

## DESINFORMAÇÃO (*FAKE NEWS*) E ALIENAÇÃO DO MUNDO: REFLEXÕES A PARTIR DO USO DO *WHATSAPP* NA ELEIÇÃO DE BOLSONARO

### DISINFORMATION AND WORLD ALIENATION: REFLECTIONS ON THE USE BOLSONARO MADE OF *WHATSAPP* IN HIS CAMPAIGN

Thiago Dias<sup>1</sup>

<https://orcid.org/0000-0003-4819-5129>

**Resumo:** Apresento aqui o quadro geral de uma resposta, ainda em construção, para uma das questões mais importantes de nosso tempo: de que maneira as novas tecnologias de comunicação e suas respectivas políticas (*politics*) afetam o político (*the political*)? O uso do *Whatsapp* feito pela equipe de Jair Bolsonaro ao longo da exitosa campanha eleitoral de 2018 e dos dois primeiros anos de governo serve aqui de exemplo e fonte de reflexão. Na abordagem aqui proposta, a noção arendtiana de alienação do mundo ganha relevo porque ela torna possível apontar para uma diferença entre a aparência pública e as imagens que compõem nossa vida digital cotidiana. Para Arendt, como se sabe, o mundo é dotado de aparência e do caráter de coisa (*thing-character*) que lhe conferem uma objetividade. Se comparados aos objetos e à aparência do mundo, a fluidez das imagens se mostra de maneira particularmente evidente, o que torna mais fácil compreender o porquê de as mais absurdas mentiras (*fake news*) e desinformação sempre encontrarem pessoas inclinadas a lhe conceder algum crédito. As redes sociais não inventaram as imagens, mas levaram-nas a um grau maior de controle e conduziram as pessoas a um grau maior de alienação. A equipe de Bolsonaro soube usar esta alienação ao trazer para o público toda a fluidez das imagens, do que resultou uma enorme força eleitoral e uma maior capacidade de destruir instituições.

**Palavras-chave:** Arendt; *fake news*; desinformação; Bolsonaro; alienação

---

<sup>1</sup> Doutor em filosofia – USP. Núcleo de Estudos da Violência, NEV/USP.  
<http://lattes.cnpq.br/5219997026764041>

**Abstract:** I outline here a still tentative approach to a central question of our time: how do new communication technologies and their politics affect the political? Jair Bolsonaro's use of WhatsApp in his winning electoral campaign and in his first 18 months of government serve her as example and source of reflection. In this approach I have been working upon, Arendt's notion of world alienation is highlighted because it makes possible to point at a difference between public appearance and the images that form our digital life. For Arendt, as one knows, the world has appearance and a thing-character, which bestows it with an objectivity; compared to the objects and appearance of the world, the fluid character of the images becomes particularly prominent, and that makes it easier to show why even the most absurd fake news can easily find people prone to believe them. Social media did not invent images but took them to a greater degree of control and took people to a greater degree of alienation, and Bolsonaro's team knew how to use them by bringing to the public all the fluidity of the images, which resulted in an enormous electoral force and in a great capacity to destroy institutions.

**Keywords:** Arendt; fake news; disinformation; Bolsonaro; alienation

Depois de quase dois anos em que ninguém jamais sabia se devia acreditar no pior, em que todos tentavam se concentrar nas exigências da vida cotidiana e ao mesmo tempo absorviam todos os boatos a respeito do que o governo pretendia fazer com eles, em que não se podia justificar com fatos concretos nem o pânico nem a tranquilidade — depois de tanta perplexidade, estavam tão predispostos a aceitar qualquer ilusão...

Philip Roth — Complô contra a América

Para nós, a aparência —aquilo que é visto e ouvido pelos outros e por nós mesmos — constitui a realidade.

Arendt — O comum (*A condição humana*)

## Introdução

Parece haver um consenso segundo o qual o sistema político do país está em xeque. Há divergências quanto às causas ou a profundidade da crise, mas não há muitas dúvidas a respeito da existência de uma ruptura muito significativa. Parece haver um consenso também de que as eleições de 2018 marcam um momento importante desta crise. Há quem a considere “disruptiva”, marco final da nova república, “colapso da administração de antagonismos que durou três décadas”, símbolo da desinstitucionalização política, vitória da antipolítica. Uma parcela significativa da esquerda brasileira parece oscilar entre um recorte muito restrito, segundo o qual os problemas de nosso sistema político teriam surgido em 2013, e um recorte amplíssimo, segundo o qual estes problemas vieram no convés das três Caravelas. Há uma parcela da direita, alinhada ao liberalismo clássico, que minimiza o caráter excepcional da crise por que estamos passando, afirmando que este tipo de tensão é normal em democracias,

resulta da pluralidade de uma sociedade, e é na verdade uma prova da resiliência do sistema político brasileiro. Passaram bastante tempo indicando “falhas pontuais” no funcionamento do sistema de pesos e contrapesos, mas estão aos poucos notando certo acúmulo nestas “falhas pontuais” e começam a perceber que o sistema inteiro está em colapso. A extrema direita está vendo a ruptura como “a nossa vez de mandar nas coisas, destruir ‘o sistema’ e voltar aos bons tempos”.

Não se pode negar que a eleição de Jair Bolsonaro à presidência da república em 2018 seja um momento importante desta ruína, pois ela levou ao cargo mais importante do país alguém que simbolizava uma “luta contra o sistema” e tem se esforçado para destruir as instituições públicas – das Forças Armadas ao Inmetro, passando pelo INPE, pelo STF, pela Fundação Palmares, pelas eleições e pela própria Presidência. Para evitar confusões, parece-me importante deixar claro, de saída, que não considero Bolsonaro, nem 2018 como causas do colapso; parece-me, antes, que 2018 é parte da decomposição em curso e que Bolsonaro, realizando a “luta contra o sistema” que ele prometeu a grande parte da população, tem ativamente tentado ampliar a decomposição institucional.

Esta ruína do sistema e a ascensão de Bolsonaro é formada por alguns elementos exclusivamente brasileiros — como nossa estrutura econômica, problemas do sistema político, certas escolhas do Partido dos Trabalhadores, preconceitos de classe e raciais entre outros. Mas há também certos aspectos que não se restringem ao Brasil. Tem sido muito comum a aproximação conceitual de Bolsonaro a Trump, Erdogan, Orbán, Salvini, Modi, Duterte e outros líderes mundo afora; esta aproximação se dá a partir de suas posições de extrema direita e do que se tem chamado de “populismo” ou “iliberalismo”. As comparações têm seu interesse – embora estes dois termos sejam problemáticos –, mas ocupo-me aqui de algo que não é necessariamente um fator comum entre estes governantes ou, para ser direto, que não se restringe exatamente à extrema direita.

