

## **Wzap e as eleições presidenciais brasileiras de 2018: metaficções e pós-verdade em vídeos compartilhados em grupos públicos monitorados**

### ***WHATSAPP AND THE BRAZILIAN PRESIDENTIAL ELECTIONS OF 2018: Metafiction and Post-truth in videos shared in monitored public groups***

Carlos Federico Buonfiglio Dowling

#### ***Resumo***

*O presente estudo circunscreve e enfoca a utilização de vídeos publicados e intercambiados em grupos públicos selecionados, através da plataforma WhatsApp nas semanas que antecederam o primeiro e o segundo turnos das eleições presidenciais brasileiras de 2018, utilizando a ferramenta “Monitor de WhatsApp” disponibilizado pelo projeto “Eleições Sem Fake”<sup>1</sup>, projeto gerido pelo Departamento de Ciência da Computação da Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG. Para embasar tal análise cria e aplica os conceitos de Iconoclastia Reversa e Amadorismo Empoderado Antissistêmico.*

**Palavras-chave:** *WhatsApp, Eleições Sem Fake, Vídeos*

#### ***Abstract***

*This study circumscribes and focuses on the use of videos published and exchanged in selected public groups, through the WhatsApp platform in the weeks leading up to the first and second rounds of the 2018 Brazilian presidential elections, using the “WhatsApp Monitor” tool provided by the project “Elections Without Fake”, a project managed by the Computer Science Department of the Federal University of Minas Gerais - UFMG. To support this analysis, it creates and applies the concepts of Reverse Iconoclasm and Antisystemic Empowered Amateurism.*

**Keywords:** *WhatsApp, Elections Without Fake, Videos*

O presente artigo é resultante de trabalho desenvolvido durante a disciplina “Cultura do Algoritmo” da ECO.PÓS - Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura da Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ, ministrada pela professora Fernanda Bruno no segundo semestre de 2018, como trabalho final e constituindo um sub-tópico do “DOSSIÊ

---

<sup>1</sup> <https://www.eleicoessemfake.dcc.ufmg.br/> acessado em 01 de janeiro de 2019.

ZAP\_ELEIÇÕES 2018, BRASIL / Temática geral: Ecosistema ZAP nas eleições de 2018: o caso da campanha Bolsonaro”.

Assim, o presente estudo de caso circunscreve e enfoca a utilização de vídeos publicados e intercambiados em grupos públicos selecionados, através da plataforma WhatsApp nas semanas que antecederam o primeiro e o segundo turnos das eleições presidenciais brasileiras de 2018, utilizando a ferramenta “Monitor de WhatsApp” disponibilizado pelo projeto "Eleições Sem Fake"<sup>2</sup>, projeto gerido pelo Departamento de Ciência da Computação da Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG, que assim se apresenta na página de inicial do seu sítio eletrônico:

Eleições Sem Fake é um projeto de Pesquisa que envolve pesquisadores de Universidades Brasileiras e Internacionais. Com conhecimento nas mais diversas áreas, os pesquisadores tem como objetivo principal trazer transparência na disseminação de conteúdo, seja orgânico ou através de anúncios em redes sociais.

## **1 Sobre as metodologias previamente adotadas**

É importante aqui tecer algumas considerações a respeito da metodologia aplicada pela ferramenta acima mencionada do “Monitor de WhatsApp” para fazer conhecer os parâmetros, limites e circunscrições que serão transpostas para a metodologia adotada pelo presente estudo focal sobre vídeos compartilhados pelo aplicativo de mensagens instantâneas. O citado monitor escolhe a análise de grupos públicos do WhatsApp focados em política, assim definidos em artigo que descreve o funcionamento da ferramenta:

Esses grupos podem ser privados, se o ingresso de novos membros é feito por intermédio de um membro administrador do grupo, ou públicos acessíveis por meio de links de convite que são publicados em sites conhecidos, bem como em diversas redes sociais como Facebook e Twitter e normalmente possuem temas de discussão específicos como política, educação. (G. RESENDE et al., P. 1, 2018)

Dentro do universo analisado de grupos públicos focados em política, os desenvolvedores do monitor em questão elencaram as seguintes categorias de aglutinação de mensagens:

---

<sup>2</sup> <https://www.eleicoessemfake.dcc.ufmg.br/> acessado em 01 de janeiro de 2019.

De forma a estudar a interação, foram criadas as seguintes categorias baseadas no nome do grupo e no conteúdo das mensagens: Notícias, Debates, Direita, Ideologias, Pró-Lula, Pró-Bolsonaro e Partidos. (G. RESENDE et al., P. 2, 2018)

Chamo atenção a um potencial problema ou ruído advindo da metodologia de classificação adotada pela referida ferramenta de monitoramento, relativo à quantidade de grupos públicos selecionados como objeto de análise que abrem a possibilidade de supervisibilizar grupos públicos com tendências declaradas de apoio ao então candidato presidencial Jair Bolsonaro, potencialmente presente em seis [6] das sete [7] categorias criadas, sendo uma nominalmente a ele relacionada. Como o contexto político no período eleitoral foi atípico com a prisão e impossibilidade de concorrer do candidato Lula, uma categoria (“Pró-Lula”) não foi atualizada para a categoria “Pró-Haddad”, ou grupos públicos de apoio ao candidato Fernando Haddad, que de fato disputou a eleição nos dois turnos. Tal fato poderia subdimensionar o acompanhamento de grupos públicos de apoio ao candidato do PT, e não encontramos detalhes de atualizações ou modificações classificatórias no sítio eletrônico do projeto "Eleições Sem Fake". Vale destacar como dado contextual desestabilizador sobre uma intencionada paridade de cobertura e envolvimento o fato da impossibilidade de aparições, entrevistas e pronunciamentos do então candidato Lula, devido à sua prisão, com cobertura midiática reduzida devido a tal interdição a partir da data de 07 de abril de 2018<sup>3</sup>, data de seu encarceramento, que coincide com o fato da ferramenta de monitoramento aqui adotada iniciar os seus procedimentos de análise a partir do dia 27 de abril do mesmo ano, como abaixo referenciado. Vale salientar outro elemento contextual que orbita a cronologia da ferramenta de monitoramento, que é o atentado sofrido pelo então candidato Jair Bolsonaro, onde a partir do dia 06 de setembro de 2018 o mesmo passa a ter uma superexposição em diversos e múltiplos meios da cobertura midiática tradicional, leia-se jornais, televisões e rádios, em seus amplos e distintos formatos, o que deve certamente ser fruto de análises mais aprofundadas nos campos da comunicação, mas como advertiu em entrevista um notório apoiador de Bolsonaro, em reportagem intitulada: “Magno Malta admite: ataque compensa falta de tempo de TV para

---

<sup>3</sup> [https://pt.wikipedia.org/wiki/Pris%C3%A3o\\_de\\_Luiz\\_In%C3%A1cio\\_Lula\\_da\\_Silva](https://pt.wikipedia.org/wiki/Pris%C3%A3o_de_Luiz_In%C3%A1cio_Lula_da_Silva) acessado em 14 de janeiro de 2019.

Bolsonaro<sup>4</sup>”, muito provavelmente ampliou a escala das citações espontâneas e públicas a respeito do então candidato do PSL.

Outro dado relevante para levar em consideração a respeito da metodologia de análise que abarca e constringe o estudo que será aqui apresentado é o marco temporal e evolutivo dos grupos públicos monitorados pela ferramenta “Monitor de WhatsApp”. Como relatado pelo artigo supracitado, o marco inicial coberto pelo estudo remete ao “...período 27/04 a 30/05 de 2018, (quando) foram coletadas todas as mensagens compartilhadas em 127 grupos públicos” (G. RESENDE et al., P. 2, 2018), e o número de grupos públicos analisados no marco temporal do presente estudo (as semanas que antecedem o primeiro e o segundo turnos das eleições entre setembro e outubro de 2018) sobe para duzentos e vinte<sup>5</sup> [220] ou trezentos e cinquenta<sup>6</sup> [350], a depender da página eletrônica consultada do projeto, sem explicações e detalhamentos pormenorizados que expliquem ou justifiquem tais variações.

