz:

Só precisa as autoridades se levantar a favor da nação brasileira, e não permitir que eles juntos com o Lula, destrua o Brasil, VCS acham que os ministros do STF tiraram o Lula, dá cadeia porque? eles sabem que o Lula, tem uma cambada de pessoas sem noção, igualmente, e todos os bandidos que vota no Lula, ele Alexandre de Moraes, no TSE garantia a Eleições para o lula, no primeiro turno, ai eles dominaria o Brasil, Mais o povo de direita já sabendo que eles ia fraudar as urnas, elegeram os deputados e senadores de direita ai ficou difícil. (Mensagem anonimizada)

⁶ Disponível em: https://www1.folha.uol.com.br/colunas/monicabergamo/2022/10/defensoria-da-uniao-aciona-mpf-contra-bolsonaro-por-associar-lula-a-voto-em-cadeias.shtml?utm_source=sharenativo&utm_medium=social&utm_campaign=sharenativo. Acesso: 14 abr. 2023.

Essa não é a única com ataques às urnas. Outro texto anuncia que o “CEO (presidente) da Smartmatic, que é a empresa que controla as eleições brasileiras, acabou de ser preso pelo FBI nos Estados Unidos”, o que já foi apontado como [falso por agências de checagem](#)⁷. O áudio mais compartilhado na amostra, com mais de 160 aparições distintas, fala de uma suposta operação para, na apuração, conferir mais votos para Lula no primeiro turno. A mensagem, de quase dois minutos, detalha o que seria uma manipulação das urnas, que resultaria em uma vitória apertada do petista no primeiro turno. Tal conteúdo também é falso.

Mensagens que apelam ao medo somam mais de 190. São conteúdos que pregam o medo de um possível governo Lula, os quais são utilizados para convocar os adeptos de Bolsonaro a se mobilizarem em prol campanha. Vídeos e fotos de supostos venezuelanos fugindo do país também ganharam destaque. Há, pois, uma estratégia de comoção em torno do medo de possível “venezuelização” do Brasil, ainda que não seja explicitado textualmente.

O vídeo que mais viralizou, com sessenta compartilhamentos na amostra, apresenta a área interna de uma igreja, com várias imagens de santos quebradas no chão. A pessoa que filma a cena lamenta a situação e diz: “Isso é o começo do comunismo”. Não há informações sobre o local no qual teria ocorrido a ação e nem quando. 54 pessoas distintas compartilharam o vídeo em 41 grupos. Em apenas duas mensagens, o vídeo estava acompanhado de um texto: “ATENÇÃO CATÓLICOS; vejam o início da perseguição da religião”.

Do total de mensagens, pelo menos duzentas tratam sobre religião, o que é expressivo, tendo em vista que os grupos analisados são declaradamente de apoio a Bolsonaro, não sendo, portanto, de conteúdos religiosos ou gerais. Se as mensagens sobre corrupção apresentam forte teor crítico e agressivo em relação ao ex-presidente Lula, a narrativa religiosa emerge como agregadora, definidora de uma identidade comum, de um “nós” que se contrapõe ao “eles”. Esse tipo de oposição é típico do discurso fascista, como ensina o filósofo Jason Stanley, autor de “Como funciona o fascismo: A política do “nós” e “eles”” (publicado no Brasil pela

⁷ Disponível em: <https://www.boatos.org/mundo/ceo-da-smartmatic-controla-eleicoes-brasil-foi-preso-pelo-fbi-hoje.html>. Acesso: 14 abr. 2023.

L&PM, em 2018). O “nós” visível nos grupos analisados é conformado por religiosos, patriotas, pessoas preocupadas com a família. “Eles” são os esquerdistas, comunistas e corruptos.

3. Conclusões

As conclusões apontam que a desinformação foi chave para a mobilização dos grupos ao longo das eleições. No primeiro turno, animaram o debate textos de ataque às urnas e associando práticas de corrupção a Lula. No segundo, além destes, ganharam espaço os conteúdos sobre o comportamento dos candidatos e um apelo às questões de ordem moral e religiosa, a partir de conteúdos que buscavam também incutir medo. Essas narrativas ganham capilaridade por meio de todo um complexo midiático associado ao bolsonarismo, dentro e fora da Internet, valendo-se, frequentemente, do uso de desinformação, utilizada também contra instituições típicas da democracia liberal, como a mídia e o Poder Judiciário.

