

Pânico Moral e *Fake News* em Vídeo nas Redes Digitais: A Dimensão Performativa das Imagens na Expansão da Moral Privada para o Espaço Público¹

Gabriela Machado Ramos de ALMEIDA²
Maria Julia Alencastro VEIGA³
Pietro Giuliboni Nemr COELHO⁴

Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), São Paulo, SP

RESUMO

Esse artigo apresenta uma análise do vídeo de *fake news* conhecido como “mamadeira de piroca”, de grande circulação na disputa eleitoral presidencial de 2018, com atenção detida especialmente à sua materialidade audiovisual (imagem e narração). Informados pelo que Wendy Brown (2019) chama de “esfera pessoal protegida”, resultante da expansão da moral do âmbito privado para o público, buscamos discutir a circulação de *fake news* em vídeo e o acionamento político do pânico moral como estratégias de engajamento nas redes sociais, buscando compreender as relações entre a dimensão performativa das imagens e as teorias da conspiração como parte do repertório de ação política no presente.

PALAVRAS-CHAVE: pânico moral; *fake news*; redes sociais digitais; imagens.

Introdução

No período eleitoral de 2018, 12 dias antes da realização do primeiro turno, um vídeo de *fake news* rapidamente viralizou e ficou conhecido como “mamadeira de piroca”. Trata-se de um conteúdo ao qual pessoas de todos os espectros políticos tiveram acesso, das que aparentemente acreditaram no material às que acharam graça do seu teor absurdo e que, até ali, não depositavam muita fé no dano político possível daquele vídeo, do ponto de vista da deterioração do debate público e da sua potencial influência objetiva na

¹ Trabalho apresentado no GP Estéticas, Políticas do corpo e Interseccionalidades, evento do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 4 a 8 de setembro de 2023.

² Professora titular do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da ESPM (PPGCOM ESPM). Email: gabriela.mralmeida@gmail.com.

³ Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da ESPM-SP. Bolsista CAPES Prosup Integral. Email: mariajuliaveiga@gmail.com.

⁴ Doutorando do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da ESPM-SP. Bolsista Prosup-Capes Taxa. E-mail: pietrocoelho@gmail.com.

decisão de voto de cidadãos brasileiros para presidente. No vídeo, um homem não identificado mostra uma mamadeira com o bico em formato fálico, enquanto diz:

Olha aqui ó, vocês que votam no PT, essa aqui é a madeira distribuída na creche. Olha a marca aqui, ó. Distribuída na creche pra seu filho, com a desculpa de combater a homofobia. Olha o bico como é ó. Tá vendo? O PT e o Haddad prega isso para o seu filho. Seu filho de cinco, seis anos de idade vai beber mamadeira na creche com isso aqui ó, para combater a homofobia. Tem que votar em Bolsonaro rapaz, Bolsonaro que é pra fazer o filho da gente homem e mulher. O PT, e Haddad, Lula, Dilma só quer isso aqui para os nossos filhos. Isso faz parte do kit gay. Invenção de Haddad, viu?!

O conteúdo foi postado no *Facebook* em 25 de setembro de 2018 por um usuário autodenominado Jean Amaral, e em apenas três dias obteve quase quatro milhões de visualizações e cerca de cem mil compartilhamentos. No dia 30 de setembro, a uma semana do pleito, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) determinou a remoção do post. No entanto, alguns dias depois o órgão determinou novamente a exclusão do mesmo vídeo, dessa vez publicado em outro perfil, com quase cinco milhões de visualizações e 100 mil compartilhamentos. Desde então, e ainda que o TSE tenha atuado de forma muito mais presente nas eleições de 2022 na tentativa de conter as *fake news*, ainda experimentamos coletivamente a profusão de histórias falsas com alto poder de viralização – assim denominadas seja porque o relato não corresponde fidedignamente aos acontecimentos aos quais fazem referência, seja porque se trata de narrativas sobre fatos que não ocorreram em absoluto, como é o caso do vídeo da “mamadeira de piroca”.

Em entrevista concedida à Folha de São Paulo⁵, Jean Amaral afirmou que não foi o autor do vídeo, que não sabe especificar sua origem, e que teria apenas recebido pelo WhatsApp e não se recordava de quem lhe o enviou o material. Amaral afirmou não saber que o vídeo era falso e disse: “Anos depois, soube que era verdade, só não tiveram tempo de colocar em prática”, sem oferecer nenhuma evidência documental que confirme sua afirmação, deslocando o acontecimento do terreno das *fake news* e inscrevendo-o também no campo das teorias conspiratórias (AGGIO, 2023). No post original, que foi apagado, 4,3 mil usuários reagiram com humor (emoji de risada), mas 2,2 mil usuários reagiram com raiva (emoji bravo). Nos comentários, os usuários se dividiam entre indignação

⁵ Disponível em: < <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/08/perfis-que-viralizaram-mamadeira-de-piroca-espalham-ate-hoje-fake-news-contr-o-pt.shtml> >. Último acesso em 06 jun 2023.

contra o Partido dos Trabalhadores e a ironia com a postagem⁶. O perfil de Jean Amaral continuava ativo em 2022 e permanecia publicando notícias falsas em favor de Jair Bolsonaro. Chama a atenção em sua entrevista à Folha a reiteração do argumento conspiratório de que a história seria verdadeira, mas não houve tempo para que o PT colocasse a “mamadeira de piroca” em prática (já que, afinal, Jair Bolsonaro venceu a eleição presidencial de 2018), o que demonstra como a repetição e a redundância da informação falsa que se quer tornar crível também fazem parte desse tipo de estratégia de ação política.