### 1.1 Sobre a metodologia específica do presente estudo

O período escolhido de análise dos vídeos publicados e intercambiados através da plataforma WhatsApp nos grupos públicos acerca de política, como monitorados pela ferramenta “Monitor de WhatsApp”, foi o dos domingos anteriores às datas de eleição no primeiro e segundo turnos das eleições do ano de 2018, respectivamente os dias 30 de setembro e 21 de outubro, e os dias em que foi realizado o pleito e escrutínio eleitoral, respectivamente os dias 07 e 28 de outubro do mesmo ano. Tais datas foram escolhidas para criar um marco de análise da semana posterior às datas de realização dos pleitos, e como checagem de padrões de uso da plataforma nos dias de votação. Foram escolhidos os vinte [20] vídeos mais vistos e compartilhados em cada um dos dias elencados dentro dos universo de grupos públicos monitorados pelo projeto “Eleições Sem Fake”.

Vídeos Pró-Lula	3 <sup>7</sup> [3,75%]
-----------------	------------------------

<sup>4</sup> <https://www.revistaforum.com.br/magno-malta-admite-ataque-compensa-falta-de-tempo-de-tv-para-bolsonaro/> acessado em 14 de janeiro de 2019.

<sup>5</sup> <http://www.monitor-de-whatsapp.dcc.ufmg.br/> acessado em 13 de janeiro de 2019.

<sup>6</sup> <https://www.eleicoessemfake.dcc.ufmg.br/> acessado em 13 de janeiro de 2019.

Vídeos Pró-Bolsonaro	48 [60%]	Seguem os números gerais no universo pesquisado dos oitenta [80] vídeos mais compartilhados nos grupos públicos analisados, utilizando duas categorias disponíveis elencadas pela plataforma de monitoramento por serem mais relevante para o período analisado no viés de interesse do presente estudo:
----------------------	----------	--

Nese primeiro recorte em duas categorias, chama atenção uma categoria não compreendida pela metodologia inicial da ferramenta de monitoramento, que são vídeos contrários ao PT, que bem representam um antipetismo que pode ser vinculado a um “bolsonarismo”, mesmo que não expresse explicita ou inicialmente. É importante citar e referenciar a reportagem de Patrícia Campos Mello, “Empresários bancam campanha contra o PT pelo WhatsApp”<sup>8</sup>, publicada no jornal “Folha de São Paulo” em 18 de outubro, no interstício entre o primeiro e segundo turnos da campanha eleitoral presidencial, que aponta, supostamente com fontes comprobatórias que:

Empresas estão comprando pacotes de disparos em massa de mensagens contra o PT no WhatsApp e preparam uma grande operação na semana anterior ao segundo turno. A prática é ilegal, pois se trata de doação de campanha por empresas, vedada pela legislação eleitoral, e não declarada. A Folha apurou que cada contrato chega a R\$ 12 milhões e, entre as empresas compradoras, está a Havan. Os contratos são para disparos de centenas de milhões de mensagens. (...) As empresas apoiando o candidato Jair Bolsonaro (PSL) compram um serviço chamado "disparo em massa", usando a base de usuários do próprio candidato ou bases vendidas por agências de estratégia digital. Isso também é ilegal, pois a legislação eleitoral proíbe compra de base de terceiros, só permitindo o uso das listas de apoiadores do próprio candidato (números cedidos de forma voluntária).

Assim, chamou atenção a detecção de vinte e quatro [24] vídeos enquadrados nessa macrocategoria assim nomeada de “Contra-PT” dentro do universos circunscrito de análise, o que

---

<sup>7</sup> Vide as notas de pé de página #8 e #9, que versam sobre a dubiedade na metodologia classificatória a respeito de tal número como auferido.

<sup>8</sup> <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/empresarios-bancam-campanha-contra-o-pt-pelo-whatsapp.shtml> acessado em 20 de janeiro de 2019.

representa trinta por cento [30%] da totalidade dos vídeos monitorados e analisados pelo presente estudo.

Vídeos Contra-PT	24 [30%]
------------------	----------

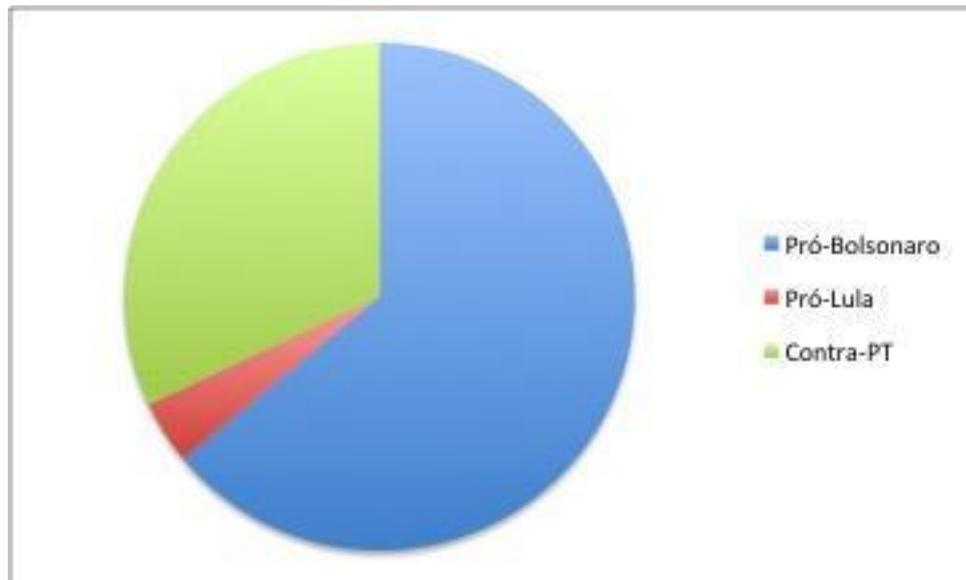


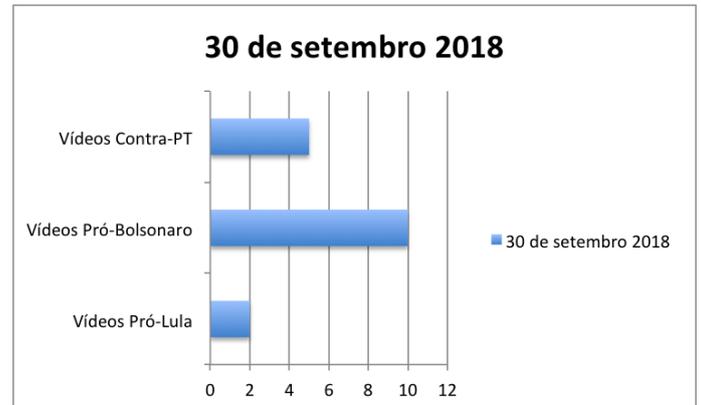
Fig.1: Divisão de categorias dos vídeos compartilhados analisados.

Logo temos que no universo escolhido, depois do acréscimo da macro-categoria não presente inicialmente na metodologia da ferramenta de monitoramento utilizada, posteriormente acrescida seguindo a hipótese como levantada pela reportagem da Folha de São Paulo (MELLO, 2018), dos oitenta [80] vídeos analisados, setenta e dois [72] deles são “Pró-Bolsonaro” ou “Contra-PT”, o que representa noventa por cento [90%] da totalidade dos vídeos mais compartilhados ou vistos monitorados, sobrando um percentual residual, além de ambíguo, de três virgula setenta e cinco por cento [3,75%] de vídeos pró Lula/PT/Haddad. Os restantes seis virgula vinte e cinco por cento [6,25%] são vídeos jornalísticos e meméticos “neutros” ou de difícil filiação ou classificação automática.

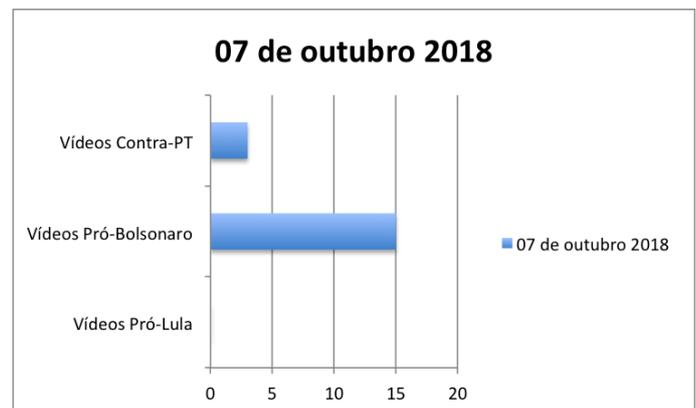
Dividimos também a análise do vídeos intercambiados nos grupos públicos de WhatsApp monitorados pela ferramenta desenvolvida pela UFMG separando-os por cada um dos dias analisados nas semanas prévias e nos dias das eleições do pleito de 2018.

