

O poder técnico-informacional do WhatsApp em tempos de Covid-19

The technical-informational power of WhatsApp in the time of Covid-19

Lalita Kraus¹ⁱ

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2888-9457>

Alan Meira²ⁱⁱ

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9537-802X>

Matheus Barbosa³ⁱⁱⁱ

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5686-855X>

Recebido em: 12/01/2022. Aprovado em: 13/03/2022.

Resumo

O artigo tem como objeto de estudo a dinâmica informacional em grupos bolsonaristas no WhatsApp. Ao interpretar o aplicativo pela abordagem construtivista da tecnologia, reconhecemos que a dinâmica de apropriação pelos grupos é determinante para definir o direcionamento e a composição do fluxo informacional. Para tanto, no início da pandemia acompanhamos no aplicativo 63 grupos com o objetivo de avaliar seu poder político e informacional, observando o tipo de conteúdo informacional compartilhado e suas fontes. A investigação revela um conjunto de elementos sociotécnicos que explicam um sofisticado mecanismo de controle sistemático da informação que torna a racionalidade política populista mais sofisticada.

Palavras-chave: WhatsApp. Informação. Sociotécnico. Poder.

Abstract

The object of the present study is the informational dynamics of support groups for Bolsonaro in WhatsApp. When interpreting the application through the constructivist approach to technology, we recognize that the dynamics of appropriation by the groups is crucial to define the direction and composition of the informational flow. At the beginning of the pandemic, we followed 63 groups in the app with the aim of evaluating their political and informational power, observing the type of information content shared and its sources. The investigation reveals a set of sociotechnical elements that explain a sophisticated mechanism of systematic control of information that makes populist political rationality more sophisticated.

Keywords: Information. WhatsApp. Socio-technical. Power.

Introdução

O acesso à informação de qualidade é pilar fundamental de qualquer sistema democrático. Na última década o compartilhamento e o acesso a fontes de informação migraram de forma consistente para espaços digitais que exercem assim o poder de produção, direcionamento e disseminação de

¹ Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional. E-mail: lalitakraus@ippur.ufrj.br

² Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional, Universidade Federal do Rio de Janeiro. E-mail: alan.meira1@gmail.com

³ Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional, Universidade Federal do Rio de Janeiro. E-mail: matheusbarbosa2211@gmail.com

informações. No caso do WhatsApp, o potencial informacional é comprovado tanto pelo grande número de usuários quanto pela intensidade do uso diário. Sua popularização fez com que se tornasse um espaço privilegiado para a comunicação e a propaganda política. No Brasil, durante a campanha para as eleições presidenciais de 2018, o WhatsApp se transformou pela primeira vez em terreno de uma guerra informacional repleta de boatos, notícias falsas e ações difamatórias (BAPTISTA *et al.*, 2019; MAGENTA *et al.*, 2018).

Atualmente, o uso político do WhatsApp pode ser explorado por sua condição de canal direto de comunicação entre o aparato de propaganda de figuras políticas, como o atual presidente Jair Bolsonaro, e sua rede de apoiadores (CESARINO, 2019). Isso ganha relevância com a informação do Instituto Datafolha de que, às vésperas das eleições de 2018, 60% dos eleitores de Jair Bolsonaro se informavam pelo WhatsApp. Isso confere ao aplicativo um elevado poder informacional.

Durante a pandemia da covid-19 o WhatsApp se tornou um espaço em que circulavam conteúdos informacionais voltados para minimizar a gravidade da doença, descreditar as autoridades científicas e aumentar em meio à população a desconfiança quanto aos dados oficiais e às notícias divulgadas pela mídia. A pandemia avançou acompanhada pela “infodemia”, a proliferação do vírus da desinformação (CARDOSO; EVANGELISTA, 2020). Por isso, escolhemos como objeto de estudo a dinâmica informacional de grupos bolsonaristas no aplicativo no início da pandemia do novo coronavírus. O objetivo é contribuir com os estudos relativos à desinformação mediante uma análise do uso político do aplicativo e seu impacto no fluxo informacional, que caracterizamos pelo tipo de conteúdo informacional que circula e sua fonte. O tipo de informação e a identificação de sua fonte permitem evidenciar elementos centrais do processo de legitimação de uma determinada ideologia política.

O intuito não é, portanto, apresentar um estudo ilustrativo da desinformação acerca da covid-19, mas evidenciar o poder político e informacional do WhatsApp, valendo-se das informações acerca do coronavírus como um estudo de caso. Para tanto, interpretamos o aplicativo pela abordagem construtivista da tecnologia segundo a qual o desenvolvimento e uso da tecnologia é socialmente determinado. Nesse caso, a determinação social é conferida pela ação dos grupos investigados que por razões técnicas e sociais influenciam a dinâmica informacional. Nossa principal hipótese é de que a dinâmica de apropriação social do WhatsApp pelos grupos seja determinante para definir o direcionamento e a composição do fluxo informacional.

1 Apropriação social e controle da informação

Existe ampla literatura sobre a aplicação do WhatsApp na área da educação e da saúde, mas, apesar de relativamente abundantes, os estudos voltados para seu uso no debate político e no acesso

à informação (CARDOSO; EVANGELISTA, 2020; CHAGAS *et al.*, 2019; RESENDE *et al.*, 2019; PIAIA; ALVEZ, 2020), concentram-se em sua maioria na análise em períodos eleitorais. Entre os inúmeros estudos que foram publicados após a eclosão da pandemia, observamos investigações que focam em aspectos específicos da estrutura argumentativa acerca da covid-19, como o descrédito na ciência (GOULART; MASSUCHIN *et al.*, 2021) ou a narrativa da cloroquina (CARDOSO *et al.*, 2021). A presente pesquisa se insere no grupo de estudos que destacam a instrumentalização política do debate sobre covid-19 no WhatsApp (SOARES *et al.*, 2021).