A questão que orienta estas reflexões é a seguinte: *de que maneira as novas tecnologias de comunicação e suas respectivas políticas (politics) afetam o político (the political)?* Esta questão pode parecer, ao mesmo tempo, ampla demais e restrita demais. Ela pode parecer ampla demais porque não mira apenas a extrema direita, ou seja, ela não equivale à pergunta a respeito da ascensão recente dos governos de direita. Trata-se de investigar qual é a *forma* que o político adquire quando as novas tecnologias de comunicação, sobretudo na forma das redes sociais, ganham um peso tão grande quanto o que têm atualmente. Segundo o estudo de Benkler, Faris e Robert, a extrema direita tem relações

piores com “o bom jornalismo” e apresenta mais dificuldades para distinguir verdadeiro e falso *online*.<sup>2</sup> A excelente “etnografia textual” da extrema direita brasileira realizada por João Cezar de Castro Rocha aponta diretamente para o espaço virtual como uma das condições de possibilidade do bolsonarismo. O “sistema de crenças de Olavo de Carvalho”, peça fundamental de nossos desmantelos, é formado por um “receituário favorecido exponencialmente pela tecnologia de comunicação digital.”<sup>3</sup> Segundo estes autores – e outros, como Gerbaudo –, haveria certas “afinidades eletivas” entre a extrema direita e a política das redes sociais, ou seja, este grupo do espectro político se sentiria “mais em casa” na participação política *online*.

Embora esta pista seja interessante e, de fato, corrobore certas impressões que muitos de nós temos na vida digital, parece-me que seria um equívoco considerar que apenas um grupo do espectro político seria afetado decisivamente por esta nova *forma* que o espaço público tem adquirido. Afinal, é pouco provável que os demais grupos políticos passem inalterados ao tempo velocíssimo, à proliferação de imagens, ao excesso de informação, à imediatividade do acesso, à impulsividade das reações, ao risco constante de ter suas reações registradas e aos outros traços que compõem esta forma do político que vemos se desenhando nos últimos anos. Em suma, é forçoso reconhecer que o engajamento no espaço virtual tem impacto também em outros grupos, inclusive os que se situam à esquerda, pois com ele muda toda a forma do político em que se insere a ação. Dada a pluralidade dos agentes e as diferenças internas do social, é provável que o impacto seja distinto em cada um dos grupos, mas é difícil imaginar que haveria grupos “intocados” por esta nova configuração – aliás, uma visita a grupos de *Whatsapp* de esquerda ou a páginas e portais progressistas com grande número de acessos indicam, a quem quiser ver, que a baixa qualidade jornalística e a mentira organizada não são exclusividades da extrema direita.

Mas a questão que me orienta aqui também pode parecer muito restrita, uma vez que deixa de lado elementos importantes para o pensamento político, como as origens do racismo e da desigualdade, a história dos partidos, o funcionamento de algumas instituições envolvidas, a organização do sistema político brasileiro, dentre outros. Alguns analistas das novas tecnologias de comunicação – como Evgeny Morozov e James Bridle, para ficar entre os mais conhecidos – têm criticado certa idealização que retiraria o caráter material destas tecnologias. Segundo eles, há uma armadilha no procedimento de abordar “o digital”, “a

---

<sup>2</sup> Cf. BENKLER *et alii*, 2018, cap. 11.

<sup>3</sup> ROCHA, *Guerra cultural e retórica do ódio: crônicas de um Brasil pós-político*, p. 110. Cf. *ib.* p.ex. p. 65 e 105.

internet” ou a vida “na nuvem” sem remeter a análise ao fato bruto de que há uma indústria muito bem localizável por trás destes termos um tanto etéreos. Atrás do bonito ícone da “nuvem”, há, concretamente, um conjunto enorme de servidores que consome quantidades assustadoras de energia para funcionar e se resfriar, e que operam por cabos submarinos que estão no centro de disputas geopolíticas de natureza militar e comercial; ou seja, “a internet” é materialmente sustentada em investimentos, lucros, *lobbies*, conflitos e tudo aquilo que costuma compor as grandes disputas econômicas. Assim, dizem alguns analistas, sem estabelecer este vínculo entre “a vida digital” e a forma mais recente do capitalismo, a análise perderia sua força porque deixaria de apontar para quem lucra com os problemas trazidos pelas novas formas de comunicação, aceitaria o vocabulário “disruptivo” que vem da costa oeste dos EUA e, conseqüentemente, deixaria de perceber alternativas para a vida digital.

À primeira vista, as reflexões aqui apresentadas podem se mostrar falhas neste sentido, pois não há aqui análise materialista, nem crítica do vocabulário da “disrupção”, tampouco gráficos sobre PIB ou concentração de renda. Contudo, o leitor atento notará que no centro do argumento aqui apresentado está a ideia de que a vida digital relaciona as pessoas segundo o modo do consumo, não o da participação como cidadãos. Neste sentido, embora a argumentação não trate diretamente da luta de classes, ela está animada pela ideia de que a forma do político que está nascendo sob estas novas tecnologias de comunicação guarda grandes afinidades com a forma atual do capital – neoliberal ou pós-moderna – e é portanto por ela sustentada.

### **Invisível e muito presente**

Em 2018, o uso das redes sociais para fins eleitorais já não era novidade na vida política brasileira, mas aquelas eleições parecem ter representado um passo à frente a este respeito, pois as redes foram mais decisivas que os meios de comunicação tradicionais, como televisão e rádio. Um sintoma agudo desta mudança está no fato de que, até meados de junho ou julho de 2018 ainda era comum encontrar analistas afirmando que Bolsonaro era um candidato pouco competitivo. As razões para este descrédito eram seu pouco tempo de exposição na TV (tinha diariamente 8 segundos e 11 inserções; Alckmin, dono do maior tempo, tinha 5 minutos e 32 segundos e 434 inserções), seu completo despreparo para debates e entrevistas, a completa ausência de estrutura partidária (candidatou-se por um partido de aluguel, do qual saiu pouco depois de tomar posse). Além disto, todos os analistas seguiam a lição histórica, segundo a qual a extrema direita é fraca em eleições porque suas posições

produzem muito mais rejeição que adesão junto à população. Assim, embora as pesquisas mostrassem que ele liderava as intenções de voto, e embora na eleição anterior ele tivesse sido o deputado federal mais votado da história do Rio de Janeiro, ninguém acreditava na viabilidade da candidatura, todos apostavam que ele derreteria à medida que a campanha avançava.<sup>4</sup> Todos erraram.

Uma exceção, porém, foi Maurício Moura, economista, professor da George Washington University e fundador da IDEA Big Data, empresa de consultoria de marketing eleitoral que trabalhou para campanhas democratas nos EUA e para a campanha que levou Macron à presidência da França. Em entrevista ao *El Pais Brasil* publicada em fevereiro de 2018,<sup>5</sup> Moura afirmou que esta eleição seguiria outros padrões e, segundo estes novos padrões, Bolsonaro estava entre os favoritos. A televisão não teria mais a importância que tradicionalmente se atribuía a ela, e a maioria dos eleitores tomariam suas decisões a partir do que recebia pelas redes sociais. A entrevista não teve grande repercussão à época, mas *a posteriori* torna-se significativo que um especialista em *big data* tenha remado contra a corrente e, ao fim do processo eleitoral, tenha acertado o prognóstico.<sup>6</sup>

De fato, Bolsonaro dominou o terreno das redes sociais e tem neste domínio um dos grandes elementos de sua vitória eleitoral. Isto não significa, e eu faço questão de enfatizar, que as redes tenham sido o único ou o principal elemento responsável pela vitória de Bolsonaro. Mas não há dúvida de que elas contribuíram decisivamente para este momento de ruptura pelo qual passa o Brasil. Moura e Corbellini (2019) apontam especificamente para as eleições de 2018, que consideram “disruptiva”, mas outros analistas, refletindo após as eleições, estendem um tanto mais o alcance da análise e falam em marco final da chamada nova república (1989-2018), processo de desinstitucionalização política, vitória da antipolítica, indicando sempre que a ruptura no sistema político brasileiro não começou em 2018, ainda que tenha ali um capítulo especialmente importante.