**Dia 30 de set. de 2018 [universo de 20 vídeos mais vistos/compartilhados]**

Vídeos Pró-Lula	2 <sup>9</sup>
Vídeos Pró-Bolsonaro	10
Vídeos Contra-PT	5


**Dia 07 de out. de 2018 [universo de 20 vídeos mais vistos/compartilhados]**

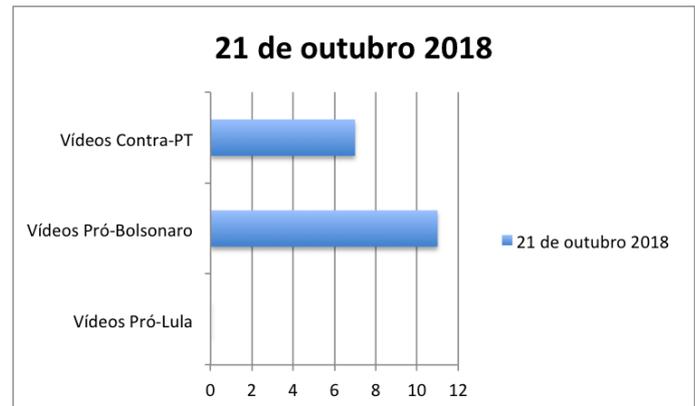
Vídeos Pró-Lula	0
Vídeos Pró-Bolsonaro	15
Vídeos Contra-PT	3



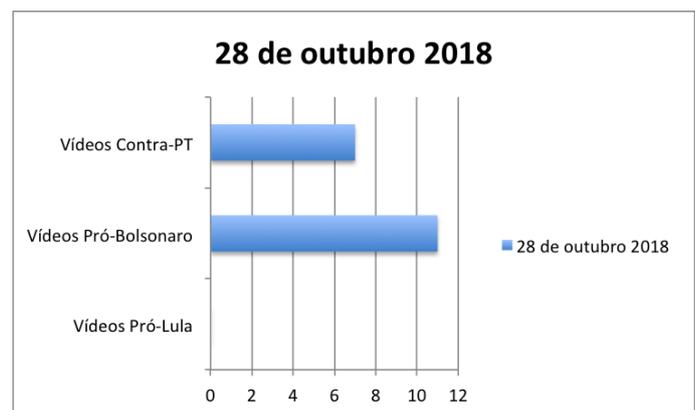
<sup>9</sup> Chamamos atenção para o dubiedade da classificação “Pró-Lula” pelo fato de serem dois vídeos [Respectivamente vídeos #15 e #18] filmados por diferentes pessoas sobre o mesmo evento, no caso a gravação de uma mensagem de campanha por vídeo de celular da então candidata do PT ao governo do Rio de Janeiro, Márcia Tiburi, onde ela fala: “Um covardão fugindo de um monte de mulher, foi impagável! Com as calças na mão! Ele não! Ela Sim!”. O décimo quinto vídeo mais compartilhado e visto no dia 30 de setembro de 2018 foi gravado por um cidadão anônimo e não identificado, que de uma localização distante do grupo de mulheres que acompanham Márcia Tiburi, grava com um zoom a sua movimentação, sendo a declaração da candidata e do grupo das mulheres pouco definida e audível. O décimo oitavo vídeo mais visto e compartilhado do mesmo dia 30 de setembro é o vídeo em formato de *selfie* operado pela então candidata Márcia Tiburi, onde ouvimos bem os seu reclames e gritos de guerra. Lula não é diretamente citado, apenas é referenciado pelo sinal de “L” com o polegar e o indicador feito pelas mão de Tiburi ao fim do vídeo.

**Dia 21 de out. de 2018 [universo de 20 vídeos mais vistos/compartilhados]**

Vídeos Pró-Lula	0
Vídeos Pró-Bolsonaro	11
Vídeos Contra-PT	7


**Dia 28 de out. de 2018 [universo de 20 vídeos mais vistos/compartilhados]**

Vídeos Pró-Lula	1 <sup>10</sup>
Vídeos Pró-Bolsonaro	12
Vídeos Contra-PT	9

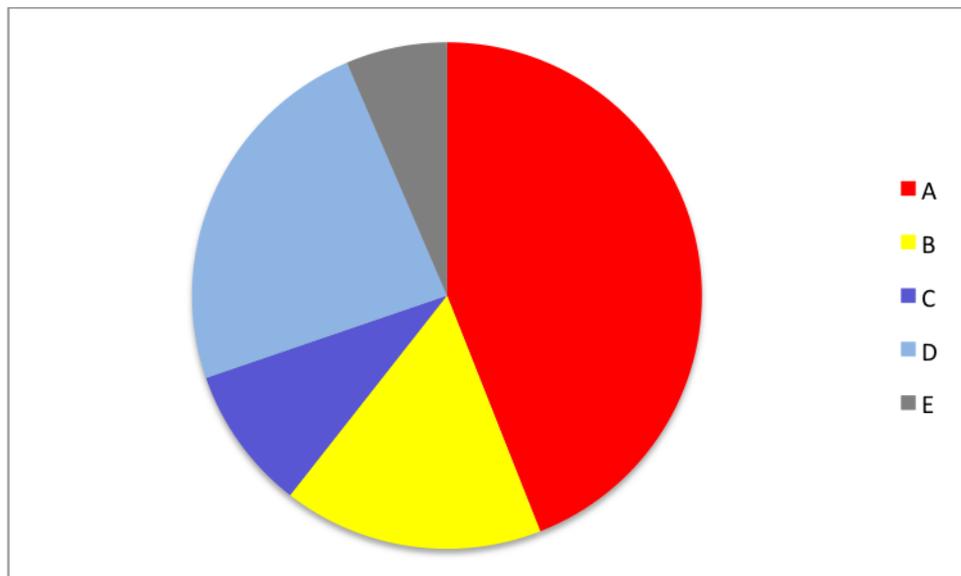


Assim, para além das macro-categorias adotadas pela ferramenta de monitoramento que baseia o presente estudo, acrescida da nova categoria aqui proposta e adotada de “Vídeos Contra-PT”, alguns outros aspectos chamaram a atenção para a definição e estabelecimento de padrões identificáveis de produção e replicação dos vídeos analisados. Destacamos cinco aspectos detectados no universo de análise que embasaram a reflexão a seguir proposta, e que assim

<sup>10</sup> Similar dubiedade com os vídeos analisados na nota anterior pode ser detectada neste vídeo, sendo um ponto fora da curva no universo pesquisado. O vídeo mais visto/compartilhado nos grupos monitorados no dia do pleito de 28 de outubro de 2018 é uma animação feita no popular modelo de animação “Quer que eu desenhe?”, que argumenta porque é melhor “dar uma chance a Haddad” do que votar em Bolsonaro. O nome ou a imagem de Lula não são citados ou aparecem uma única vez no vídeo. O vídeo foi compartilhado por 142 vezes, mas em apenas 01 grupo e por 01 usuário, o que reforça o seu perfil extemporâneo e fora dos padrões analisados compreendidos pela ferramenta de monitoramento. Vide a análise do referido vídeo feito no decorrer do estudo.