Ainda que esse seja talvez o caso mais lembrado quando se pensa em *fake news* com possível efeito eleitoral em 2018, a agenda do pânico moral já vinha sendo eficazmente acionada na esfera pública técnico-midiatizada (MISKOLCI, 2021) por grupos conservadores que passaram a utilizar termos como “ideologia de gênero” para se referir, de modo bastante pejorativo, à inserção de temáticas ligadas a gênero e sexualidade em espaços como a educação, as mídias e as artes.

Em 2017, por exemplo, houve o notório caso de censura à exposição *Queermuseu - Cartografias da Diferença na Arte Brasileira*, que apresentava no Santander Cultural, em Porto Alegre, 270 obras de 85 artistas que colocavam em pauta dissidências sexuais e de gênero. A exposição foi fechada após uma invasão por integrantes do Movimento Brasil Livre (MBL) – que se dizia até então apartidário e defensor dos “bons valores” e da família tradicional brasileira.

Há um dado importante a ser considerado aqui, porque interessa especialmente à discussão proposta no artigo: o efeito da ação do MBL se deve fundamentalmente a seu caráter midiaticado, ao fato de que vídeos da invasão da exposição para “denunciar” o teor supostamente nocivo de suas obras foram publicados em redes sociais e a sua viralização produziu um regime de verdade em torno dos valores que, no entendimento do MBL, a exposição defenderia, e associando esses valores ao campo progressista e à esquerda. Os valores em questão, nesse caso, eram zoofilia e pedofilia, tendo as acusações contra a exposição sido endossadas inclusive pelo prefeito da cidade à época, Nelson Marchezan Jr. (PSDB), num momento em que aparentemente, na política nacional, valia a pena acionar qualquer tipo de argumento, por mais desonesto que fosse, para dissociar

⁶ Dados disponíveis em : < <https://politica.estadao.com.br/blogs/estadao-verifica/mamadeiras-eroticas-nao-foram-distribuidas-em-creches-pelo-pt/> >, último acesso em 03/09/2022.

da esquerda e, mais especificamente do PT, a imagem pública de partidos e políticos de direita e mesmo de centro.

O promotor de Justiça da Infância e de Juventude de Porto Alegre visitou a exposição e não constatou a existência de qualquer obra de arte com motivos zoófilos ou pedófilos e posteriormente o Ministério Público (MP) endossou o entendimento do promotor de que não havia crime ou incitação a crimes na exposição⁷. Ainda assim, o próprio Ministério Público precisou emitir uma nota oficial reafirmando a posição, uma vez que teve início a circulação e posterior viralização de links com *fake news* que informavam que procuradores do MP haviam visitado a exposição e constatado “o nítido propósito de erotizar o público-alvo e induzi-lo a tolerar condutas como orgias, zoofilia e vilipêndio a símbolos religiosos”⁸. De maneira semelhante ao caso da “mamadeira de piroca”, é relevante sublinhar que mesmo após intervenção judicial e manifestação formal de dois órgãos diferentes, houve a insistência na manutenção da versão de que a exposição *Queer museu* era uma ameaça pública e social, especialmente às crianças.

Esse artigo tem como objetivo discutir a expansão da moralidade conservadora na esfera pública à luz do que Wendy Brown (2019) chama de “esfera pessoal protegida”. Tomamos aqui o pânico moral não apenas como sintoma da expansão dessa moralidade conservadora, mas como sintoma, principalmente, da deterioração do espaço público e da discussão possível em torno de temas de interesse público, sob a lógica do que a autora considera uma “reconfiguração da nação como família e empresa privada” (BROWN, 2019, p. 141)⁹.

Cotejando alguns casos notórios ocorridos no Brasil nos últimos anos debatemos o acionamento do pânico moral (MISKOLCI, 2007) como estratégia de engajamento nas redes sociais, buscando compreender as imbricações entre as imagens - em sua dimensão performativa – (VILLAS BÔAS, 2022), as *fake news* de teor moral e as teorias da conspiração como repertório de ação política no presente (FABRINO et al, 2023; AGGIO, 2023), bem como sua circulação nas plataformas digitais conformando e sendo

⁷ Fonte: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2017/09/1917884-promotor-do-mp-diz-que-mostra-cancelada-nao-faz-incitacao-a-pedofilia.shtml>

⁸ Fonte: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/cultura-e-lazer/artes/noticia/2017/09/queermuseu-apos-manifestacoes-nao-oficiais-mp-reforca-que-nao-ha-crime-de-pedofilia-na-exposicao-9901451.html>. Acesso em 6 jun 2023.