Adotamos uma abordagem sociológica da tecnologia que permite incluir a análise de elementos relacionados aos contextos de desenvolvimento e de uso da tecnologia (PINCH; BIJKER, 1984). Dessa forma, propomos uma abordagem interpretativa que reconhece o caráter da tecnologia como sendo socialmente construída, superando a separação abstrata entre o âmbito técnico e social (LATOUR, 1994; SANTOS, 2013). O objetivo é desconstruir uma ideia positivista e tecnicista que levaria a considerar o WhatsApp mero aplicativo de mensagens, privado e controlado pelo usuário. Como qualquer tecnologia ele tem, embutidos, história e contexto, e não apenas no momento de seu desenvolvimento, mas também nas maneiras como é implementado e utilizado. É, assim, maleável em sua capacidade de adaptar-se a determinadas condições históricas, materializando as dinâmicas sociais de um determinado momento e definindo processos de apropriação social da tecnologia.

Significa propor uma adequação sociotécnica que busca explicar as relações como simultaneamente sociais e técnicas, na medida em que o técnico é socialmente construído e o social é tecnicamente mediado. Essa abordagem sociotécnica permite explicar o fenômeno informacional no WhatsApp.

Nesse sentido, identificamos alguns dos grupos relevantes para a compreensão da dinâmica informacional na rede bolsonarista: os produtores de conteúdo, os grupos militantes e outros grupos. No ponto inicial de nossa pesquisa nos voltamos para os grupos militantes bolsonaristas que se organizam como verdadeiros ativistas digitais. Trata-se dos responsáveis pelo compartilhamento sistemático e pelo processo de viralização dos conteúdos, previamente elaborados pelos produtores de conteúdo e por eles divulgados em sites, redes sociais, mídias, entre outros canais. Muitas vezes, são produtores profissionais que, fazendo curadoria de seu próprio conteúdo, sem mediação, buscam a viralização com fins econômicos e políticos. Assim, devemos pensar o WhatsApp como um canal de disparo, divulgação e compartilhamento de conteúdo dentro de uma dinâmica multiplataforma em que os fluxos não são necessariamente aleatórios e espontâneos, mas podem resultar de estratégias econômicas e políticas.

Como última fase da viralização, o conteúdo impulsionado pelos grupos militantes alcança o nível de capilaridade, chegando a diferentes grupos e usuários. A dinâmica entre esses grupos relevantes permite que o fluxo informacional se sustente num sistema de distribuição de informações

em rede que dificulta a identificação da origem do conteúdo, assim como o controle e o rastreamento de seu fluxo.

Essa breve descrição da dinâmica social mostra um uso do aplicativo moldado pela ação e pelos interesses de grupos sociais. Essa dinâmica configura, assim, um espaço técnico-informacional em que a circulação e o fluxo informacional são determinados por um conjunto de ações políticas mediadas tecnicamente (SANTOS, 2013). Esse fluxo estabelece um espaço de socialização em que se unem e mobilizam forças mediante a construção de sentidos e a fabricação do consenso, aspectos que podem funcionar como legitimadores de uma determinada ideologia política (GRAMSCI, 1975; MANN *et al.*, 2003).

Nesse processo, um acontecimento catastrófico como a pandemia da covid-19 pode ser instrumentalizado com fins políticos. Nesse processo a informação pode ser, não apenas não verídica ou distorcida, mas componente central de estratégias intencionais de manipulação da opinião pública para legitimar e manter uma posição de poder. Nesse sentido, visando atender com mais precisão à finalidade da presente pesquisa, adotamos o conceito de desinformação (COMISSÃO EUROPEIA, 2017; BANJI; BATH, 2018). Interpretamos a desinformação como um conjunto de práticas comunicacionais deliberadas e orquestradas para confundir ou manipular pessoas, cuja tática consiste em criar e deslegitimar supostos inimigos, fomentar a raiva e o sentimento de revolta.

Resumindo, explicaremos a dinâmica informacional nos grupos, focando no tipo de informações e nas suas fontes, mediante uma abordagem sociotécnica que explique o uso político do aplicativo.

2 Metodologia

Com o intuito de compreender de que forma o artefato WhatsApp afeta a circulação de informação, entre fevereiro e abril de 2020 acompanhamos no aplicativo 63 grupos bolsonaristas. O recorte temporal se justifica por ser o início da pandemia no Brasil e da circulação sistemática de informações sobre o coronavírus. No respeito das normas éticas de pesquisa, acessamos os grupos por meio de links públicos, mas, como a pesquisa lida com dados privados, não será apresentada nenhuma informação referente aos grupos ou usuários, senão em nível agregado. Assim como previsto pela Resolução n. 510 do Conselho Nacional de Saúde⁴, implementamos uma pesquisa encoberta como única forma possível de condução do estudo, já que pedir o consentimento aos membros dos grupos inviabilizaria a permanência nos grupos e conseqüentemente a pesquisa.

A pesquisa pretende responder a duas perguntas norteadoras – que tipos de informação

⁴Disponível em: https://bvsmms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/cns/2016/res0510_07_04_2016.html

circulam acerca do coronavírus? Quais são as principais fontes de informação? –, o que permitirá qualificar a dinâmica e fluxo informacional a partir dos compartilhamentos relativos à covid-19. Para tanto, a partir da metodologia proposta em outros estudos (CHAGAS *et al.*, 2019; MACHADO *et al.*, 2018; MAGENTA *et al.*, 2018), optamos por realizar uma análise qualitativa e quantitativa das conversas, tendo sido, para tanto, realizadas as seguintes etapas metodológicas:

- O ponto de partida foi a entrada no grupo 1 em janeiro de 2020. Foi escolhido um grupo com link de acesso público que contivesse o nome do presidente Bolsonaro.
- Implementando a técnica da bola de neve, acessamos novos grupos pelos links de convite postados frequentemente pelos membros. O uso dessa estratégia possibilita definir um banco de dados de grupos com certa afinidade ideológica. Em poucas semanas, foi possível entrar em mais de 170 deles. Esses grupos representam um fragmento da rede bolsonarista, pois a natureza do aplicativo impede um mapeamento completo de todos os grupos públicos de apoiadores.
- Selecionamos 63 grupos após filtrar os grupos políticos militantes com publicações diárias superior a 200 mensagens e que, pelo nome e pela descrição do grupo, manifestam declaradamente apoio ao Bolsonaro.
- Com frequência semanal, exportamos todas as conversas dos grupos nos meses de fevereiro, março e abril de 2020, mediante a função do aplicativo “exportar conversa”. Optamos por acompanhar a atividade dos grupos, analisando as mensagens textuais (mensagens, notícias e comentários), já que se trata do tipo de conteúdo predominante no aplicativo. A junção de todas as conversas constitui o *dataset* da pesquisa.
- Formulamos as categorias e os códigos para a análise das mensagens. No específico, foram criados códigos para qualificar duas categorias interpretativas da informação compartilhada: natureza do conteúdo informacional (tabela 1) e tipo de fonte (tabela 2). Os códigos foram escolhidos a partir da categorização definida em outros estudos (Machado *et al.*, 2018; Tomaél *et al.*, 2008) e sucessivamente adaptados ao objeto de nossa análise. A tabela 1 resume os códigos que definem a natureza e caracterizam o teor do conteúdo informacional compartilhado nos grupos. A tabela 2 sintetiza os códigos que qualificam o lugar de origem e de produção desse conteúdo.
- Efetuamos a análise do *dataset* pelo software Atlas.ti. Primeiro, foram filtradas as mensagens que continham a palavra-chave “corona” ou “vírus”, possibilitando a seleção de 27.820 mensagens. Para cada mensagem foram designados manualmente dois códigos, um para cada categoria interpretativa. É necessário esclarecer que, em relação à categoria “natureza do conteúdo”, embora muitas vezes mais de um código possa ser atribuído a uma mensagem, a

designação foi decidida com o intuito de destacar a característica mais marcante do conteúdo. Após o processo de codificação do *dataset*, quantificamos o peso de cada código para apresentar os conteúdos e as fontes mais significativas. Ao mesmo tempo, apontamos elementos sociotécnicos para explicar tais resultados.

Tabela 1 – Códigos: tipo de conteúdo informacional

Conspiratório	Remete às principais correntes conspiracionistas
Sensacionalista	Usa linguagem alarmista e provocativa, assim como informações distorcidas
Desabonador	Desacredita opositores políticos
Militante	Apoia alguma ação ou postura do presidente
<i>Fake</i>	Apresenta conteúdo falso sob a forma de notícia
Preconceituoso	Divulga conteúdo de ódio voltado para grupos específicos e minorias
Pseudocientífico	Divulga informações sem comprovação científica
Religioso	Refere-se a práticas e crenças religiosas
Noticioso	Divulga conteúdo informacional que não apresenta alguma das demais características

Fonte: Dados da pesquisa

Tabela 2 – Códigos: fonte do conteúdo informacional

Mídia	Mídia hegemônica	Âmbito do setor midiático profissional tradicional e de grandes grupos midiáticos
	Mídia hegemônica internacional	
Política	Especialistas	Conteúdo oriundo de estudos acadêmicos e de instituições de pesquisa
	Governo	Conteúdo publicado por instituições governamentais e públicas
	Partido político e políticos	Conteúdo oficial produzido por partidos políticos e políticos, incluindo as redes sociais
Sites	<i>Jwsk</i> local	Fontes que divulgam informações distorcidas e incorretas de teor predominantemente sensacionalista, provocativo e conspiratório. São incluídas fontes que: 1) não adotam requisitos mínimos de profissionalismo jornalístico, tais como a inclusão dos nomes dos jornalistas e do corpo editorial, informações acerca do contato e da sede; 2) usam predominantemente linguagem sensacionalista e excessiva; 3) divulgam conteúdo não verídico apresentando fontes não confiáveis. Os adjetivos “local, nacional e internacional” definem a escala dos fatos apresentados. Por exemplo, o site <i>jwsk</i> local divulga informações relativas a acontecimentos na escala local (bairro, município e estado).
	<i>Jwsk</i> nacional	
	<i>Jwsk</i> internacional	
	<i>Site</i> político	
	<i>Site</i> político local	
	<i>Site</i> pró-governo	
Mídias sociais	Páginas Facebook e canais Youtube	
Sem fonte	Não aparece fonte específica. Pode se tratar de mensagem escrita pelos membros do grupo ou, como acontece frequentemente, mensagem encaminhada	

Fonte: Dados da pesquisa

3 Ecossistema sociotécnico da desinformação



No WhatsApp encontramos grupos com uma intensa circulação de mensagens, entre 200 e 1000 por dia, e com membros de diferentes estados do país. Isso se deve, em parte, ao fato que existe uma sofisticada estratégia de difusão em rede mediante a profusão de convites para integrar grupos semelhantes. Observamos que alguns perfis, muitos dos quais administradores, participam de diversos grupos, mostrando uma hipotética rede organizada de grupos interconectados. É interessante observar que a maioria dos administradores usam chips da região Centro-Oeste e Sudeste, mostrando uma hipotética mobilização concentrada nesses territórios.

Essa complexa organização em rede provoca, mais do que a criação de um espaço de diálogo e troca de opiniões, uma intensa dinâmica de recepção e compartilhamento de conteúdo. Em muitos grupos assistimos apenas a um compartilhamento sistemático, desprovido de debate ou qualquer tipo de diálogo. Isso se reflete na coerência dos temas abordados, por meio das mesmas mensagens que se repetem de forma sistêmica nos grupos, e na consonância temporal, quando, por exemplo, o foco dos ataques e o tema de indignação mudam de forma orquestrada simultaneamente em todos os grupos. Assim, os grupos se apresentam como verdadeiros canais de difusão, definidos como câmaras de eco (Evangelista, Bruno, 2019; Resende *et al.*, 2019), em que observamos um fluxo estonteante de mensagens, chegando a mais de mil por dia.