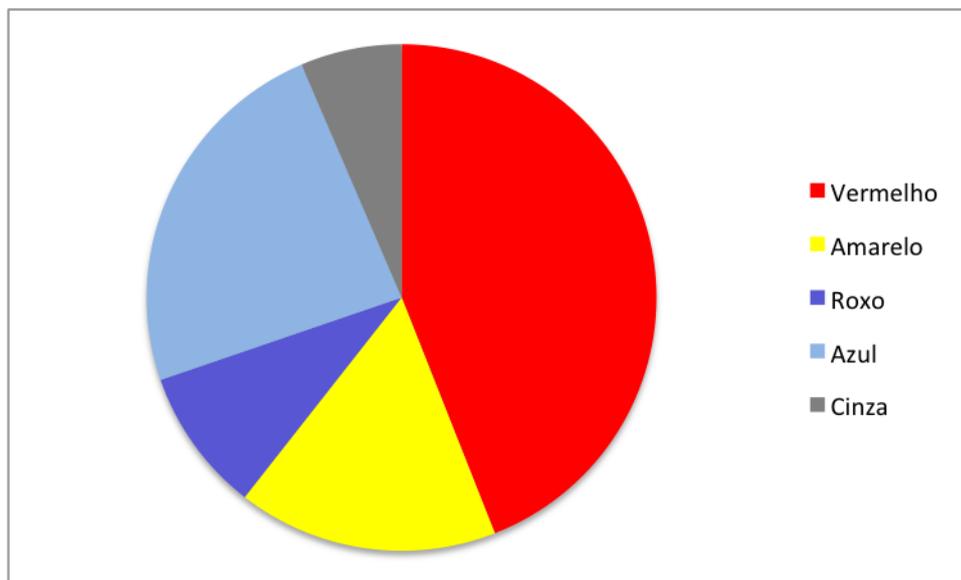
parametrizaram as subcategorias de classificação definidas [alguns vídeos incorrem simultaneamente em mais de uma das subcategorias]:

- A) Vídeos baseados em filmagem amadora com intenções de transmissões em tempo e urgência ‘reais’, em modelo de difusão de lugar de visão/fala em primeira pessoa e antissistêmica;
- B) Vídeos que apresentam um dúbio e distorcido uso do real, se aproximando do conceito de *fake-news*;
- C) Vídeos baseados em material de arquivo de diversos contextos pretéritos;
- D) Vídeos criados e replicados utilizando pulsões meméticas de potência/pretensão viral;
- E) Vídeos com a imagem sincronizada e em movimento, com áudio e/ou vídeo inteligíveis, do candidato Jair Bolsonaro.



	30/09	07/10	21/10	28/10
A_Vermelho	13	20	11	4

B_Amarelo	3	13	1	1
C_Roxo	4	0	3	3
D_Azul	4	0	7	15
E_Cinza	0	1	2	4



Vermelho = vídeos amadores em tempo real

Amarelo = vídeo com distorção factual

Roxo = vídeos a partir de material de arquivo

Azul = vídeos meméticos

Cinza = vídeos com imagens sincrônicas de Jair Bolsonaro

A partir da inclusão de uma categoria geral de análise, no caso os vídeos contrários ao PT, e a partir da detecção das cinco subcategorias acima apresentadas, nos foi possível identificar dois conceitos reincidentes e redivivos que em nossa hipótese amparam e lastreiam os vídeos aqui estudados.

O primeiro de tais conceitos é o que chamamos de **iconoclastia reversa**, que pode ser brevemente descrito como a situação contemporânea e paradoxal de estruturas sociais mediatizadas e mediados num excesso de volume e escalas de produção e compartilhamento de conteúdos audiovisuais meméticos através de diversos aplicativos multiplataformas, sendo um deles o objeto de estudo aqui escolhido, onde se apresenta a quase total **não** utilização de imagens sincronizadas com vídeo e áudio de aparições e falas do personagem principal do campo da extrema direita na campanha presidencial, Jair Bolsonaro, abordado ou citado direta ou indiretamente na grande maioria [90%] dos vídeos aqui monitorados, nas diversas tipologias identificadas e analisadas.

O segundo aspecto detectado é uma estética que chamamos de **amadorismo empoderado antissistêmico**, onde o *lugar de fala* é derivado a um *lugar de visão*, com o notável e destacado crescimento ativo do perfil *prosumer* (Jenkins, 2009), de simultâneo produtor [*producer*] e consumidor [*consumer*] midiático, o que cria uma margem de reconhecimento empático exponencial, com advento da sensação de “Isso é real, não estou só e não sou mais manipulado pelo sistema” ressoando em ecos telemáticos crescentes.

## 2 Sobre uma ICONOCLASTIA REVERSA

A iconoclastia etimologicamente remete ao termo grego *eikonoklástes*<sup>11</sup>, literalmente a “quebrar [klástes] o ícone/imagem [eikono]”, e historicamente o conceito é relacionado a movimentos contrários de negação e veneração das imagens que causaram diversas cismas no cristianismo do ocidente e do oriente ao longo da história. É logo transposta como uma das premissas de reforma protestante, que resultará no século XVI, após as teses de Lutero, no advento do protestantismo, base da atual religião como proferida em múltiplos pontos do globo. Voltaremos ao tema ao analisar as associações ao neopentecostalismo feitas pela campanha eleitoral estendida de Bolsonaro à presidência da república.

Na breve análise aqui realizada foi possível detectar uma quase inexistência de imagens da cepa do marketing político tradicional, com o clássico endereçamento “Protagonista Falante”, ou *talking head*, onde uma bem marcada e localizável mensagem busca receptores audiovisuais,

---

<sup>11</sup> <https://www.dicio.com.br/iconoclasta/> acesso em 20 de janeiro de 2019.

através do facilmente reconhecível procedimento verticalizado de comunicação “emissor → receptor”.

Assim propomos e defendemos a hipótese do surgimento do conceito analítico de uma **iconoclastia reversa**, entendida como a manipulação da crença espectral fortalecida por base teísta através de signos verbais e visuais estáticos, instaurando um ‘anti-sãotomeísmo’, onde o “ver para crer” torna-se algo próximo ao “não ver para crer”, emulando assim procedimentos de fabulação e ficcionalização audiovisual próprias de cultos e liturgias religiosas, podendo estabelecer analogia mais precisa com a mística do neopentecostalismo protestante, representado pelas igrejas que pregam a “teologia da prosperidade” como a Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) e afins derivadas, inflamando o “mito” de Jair Bolsonaro. Não por coincidência tais instituições religiosas fecharam em grande maioria apoio ao capitão reformado. Também não coincidentemente tais denominações religiosas demonstram franco interesse em concessões públicas de televisão, “tornando a IURD a maior controladora de concessões de televisão do Brasil, ultrapassando o Grupo Globo em número de emissoras próprias<sup>12</sup>”.

Na totalidade dos vídeos analisados na categoria “Pró-Bolsonaro”, dentre os mais assistidos e compartilhados nos grupos públicos nas quatro datas analisadas, aparecem poucas vezes e em durações breves imagens de ‘corpo e voz presentes’ do então candidato Jair Bolsonaro, além de imagens de seu rosto em fotos animadas em montagem de vídeos meméticos, ou em vídeos de cunho “amador”, como a da imagem de sua efigie sendo impressas por serigrafia em camisetas levadas pelos seus eleitores, repetida em dois dias e contextos diferentes, respectivamente o décimo quinto vídeo mais visto/compartilhado no dia 21 de outubro, e o quarto vídeo mais visto/compartilhado no dia 30 de setembro.

---

<sup>12</sup> [https://pt.wikipedia.org/wiki/Igreja\\_Universal\\_do\\_Reino\\_de\\_Deus](https://pt.wikipedia.org/wiki/Igreja_Universal_do_Reino_de_Deus) acesso em 20 de janeiro de 2019.



Fig.2: Vídeo #4 do dia 30 de setembro de 2018.



Fig.3: Vídeo #15 do dia 21 de outubro de 2018.

No décimo segundo vídeo mais visto e compartilhado entre os grupos públicos monitorados no dia 30 de setembro de 2018, está o áudio de uma fala de Jair Bolsonaro por telefone

retransmitida para uma multidão na avenida Paulista/SP, que dura 2 minutos e 43 segundos. Temos imagens da multidão com o áudio amplificada para ela, e uma pequena foto de Bolsonaro no canto superior esquerdo da tela.



Fig.4: Vídeo #21 do dia 30 de setembro de 2018.

O único vídeo localizado onde Bolsonaro faz um pronunciamento em modelo “live” falando para a câmera é o segundo vídeo mais visto/compartilhado do dia 21 de outubro de 2018. De maneira geral difere de todas as outras aparições, referências e menções no universo de vídeos pesquisados, sendo o único que reproduz um modelo de comunicação de interlocução direta com os espectadores. Dura 3 minutos e 01 segundo, e se resume à defesa das acusações feitas em reportagem de capa da revista “Veja” da utilizações por sua campanha política de *bots* e afins artimanhas computacionais nas redes sociais para tentar manipular o processo eleitoral.



Fig.5: Vídeo #2 do dia 21 de outubro de 2018.