Até meados de 2013, Bolsonaro não era nada mais que um deputado obscuro encostado nas benesses do legislativo. Sua atuação, se é possível usar este termo, se resumia a uma coleção de pequenas polêmicas e processos por conta de afirmações “politicamente

---

<sup>4</sup> A “etnografia textual” de Castro Rocha desenterrou uma ocasião em que Bolsonaro afirma: “Há quatro anos, quando eu decidi me candidatar a presidente, nem minha mulher acreditava”. Cf. ROCHA, *op. cit.* p.131.

<sup>5</sup> “Bolsonaro é favorito para vencer se disputar o segundo turno contra o PT” in *El Pais Brasil*, 19.fev.2018. disponível em: [https://brasil.elpais.com/brasil/2018/02/05/politica/1517859015\\_344880.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2018/02/05/politica/1517859015_344880.html)

<sup>6</sup> Em trabalho realizado depois da eleição, cientistas políticos da UNB mostraram um quadro mais nuançado desta mudança. Baseados em pesquisas qualitativas e quantitativas, Stabile e von Bülow sustentam que “o velho não morreu, mas o novo já está aí”, indicando que a mudança não é total, como afirmam alguns analistas, mas é muito significativa.

incorretas” e pela defesa de ideias radicais de extrema direita. Com o surgimento e a ampliação das redes sociais, este homúnculo encontrou espaço favorável para a formação e a divulgação de uma imagem, o que lhe rendeu números expressivos de seguidores no Facebook e no Twitter, e o transformou rapidamente em uma celebridade *no mundo digital*. A facilidade com que certos temas e certas polêmicas ganham terreno nas redes é notória e tem sido objeto de debate, mas eu gostaria de chamar a atenção para um outro aspecto deste desenvolvimento, algo que talvez possa ser chamado de *invisibilidade pública* de Bolsonaro até meados de 2018.

Até muito recentemente, Bolsonaro não dispunha de uma aparência pública relevante. Ele não aparecia de forma significativa para os órgãos de imprensa, para os partidos políticos, para os grandes interesses econômicos ou para a academia. Até 2018, as entrevistas de Bolsonaro à imprensa estão inteiramente vinculadas às pequenas polêmicas em que se meteu; nenhum partido grande jamais o disputou; nenhum grande empresário jamais contou com seus planos econômicos ou ofereceu grandes quantias para suas campanhas. Buscas por seu nome em bibliotecas universitárias ou revistas acadêmicas geram pouquíssimos resultados anteriores a 2017.

Apesar de tudo isto, no entanto, ele era uma figura muito conhecida pelos brasileiros. Isto porque, embora ele fosse invisível para certas instituições, a maioria de nós passou a ter algum contato com o nome e a imagem de Bolsonaro nas telas de nossos aparelhos.<sup>7</sup> De modo atomizado e conectado em rede, a maioria de nós soube – por vídeos, *memes*, material de propaganda favorável ou contrária a ele, piadas e material digital que circulou intensamente pelas redes – da existência de um deputado “folclórico” que bateu boca com Jean Wyllys, com Maria do Rosário, elogiou a ditadura, defendeu a sonogação etc.

Idelber Avelar ilustra bem este “sucesso invisível” quando volta a 2013 e olha para Barretos, cidade do interior paulista famosa por sua festa (e cultura) de peão boiadeiro: “Em Brasília, ele não era ninguém, mas em Barretos ele já era alguém. Em um rodeio, Bolsonaro já havia sido carregado nos ombros de cidadãos comuns, coisa que, na Avenida Paulista, só lhe aconteceria em 2016.”<sup>8</sup> Em 2014 este conhecidíssimo “zé-ninguém” seria o deputado federal mais votado da história, com quase meio milhão de votos no estado do RJ. A velha discussão

---

<sup>7</sup> Comentando uma versão anterior deste texto, Lucas Barreto Dias fez uma sugestão muito pertinente ao propor o uso do conceito de “semblância” neste contexto. Esta ideia produtiva tem me ocupado desde a discussão com Lucas, e se não está presente nesta versão do texto é porque me faltou tempo de dar a ela o tratamento que ela merece. Cf. a este respeito: DIAS, L.B – “Totalitarismo e mundo de semblâncias a partir de Hannah Arendt”.

<sup>8</sup> Avelar, “A rebelião do eles”

a respeito dos “dois Brasis” – que se dá em torno de várias dicotomias, como o Brasil rico e o que passa fome, o sul moderno e o norte atrasado, o litoral urbano e o interior selvagem, cultura alegre e autoritária, e muitas outras – parece ganhar aqui mais uma camada, que se torna evidente quando nos lembramos que, ainda em meados 2018, o “Brasil que analisa” discutia se era pertinente “dar palco” para quem já tinha sido carregado nos ombros em Barretos.

Este sucesso de Bolsonaro em Barretos e nas redes tem muitas causas, que vão do fim do ciclo das *commodities* à histeria anti-esquerda, da má condução da economia durante do governo Rouseff à irresponsabilidade da imprensa e do judiciário, do desgaste natural de um governo que estava em seu quarto mandato a uma maior organização de escroques no legislativo. Ao lado de todos estes elementos, contudo, é preciso considerar também que a enorme presença de Bolsonaro no espaço digital e sua relativa ausência no espaço público “oficial” estão entre os elementos constitutivos de sua ascensão à presidência.

Bolsonaro e sua equipe de campanha – que se centra em seu filho Carlos e chega até Steve Bannon – apostaram na conversão desta força nas redes sociais em força eleitoral, e nisso foram bastante exitosos. Um traço importante de sua estratégia consistia justamente em permanecer restrito ao espaço digital e evitar, ao máximo possível, a presença no espaço público tradicional. As redes o ajudaram “naturalmente” nesta tarefa, pois a própria lógica das redes se encarregou de multiplicar sua imagem de modo ora espontâneo ora conduzido. As instituições da esfera pública, por sua vez, contribuíram com Bolsonaro ao recusar-lhe uma imagem pública por muito tempo, deixando para procurá-lo apenas quando já era mais do que evidente que, sim, era a hora de “dar palco” para ele. O episódio da fachada contribuiu, de modo violento, para a manutenção de sua invisibilidade, pois, caminhando na direção contrária do que se esperaria de um candidato, Bolsonaro não lutou para superar sua condição física e aparecer publicamente. Ao contrário, ele abusou do período de convalescência estendendo-o deliberadamente até o final da campanha, quase dois meses depois. Recusou-se a dar entrevistas e comparecer a debates, deixando toda a reta final de sua campanha ser feita pelas redes sociais com base em conteúdo que prescindia de sua aparência, pois se baseava em imagem preparada para propaganda — memes, vídeos antigos, montagens de vídeos próprios ou de adversários etc.