⁹ Ainda que Wendy Brown centre sua análise nos Estados Unidos, há paralelos factuais suficientes para que consideremos possível dialogar com seu trabalho para pensar também o contexto brasileiro.

conformadas pelo que Wendy Brown (2019) chama de expansão da moral do âmbito privado para o espaço público.

O acionamento político do pânico moral

O pânico moral geralmente aparece como resposta a mudanças sociais. O medo do novo é instrumentalizado para a manutenção de certa ordem social, demonstrando o os limites do dissenso possível em uma dada sociedade. Conforme Richard Miskolci (2007, p. 111), “Os pânicos morais exprimem de forma culturalmente complexa as lutas sobre o que a coletividade considera legítimo em termos de comportamento e estilo de vida.” Para o autor, se trata de uma reação da ordem normativa contra mudanças sociais na qual usualmente o que é oferecido como solução para aplacar o medo é um aumento do aparato de controle social.¹⁰

O pânico moral estaria muitas vezes acompanhado de uma melancolia por um passado idílico e idealizado em contraste com um futuro incerto, e expressa lutas de poder em torno dos limites entre que é considerado aceitável socialmente, especialmente no campo dos costumes. O avanço em uma causa moral acabaria por aumentar status e reforçar coletivamente valores hegemônicos. Anna Paula Vencato e Regina Vieira (2021), ao analisar o caso de outro caso de *fake news* envolvendo o chamado “kit gay”, ressaltam que o efeito mais imediato foi a suspensão, ainda pelo governo de Dilma Rousseff, da distribuição de um material pedagógico voltado para o combate à homofobia nas escolas. O então ministro da Secretaria Geral da Presidência, Gilberto Carvalho, afirmou:

O governo entendeu que seria prudente não editar esse material que está sendo preparado no MEC. A presidente decidiu, portanto, a suspensão desse material, assim como de um vídeo que foi produzido por uma ONG - não foi produzido pelo MEC - a partir de uma emenda parlamentar enviada ao MEC.¹¹

¹⁰ O caso Sesta-fosta é paradigmático neste sentido, pois houve uma mudança considerável na esfera pública digital em nome do combate à exploração sexual da infância. Grupos de ativismo digital chamaram o pacote de lei de projeto de censura disfarçado e estudos realizados após sua aprovação já apontam para uma maior dificuldade de monitoramento e punição à exploração sexual infantil, a partir de sua implementação. Ver: VEIGA, 2021.

¹¹ Disponível em: < [G1 - Dilma Rousseff manda suspender kit anti-homofobia, diz ministro - notícias em Educação \(globo.com\)](#) >, último acesso em 03/09/2022.

Para além do recuo, motivado por temores eleitorais, na decisão de circular uma cartilha em favor da diversidade sexual e de gênero que compõe uma agenda em benefício de um grupo social bastante numeroso e historicamente discriminado – a população LGBTQIAP+ – chama a atenção, na fala oficial, a tentativa de descolar a produção do vídeo do Ministério da Educação, atribuindo genericamente o material “a uma ONG”.

O que se tem notado no Brasil nos últimos anos é que boa parte dos pânicos morais é instaurada em nome da defesa das crianças e da família. A proteção das crianças e das mulheres é uma pauta recorrente de grupos conservadores e da extrema direita, mas o que parece estar em jogo para esses grupos não é a proteção, mas o controle. VÁZQUEZ (2018) postula que a exploração sexual infantil é recorrentemente instrumentalizada em nome de um maior controle da infância e a construção da criança vulnerável é também uma estratégia disciplinar:

Na verdade, todos os estudos indicam que a porcentagem de estranhos (ou seja, de pessoas fora da família do menor ou esfera educacional) entre os autores de crimes sexuais com uma vítima menor é muito baixa, oscilando - de acordo com os estudos - entre 3% e 7% do total. Além disso, não se trata apenas de indivíduos que os menores conhecem, mas dentro deste último se destacam os familiares (principalmente os pais), que cometem mais da metade dos crimes sexuais sofridos por menores, além de cometer 65% de todos os infanticídios. (VÁZQUEZ, 2018, p. 212)

Ainda que a imensa maioria dos abusos e violência contra crianças ocorra dentro da esfera familiar¹², proteger a criança nesse âmbito não aparece como uma pauta no discurso de extrema direita. Atwood (2018) postula que a “criança” funciona como uma metáfora para problemas sociais, representando a inocência que deve ser defendida das novas mudanças sociais que estariam criando um mundo aberrante. O debate construído em torno da sexualização desta “criança” imaginada foca numa mítica em torno de um núcleo familiar sólido e heteronormativo, ao invés dos problemas reais de crianças e jovens de carne e osso.