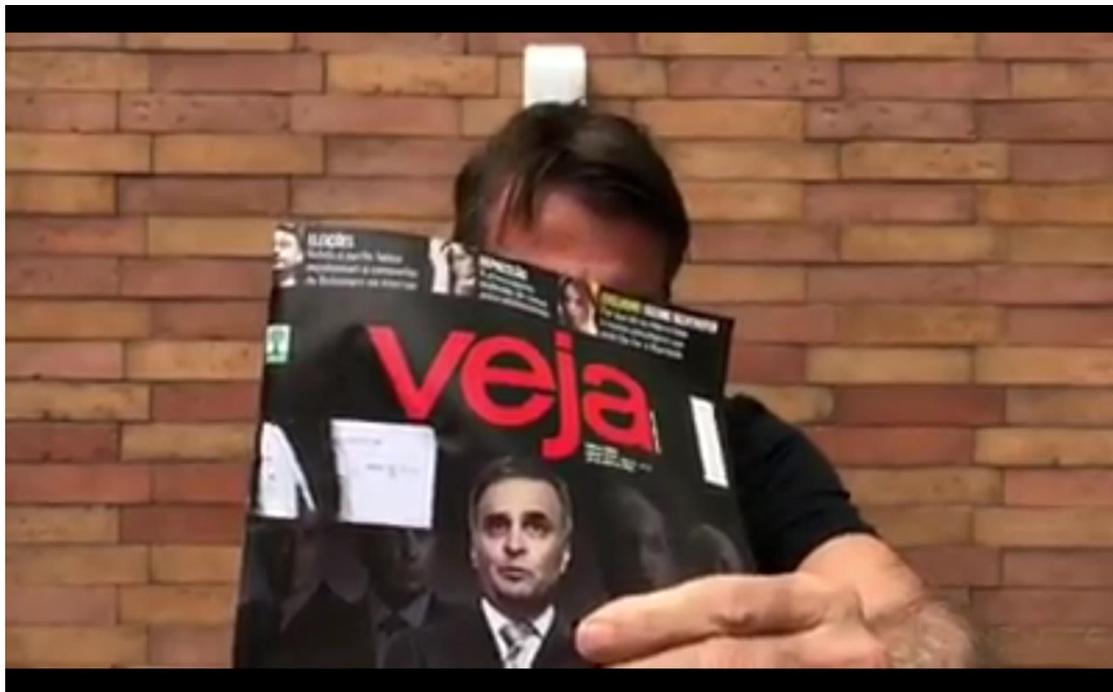


Fig.6:

Vídeo #2 do dia 21 de outubro de 2018.

Assim contabilizamos dentro do universo dos quarenta e oito [48] vídeos monitorados na categoria pró-Bolsonaro [60% da totalidade dos vídeos analisados], que totalizam aproximadamente 64 minutos e 38 segundos, a presença de 4 minutos e 43 segundos de imagens em movimento sincrônicas de áudio e vídeo de Jair Bolsonaro, ou um pouco menos que sete por cento [7%] da totalidade dos vídeos categorizados como favoráveis ao então candidato.

### 3 Sobre um amorismo empoderado antissistêmico

O segundo conceito formulado e aplicado aos vídeos monitorados analisados é uma estética alcunhada de **amorismo empoderado antissistêmico**. O conceito de *lugar de fala* ganha uma notável e notória reconfiguração na era da internet, onde as devidas e importantes reflexões sobre a interseccionalidade<sup>13</sup> (CRENSHAW, 1989) dão vasão a lugares comuns e distorções mui em voga em tempo do advento de um espírito do tempo baseado em “ativismos de facebook” e afins dispositivos das chamadas mídias sociais.

Aqui derivamos tal conceito ao advento de um pretendido *lugar de visão*, onde temos a produção, profusão e disseminação de diversos conteúdos audiovisuais em escalas massivas em redes digitais computacionais de transmidiação retroalimentadas, processados através de perfis de simultâneos produtores e consumidores do tais conteúdos midiáticos diversos, a efetivação dos perfis de “prosumidores” [prosumers] (Jenkins, 2009).

O modelo acima descrito implementa e reifica uma margem exponencial de reconhecimento espetatorial empático, com a ampliação de uma pulsão, produzida e replicada na videosfera digital em redes, de ocupação de um posto real de grita e conclame hiperpersonalizado e ao mesmo tempo territorializado, paradoxalmente hiperbólico e anônimo, instaurando conclames de revolta empoderadas e comuns, contrários ao sistema hegemônico dominante sendo propalados a partir e para os seus centros, daí ecoados e amplificados.

---

<sup>13</sup> Interseccionalidade (ou teoria interseccional) é o estudo da sobreposição ou intersecção de identidades sociais e sistemas relacionados de opressão, dominação ou discriminação. A teoria sugere e procura examinar como diferentes categorias biológicas, sociais e culturais, tais como gênero, raça, classe, capacidade, orientação sexual, religião, casta, idade e outros eixos de identidade interagem em níveis múltiplos e muitas vezes simultâneos. @ [https://pt.wikipedia.org/wiki/Interseccionalidade#cite\\_note-1](https://pt.wikipedia.org/wiki/Interseccionalidade#cite_note-1) acesso em 20 de janeiro de 2019.

Eliane Brum em artigo de 02 de janeiro de 2019 intitulado “O homem mediano assume o poder<sup>14</sup>” reflexiona a respeito de tal tendência da ascensão do ‘comum mediano’ ou mesmo de um ‘mediocre comum’ como apresentada e representada pela campanha de Bolsonaro:

Essa disposição dos eleitores foi bastante explorada pela bem sucedida campanha eleitoral de Bolsonaro, que apostou na vida “comum”, falseando o cotidiano prosaico, o improvisado e a gambiarra nas comunicações do candidato com seus eleitores pelas redes sociais. Bolsonaro não deveria parecer melhor, mas igual. Não deveria parecer excepcional, mas “comum”. (BRUM, 2019)

No mesmo artigo a autora ressalta o lugar determinante e de excepcionalidade ocupado pelos aplicativos e redes sociais na campanha eleitoral brasileira de 2018, e propriamente uma nova face de regimes democráticos contemporâneos, dialogando com o presente estudo:

Os gritos das pessoas que ocuparam o gramado da Esplanada dos Ministérios, em Brasília, foram a parte mais reveladora da posse de Bolsonaro, em 1o de Janeiro. Eufórica, a massa berrava: “WhatsApp! WhatsApp! Facebook! Facebook!”. Quem quiser compreender esse momento histórico terá que passar anos dedicado a analisar a profundidade contida no fato de eleitores berrarem o nome de um aplicativo e de uma rede social da internet, ambos de Mark Zuckerberg, na posse de um presidente que as elegeu como um canal direto com a população e deu a isso o nome de democracia. (BRUM, 2019)

Orbitando o processo de estabelecimento de tendência detectável de pulsões e mesmo uma estética, quiçá um programa, pautados no amadorismo antissistema e empoderado notado de forma reiterada em parte dos vídeos analisados, em franca maioria pro-Bolsonaro, é possível também detectar o advento de padrões dominantes de uma **não autoria**, propriamente uma ideia difusa e embargada de autoralidade de parte destacada dos vídeos analisados no universo monitorado, onde tal padrão de grita anônima possibilita e libera a externalização de pulsões de ódio, normal e moralmente reprimidas, nestes casos representando sinais opostos do processo de visibilidade e visibilização instaurado pelo **empoderamento amador antissistêmico**, onde o ponto de vista e lugar de falas firmam com orgulho e pompa, por vezes histrionismo, a autoria

---

<sup>14</sup> [https://brasil.elpais.com/brasil/2019/01/02/opinion/1546450311\\_448043.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2019/01/02/opinion/1546450311_448043.html) acesso em 21 de janeiro de 2019.

do ato audiovisual. Para exemplificar tal tendência apontada vide respectivamente os vídeos #3 de 07 de outubro e #15 de 28 de outubro, analisados no anexo a seguir.

#### 4 ANEXO: VÍDEOS DESTACADOS ANALISADOS

##### I. Descrição Vídeo #1 de 30 de setembro:

Um homem não identificado filma provavelmente com o celular um acidente automobilístico em ambiente noturno, vidros frontais do carro quebrados, um homem com a calça e o rosto ensanguentados está de olhos fechados, parecendo semiconsciente.