Entre o primeiro e o segundo turno da eleição, o jornal *Folha de São Paulo* descobriu que, duas semanas antes do primeiro turno, a campanha de Bolsonaro se servira de disparos em massa de material de campanha via *Whatsapp*, rede social em que a invisibilidade é

particularmente maior e a moderação é praticamente inexistente. Estes disparos de mensagens realizados pouco antes do primeiro turno se associam diretamente a um crescimento muito acentuado das intenções de voto nestas duas semanas (aproximadamente um ponto percentual por dia nos últimos doze ou treze dias), um crescimento que por pouco não o fez ganhar a eleição em primeiro turno.

Este uso de *Whatsapp* levanta questões legais relativas ao financiamento destas ações, mas meu interesse aqui recai sobre o caráter invisível deste “‘subsolo’ do processo eleitoral” (MOURA & CORBELLINI, 2019, p.31). Ao longo de vários meses, as imagens da campanha circularam por milhões de eleitores, mas não se converteram em uma aparência pública. Nas últimas duas semanas, elas circularam muito intensamente, foram decisivas para a definição de um mandato presidencial, mas só se tornaram mais ou menos visíveis aos olhos públicos quando se descobriu que havia irregularidades jurídicas; foi só neste momento que imprensa, judiciário ou partidos introduziram de modo relevante o tema no debate público.

Diante de tudo isto, impõe-se a questão a respeito do estatuto deste espaço que não tem visibilidade pública, mas exerce enorme influência sobre o sistema político. Recorro aqui ao pensamento de Hannah Arendt para tentar compreender este fenômeno. Diferentemente de outras abordagens, não me apoio aqui em *Origens do totalitarismo*, mas em aspectos mais filosóficos, por assim dizer, da obra da autora. Parece-me especialmente útil aqui ir às reflexões ontológicas de Arendt, ainda que à primeira vista elas possam parecer distantes demais do assunto.

### **Mentira e liberdade**

No plano mais geral, Arendt vincula a mentira à liberdade humana, pois mentir é afirmar algo que não está no mundo. “Não é de forma alguma anódino que possamos *dizer* ‘o sol está brilhando’ quando de fato está chovendo (...); isto indica, antes, que, embora sejamos sensível e mentalmente bem equipados para o mundo, nós não estamos inseridos ou encaixados nele como uma de suas partes inalienáveis. Nós somos *livres* para mudar o mundo e iniciar algo novo nele.”<sup>9</sup> Ou seja, nossa linguagem não adere de modo necessário ao mundo que nos cerca, e isto nos liberta de sermos apenas reprodutores do real, permite à linguagem tanto expressar o que se passa fora do mundo quanto tentar trazer para o mundo algo que está fora dele.

---

<sup>9</sup> Arendt, “Lying in Politics”, p.11

Diante desta afirmação, conclui-se que, para a autora, o mundo não é o único espaço em que passamos nossa existência. Fora do mundo, encontramos, por exemplo, as ideias eternas, ou os fluxos que organizam a vida do corpo e a vida do espírito, além de sentimentos não reificados, impressões e muitas outros elementos da existência humana que, embora não sejam mundanos, têm influência muito relevante no mundo. Por não serem coisas do mundo, estes elementos são desprovidos de dois traços distintivos do mundo e de seus objetos: aparência e durabilidade.

Ao longo de toda a sua obra, Arendt é inequívoca em afirmar o caráter fenomênico do mundo, ou seja, para a pensadora formada no seio da fenomenologia, o mundo só é à medida que aparece; no mundo “*Ser e Aparência coincidem.*”<sup>10</sup> Isto significa que o mundo não existe por si mesmo, como uma substância eterna à espera de alguém que a descubra. Em primeiro lugar, porque muito do mundo resulta da fabricação humana e, portanto, deve seu ser aos humanos. Além disto, e mais importante em nosso contexto, porque “Nada nem ninguém existe neste mundo sem que seu Ser pressuponha um *espectador.*”<sup>11</sup> Uma aparência só existe se há alguém para vê-la, ouvi-la, tocá-la, degustá-la ou cheirá-la, ou seja, uma aparência é “composta”, por assim dizer, por dois polos, que podem ser descritos, *grosso modo*, como “eu” e “mundo”.

Em consonância com o movimento fenomenológico, Arendt pretende dissolver a concepção do “eu” como uma substância radicalmente separada do mundo, como o *cogito* cartesiano ou o sujeito transcendental kantiano. Aqui, “eu” e “mundo” são muito próximos um do outro e se constituem mutuamente, pois, para ser, o mundo precisa aparecer e ser percebido por alguém. Deve-se manter em mente, no entanto, que não há ninguém capaz de perceber o mundo de modo completo, do que decorre que o mundo é sempre uma parcela do mundo — a parcela percebida — e o “eu” não é constituído pelo mundo inteiro, mas apenas pela parcela de mundo por ele percebida.

Isto não quer dizer, no entanto, que “eu” e mundo são idênticos. Arendt não funde um no outro. Ao contrário, ela os mantém ontologicamente separados um do outro a partir das diferenças de tempo e espaço que os tornam significativos. No início de *A vida do espírito*, em uma passagem dedicada à aparência e à natureza fenomênica do mundo, Arendt afirma que “embora haja grandes diferenças entre estas atividades [as do espírito], todas elas têm em

---

<sup>10</sup> ARENDT, *The Life of the Mind — Thinking*, p.19 (itálicos no original)

<sup>11</sup> ARENDT, *The Life of the Mind — Thinking*, p.19 (itálicos no original)

comum uma *retirada* (*withdrawal*) com relação ao mundo tal como ele aparece, e um **voltar-se na direção do eu** (*a bending back toward the self*).”<sup>12</sup>

*Self* e mundo são espaços conectados, mas distintos, e organizados segundo temporalidades distintas. O mundo é anterior a nós e permanecerá depois de nossa partida. Isto não significa que ele seja eterno, pois muitos de seus objetos foram postos no mundo em um momento preciso — como uma cadeira, uma instituição ou uma sinfonia — de modo que ele é também criação humana e, portanto, alterável. Ele tampouco é imortal, pois é possível retirar objetos dele, mas sobretudo porque, para ser, ele precisa ser percebido e, quando não há ninguém para percebê-lo, ele perece. Um mundo sem ninguém a frequentá-lo não existe, ou melhor, não aparece e, portanto, não é.

Nem eterno, nem imortal, o mundo é, no entanto, durável, pois seu caráter de coisa (*thing-character*) confere-lhe uma estabilidade. Tomemos uma cidade como exemplo. Dependendo da posição ocupada por cada pessoa, uma mesma cidade pode significar turismo, oportunidade de trabalho, lar, lugar hostil, um desejo, certa imagem de romantismo, ordem, caos etc. Todas as pessoas que mantêm com esta cidade alguma relação podem nela influir de alguma maneira, podem alterá-la, conservá-la, retirar-lhe objetos ou colocar-lhe novos, de modo que inúmeras vidas podem passar por ela, mas ela não passa. Mesmo quando submetida a algum esforço de aniquilação violenta, ainda assim ela permanece como memória, nostalgia, indignação pela destruição ou outros sentimentos que podem voltar ao mundo na forma de um novo objeto (como uma obra de arte). Da mesma forma, o mundo é alterado pouco a pouco, à medida que vidas passam por ele, mas ele permanece enquanto elas passam.