¹² Segundo dados do Ministério da Saúde divulgados em maio de 2023, mais de 200 mil casos de violência sexual contra crianças e adolescentes foram notificados no Brasil entre 2015 e 2021. Na maioria dos casos, o agressor era um familiar. Em segundo lugar em número de ocorrências, o agressor era um amigo ou conhecido da família. Fonte: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2023/05/18/brasil-registrou-2029-mil-casos-de-violencia-sexual-contras-criancas-e-adolescentes-de-2015-a-2021-diz-boletim.ghtml>. Acesso em 21 jul 2023.

No caso da “mamadeira de piroca”, é perceptível uma construção muito forte de um “vilão” atravessado por marcadores de sexualidade e orientação política (homens gays e pessoas de esquerda) que irá fazer “seu filho” utilizar uma mamadeira fálica, sexualizando-o desde a primeira infância. A construção do homossexual degenerado e perigoso por grupos de extrema direita também não é uma novidade. No vídeo percebemos muito fortemente, assim, a representação estigmatizada de dois grupos: os comunistas, representados pelo Partido dos Trabalhadores, e os gays. Como nos lembra Miskolci (2007, p. 109):

Historicamente, grupos sociais estigmatizados por sua religião, visão política ou orientação sexual são socialmente representados como um perigo para as crianças. No caso dos judeus, são conhecidas as lendas de que usariam crianças em rituais de sacrifício humano. Também é notória a construção da imagem dos comunistas como “devoradores de criancinhas”. No caso de homens gays, a imagem de perigo os associa à pedofilia.

As mídias também aparecem como parte importante na disseminação de um pânico moral. Segundo Miskolci (2007), a partir da perspectiva britânica, o aparecimento do pânico moral teria cinco passos: 1) é escolhido um alvo como perigoso; 2) o perigo é exemplificado de forma reconhecível na mídia; 3) há a construção de uma “preocupação pública”, que por sua vez 4) gera uma resposta das autoridades, 5) resultando no fim do pânico ou em mudanças sociais.

Se na disputa para a presidência da República de 2022 o acionamento político do pânico moral nas mídias sociais pareceu ter arrefecido, dando lugar a teorias conspiratórias que questionavam principalmente o sistema eleitoral brasileiro, isso não significa que o pânico moral tenha saído do radar de políticos ultraconservadores e de personagens públicos ligados ao campo religioso. Em maio de 2023, por exemplo, o deputado Federal Maurício Souza (PL), conhecido como Maurício do Vôlei, eleito por Minas Gerais com mais de 83 mil votos, publicou em seu perfil no Instagram (seguido por 2,4 milhões de pessoas) uma imagem do rosto de uma criança, fotografada em *close*, acompanhada dos seguintes dizeres: “Atenção pais! ‘As escolas devem equipar as crianças para ter parceiros sexuais’, diz a ONU e a OMS”. Mesmo com o compartilhamento do post por perfis que convocavam outros usuários a denunciar o conteúdo devido ao seu caráter claramente falso, dois meses após a publicação original o

material continuava no ar no Instagram oficial do deputado¹³. Pouco antes, em março, o também deputado federal pelo PL Nikolas Ferrias subiu à tribuna da Câmara dos Deputados para fazer um discurso transfóbico e conspiratório no Dia Internacional da Mulher, num acontecimento midiático de enorme repercussão que pautou as redes sociais por vários dias¹⁴.

Em uma tentativa de interpretação do fenômeno das *fake news* e sua relação com lógicas conspiratórias, Camilo Aggio (2023) retoma Benkler, Farris, Roberts (2018) e a noção de crise epistêmica da democracia, propondo a existência de uma relação triangular entre “crises da democracia, novas configurações da esfera pública por meio da comunicação descentralizada das redes digitais e as teorias da conspiração” (AGGIO, 2023, p. 3). Para o autor, é necessário entender que:

[...] as teorias da conspiração possuem dois componentes conceituais: um no nível político e outro no nível epistemológico, de maneira intercambiável. Em outras palavras, as teorias conspiratórias se situam tanto no campo da cognição e, portanto, sob parâmetros mais abstratos (ainda que com reflexos atitudinais e comportamentais) quanto em sua materialização concreta nas relações políticas. (AGGIO, 2023, p. 4)

Ainda que não esteja no escopo desse artigo dar conta da dimensão cognitiva das teorias conspiratórias, nos alinhamos às preocupações do autor na busca pela compreensão dos elementos que se articulam, nos níveis político e epistemológico, no processo de disseminação de informações falsas e/ou conspiratórias de teor moral, especialmente no terreno do gênero e da sexualidade. Como será explorado adiante no trabalho, nosso investimento considera ainda a economia da atenção e a dimensão performativa das imagens em vídeo, considerando a sua centralidade nos processos de sociabilidade do presente e o fato de que parte da estratégia de acionamento das *fake news* como repertório de ação política (FABRINO et. al.) e consequente deterioração da esfera pública e do interesse público passam pelo claro entendimento de que a política nas redes se faz *na e por* meio da imagem.