**Videomaker** - Cabô de acontecer um acidente aqui com o nosso amigo, ele não tá, né, muito bem, eu já perguntei a ele algumas coisas e ele não sabe responder, mas eu vou perguntar pra saber se ele está consciente: Ni [sic] quem que cê vai votar?



Fig.7: Vídeo #1 do dia 30 de setembro de 2018.

**Eleitor Acidentado - Bolsonaro.**

**Videomaker** - Ah, então você tá bom meu irmão. Graças a Deus, tá tudo bem!

Vídeo emblemático no universo pesquisado por conjugar cinco dos padrões recorrentes de análise aqui utilizados: a filmagem amadora com intenções de transmissões em tempo e urgência ‘reais’ [a], a notória clivagem do lugar de visão e difusão em primeira pessoa e antissistêmica [b], um dúbio uso da distorção do real, quiçá uma fake-news [c], para criar pulsões meméticas de potencia viral [d] usando o nome de Bolsonaro sem a aparição da sua imagem [e].

## II. Descrição Vídeo #3 de 07 de outubro:

Um homem não identificado filma mui provavelmente com o celular uma urna eletrônica, onde uma mão segurando uma arma de fogo, provavelmente uma pistola automática, aciona com o cano da arma as teclas com os números “1” e logo, “7”. Quando o som característico da urna eletrônica soa, aparece a foto do candidato Jair Bolsonaro.

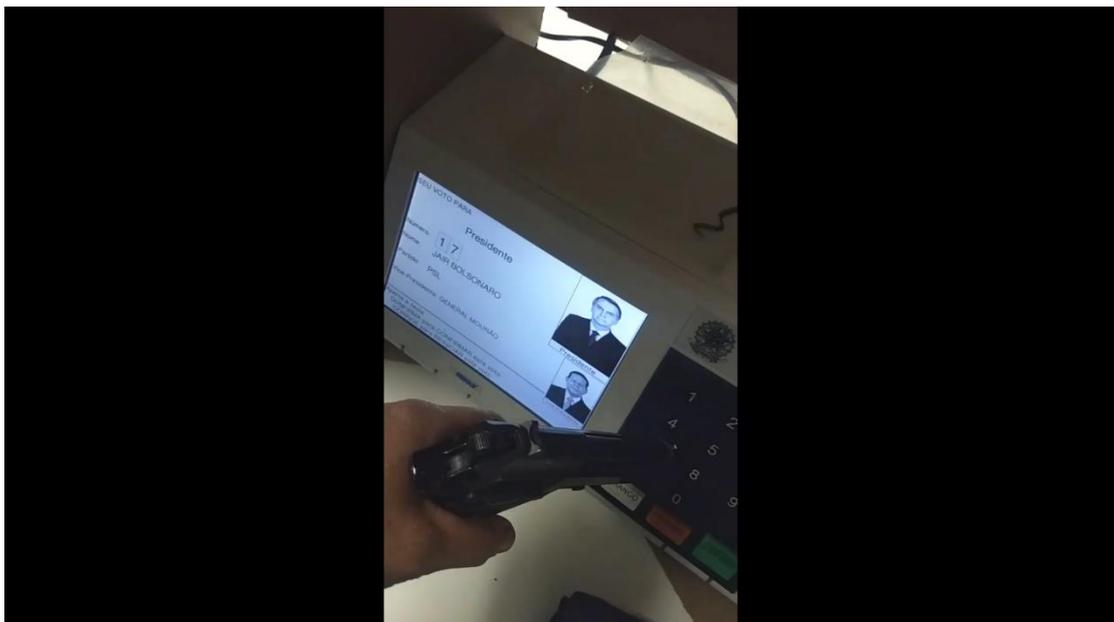


Fig.8: Vídeo #3 do dia 07 de outubro de 2018.



Fig.9: Vídeo #3 do dia 07 de outubro de 2018.

### III. Descrição Vídeo #5 de 07 de outubro:

Uma mulher, que se identificará no final do vídeo com uma selfie, filma provavelmente com o celular a chegada do então candidato Jair Bolsonaro no seu local de votação.

**Voz Anônima** – Olha o capitão ai pessoal!

**Outra voz Anônima** – É o cara!

**Voz Anônima** – Quatro anos garantidos isso ai...



Fig.10: Vídeo #5 do dia 07 de outubro de 2018.



Fig.11: Vídeo #5 do dia 07 de outubro de 2018.

A aparição de Jair Bolsonaro com imagem e áudio sincrônicos, em muitos pontos desenquadradas e tremidas, dura exatos 25 segundos e 19 frames, não profere nenhuma palavra.

IV. Descrição Vídeo #19 de 21 de outubro:

Um casal anda por um jardim filmando ao que tudo indica através de um telefone celular. Uma voz distante, que logo reconheceremos como a de Jair Bolsonaro fazendo uma declaração, guiará o casal através da plantas de jardim sem muros.

**Bolsonaro** - ... por Deus, por todos do Brasil... Petralhada, vai tudo vocês pra ponta da praia! Vocês não terão mais vez em nossa pátria!

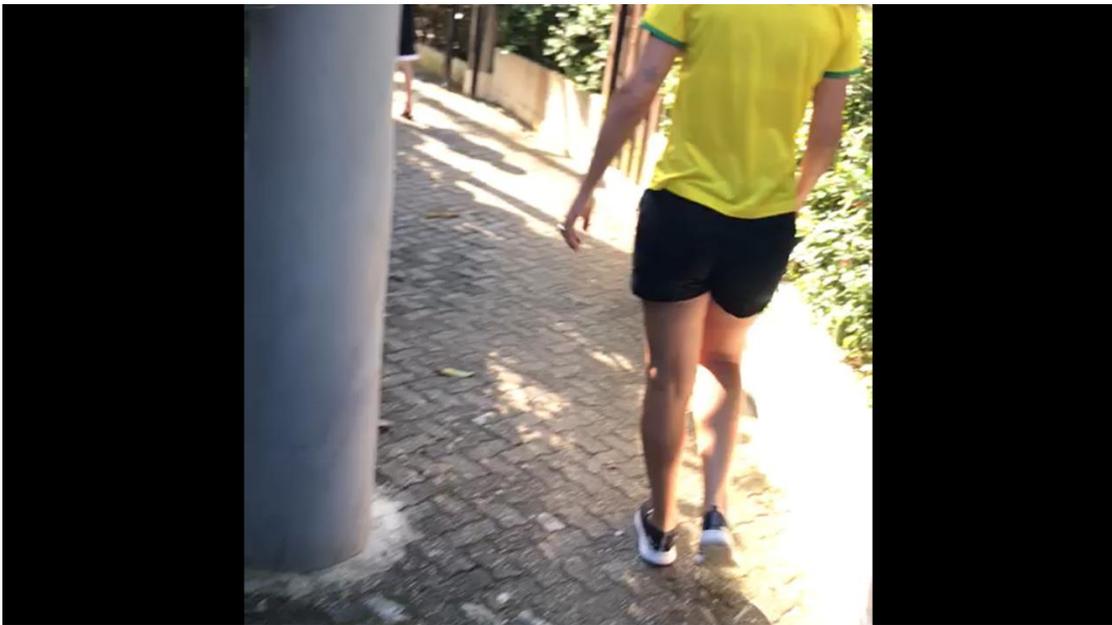


Fig.12: Vídeo #19 do dia 21 de outubro de 2018.

Filmado literalmente através dos galhos de uma moita Bolsonaro pode ser visto falando ao telefone no momento 19 segundos e 22 frames do vídeo.

**Bolsonaro** - Eu vou cortar todas as mordomias de vocês!

Aplausos dos vizinhos espectadores.

**Bolsonaro** - Vocês não terão mais... ong... para saciar...

Alguém fora do quadro se aproxima do vizinho e diz algo não identificável.

**Vizinho Videomaker** – A gente mora nessa casa aqui.

**Bolsonaro** - A fome de mortadela de vocês. Será uma limpeza... nunca visto... na história do Brasil. Vagabundo vai ter que trabalhar... vai deixar de fazer demagogia... junto ao povo brasileiro... vocês verão... as instituições sendo reconhecida... vocês verão umas forças armadas ativa, que estará colaborando com o futuro do Brasil.

O vizinho que filma o então candidato a presidente Jair Bolsonaro aponta a câmera do celular para ele e para a mulher que o acompanha, desviando a câmera de Bolsonaro, numa *selfie* improvisada.