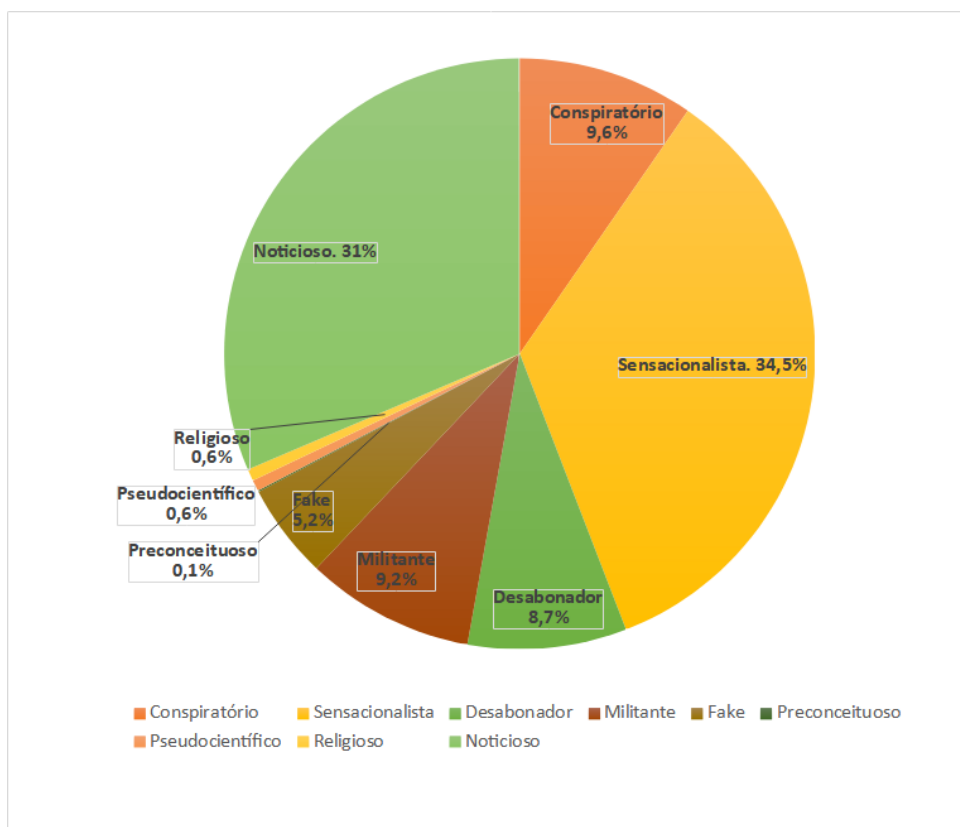
Essa dinâmica informacional revela a potencialidade do WhatsApp enquanto espaço em que, mediante iniciativas de compartilhamento de conteúdo que são moleculares e pulverizadas nos grupos, podem se legitimar visões de mundo e posicionamentos políticos. Assim, os grupos conectados operariam como uma infraestrutura sociotécnica para a circulação de informação e a construção hegemônica, funcionando como caixas de ressonância na esfera pública.

O primeiro passo para desvendar esse processo de construção ideológica foi a representação de uma nuvem de palavras com os nomes dos grupos (imagem 1). Em sua visualização, cada palavra tem seu tamanho motivado pelo número de ocorrências, revelando os temas que mobilizam, assim como as características do fenômeno político que explica a criação de tais grupos.

Acreditamos que a imagem revele características do fenômeno do populismo digital, tal como definido por Leticia Cesarino (2018, 2019). Por se tratar de grupos que apoiam o presidente Bolsonaro, não surpreende encontrar entre as palavras mais citadas “Bolsonaro”, “messias” e “capitão”. Elas expressam a veneração e a identificação com uma figura política que representaria o povo, um líder que encarna a vontade popular e suas reivindicações (CESARINO, 2018). Por isso, na imagem são representadas expressões como “aliança” e “somos todos”, que exprimem união em defesa de um projeto de nação para o “Brasil acima de tudo” e a “pátria amada”.

Imagem 1 – Nomes dos grupos em formato nuvem de palavras





Fonte: elaboração do autor

O conteúdo que se caracteriza predominantemente como religioso e preconceituoso não mobilizou significativamente a informação relativa à covid-19. Surpreendentemente, podemos afirmar o mesmo acerca de informações pseudocientíficas, que constituem apenas o 0,6% das mensagens analisadas.

É interessante observar que 31,4% do conteúdo foi categorizado como notícia, quando retirado da mídia tradicional. Isso não significa que informações jornalísticas e factuais se tornem conteúdo mobilizador nos grupos, uma vez que, na maioria dos casos, a notícia é reinterpretada e distorcida mediante comentários dos usuários. No dia 12 de março de 2020, a notícia da revista Exame intitulada “China declara o fim do pico do coronavírus. Mundo tem mais de 430.000 casos”⁵, por exemplo, é usada como prova do fato de que a China teria inferido um “golpe de mestre” criando a doença para desestabilizar o mercado global e recolocar no mercado os seus produtos com preços mais caros⁶. Dessa forma, as notícias da mídia tradicional são reinterpretadas para sustentar as ações do governo que, desde o início da pandemia, aderiu a um discurso antiChina.

Além das notícias comentadas, existe também um tipo de conteúdo militante que categorizamos como de apoio político explícito. Nesse sentido, é comum observar a circulação de longas listas de ações positivas do governo, desprovidas de qualquer fonte, descontextualizadas e simplificadas. Na última

⁵ <https://exame.com/mundo/china-anuncia-fim-do-pico-de-casos-de-coronavirus-mundo-tem-127-mil>

⁶ Grupo 10, 12, 15, 18, 19, 25, 28, 29, 30, 45, 47, 48, 19 mar. 2020.

semana de março de 2020, uma das listas mais compartilhadas, intitulada “outras coisinhas que o governo brasileiro tem feito para evitar não somente o caos na saúde, mas também na economia e no social”⁷, reproduzia um elenco de ações do governo postado pelo vereador Carlos Bolsonaro no Twitter e divulgado pelo site ConexãoPolítica. O intuito seria apoiar a posição do governo contrária a medidas restritivas, como o lockdown, já que “parar o país por 30 dias é gerar um caos econômico e matar de fome milhares de famílias de autônomos, mais que isso, vai faltar dinheiro, inclusive, para funcionários públicos e aposentados”⁸.