A lógica da economia da atenção e as imagens na disseminação do pânico moral

¹³ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Csi3PXdOt2J/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>. Acesso em 14 de julho de 2023.

¹⁴ O conteúdo da fala está reproduzido nesse link: <https://www.poder360.com.br/congresso/nikolas-ferreira-faz-discurso-transfobico-no-dia-da-mulher/>. Acesso em 21 jul. 2023.

Ess (2014) aborda o pânico moral sob uma perspectiva mais focada na tecnologia. Para o autor, o conceito apela para o medo de novas tecnologias saírem do controle, corrompendo nossas sensibilidades éticas e sociais. O surgimento de novas tecnologias é frequentemente alvo de pânicos morais, mas também pode funcionar como possibilitadores e catalisadores de pânicos morais já existentes. No caso das plataformas de redes sociais, como o *Facebook*, *Instagram* ou *Twitter*, onde a maioria dos vídeos como o analisado aparecem - para serem posteriormente replicados em demais sites ou aplicativos de mensagem, como o *WhatsApp* ou o *Telegram* - o forte incentivo à produção e compartilhamento de conteúdos se torna um exemplo disso: algo novo está acontecendo a todo momento, colocando os usuários em um movimento constante de mudança e atualização, que pode despertar ou até mesmo evidenciar um sentimento de ansiedade e anseio por acompanhar todas as discussões e ficar por dentro dos assuntos.

É em meio a esse movimento de postagem e compartilhamento de conteúdos que entendemos haver uma busca pelo engajamento, pelo status e pela atenção, considerada como uma nova forma de valor produtivo no capitalismo contemporâneo (BELLER, 2006). De modo análogo ao que Debord (2007) denominou como a “sociedade do espetáculo”, o que estamos vivendo atualmente se assemelha a uma economia da atenção, na qual, em meio à enorme variedade de conteúdos e temas compartilhados a todo momento nos meios digitais, torna-se um desafio e uma missão aos usuários desenvolverem novas formas de destacarem suas postagens e alcançarem níveis maiores de engajamento, compartilhamento e produção de discussões. A atenção se torna, então, o bem mais valioso dentro dos meios digitais e, por meio dela, é que as postagens (fotos, vídeos, *stories*, *reels*, etc.) podem ser mais visualizadas e consumidas, permitindo maior interação e possibilitando a seus produtores alcançar outros objetivos, como fama, reconhecimento, status, entre outros valores que podem ser transmitidos e usufruídos também no mundo offline (WINOCUR, 2009).

Em meio a essa busca pela atenção, é importante destacar que, embora as plataformas digitais possam servir como espaços propícios para a disseminação de conteúdos como os que vêm sendo mencionados, há também métodos para determinar o que será disponibilizado aos usuários e, conseqüentemente, consumido por eles. Por meio dos algoritmos - uma série de comandos em forma de códigos que, ao utilizarem os dados dos usuários, suas interações e atividades no ambiente digital, oferecem recomendações

de assuntos, postagens e perfis, além de estabelecerem rankings personalizados de conteúdos (ARAÚJO; MAGALHÃES, 2018) - as plataformas determinam aquilo que é mais relevante e interessante para ser disponibilizado nos *feeds* de suas interfaces. Embora seu funcionamento seja um segredo, de conhecimento apenas dos proprietários de cada plataforma, entendemos que a atuação e lógica algorítmica possuem uma grande influência quando se trata da relação entre economia de atenção e pânico moral, estabelecida, por exemplo, pelo compartilhamento de conteúdos como o da “mamadeira de piroca”, uma vez que permite que esses tipos de temáticas alcancem mais usuários e tenham uma repercussão maior do que a outros tipos de conteúdos.

Novamente, vale ressaltar que o funcionamento dos algoritmos é mantido em segredo pelas plataformas, havendo apenas algumas hipóteses sobre os critérios utilizados para determinar o funcionamento de cada espaço, como o uso de *hashtags*, palavras-chave, e a elevada taxa de engajamento, composta pelo número de curtidas, compartilhamentos e comentários, entre outros elementos. Sendo assim, cabe aos usuários terem um conhecimento prévio daquilo que cada plataforma considera em seu funcionamento para que possam acessar conteúdos mais interessantes e que captem a atenção dos demais. Parte desse conhecimento pode ser obtido ao analisar os conteúdos que obtêm as maiores taxas de interação e que são disponibilizados nos *feeds*, possibilitando a identificação de padrões de imagem, texto, temas, filtros, e outros elementos que são utilizados pelos demais usuários. Dessa forma, pode-se obter uma “fórmula do sucesso”, ou menos um direcionamento daquilo que possivelmente terá mais relevância.