Fig.13: Vídeo #19 do dia 21 de outubro de 2018.

**Vizinho Videomaker** - Vai funcionar!

O vizinho volta a filmar a declaração de Bolsonaro através dos galhos do jardim.

**Bolsonaro** - Vocês petralhada... terão uma polícia civil e militar com retaguarda jurídica... pra fazer valer a lei no lombo de vocês! Bandido do MST, bandido do MTST... as ações de vocês... serão tipificadas como terrorismo... Vocês não levarão mais... o terror ao campo... ou à cidade... ou vocês se enquadram e se submete às leis, ou vão fazer companhia ao cachaceiro lá em Curitiba.



Fig.14: Vídeo #19 do dia de 2018.

**Bolsonaro** - Amigos... de todo o Brasil... esse momento... não tem preço. Juntos, eu disse juntos!, nos faremos um Brasil diferente. Meu muito obrigado... a todos do Brasil... que confiaram o seu voto em mim... por ocasião do primeiro turno... ainda não ganhamos as eleições, mas esse grito em nossa garganta... será posto pra fora... no próximo dia 28... conclamo a todos vocês... que continuem mobilizados... e participem ativamente por... por ocasião das eleições... no próximo... domingo de forma democrática... sem mentira, sem fake-news...

O vizinho retoma a sua câmera celular para outra *selfie* com a mulher que o acompanha ao fundo.



Fig.15: Vídeo #19 do dia 21 de outubro de 2018.

#### **Vizinho Videomaker - Vai que vai!**

O vizinho tenta o melhor enquadramento para filmar a declaração de Bolsonaro através dos galhos do jardim.

**Bolsonaro - Sem Folha de São Paulo! Nós perdemos essa guerra...**

O vídeo gravado pelo vizinho termina aos 3 minutos 26 segundos e 05 frames no meio da fala de Bolsonaro.

### V. Descrição Vídeo #1 de 28 de outubro:

Ponto fora da curva, único vídeo favorável à campanha do Haddad, estudar a metodologia aplicada. Do universo dos oitenta [80] vídeos analisados, esse é o único clara e inequivelmente favorável ao candidato Fernando Haddad, e também o único exemplo de vídeo contrário ao então candidato Jair Bolsonaro que se apresenta no universo de monitoramento aqui analisado.

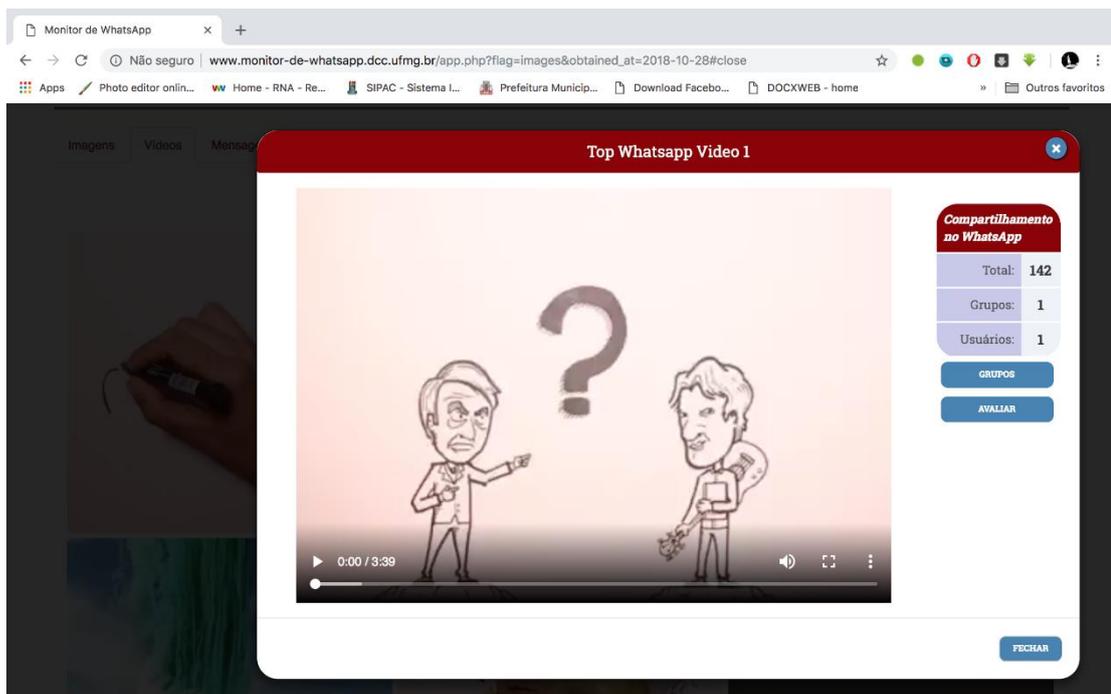


Fig.16: Print-screen dos detalhes do Vídeo #1 do dia 28 de outubro de 2018 visto na plataforma “Monitor de Whatsapp”.

É importante destacar na figura acima postada alguns detalhes que reforçam a excepcionalidade do vídeo no universo de análise proposto. O vídeo é o mais visto do dia 28 de outubro de 2018, data do segundo turno da eleição presidencial, tendo sido visto por 142 vezes, mas o monitor mostra que por apenas um único grupo e um único usuário, padrão que não se repete em nenhum dos outros vídeos analisados.

### VI. \* Vídeo #11 de 28 de outubro:

Bolsonaro aparece 3 segundos e 27 frames, não fala nada além de ativar o disparo de um canhão militar.



Fig.17: Vídeo #11 do dia 28 de outubro de 2018.

VI. Descrição Vídeo #12 de 28 de outubro:

Bolsonaro aparece em sincronismo audiovisual por exatos 19 segundos e 21 frames; não profere uma palavra, apenas acena à multidão que clama “Mito! Mito!”.



Fig.18: Vídeo #12 do dia 28 de outubro de 2018.



Fig.19: Vídeo #12 do dia 28 de outubro de 2018.



Fig.20: Vídeo #12 do dia 28 de outubro de 2018.



Fig.21: Vídeo #12 do dia 28 de outubro de 2018.

VII. Descrição Vídeo #15 de 20 de outubro:

Vídeo memético feito em composição de montagem desleixada, que deixa evidentes as marcas de recorte de imagens de duas fontes contextuais distintas. A primeira relativa a uma sequência de Jair Bolsonaro fazendo práticas de tiro com arma de fogo e protetor de ouvido, em local não identificável, quando fala para a câmera “Vamô lá?” logo atirando uma vez; a segunda sequência é filmada a partir da perspectiva das coxias [backstage] do palco de um show da cantora transgênero Pablllo Vittar cantando o seu hit “K.O”, onde escorrega ao dar um passo de dança, caindo no palco.



Fig.25: Vídeo #15 do dia 28 de outubro de 2018.

A montagem sobrepõe os dois eventos, sincronizando o momento do tiro de Bolsonaro com a queda de Pablllo Vittar, simulando um tiro dado por Bolsonaro que atingiria sendo a causa simulada pela montagem da queda do cantor alvejado.



Fig.26: Vídeo #15 do dia 28 de outubro de 2018.



Fig.27: Vídeo #15 do dia 28 de outubro de 2018.

O vídeo dura 6 segundos e 29 frames, a fala de Bolsonaro dura 1 segundo exato, ouvida sobreposta ao som do show.

VIII. Vídeo #19 de 28 de outubro:

Estrutura básica de vídeo memético feito a partir de material de arquivo, inicialmente Fernando Haddad se apresenta como candidato à presidência do Brasil.



Fig.22: Vídeo #19 do dia 28 de outubro de 2018.

O vídeo segue com a imagem popular de uma senhora anônima que pela montagem desmente o candidato Haddad de forma jocosa.



Fig.23: Vídeo #19 do dia 28 de outubro de 2018.

Logo seguida pela imagem do popular personagem Muttley da série de animação “Corrida Maluca”, rindo caracteristicamente.



Fig.24: Vídeo #19 do dia 28 de outubro de 2018.

O vídeo é finalizado por sequência de imagem de arquivo de Jair Bolsonaro, provavelmente em seu gabinete em Brasília, rindo e fazendo os característicos sinais de OK e armas com os dedos da mão.



Fig.25: Vídeo #19 do dia 28 de outubro de 2018.



Fig.26: Vídeo #19 do dia 28 de outubro de 2018.