A predominância de conteúdo conspiratório (9,6%), desabonador (8,7%) e sensacionalista (34,5%) mostra a construção permanente da união dos adeptos contra os inimigos que ameaçariam a ordem instituída pelo líder Bolsonaro. Proliferaram mensagens relativas à conspiração chinesa que, a partir de informações ou correlações falaciosas, apontariam a criação do novo coronavírus para finalidades políticas e econômicas, já que, por exemplo, “o vírus Corona se originou da cidade de Wuhan, na China, e agora chegou a todos os cantos do mundo, mas esse vírus não atingiu a capital da China [...] por que? [...] Quaisquer que sejam essas coisas, elas apenas apontam para uma coisa: o corona é uma arma bioquímica da China, que a China deixou para destruição no mundo!”⁹ Não faltam também especulações conspiratórias acerca de um hipotético projeto de expansão globalista comunista para submeter e escravizar o mundo.

Os conteúdos que se caracterizam como de ataque e descrédito são direcionados a figuras ou instituições consolidadas que passam a ser vistas como locais de privilégio e de corrupção, instituindo-se como obstáculos para uma “nova” política. Por um lado, os alvos individuais mudam sempre que há questionamentos às ações do governo, dependendo então da conjuntura política do momento. No dia 16 de abril, viralizaram mensagens que reproduzem e ecoam as falas do presidente em resposta às críticas proferidas por Rodrigo Maia, que declarou publicamente ser insuficiente o repasse, proposto pelo governo para estados e municípios. Assim, proliferaram mensagens que apontam que “Rodrigo Maia quer quebrar o país”, “esse canalha [Maia] junto com os Governadores no fundo está mesmo querendo causar o caos para depois colocar a culpa no Presidente. Ele se acha experto, mas o Presidente deixou bem claro que não vai fazer o que o corrupto quer”¹⁰. A troca de mensagens se intensifica conforme o governo é questionado e confrontado por situações difíceis, reforçando a ideia de que os grupos funcionam como “câmaras de eco”. Por outro lado, os alvos institucionais se mantêm constantes, como o Partido dos Trabalhadores, a Globo e o Supremo Tribunal Federal, assim como mostrado pela seguinte mensagem: “Sabe aquele hospital que não foi construído para fazer a

⁷Grupo 3, 18, 19, 25, 28, 29,, 56, 58, 60, 01 abr. 2020.

⁸Grupo 3, 11, 14, 19, 21, 27, 28, 34, 35, 40, 43, 42, 48, 01 abr. 2020.

⁹Grupo 20, 10 mar. 2020.

¹⁰Grupo 19, 20, 23 e 24, 16 abr. 2020

Copa do Mundo? [...] Sabe aquele hospital que não foi construído porque o dinheiro foi usado para fazer Porto em CUBA e financiar ditaduras? VAI FAZER FALTA AGORA! E a culpa é do PT que roubou! É a culpa do congresso que se corrompeu! É culpa do STF que não pune ninguém!”¹¹.

Os conteúdos de ambas as categorias, conspiracionista e desabonador, conseguem capturar e mobilizar sentimentos de insatisfação e de desconfiança política mediante a simplificação do espaço político e a divisão antagônica entre o “povo”, representado pelos apoiadores do líder Bolsonaro, e seu “outro”, representado pela ordem global e por instituições econômicas e políticas. O “outro” significaria, assim, um poder excludente e explorador que deve ser derrotado para a plena realização do poder popular e o estabelecimento de uma nova ordem.

Dessa forma, os grupos de WhatsApp constituem um espaço de construção e unificação simbólica do “povo” e do “outro” (LACLAU, 2013). Tal dinâmica é facilitada pelo caráter digital do aplicativo que produz diferença e polarização por meio das bolhas digitais (GERBAUDO, 2018). Dentro do grupo-bolha é possível articular identidades heterogêneas, originalmente desconectadas e que não são diretamente contempladas pelo establishment político (CESARINO, 2019). Essas identidades desenvolvem nos grupos um sentimento de pertencimento, a partir da construção simbólica do “povo” ao qual se sentem pertencentes. Tal construção constitui então um objeto de investimento hegemônico, posto que é o que articula e mobiliza a rede ativista bolsonarista. Isso explica, em parte, a dinâmica de compartilhamento e viralização de conteúdo enganoso e sem fonte, pois é aquilo que alimenta continuamente o sentimento de pertencimento via progressiva confirmação e exacerbação de posicionamentos ideológicos (PARISIER, 2010). Além disso, a confiança e o sentido de comunidade nos grupos afetam positivamente a percepção de credibilidade das notícias compartilhadas.

Nesse processo de construção identitária, a linguagem se torna uma ferramenta essencial para ativar símbolos de pertencimento, por meio da instrumentalização de sentimentos de insatisfação e da exaltação da esfera emocional, que contribuem para a construção simbólica das categorias “povo” e “outro”. A teatralidade e a espetacularidade, próprias de conteúdos sensacionalistas, corroboram então esse processo. Identificamos como sensacionalistas as mensagens que usam títulos e frases enfáticas e apelativas, tais como “Alerta pessoal”, “Urgente”, “notícia que acabou de sair do forno”, com o intuito de causar fortes reações. No dia 18 de março viralizou uma mensagem que pretendia revelar que “as secretarias de saúde dos estados cujos governadores na sua grande maioria são contra o governo Bolsonaro tem até 24hs para informar novos casos do coronavírus. Fiquei sabendo na boca miúda que as tais secretarias seguraram casos ocorridos anterior às manifestações e por ocasião do carnaval para divulgá-las somente depois das manifestações objetivando jogar o ônus no colo do

¹¹Grupo 6,7, 9, 11, 12, 19, 20, 25, 26, 30 e 35.