Nesse ponto, entendemos que o compartilhamento de conteúdos controversos e de *fake news* como as citadas neste artigo pode se apropriar de alguns, senão todos, destes elementos para que possam ter seu alcance impulsionado pelas próprias plataformas. Em um período como a corrida eleitoral, por exemplo, *emojis*, palavras-chave, *hashtags*, filtros, fotos, e cores associadas às eleições se tornam mais relevantes devido a quantidade de conteúdos que os utilizam. Dessa forma, no caso da “mamadeira de piroca”, por exemplo, o uso de termos e palavras-chave associados à política, como “PT”, “Haddad”, “Bolsonaro”, entre outros, pode ter sido influente para a sua disseminação pelos próprios algoritmos das plataformas. Aliado a isso, a imagem forte apresentada na miniatura do vídeo (figura 1) serve como uma fonte de curiosidade aos usuários, que visualizam e comentam, mesmo que maneira negativa, aumentando ainda mais sua taxa de

engajamento que, por sua vez, pode “demonstrar” ou “ensinar” ao algoritmo que aquele conteúdo é relevante, tornando-o potencialmente ainda mais disseminado.

Figura 1 - Frame do vídeo *Mamadeira de Piroca*



Fonte: <https://www.youtube.com/shorts/bhPF4zlrwqE>¹⁵

Em função da limitação de espaço no artigo, gostaríamos de nos deter mais especificamente na materialidade audiovisual de um conteúdo apenas, esse da “mamadeira de piroca”, uma vez que estão inscritas ali – bem como nos vídeos de “denúncia” da exposição *Queer museu* – alguns elementos bastante recorrentes nesse tipo de material e que cujo efeito tem se repetido de forma recorrente, ainda que com distintas modulações a depender de cada caso: 1) a centralidade da imagem, sua circulação nas redes sociais digitais e seu papel na produção de regimes de verdade para os quais a materialidade factual em si tem pouco ou nenhum valor, e 2) a dimensão performativa dessas ações que, em termos estéticos e retóricos, recorrem a alguns expedientes comuns, como: a) imagens de teor amador; b) um sujeito ou sujeita que fala ou grita na cena interpelando diretamente o espectador, c) o teor de urgência do apelo que é feito; d) a emissão de juízos peremptórios sobre fatos sem qualquer ancoragem no mundo histórico (“mamadeira de piroca”) ou enredados em narrativas mentirosas e distorcidas (*Queer museu*); e) o reforço de lógicas conspiratórias em torno de acontecimentos contra os quais a ação do público que assiste às imagens seria fundamental – e essa ação consiste fundamentalmente em interditar discursos e pautas de gênero e sexualidade, uma vez que representariam risco social.

¹⁵ O vídeo supracitado é uma reprodução do original encontrada no *Youtube*.

No livro *A República de chinelos*, Luciana Villas Bôas (2022) busca produzir uma iconografia política do governo Bolsonaro, analisando algumas imagens bastante célebres, como a fotografia que mostra o ex-presidente de chinelos e camisa falsificada de time de futebol em evento oficial no Palácio do Alvorada e os vídeos em que Bolsonaro aparece em espaços pretensamente privados, como a cozinha ou o quintal de uma casa simples, em ações cotidianas como tomar café da manhã. Ainda que o vídeo da mamadeira de piroca seja anterior às eleições, é possível retomar as contribuições da autora para pensar no que chamamos anteriormente de dimensão performativa de imagens e apostar no argumento de que, nas lógicas da economia da atenção e do acionamento das *fake news* de teor moral como repertórios de ação política, as imagens possuem maior valor de verdade do que os acontecimentos em si.

Nesse caso específico, o narrador do vídeo de duração total de 55 segundos e gravado em um único *take* é um homem que não aparece em cena, tornando mais difícil implicar o/os produtor/es na circulação do conteúdo. Ao longo de todo o vídeo, ouvimos sua voz e vemos apenas sua mão segurando o que seria a mamadeira fállica sobre a respeito da qual ele diz: “Seu filho de cinco ou seis anos de idade vai beber mamadeira na creche com isso aqui ó, para combater homofobia”. Nessa frase bastante curta uma série de relações de causa e efeito são construídas: em primeiro lugar, a afirmação de que as creches brasileiras passarão a usar a tal mamadeira; em segundo, a sugestão implícita de que o PT (Lula, Dilma e Haddad são mencionados nominalmente) pretende sexualizar as crianças obrigando-as a utilizar um utensílio que simula o sexo oral; e a terceira, talvez a mais grave de todas, de que o combate à homofobia passa por interceder na orientação sexual do outro (afinal, a sugestão é de que o PT vai combater a homofobia tornando todas as pessoas homossexuais).