Apesar desta persistência, a aniquilação ainda é possível. Se a cidade depende de espectadores para existir, ela pode desaparecer por completo se ninguém mais a tiver como parte de seu mundo; seja como presença efetiva, presença na memória ou projeção futura. Em outras palavras, a maior ameaça de aniquilação para a existência do mundo não é exatamente sua destruição, mas a *alienação* com relação a ele. Se ninguém tiver esta cidade como uma aparência, a cidade não tem ser.

Como indiquei acima, uma retirada do mundo pode ser feita por meio de um “voltar-se na direção do eu”. A citação está em uma discussão a respeito da vida do espírito, mas o “voltar-se na direção do eu” não nos conduz exclusivamente para o espírito e para as atividades espirituais. Nós, humanos, não somos apenas espíritos, mas também corpos, e os corpos também têm suas partes não-mundanas. Em *A condição humana*, a explicação da

---

<sup>12</sup> ARENDT, *The Life of the Mind — Thinking*, p.22 (itálicos no original; negrito meu)

durabilidade e da conseqüente estabilidade do mundo se dá por contraste com um outro espaço e um outro tempo: refiro-me o ciclo vital, localizado no corpo humano. “É esta durabilidade que confere às coisas do mundo sua relativa independência dos homens que a produziram e as utilizam, sua ‘objetividade’, que as faz resistir, ‘se opor’ e suportar, pelo menos durante algum tempo, as vorazes *necessidades e carências* (*needs and wants*) de seus fabricantes e usuários vivos.”<sup>13</sup>

Ou seja, quando nos retiramos do mundo e nos curvamos sobre o corpo, não nos dirigimos à brecha entre o passado e o futuro que, por meio do pensar, nos empurra para o infinito; antes, ao nos curvamos sobre o corpo, aproximamo-nos do eterno ciclo das *necessidades e carências* vitais, um ciclo estruturado sobre as constantes e necessárias atividades de produção e consumo. Para Arendt, como se sabe, as necessidades e carências decorrentes da condição da vida são atendidas pela atividade do trabalho (*labor*), e a distância que o *animal laborans* toma do mundo foi chamada por Arendt de alienação do mundo, a "marca registrada dos tempos modernos".

Necessidades e carências determinam o movimento dos seres humanos enquanto *animal laborans*; ou seja, elas conduzem os humanos nas atividades de produção e consumo, que são sempre repetitivas, pois seu sentido é satisfazer o ciclo vital, que nunca muda significativamente. Para cumprir sua função, os produtos devem ser consumidos e, justamente neste momento, eles são aniquilados deixando atrás de si apenas a energia usada pelo corpo, uma energia que logo se extinguirá exigindo novo esforço de satisfação de necessidades e carências. Aqui não há durabilidade, mas fluxo de necessidades e carências que se lança ao consumo e à conseqüente aniquilação de produtos. Apesar deste ciclo resultar no desaparecimento de produtos, ele mesmo é eterno se tomarmos a espécie humana como parâmetro, pois o ciclo é fundamentalmente o mesmo para todos os humanos em diferentes lugares e épocas. O fluxo de consumo é eterno e, por ser cíclico, é também previsível; quando os humanos estão dedicados a ele, estão distantes do mundo, retiraram-se do mundo, fizeram um “voltar-se na direção do eu”.

A diferença entre o eterno ciclo de necessidades e carências e a estável durabilidade do mundo confere sentidos completamente distintos aos *objetos* e aos *produtos*. Permitam-me tomar um exemplo extremo para indicar esta distinção: João Guimarães Rosa consumiu inúmeros pães de queijo enquanto produzia *Grande Sertão: Veredas*. As iguarias satisfizeram uma necessidade imperiosa do corpo de João e desapareceram junto com esta necessidade. Do

---

<sup>13</sup> ARENDT, *A condição humana*, p.170 – itálicos meus

ponto de vista do senhor João, aqueles pães de queijo eram muito importantes e atenderam uma necessidade imposta por seu corpo; do ponto de vista do mundo, no entanto, só *Grande Sertão: Veredas* tem algum sentido, pois ele tem uma aparência disponível a qualquer um que tenha esta obra como parte de seu mundo.

Por ser um objeto do mundo, *Grande Sertão: Veredas* tem uma aparência e uma durabilidade que impõem certos limites àquilo que se pode fazer com ele. É não apenas possível, mas inevitável que tenhamos relações distintas com *Grande Sertão: Veredas* – podemos amá-lo por sua beleza, porque lembra alguém ou alguma situação, podemos ter reverência por sua grandeza, podemos também senti-lo como uma cobrança, pois não o lemos e “todo mundo leu”, podemos odiá-lo porque algum professor do Ensino Médio nos obrigou a ler na adolescência ou porque o atual namorado da pessoa que você gosta conhece o livro melhor que você. A crítica literária nos prova que é possível também interpretá-lo de muitas maneiras distintas. Mas não é possível, em absoluto, dizer seriamente que o livro menciona o Plano Real, que foi escrito em um computador, que foi ditado pela Adriana Calcanhotto, que seu autor sofreu influência do Bernardo Carvalho. Isto não é possível de ser dito de modo significativo, pois estas afirmações rompem com os *limites impostos pelo próprio objeto*.

Qualquer pessoa que tenha *Grande Sertão: Veredas* como uma parte significativa de seu mundo respeita esses limites e imediatamente identificaria como mentiroso alguém que reivindicasse qualquer coisa além destes limites. Estes limites são responsáveis – se me permitem a redundância – pela objetividade do objeto; são eles que protegem o objeto do consumo, que conferem ao objeto sua resistência contra as vorazes necessidades e desejos que se possam lançar sobre ele. Mas, como mencionei antes, os objetos do mundo não são ameaçados apenas pelo consumo; eles também são ameaçados, e de maneira mais significativa, pela alienação. Uma criança de dois anos ou um aborígene australiano que nunca teve contato com “homens brancos” acreditaria em qualquer uma das mentiras sobre *Grande Sertão: Veredas* que mencionei acima; ou seja, ele cruzaria, sem grandes problemas, todos os limites impostos pelo objeto. Esta possibilidade se dá, simplesmente, porque este objeto não faz parte de seu mundo, e parece-me possível afirmar que, para Arendt, um perfeito *animal laborans*, ou seja, um indivíduo inteiramente reduzido à atividade de produção e consumo, também acreditaria nestas mentiras, e pelo mesmo motivo: a alienação do mundo.