A aparição de Jair Bolsonaro com imagem e áudio sincrônicos dura exatos 5 segundos e 29 frames, e é possível ouvir a sua voz em alta e animada risada, não profere nenhuma palavra.

#### IX. Descrição Vídeo #20 de 28 de outubro:

Eleitor se identifica e filma em autoapoiese de falsa imagem e crime eleitoral: a primeira e a última imagem estampam as informações que desmente a falsa tese de fraude nas urnas eletrônicas.

Um eleitor filma com o seu celular a urna eletrônica em uma seção eleitoral não identificada.

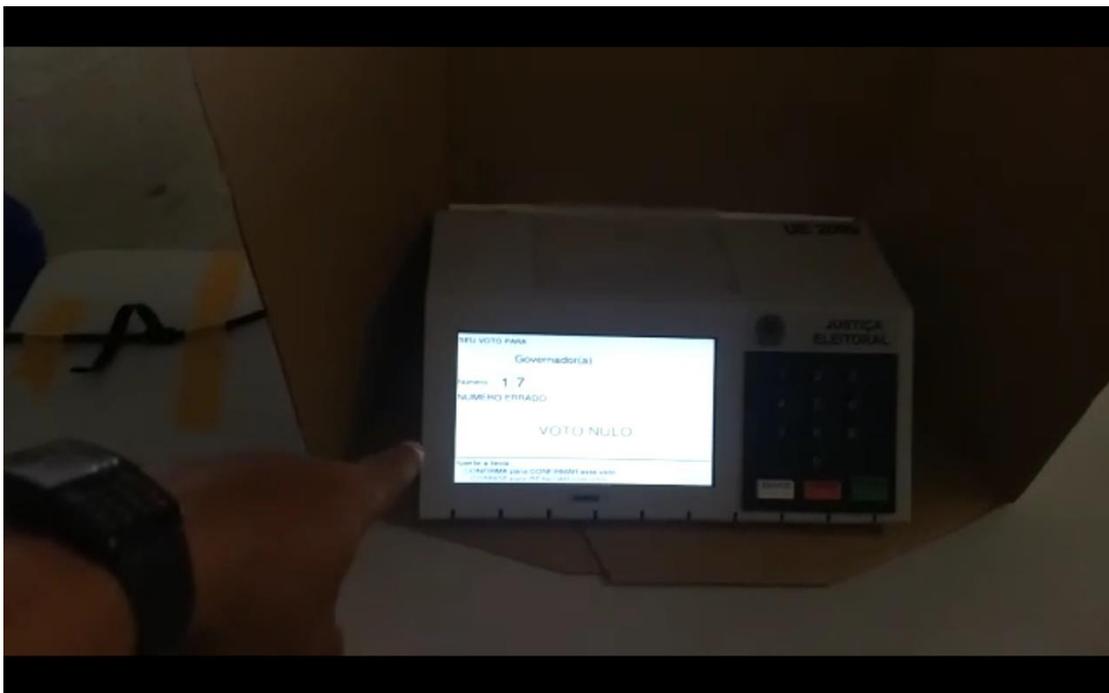


Fig.27: Vídeo #20 do dia 28 de outubro de 2018.

**PRDP** - Olha, Eu Paulo Roberto Duarte Pereira, apertei aqui no dezessete Bolsonaro... tá aparecendo nulo aqui. Eu vou mostrar a cara, Ministro Raul Jugmann, vocês estão falsificando as urnas! Ei galera, pode vir aqui gente!

Eles estão sacaneando! Você é testemunha? Você viu ai?



Fig.28: Vídeo #20 do dia 28 de outubro de 2018.

Paulo Roberto passa a filmar com o seu celular a outras pessoas que aguardam na mesma seção eleitoral.

**Testemunha não Identificada - Vi, vi, vi.**



Fig.29: Vídeo #20 do dia 28 de outubro de 2018.

**PRDP** - Quem quiser testemunhar bora ver... não isso não pode acontecer.

**Mesários** - [rumores não identificáveis]

Paulo Roberto volta a filmar a urna eletrônica dantes filmada.

**PRDP** - Estão falsificando as urnas aqui, olha aqui ô... dezessete está aparecendo nulo... viu, tá aparecendo nulo.

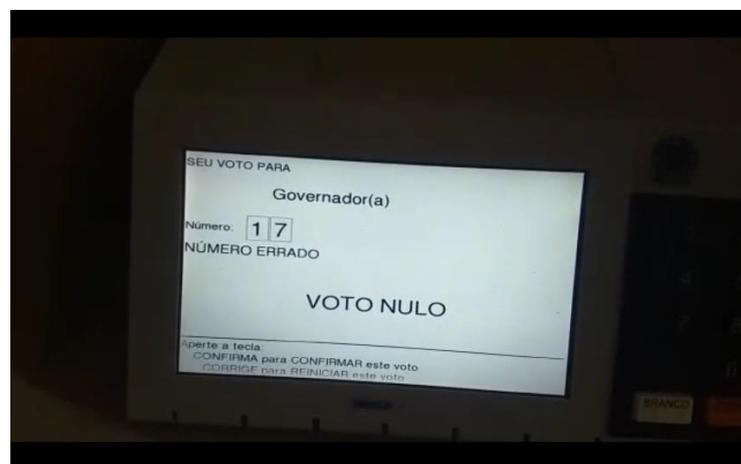


Fig.30: Vídeo #20 do dia 28 de outubro de 2018.

## 5 BREVES CONCLUSÕES

Ao contrário, percebem agora que a exposição que os "influenciadores" fazem na internet é muito mais uma forma de ofuscar do que de revelar. Sua aparente "disponibilidade" para ouvir e conversar com os fãs-eleitores é totalmente fictícia. (...) Vale lembrar que influenciadores da internet são apaziguadores da solidão e falta de sentido da vida alheia. Sua força vem da indústria da carência criada pela internet, em que todos querem falar, mas poucos querem ouvir. O político-influenciador quer ocupar esse lugar impossível entre a fala e a escuta. (LEMOS, 2019)<sup>15</sup>

No recorte de análise circunscrito ao universo de vídeos compartilhados em grupos públicos monitorados pela ferramenta “Monitor de WhatsApp” foi possível identificar o paradoxo de um universo preche e autogestando imagens e sons de forma exponencial como um novo estatuto da fabulação e ficcionalização, ou o conceito de realidade capturado por uma massa multiforme de interações humanas, robóticas e mistas, instaurando o anverso do real num movimento de recursividade e contingência (HUI, 2019), que desestabiliza de forma efetiva o sistema convencional de comunicação e marketing político nas mídias digitais computacionais como operados na ecosfera da internet e suas caixas pretas, com potenciais e reais incidências nos processos de alternância e manutenção de sistemas de democracia representativa como instituídas no Brasil.

## Referências

BRUM, Eliane. **O homem mediano assume o poder**. São Paulo: El País, 2019. Disponível em <[https://brasil.elpais.com/brasil/2019/01/02/opinion/1546450311\\_448043.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2019/01/02/opinion/1546450311_448043.html)>. Acesso em 21 de janeiro de 2019.

HUI, Yuk. **Recursivity and Contingency**. London/New York: Rowman & Littlefield, 2019.

LEMOS, Ronaldo. **O desafio de governar com redes sociais**. São Paulo: Folha de São Paulo, 2019. Disponível em

---

<sup>15</sup> <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/ronaldolemos/2019/01/o-desafio-de-governar-com-redes-sociais.shtml> acesso em 22 de janeiro de 2019.

<<https://www1.folha.uol.com.br/colunas/ronaldolemos/2019/01/o-desafio-de-governar-com-redes-sociais.shtml>>. Acesso em 22 de janeiro de 2019.

RESENDE, G et al. **A System for Monitoring Public Political Groups in WhatsApp**. P. 1, *In Proceedings of the Brazilian Symposium on Multimedia and Web (WebMedia 2018)*. Salvador, Brazil. October, 2018. Disponível em <<https://www.eleicoesemfake.dcc.ufmg.br/?section=artigos>> Acesso em 01 de janeiro de 2019.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: ALEPH, 2009.

KIMBERLE, Crenshaw. **Demarginalizing the Intersection of Race and Sex: A Black Feminist Critique of Antidiscrimination Doctrine, Feminist Theory and Antiracist Politics**. Chicago: The University of Chicago Legal Forum, 1989.