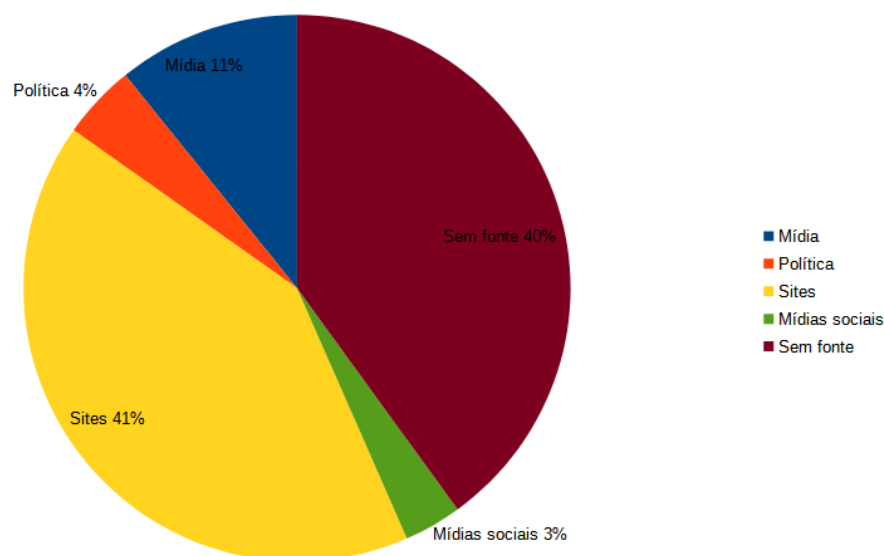
presidente”¹². É evidente a intenção de provocar um estado de desaprovação e, ao mesmo tempo, de íntima revelação. Envolve, muitas vezes, apelos emotivos, provocados por reflexões simplistas, reducionistas e falsas, mas com grande capacidade mobilizadora. Segundo o estudo de Vasoughi, Roy e Aral (2018), mensagens distorcidas e sensacionalistas se difundem de forma mais ampla, mais profunda e com mais velocidade, devido às reações emocionais envolvidas que levam ao compartilhamento reativo.

As características sociotécnicas apresentadas, sobretudo o sentido de pertencimento e de confiança existente nos grupos, possibilitam a circulação de qualquer tipo de conteúdo, mesmo sem a pretensão de aparecer como notícias verdadeiras. Por isso, nessa dinâmica informacional, as *fake news* possuem peso menor (5,2%) do que conteúdos distorcidos e alarmista sem fonte confiável.

3.2 Controle das fontes informacionais

Com a finalidade de qualificar o ecossistema da desinformação, investigamos as fontes do conteúdo apresentado na seção anterior (figura 2).

Figura 2 – Fontes do conteúdo informacional



Fonte: elaboração do autor

A figura 2 mostra que fontes não oficiais, tais como conteúdo sem fonte e oriundo de sites, são responsáveis por 81,4% do conteúdo compartilhado nos grupos acerca da covid-19, enquanto fontes oficiais, como a mídia tradicional e fontes políticas, respondem por 15,2% do conteúdo. Esse

¹²Grupo 30, 18 mar. 2020.

resultado corrobora a ideia de que as plataformas digitais constituem “os novos gatekeepers” (BELL, OWEN, 2018), mesmo sem garantir padrões de reportagem, verificação de informações e fontes ou compromisso com a ética. Na pesquisa conseguimos identificar 430 sites, incluindo sites que divulgam matérias claramente sensacionalistas, conspiratórias e falsas, como *www.informal.com.br* e *www.megaatualizado.com/*. Encontramos também sites que, com a pretensão de simular um portal de mídia profissional, mascaram na verdade blogs de opinião geridos por indivíduos ou grupos que divulgam informações falsas e tendenciosas. Entre os mais citados encontramos o portal Conexão Política, Jornal da Cidade Online, Renova Mídia e Revista Oeste.

A predominância de fontes não confiáveis é, em parte, resultado da cruzada populista contra a mídia tradicional do presidente Bolsonaro e do eco gerado nos grupos que, frequentemente, fazem as mensagens ser acompanhadas por frases como “Tenho certeza que vocês não estão vendo isto nos noticiários” ou “#GLOBOLIXO”: o tempo todo alienando pessoas com falácias e má interpretação do que ouvem”. Por um lado, esses dados indicam uma cultura antiestablishment, que se reflete no declínio da confiança na grande mídia (NIELSEN *et al.*, 2019). Podemos por outro lado, identificar um conjunto de fatores sociotécnicos que explicam essa composição das fontes de informação.

A proliferação de inúmeros sites que produzem e divulgam conteúdo é devida à existência de uma poderosa indústria de desinformação composta por atores que obtêm alta lucratividade veiculando notícias falsas, sensacionalistas ou distorcidas. Trata-se de conteúdos que geram mais cliques em seu lugar de origem (ALLCOTT; GENTZKOW, 2017) e automaticamente maior exposição à propaganda que gera renda por meio de ferramentas como o Google AdSense (GHEDIN *et al.*, 2019). Além disso, utilizam estratégias profissionais para aumentar o alcance das publicações e conseguir melhor colocação nos mecanismos de busca da web.

O modelo de negócio baseado na propaganda incentiva uma cadeia de produção e distribuição de conteúdos falsos e enganosos (EVANGELISTA, 2019; GHEDIN *et al.*, 2019). Nesse processo o WhatsApp se torna um espaço fundamental de capilaridade desses conteúdos, que, junto com a checagem frequente que caracteriza o padrão de uso do aplicativo, gera constante mobilização dos grupos e garante a continuidade da construção política envolvida.

A natureza do aplicativo, que funciona por redes pessoais e iniciativa individual, não sendo aberto à interação pública, faz com que os grupos se apresentem como canais exclusivos, espontâneos e horizontais. Cria-se uma falsa percepção de ausência de mediação e um efeito de aproximação que leva a perceber os conteúdos como oriundos de uma fonte confiável. Além disso, da percepção de proximidade e confiança decorre a crença de que não se apresentem como portadores de visões e interesses específicos.

Dessa forma, são invisibilizadas as possíveis estratégias de manipulação, tais como o impulsionamento de conteúdo voltado para influenciar o debate e a opinião dos usuários. Ao longo

da pesquisa, por exemplo, observamos que o mesmo número de telefone era administrador de vários grupos, indicando a existência de uma possível estratégia orquestrada de divulgação. Isso é parcialmente confirmado, por um lado, pelo fato de que muitas vezes os administradores são os responsáveis pelo envio da maioria das mensagens, revelando clara intencionalidade de exercer influência. Por outro lado, identificamos ligação entre alguns administradores e sites específicos uma vez que alguns grupos são utilizados principalmente para a difusão de conteúdo oriundo de um ou poucos sites. Essas possíveis estratégias de propaganda e de marketing revelam interesses ocultos, que determinam o tipo de conteúdo que circula nos grupos, mas que não necessariamente são percebidos pelos usuários.