Todos os que têm em seu mundo determinado objeto de maneira significativa, não importa a perspectiva, percebem que ele impõe limites porque estes limites estão na aparência

do objeto, ou seja, eles se fundam no próprio caráter de coisa do objeto. Estes limites perceptíveis por todos constituem, como uma espécie de efeito colateral, um senso comum — “que os franceses muito sugestivamente chamam de ‘o bom senso’ (*le bon sens*)”<sup>14</sup>. Estes limites trazidos pelas coisas não podem ser legitimamente ultrapassados, ou manipulados em benefício de qualquer coisa que esteja fora do mundo, como por exemplo as necessidades e carências. As coisas têm uma força própria, elas são teimosas, elas não são facilmente absorvíveis pelas necessidades e carências, e é basicamente por isto que seu sentido é perdido quando elas cedem ao caráter cíclico das necessidades e carências imposto pela vida. O senso comum (ou bom senso) exerce pouco peso sobre o comportamento do *animal laborans* porque este permanece exclusivamente curvado sobre o próprio corpo, de modo que ele pode facilmente ultrapassar os limites impostos pelas coisas e pode acreditar em absolutamente tudo que satisfizer suas necessidades e carências. Não exatamente por ser burro ou porque frequentou uma escola ruim, mas porque lhe falta o critério objetivo fundamental, qual seja, a aparência do mundo.

Isso não seria um grande problema político se fosse restrito a um ou alguns indivíduos, mas é uma questão decisiva hoje porque a vida moderna em uma sociedade do trabalho favorece a alienação do mundo e conseqüentemente enfraquece a percepção dos limites impostos pelas próprias coisas. Junto com esta percepção, esvai-se também o respeito por esses limites. Se pensarmos na devastação que a mentira organizada (*fake news* e desinformação) tem realizado em vários países, veremos a extensão da ameaça representada pela alienação do mundo.

### **Um passo à frente rumo à irrealidade cotidiana**

Os exemplos de *fake news*<sup>15</sup> absurdas que receberam algum crédito por parte de milhares, ou talvez milhões de pessoas, são conhecidos e eu não vou repeti-los aqui. Lembro apenas de um que se tornou célebre e tem sido usado como referência, que é o “Pizzagate”. Em dezembro de 2016, um jovem invadiu uma pizzaria em Washington armado com um rifle e determinado a desmontar uma rede de pedofilia que teria sido criada pela então candidata à presidência Hillary Clinton e funcionaria no subsolo daquela pizzaria. Ele foi preso pela

---

<sup>14</sup> ARENDT, “The Crisis in Culture”, p.218

<sup>15</sup> A expressão *fake news* foi importante para a compreensão inicial do problema aqui abordado, e ainda é bastante utilizada, sobretudo na imprensa. Contudo, a bibliografia especializada rapidamente a colocou em questão por ela introduzir um problema óbvio a respeito do que são notícias falsas e notícias verdadeiras. Diante desta dificuldade, o termo “desinformação” tem sido preferido em português, embora ainda não seja consensual. Em inglês, ao lado de *disinformation*, há também *misinformation*. Cf. Benkler *et alii*. *Network Propaganda*, pp.8-20. Cf. tb. DERAKSHAN, H / WARDLE, C – “Information Disorder: Definitions”

polícia, que não precisou de muito tempo para perceber que aquilo não era a aventura de um lobo solitário, mas resultava de uma mentira organizada *online* que alcançara milhares e milhares de pessoas ao longo dos meses da campanha presidencial.

Aqui no Brasil, nós também temos as nossas, à esquerda e à direita. Dentre as mais famosas, está o célebre *kit-gay*. Como todos nós sabemos, há alguns anos, sobretudo durante o governo de Lula e a atuação de Fernando Haddad como ministro da educação, houve esforços por parte do governo em incluir maior heterogeneidade e pluralidade nos conteúdos apresentados pela educação pública. Uma parcela da sociedade resistiu a este movimento argumentando que se tratava, na verdade, de uma erotização precoce das crianças e, neste contexto, surgiram inúmeras vozes afirmando que Lula tinha como plano secreto a transformação de crianças em homossexuais. A pressão foi grande e o governo voltou atrás em algumas medidas, mas permaneceu viva na sociedade a ideia, nada original, de que a proposta de Lula era apenas um passo no grande plano de desestabilização da célula familiar cristã e criação de uma sociedade em que ninguém mais pertence à família, mas ao Estado; enfim, tratava-se de uma das etapas para a construção do comunismo.

Estas ideias e conexões, tediosamente repetitivas, povoaram os medos e aflições de um grupo grande de pessoas ao longo dos anos. Surgiram inúmeras notícias falsas vinculadas à intenção erótico-comunista do governo de Lula. Algumas bastante razoáveis, como a inclusão do livro *Aparelho sexual e cia* no material das crianças. A notícia era mentirosa, mas plausível, pois no mundo é perfeitamente possível e mesmo rotineiro que livros sejam enviados a escolas e, como efetivamente o livro é destinado ao público infanto-juvenil, é compreensível acreditar nesta história mentirosa. Acontece que, ao lado destas mentiras, havia outras francamente delirantes, dentre as quais o famoso objeto conhecido como “mamadeira de piroca”.

As incontáveis pessoas — provavelmente na escala dos milhões — que deram algum crédito a esta história ignoraram inteiramente os limites para as ações no mundo. Ignoraram o fato de que a distribuição de qualquer objeto para a rede pública de escolas em um país com 200 milhões de habitantes passa por uma quantidade infindável de reuniões, decisões, acordos, licitações, propostas de compras etc. Ignoraram também que diferentes fabricantes de material escolar disputam espaço em grandes compras do governo e frequentemente usam a denúncia como meio para interromper compras vencidas por seus concorrentes. Ignoraram ainda que material indicado pelo governo federal, depois de ser discutido em várias instâncias, passa ainda pela burocracia do Ministério da Educação, da Secretaria Municipal

(que distribui), pela diretoria da escola, pelo conselho da escola, pelos docentes. Ignoraram que jornalistas ganham a vida noticiando feitos e desfeitos de governos, e adorariam receber uma notícia bombástica como esta. Ignoraram que a justiça poderia ser acionada em qualquer etapa do processo.

Nada disto foi levando em conta pelos indivíduos que, isoladamente, receberam mensagens em seus celulares indicando a existência de um desejo oculto de um grupo político interessado em erotizar crianças a fim de destruir a célula familiar e implantar o comunismo ateu no Brasil, um desejo que teria conseguido ultrapassar todas estas instituições sem que ninguém percebesse, e distribuir nas escolas um objeto erótico para crianças sem que os pais recorressem a qualquer instituição. Ou seja, a resistência imposta pela simples existência de instituições, muito anteriores ao governo de então, simplesmente não foi considerada.