A possibilidade de que tal vídeo tenha sido produzida de forma desavisada por um pai ou mãe pretensamente preocupados com a sexualização infantil cai por terra quando o vídeo convoca o espectador pedindo explicitamente o voto em Bolsonaro: “Tem que votar em Bolsonaro rapaz, Bolsonaro que é pra fazer o filho da gente homem e mulher”. Na lógica argumentativa do narrador, gays não são homens, lésbicas não são mulheres e pessoas trans nem sequer existem. A convocação discursiva é para contenção do dano: o pânico moral requer que uma ameaça esteja colocada e que as pessoas não sejam submetidas a essa influência negativa.

No entanto, a força performativa do discurso do narrador se completa na presença material da mamadeira fálica na imagem. Embora o narrador não enuncie explicitamente em nenhum momento qualquer termo formal ou informal que se refira ao pênis, o jogo do processo de produção de sentidos do vídeo é de complementariedade: nem a fala teria o mesmo efeito sozinha – quiçá seria possível imaginar a que tipo de objeto o narrador se refere se a mamadeira não aparecesse na imagem –, nem a imagem teria qualquer efeito deslocada do contexto discursivo em que foi inserida.

Considerações

Em se tratando desse tipo de propagação de conteúdo falso, e mesmo sabendo que atualmente já há atualizações e avanços tecnológicos que detectam o compartilhamento de *fake news*¹⁶ (o que, por outro lado, não conteve seu compartilhamento), entendemos que é exatamente essa tecnologia que, durante o período eleitoral de 2018, permitiu que vídeos, fotos e textos, mesmo os mais absurdos e ofensivos, pudessem ganhar tanta repercussão. Para Inês Amaral e Sofia Santos (2019), a lógica algorítmica estabelece uma nova dinâmica de *gatekeeping*, termo utilizado no jornalismo profissional para denominar o processo que determina quais conteúdos poderão chegar ao público, fazendo com que, agora, aquilo que é disponibilizado não siga uma lógica atrelada à qualidade de conteúdo, relevância pública ou códigos profissionais de conduta, como ocorria nos jornais, mas sim à quantidade de interações que gera. Dessa forma, se um conteúdo obtém muitas curtidas e compartilhamentos, por exemplo, ele passa a ser considerado mais relevante, aumentando seu alcance e disseminação, sem nenhuma garantia de veracidade ou qualidade daquilo que está sendo compartilhado.

Analisando o vídeo da “mamadeira de piroca”, bem como o do “kit gay”, entendemos haver então um aproveitamento da lógica algorítmica para sua rápida proliferação. Mesmo que o vídeo tenha sido removido rapidamente, como mencionamos anteriormente, seu rápido compartilhamento durante a corrida eleitoral de 2018 teve um forte impacto para descredibilizar a campanha do principal opositor de Jair Bolsonaro, o também então candidato Fernando Haddad, do PT, ao qual se direcionavam as críticas e discursos apresentadas nas postagens. Nesse ponto, evidenciamos aqui uma transmissão

¹⁶ Fonte: <https://brasil.elpais.com/tecnologia/2020-06-11/fake-news-seguem-padroes-concretos-e-os-algoritmos-ja-conseguem-rastrear-los.html>. Acesso em 05 de setembro de 2022.

e associação de valores à identidade e à imagem pública dos candidatos, derivada dos discursos compartilhados através das *fake news*. Uma vez que as mensagens publicadas buscavam tecer críticas ao candidato de oposição, ao serem compartilhadas pelos grupos de *WhatsApp* e outras plataformas de redes sociais, esses valores, comportamentos e posturas passavam a ser associados à imagem pública do político, em um processo de construção identitária baseada no compartilhamento de mensagens falsas e de ódio.

Em se tratando de um momento decisivo para a política brasileira, esse tipo de acontecimento e construção de imagem pública ocasionada pela postagem de vídeos e *fake news* se tornou decisivo para as campanhas da disputa eleitoral. Segundo André Luiz Carvalho (2021), as identidades seriam concessões, negociações entre aquilo que definimos para nós mesmos (autoidentidade) e aquilo que é definido pelos outros (heteroidentidade). Já em Hall (2006), temos a noção de identidade como um dado em constante evolução, de modo que entendemos então que, ao mesmo tempo em que os meios digitais permitem uma construção identitária dos usuários por meio daquilo que compartilham e é consumido pelos demais, o mesmo pode ser dito daquilo que é compartilhado por terceiros e que é direcionado a alguém. No caso dos vídeos cotejados neste artigo, há uma apresentação de valores, crenças e comportamentos associados a políticos da oposição, simbolizados pelo PT (Fernando Haddad e Lula), e que, ao serem visualizados e compartilhados pelos usuários, são associados às imagens públicas desses políticos, de um partido (o PT) e, de forma metonímica, ao campo da esquerda.