Em relação à dinâmica dos grupos, a maior parte das mensagens contém textos e mídias, especialmente imagens. Há uma constante circulação de links para ingresso em outros espaços – o que reforça o processo de fechamento de audiências em bolhas de pessoas semelhantes, conforme analisado em Pariser (2012), reduzindo a exposição ao contraditório. Esses links também levam as pessoas a diversos vídeos postados no YouTube. Vale destacar, aqui, a relação com essas outras mídias. Por exemplo, no último período analisado, o segundo link com maior número de aparições na amostra era do programa “Os Pingos nos Is”, transmitido no YouTube pela rede Jovem Pan, que também está na rádio (AM e FM) e na TV JP News. A “notícia” teve como centro o questionamento do número de pessoas presentes em ato da campanha de Lula em Belo Horizonte. Além do apresentador, um comentarista reforça a ideia de esvaziamento do ato. Não houve espaço para o contraditório na matéria. Em um vídeo compartilhado quarenta vezes, a jornalista Carla Cecato, apresentadora do programa Linha de Frente, também da Jovem Pan, elogia Bolsonaro, que ela descreve como “o cara mais humilde, mais simples que eu já vi na vida”. O vídeo tem tom emotivo e apresenta imagens de um Bolsonaro simpático falando sobre futebol.

Além da emissora, outros portais ajudam a propagar mensagens e aparecem entre os domínios mais presentes, tais como: Pensando Direita, Terra Brasil Notícias, Portal Toca News, Portal Cidade News, Gazeta Brasil, Aliados Brasil Oficial e Contra Fatos. A diversidade de estratégias no âmbito da comunicação é um elemento que deve ser considerado na explicação da força demonstrada pelo bolsonarismo. Mais que ganhar lastro pela repetição, a presença dos conteúdos em diversas mídias e formatos faz com que tais narrativas passem a integrar o cotidiano dos receptores, moldando sua visão de mundo.

Percebemos que a fragmentação do bolsonarismo dificultou o estabelecimento de uma cadeia coesa de transmissão de informações. Depois, mais unificado no segundo turno, esse campo buscou gerar desgaste do adversário. Houve ampliação do número de mensagens, mas, assim como no primeiro, não foi possível identificar padrão de compartilhamento automatizado, o que aponta uma vinculação orgânica dos participantes deles no processo eleitoral. Essa vinculação foi demonstrada no resultado apertado das eleições no segundo turno, quando Bolsonaro ainda obteve 49,10% dos votos válidos, ao passo que Lula chegou a 50,90%.

Referências

MARINONI, Bruno; GALASSI, Vanessa. **Aspectos da desinformação, capitalismo e crises**. In: MARTINS, Helena (org.). *Desinformação: crise política e saídas democráticas para as fake news*. 1. ed. São Paulo: Editora Veneta, 2020. 108 p.

MARTINS, Helena. **Desinformação, Crises Políticas e Saídas Democráticas para as Fake News**. (Versão epub). São Paulo, Venetta, 2020.

PARISER, E. **O filtro invisível: O que a internet está escondendo de você**. Zahar, 2012.

SÁ, Ivandro Claudino de. **Digital lighthouse: a platform for monitoring misinformation in WhatsApp public groups**. 2021. 85 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Computação) - Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2021.

10º
COM
POLÍ
TICA

“Discurso democrático e comportamento das elites políticas, da imprensa e da sociedade civil: desafios contemporâneos”

09 a 11
de Maio
de 2023

SANTOS, João Guilherme Bastos dos et al. **WhatsApp, política mobile e desinformação: a hidra nas eleições presidenciais de 2018**. Comunicação & Sociedade, São Bernardo do Campo, v. 41, n. 2, p. 307-334, maio/ago. 2019.