Um dos traços marcantes deste início de século XXI está em o *animal laborans*, que todos nós somos em alguma medida, ser constantemente tocado epidermicamente por imagens que chegam às pequenas e fascinantes telas que carregamos em nossos bolsos, bem junto ao corpo. Estas imagens podem até trazer referências ao mundo, mas a durabilidade faz muito pouco sentido nesta experiência; nem mesmo os aparelhos, submetidos à obsolescência programada, escapam ao caráter circular de produção e consumo que caracteriza a vida, mas não o mundo. Este afastamento do mundo não nos conduz à interioridade ou à reflexão, pois o tempo da vida digital é um tempo veloz, muito apropriado às sensações e aos sentimentos; aqui, não estamos mais próximos da vida do espírito, mas da própria vida (em sentido biológico). Sensações, sentimentos e superficialidade são modos legítimos de existência, evidentemente, mas o fluxo de imagens tem sido capaz de nos absorver quase inteiramente, pois muito da vida, “o bem supremo do homem moderno”, tem efetivamente passado pelas telas. Isto significa que o processo de alienação do mundo – um processo que Arendt afirma ter começado no século XVI – parece ter dado um passo muito significativo à frente, pois há agora a possibilidade de substituir grande parte do mundo por uma fluida imagem de mundo. Nesta imagem, a resistência oferecida pelo caráter de coisa dos objetos é vencida quase inteiramente, e os limites impostos pela teimosia dos objetos e dos fatos tendem a se enfraquecer ainda mais. Nas telas, é muito fácil criar aparências inteiramente desvinculadas do mundo e oferecê-las como substituto do mundo. O *marketing* atual sabe como fazer isto, e os marqueteiros da equipe de Bolsonaro foram muito eficientes nesta arte.

A mentira acompanha a política desde seu início e não há nada de novo no esforço de enganar eleitores ou adversários para obter ganhos políticos ou eleitorais. A substituição da realidade por uma imagem de realidade propiciada pelas tecnologias também não é fenômeno inteiramente novo. A própria Arendt viu acontecer. No ensaio “Verdade e Política”, ela afirma: “Essa completude e potencial finalidade, desconhecidas pelas épocas anteriores, são os perigos que surgem da moderna manipulação dos fatos. (...) E a propaganda nacional em nível de governo aprendeu muito mais do que simples truques com as práticas de negócios e os métodos da Madison Avenue. As imagens feitas para o consumo doméstico, diferentemente das mentiras dirigidas a adversários estrangeiros, podem tornar-se uma realidade para todos e, antes de mais, para os próprios criadores das imagens.” (ARENDR, 2006, p.250). Em outro ensaio, “Mentira na política”, Arendt afirma que os truques e métodos de negócios da Madison Avenue são *variações recentes na velha arte de mentir* (ver ARENDR, 1972, p.13), que contam agora com o apoio da tecnologia e da psicologia comportamental. Neste nosso início de século XXI, podemos dizer que essa variação se tornou ainda mais eficiente.

Como *animal laborans*, somos todos muito semelhantes uns aos outros e não é difícil prever ou manipular as necessidades, carências e desejos que temos enquanto *vivemos nossas vidas*. Quanto mais restritos à vida somos, mais previsíveis somos. As empresas sabem disso há muito tempo, e Arendt afirmou na década de 1970 que “[A] premissa psicológica da manipulabilidade humana tornou-se uma das principais mercadorias vendidas no mercado da opinião comum e erudita.” (ARENDR, 1972, 13). Esta premissa psicológica está claramente operando por trás dos algoritmos que governam nossa vida digital. Dois livros escritos por ex-funcionários da Cambridge Analytica<sup>16</sup> confirmam o que a maioria de nós suspeita no uso diário da internet: os computadores estão tentando ler nossos sentimentos e sensações, e estão conseguindo. Não é preciso acreditar ou aceitar tudo o que esses ex-funcionários dizem para ter certeza de que um conhecimento intenso de psicologia comportamental está por trás dos anúncios que surgem constantemente em nossas telas tentando capturar nossas sensações e sentimentos a fim de nos vender produtos – incluindo produtos eleitorais.

Um dos esforços essenciais do *marketing* sempre foi o de direcionar as mensagens certas para o grupo certo, ou seja, identificar as necessidades e carências das pessoas para oferecer produtos. Uma das estratégias mais eficazes para as vendas é o apoio sobre certos

---

<sup>16</sup> Refiro-me aqui a *Targeted*, de Brittany Kaiser (Harper Collins, 2019) e *Mindifuck*, de Christopher Wylie (Random House, 2019).

traços, certas características que permitam abordar as pessoas do modo mais eficaz, e neste contexto a atribuição de certos “mundos” às pessoas ganha força particular. Tomemos um exemplo clássico: há algumas décadas, o “mundo” atribuído a uma família de classe média americana é composto por um carro, uma casa em subúrbio, churrasqueira, plano de saúde, seguro de vida etc. Dentro deste “mundo” havia outros, como o da mãe, que consiste em roupas, cuidados com a pele, receitas, fofocas etc. Apesar dos avanços nessa setorização, permanecia ainda um distanciamento entre muitos indivíduos e esses diferentes “mundos” fabricados para certos grupos. Muitas pessoas eram ainda estranhas a eles ou incapazes de entrar efetivamente neles.

Este obstáculo está sendo superado há alguns anos pela possibilidade de individualizar a oferta de um “mundo” com o auxílio do chamado microdirecionamento (*microtargeting*), técnica que visa direcionar anúncios voltados para os indivíduos, não para grandes grupos como a “família de classe média americana”. O *marketing* mais moderno hoje não cria “mundos” para grupos pré-definidos, mas elabora “mundos” individuais a partir dos dados fornecidos pelo comportamento *online* do próprio indivíduo. O microdirecionamento coleta dados de nosso comportamento quando estamos usando as redes sociais, pagando com cartão de crédito, andando com o smartphone no bolso, “curtindo” este ou aquele post, compartilhando esse ou aquele artigo, conversando com um assistente virtual etc. A partir destes dados, que captam de modo muito mais preciso os sentimentos, sensações, carências e necessidades de *cada indivíduo*, torna-se possível criar um “mundo” individual para cada um de nós. Se no modelo anterior de *marketing* a ligação que tínhamos com pessoas pertencentes ao mesmo grupo-alvo era relativamente fraca, o vínculo com outras pessoas é agora ainda mais rarefeito com a emergência destes “mundos” individuais. O desenraizamento foi mais longe, pois estamos em um “mundo” visto exclusivamente pelo indivíduo. Em termos de alienação do mundo, demos um passo à frente.

Este último desenvolvimento na velha arte de mentir resulta em um controle mais preciso do fluxo de sentimentos e sensações, que, por sua própria natureza, não têm aparência pública. “Em comparação com a realidade que decorre do ser visto e ouvido, até mesmo as maiores forças da vida íntima – as paixões do coração, os pensamentos do espírito, os deleites dos sentidos – levam uma espécie de existência incerta e obscura, a não ser que, e até que, sejam transformadas, desprivatizadas e desindividualizadas, por assim dizer, de modo que assumam um aspecto adequado à aparição pública.”(ARENDDT, 1998, 50) As paixões do coração, os pensamentos do espírito, os deleites dos sentidos, bem como o ódio, o medo, a

repulsa ou seus opostos não têm aparência pública, mas isso não significa que não possam fluir para o mundo e se tornar um objeto ou uma ação. Sempre puderam, mas agora o controle sobre eles parece ser mais preciso, uma vez que os sentimentos, sensações, necessidades e carências podem agora ser capturados com maior eficiência por meio da vida digital, e há empresas – desde as Big Techs e os coletores de dados até pequenos empreendedores de notícias falsas (BENKLER, 2019, p.9) – ganhando quantias incríveis de dinheiro com a criação destes “mundos” desprovidos aparição pública.