Assim, se por um lado o WhatsApp opera segundo uma lógica de descentralização e controle por parte do usuário, por outro, pode ser um canal de disseminação e compartilhamento de conteúdo que é centralmente produzido, mas que se beneficia da dinâmica descentralizada e da suposta liberdade individual para garantir a viralização e a capilaridade do conteúdo.

4 Considerações finais

A investigação revela um sofisticado mecanismo de controle sistemático da informação, que se manifesta pela natureza e pelas fontes das informações que circulam acerca da covid-19 no início da pandemia. O tipo de informação difundida e compartilhada é fortemente distorcido e oriundo de fontes não confiáveis. Isso reflete a materialização de condições históricas e contextuais que definem o uso do WhatsApp pelos grupos bolsonaristas para a manutenção do poder do governo, incluindo a legitimação de sua pauta negacionista no enfrentamento da covid-19. A estrutura argumentativa da rede ecoa as falas e ações do governo em prol da reabertura econômica, do afrouxamento do isolamento e do questionamento da ciência, prejudicando a realização de medidas reais de enfrentamento da pandemia. Tratar-se-ia, assim, da instrumentalização ideológica da pandemia para a mobilização de forças em defesa de um projeto político de manutenção do poder.

Podemos interpretar os resultados da pesquisa como reflexo de uma forma de sujeição e de exercício do poder, que é alimentada pelas qualidades sociotécnicas do aplicativo. No WhatsApp observamos uma estrita interligação entre uma lógica de controle e uma percepção de autonomia por parte dos grupos. Os mecanismos de controle agem segundo uma lógica vertical que prescinde das vontades individuais quando, por exemplo, a dinâmica informacional revela um aplicativo que pode ser centralizado e controlado politicamente, sobretudo no lugar de origem do conteúdo. Essa lógica explora a organização descentralizada em rede e a falsa percepção de autonomia dos grupos que, agindo como entidades independentes, possibilitam o compartilhamento e a viralização.

Os grupos se mobilizam tornando o WhatsApp um espaço de ativismo político em que as

pessoas se sentem livres e pertencentes a uma comunidade. Nos grupos se efetiva um sentimento de liberdade quando os membros comunicam, se expressam e se relacionam com quem compartilha as mesmas crenças. Esse sentimento de liberdade, assim como todo um conjunto de emoções (desconfiança institucional, medo, indignação etc.), é explorado levando ao incessante compartilhamento que alimenta a máquina de fabricação social do consenso.

A dinâmica de apropriação social do aplicativo por parte de grupos bolsonaristas revela, assim, uma lógica de controle, que pode ser exercida sem explícita coerção, mas, ao contrário, assume uma forma permissiva quando os membros dos grupos se sentem autônomos e independentes no processo de manifestação de apoio e consenso. Opera, assim, um tipo de poder que busca ativar, motivar e mobilizar, plasmando a psique, em vez de a dominar, sendo mais sedutor que repressor. Acreditamos, portanto, que o WhatsApp se tornou um espaço privilegiado de efetivação de um tipo de poder que sofisticou ainda mais a lógica política populista com sua própria racionalidade.

Referências

ALLCOTT, H.; GENTZKOW, M. Social Media and Fake News in the 2016 Election. **Journal of Economic Perspectives**, v. 31, n. 2, p. 211–236, 2017. Disponível em: <https://web.stanford.edu/~gentzkow/research/fakenews.pdf>. Acesso em: 5 nov. 2019.

BAPTISTA, E.; ROSSINI, P.; OLIVEIRA, V.; STROMER-GALLEY, JENNIFER. A circulação da (des)informação política no WhatsApp e no Facebook. **Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação PPGCOM-UFJF**, Juiz de Fora, v. 13, n. 3, p. 29 a 46, dez. 2019.

BELL, E.; OWEN, T. **The Platform Press: how silicon valley reengineered journalism**. **Tow Center for Digital Journalism**, 2017. Disponível em:

<https://www.cjr.org/tow_center_reports/platform-press-how-silicon-valley-reengineered-journalism.php>. Acesso em: 29 mar. 2018.

CARDOSO, B.; EVANGELISTA, R. **O vírus segundo o WhatsApp: desinformação e morte no Brasil de Bolsonaro**. [S.I.], Lavits, 2020.

Disponível em: https://lavits.org/o-virus-segundo-o-whatsapp-desinformacao-e-morte-no-brasil-de-bolsonaro/?lang=pt_. Acesso em: 30 nov. 2020.

CARDOSO, T.; GOMES, R. C.L.F.; NAKAGAWA, F. S. ; NAKAGAWA, R. M. A pílula mágica da gripezinha: a narrativa da cloroquina nos grupos bolsonaristas de WhatsApp durante a pandemia de Covid-19. **Revista Fronteiras**, v.23, n.2, 2021. Disponível em:

<http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/22582/60748726>. Acesso em: 10 dez. 2021.

CESARINO, L. **Populismo digital: roteiro inicial para um conceito, a partir de um estudo de caso da campanha eleitoral de 2018**. [S.l.: s.n.], dez. 2018. Disponível em:

https://www.academia.edu/38061666/Populismo_digital_roteiro_inicial_para_um_conceito_a_partir_de_um_estudo_de_caso_da_campanha_eleitoral_de_2018_manuscrito. Acesso em: 30 mar. 2020.

CESARINO, L. On digital populism in Brazil. **The journal of the Association for Political and Legal Anthropology**, 2019. Disponível em: <<https://polarjournal.org/2019/04/15/on-jair-bolsonaros-digital-populism/>>. Acesso em: 18 de setembro de 2019.

CHAGAS, V.; MODESTO, M.; MAGALHÃES, D. **O Brasil vai virar Venezuela: medo, memes e enquadramentos emocionais no WhatsApp pró-Bolsonaro.** *Esferas*, Brasília, n. 14, p. 1-17, 2019. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.31501/esf.v0i14.10374> >. Acesso em: 10 fev. 2020.

COMMISSÃO EUROPEIA. **Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making.** [S.I.], set. 2017. Disponível em : <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>. Acesso em: 10 fev. 2020.