Sendo assim, o vídeo da “mamadeira de piroca”, tanto na narração do vídeo quanto nas legendas textuais que o acompanham, elenca uma série de valores e comportamentos que são, no entendimento do seu narrador, incorretos e ofensivos, e que são então atribuídos e associados às identidades dos políticos do PT. No entanto, isso só se torna possível devido à forte repercussão e altos níveis de engajamento e compartilhamento que o vídeo obteve, parte por sua temática absurda que chama atenção, e parte pelos elementos que o compõem e que são aceitos pelos algoritmos das plataformas, que auxiliam em seu impulsionamento e alcance.

Referências

ALENCASTRO, Maria Júlia. Os impactos da sexta-festa: moralidades no espaço público digital. In: ANAIS DO COMUNICON – CONGRESSO INTERNACIONAL EM COMUNICAÇÃO E CONSUMO, 2021.

AMARAL, Inês; SANTOS, Sofia José. Algoritmos e Redes Sociais: a propagação de fake news na era da Pós-Verdade. In: FIGUEIRA, João; SANTOS, Silvio (Orgs.). As fake news e a nova ordem (des)informativa na era da pós-verdade: Manipulação, Polarização, Filter Bubbles. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra, 2019, 284p.

ATWOOD, Feona. Sex Media. Cambridge: Polity Press, 2018.

ARAÚJO, Willian Fernandes; MAGALHÃES, João Carlos. EU, EU MESMO E O ALGORITMO: como usuários do Twitter falam sobre o “algoritmo” para performar a si mesmos. In: ANAIS DO 27º ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 2018, Belo Horizonte. Anais eletrônicos... Campinas, Galoá, 2018. Disponível em: <https://proceedings.science/compos-2018/papers/eu--eu-mesmo-e-o-algoritmo--como-usuarios-do-twitter-falam-sobre-o---algoritmo---para-performar-a-si-mesmos>. Acesso em: 04 fev. 2022.

BELLER, Jonathan. The Cinematic Mode of Production: Attention Economy and the Society of Spectacle. Hanover e Londres: Dartmouth College Press, University Press of New England, 2006.

BROWN, Wendy. Nas ruínas do neoliberalismo: a ascensão da política antidemocrática no Ocidente. São Paulo: Politeia, 2019.

CARVALHO, André Luiz. Construção Identitária: Projeção Simbólica. In: ANAIS DO IV ENECULT – Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, 2008, Salvador. Disponível em: <http://www.cult.ufba.br/enecult2008/14361.pdf>. Acesso em: 18 de out. de 2021.

DEBORD, Guy. A Sociedade do Espetáculo. São Paulo: Contraponto, 2007.

ESS, Charles. Digital Media Ethics. Cambridge: Polity Press, 2009.

FABRINO, Ricardo; AGGIO, Camilo. As metamorfoses da esfera pública ou a nova mudança estrutural. In: ANAIS DO 30º ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 2021, São Paulo. Anais eletrônicos... Campinas, Galoá, 2021. Disponível em: <<https://proceedings.science/compos/compos-2021/trabalhos/as-metamorfozes-da-esfera-publica-ou-a-nova-mudanca-estrutural?lang=pt-br>>. Acesso em: 03 jul. 2023.

FABRINO, Ricardo; FREITAS, Viviane; AGGIO, Camilo; SANTOS, Nina. Fake News e o Repertório Contemporâneo de Ação Política. DADOS, Rio de Janeiro, v. 66, n. 2, 2023. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/dados/a/M47Czv8v8HzwQ6DKjBqJvjg/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 26 jun. 2023.

HALL, Stuart. A Identidade cultural na pós-modernidade. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

MISKOLCI, Richard. Pânicos morais e controle social: reflexões sobre o casamento gay. Cadernos Pagu, 2007, p. 101-128.

MISKOLCI, Richard. Batalhas morais - Política identitária na esfera pública técnico-midiatizada. Belo Horizonte: Autêntica, 2021.

VÁZQUEZ, José Antonio Ramos. A la caza del cazador: internet ley penal y esfera intimo-sexual de los menores. In: PERES-NETO, Luiz; BOTELLA I CORRAL, Joan (orgs.). Éticas em rede: políticas de privacidade e moralidades públicas. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2018.

VENCATO, Anna Paula; VIEIRA, Regina. Uma virada conservadora: pânico moral, mídias digitais, (des)ilusões e (des)afetos no Brasil dos anos 2010. Revista Interações Sociais, v. 5, n. 1, 2021. Disponível em: <https://www.periodicos.furg.br/reis/article/view/14035>. Acesso em: 28 jun. 2023.

WINOCUR, Rosalía. La convergência digital como experiencia existencial em la vida cotidiana de los jóvenes. In: DÍAZ, Miguel Angel Aguilar; BOLÁN, Eduardo Nivón; ARIOSA, María Ana Portal, WINOCUR, Rosalía (Orgs.). Pensar lo contemporâneo: de la cultura situada a la convergência tecnológica. Barcelona: Anthropos, 2009.