Os “mundos” individuais não têm, evidentemente, aquele caráter de coisa que estabiliza o mundo e impõe limites à relação com os objetos. Nestes “mundos”, nenhum fato ou objeto tem a “existência teimosa” que estabelece um terreno comum a todos aqueles que se relacionam com um mesmo objeto; ou seja, o senso comum se enfraquece, e é por isto que o comportamento nas redes é tão desprovido de bom senso. Uma consequência deste estado de coisas é que os “mundos” individuais estão mais sujeitos à ação de mentiras inteiramente desconectadas do mundo.

Uma das experiências mais comuns, intrigantes e assustadoras que nós, brasileiros, tivemos em 2018 foi a repentina descoberta de que alguém muito próximo – um tio ou tia querida, uma irmã, um professor, ou talvez pai, mãe, marido ou esposa – agora admirava a ditadura militar que tivemos, ou acreditava que a polícia deveria simplesmente matar pessoas suspeitas, ou pensava que os gays deveriam ser “curados”. A surpresa chocante tornou-se exasperação para muitos de nós que assistimos, atônitos, as intenções de voto em Bolsonaro subirem um ponto percentual por dia um pouco antes do primeiro turno das eleições. Sabíamos que algo estranho estava acontecendo, mas não sabíamos exatamente para onde olhar, pois não havia uma aparência para explicar tudo aquilo. Ainda não sabemos exatamente o que aconteceu, mas sabemos agora que um forte controle do fluxo de sentimentos e sensações sem aparição pública desempenhou um papel importante nisto. Não foi a única causa – insisto! –, mas teve importância decisiva em um evento fundamental de nosso espaço público. Esta possibilidade de controle, é bom que se diga, não é exclusividade do jogo eleitoral, nem da extrema direita. É uma possibilidade inscrita na alienação do mundo, algo que não vai desaparecer na próxima eleição, por melhores que sejam os resultados.

## Referências bibliográficas

- ARENDDT, H — *The Human Condition*. Chicago: The University of Chicago Press, 1998
- \_\_\_\_\_ — *The Life of the Mind*. San Diego, New York, London: A Harvest book /  
Harcourt Inc, 1978
- \_\_\_\_\_ — “Truth and Politics” in. *Between Past and Future*. New York: Penguin Books, 2006, pp.223-59
- \_\_\_\_\_ — “Lying in Politics” in. *Crisis of the Republic*. Penguin Books, 1972
- AVELAR, I — “A rebelião do eles: léxico, morfologia e sintaxe do fascismo bolsonarista” in. *Estado da Arte*. 03/07/2020. Available in: <https://estadodaarte.estadao.com.br/rebeliao-eles-fascismo-bolsonarista-idelber-avelar/>
- \_\_\_\_\_ — *Eles em nós: retórica e antagonismo político no Brasil do século XXI*. Rio de Janeiro/São Paulo: Record, 2021.
- BASTOS dos SANTOS, J. G et alii. — “WhatsApp, política mobile e desinformação: a hidra nas eleições presidenciais de 2018”. *Comunicação e sociedade (Metodista)*. n.41. v.2 (2019) Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/view/9410/6962>
- BENKLER, Y / FARIS, R / ROBERTS, H — *Network Propaganda: Manipulation, Disinformation, and Radicalization in American Politics*. New York: Oxford press, 2018
- Da EMPOLI, G — *Engenheiros do caos: como as fake news, as teorias da conspiração e os algoritmos estão sendo utilizados para disseminar ódio, medo e influenciar eleições*. São Paulo: Vestígio, 2019.
- DERAKHSHAN, H / WARDLE, C – “Information Disorder: Definitions” in. IDEM. *Understanding and Addressing the Disinformation Ecosystem*. Disponível em: <https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2018/03/The-Disinformation-Ecosystem-20180207-v3.pdf>
- DIAS, L.B – “Totalitarismo e mundo de semblâncias a partir de Hannah Arendt” in. *Cadernos Arendt (UFPI)*, v.2, n.3 (2021). Disponível em: <https://periodicos.ufpi.br/index.php/ca/article/view/1801>
- FELTRAN, G — “Formas elementares da vida política — sobre o movimento totalitário no Brasil” in: *Novos estudos Cebrap*. Available in: <http://novosestudos.uol.com.br/formas-elementares-da-vida-politica-sobre-o-movimento-totalitario-no-brasil-2013/>
- GERBAUDO, P. *The Digital Party*. London: Pluto, 2019.
- KAISER, B — *Targeted: The Cambridge Analytica Whistleblower's Inside Story of How Big Data, Trump, and Facebook Broke Democracy and How It Can Happen Again*. Harper Collins, 2019
- MELLO, P. B — *A máquina do ódio: notas de uma repórter sobre fake news e violência digital*. São Paulo: Cia das Letras, 2020
- MOROZOV, E — *Big Tech: a ascensão dos dados e a morte da política*. Ubu: São Paulo: 2018
- MOURA, M / CORBELLINI, J — *A eleição disruptiva: por que Bolsonaro venceu*. Rio de Janeiro: Record, 2019
- NOBRE, M — *Ponto final: a guerra de Bolsonaro contra a democracia*. São Paulo: Todavia, 2020

O'NEIL, C. — *Weapons of Math Destruction: How Big Data Increases Inequality and Threatens Democracy*. New York: Crown, 2016.

PAUL, C. MATTHEWS, M — “*The Russian ‘Firehose of Falsehood’ Propaganda Model: Why It Might Work and Options to Counter It*”. RAND Corporation, 2016. <https://www.rand.org/pubs/perspectives/PE198.html>

RIBEIRO, M / ORTELLADO, P. — “O que são e como lidar com as notícias falsas” in. *SUR* 27 - v.15 n.27•71 - 83, 2018

ROCHA, J. C. C — *Guerra cultural e retórica do ódio: crônicas de um Brasil pós-político*. Goiânia: Caminhos, 2021.

SIMÃO, R. B — “Firehosing: por que fatos não vão chegar aos bolsonaristas” in. *Le Monde Diplomatique Brasil*. 137. 14.jan.2019. Available in: <https://diplomatie.org.br/firehosing-por-que-fatos-nao-vao-chegar-aos-bolsonaristas/>

STABILE, M / von Bülow, M — “O velho não morreu, o novo já está aqui: informação e participação digital na era do bolsonarismo”. in AVRITZER, L / KERCHÉ, F. / MARONA, M. (org.) — *Governo Bolsonaro: retrocesso democrático e degradação política*. Belo Horizonte: Autêntica, 2021, pp.481-93

VENTURA, D.F.L / AITH, F.M.A / REIS, R.R — “Estratégia federal de disseminação da covid-19: um ataque sem precedentes aos direitos humanos”. in. BREDA, T. (org.) — *Bolsonaro Genocida*. São Paulo: Elefante, 2021, pp.21-9.

“Why obvious lies make great propaganda”. *Youtube*, uploaded by VOX, 31.aug.2018. <https://youtu.be/nknYtlOvaQ0>

WYLIE, C — *Mindf\*ck: Cambridge Analytica and the Plot to Break America*. New York: Random House, 2019