EVANGELISTA, R. Mentiras lucrativas: modelos de negócio da web exploram radicalismos e ameaçam democracias. **Revista Eletrônica de Jornalismo Científico.** Campinas. Dossiê 210, 2019. Disponível em: <http://www.comciencia.br/mentiras-lucrativas-modelos-de-negocio-da-web-exploram-radicalismos-e-ameacam-democracias/>. Acesso em: 10 fev. 2020.

GERBAUDO, P. Social media and populism: an elective affinity? **Media, Culture & Society**, 40, 5, p.1–9, maio 2018. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0163443718772192> . Acesso em: 10 mar. 2020.

GHEDIN, R.; DIAS, T.; RIBEIRO, P. V. Granas por cliques. Fake news a R\$ 25 mil por mês: como o Google treinou e enriqueceu blogueiros antipetistas. **The Intercept Brasil**, nov. 2019. Disponível em: <https://theintercept.com/2019/11/19/fake-news-google-blogueiros-antipetistas/>. Acesso em: 10 fev. 2020.

GOULART MASSUCHIN, M.; QUESADA TAVARES, C.; BATISTA MITOZO, I.; CARNEIRO DE SOUZA CHAGAS, V.H.. A estrutura argumentativa do descrédito na ciência: uma análise de mensagens de grupos bolsonaristas de WhatsApp na pandemia da COVID-19. **Revista Fronteiras.** Mai-ago 2021, Vol. 23 Issue 2, p160-174. 2021. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/22587>. Acesso em: 10 dez. 2021.

GRAMSCI, A. **Quaderni del carcere.** Turim: Einaudi, 1975.

LACLAU, E. **A Razão Populista.**, São Paulo: Três Estrelas, 2013.

LATOUR, B. **Jamais fomos modernos: ensaio de antropologia simétrica.** Rio de Janeiro: Editora 34, 1994.

MACHADO, C.; KIRA B.; HIRSCH, G.; MARCHAL, N.; KOLLANYI, B.; HOWARD, N, P; LEDERER, T.; BARASH, V. **News and Political Information Consumption in Brazil: Mapping the First Round of the 2018 Brazilian Presidential Election on Twitter.** Computational Propaganda Project, 05 Outubro, 2018.

MAGENTA, M.; GRAGNANI, J.; SOUZA, F. How WhatsApp is being abused in Brazil's elections. **BBC**, 24, Outubro 2018. Disponível em: <https://www.bbc.com/news/technology-45956557>. Acesso em: 30 jan. 2020.

MANN, D.; SUTTON, M.; TUFFIN, R. The Evolution of Hate: Social Dynamics in White Racist Newsgroups. **Internet Journal of Criminology**, 2003. Disponível em <http://irep.ntu.ac.uk/id/eprint/10080/>. Acesso em: 30 jan. 2020.

NARAYANAN, V.; BARASH, V., KELLY, J, KOLLANYI, B, NEUDERT, L, M, HOWARD, P, N. **Polarization, Partisanship and Junk News Consumption over Social Media in the US.** Oxford Internet Institute, Feb. 2018.

HOWARD, P. N.; WOOLLEY, S.; R. CALO. Algorithms, bots, and political communication in the us 2016 election: the challenge of automated political communication for election law and administration. **Journal of Information Technology & Politics**, p. 1–13, Apr. 2018.

NIELSEN, R, K; NEWMAN, N; FLETCHER, R; KALOGEROPOULOS, A. **Digital News Report**, 2019. Oxford, UK: Reuters Institute for the Study of Journalism, 2019. Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/digital-news-report-2019>. Acesso em: 5 nov. 2019.

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

PIAIA, V.; ALVES, M. Opening the black box: exploratory analysis of the Bolsonaro network on WhatsApp. **Intercom, Rev. Bras. Ciênc. Comun.** v. 43, n. 3, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1809-5844202037>. Acesso em: 5 jan. 2021.

PINCH, T.; BIJKER, W. The Social Construction of Facts and Artifacts: Or How the Sociology of Science and the Sociology of Technology Might Benefit Each Other. *In*: PINCH, T.; BIJKER, W.; HIGHERS, T, P. **The Social Construction of Social. New direction in the Sociology and Technology**. Cambridge, MIT Press, p. 11-44.

RESENDE, G; MELO, P.; SOUSA, H.; MESSIAS, J.; VASCONCELO, M.; ALMEIDA, J.; BENEVENUTO, F. **(Mis)Information Dissemination in WhatsApp: Gathering, Analyzing and Countermeasures**. Trabalho apresentado na IW3C2 (International World Wide Web Conference Committee). May, 2019. DOI: <https://doi.org/10.1145/3308558.3313688>

SANTOS, M. **Técnica, Espaço, Tempo: Globalização e Meio Técnico-Científico-Informacional**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1990.

SOARES, F. B., RECUERO, R., VOLCAN, T., FAGUNDES, G., & SODRÉ, G.. Desinformação sobre o Covid-19 no WhatsApp: a pandemia enquadrada como debate político. **Ciência Da Informação Em Revista**, v. 8, n. 1, pp. 74–94, 2021. DOI: <https://doi.org/10.28998/cirev.2021v8n1e>

TOMAÉL, M. I.; ALCARÁ, A. R.; SILVA, T. E. Fontes de Informação na Internet: critérios de qualidade. *In*: TOMAÉL, M. I. (Org.) **Fontes de Informação na Internet**. Londrina : EDUEL, 2008. Cap. 1, p.3-28.

VOSOUGHI, S., ROY, D.; ARAL, S. The spread of true and false news online. **Science**. v. 359 (6380), p. 1146-1151, 2018. DOI: 10.1126/science.aap9559.

ⁱ Professora Adjunta do Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional (IPPUR) da Universidade Federal do Rio de Janeiro

ⁱⁱ-Graduando em Gestão Pública para o Desenvolvimento Econômico e Social (GPDES), Universidade Federal do Rio de Janeiro

ⁱⁱⁱ-Graduando em Gestão Pública para o Desenvolvimento Econômico e Social (GPDES), Universidade Federal do Rio de Janeiro

* Pesquisa Financiada pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro (FAPERJ).