

iscte

INSTITUTO
UNIVERSITÁRIO
DE LISBOA

Os movimentos sociais na luta contra a desinformação: um estudo sobre o trabalho do *Sleeping Giants Brasil*

Raquel Pimentel Gomes Garcia

Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação

Orientador: Professor Doutor Pedro Pereira Neto

Investigador Associado no CIES - Instituto Universitário de Lisboa e professor auxiliar Convidado

ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa

Novembro, 2021



SOCIOLOGIA
E POLÍTICAS PÚBLICAS

Departamento de Sociologia

Os movimentos sociais na luta contra a desinformação: um estudo sobre o trabalho do *Sleeping Giants Brasil*

Raquel Pimentel Gomes Garcia

Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação

Orientador: Professor Doutor Pedro Pereira Neto

Investigador Associado no CIES - Instituto Universitário de Lisboa e professor auxiliar Convidado

ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa

Novembro, 2021

Agradecimentos

Primeiramente gostaria de agradecer aos meus pais, Rita e Heraldo, eternos incentivadores da minha trajetória como profissional, como jornalista e como mulher. Impecáveis no apoio, no amor, na dedicação, no ombro amigo e responsáveis pelos meus melhores sentimentos. Vocês são os amores da minha vida.

Ao meu irmão, Felipe, amoroso, inteligente, amigo e um apoiador honesto.

Ao meu amor, Daniela, minha parceira de sonhos e sorrisos, uma mulher inteligente e ávida por novos conhecimentos, que tive o prazer de dividir cada vírgula deste trabalho.

Ao meu orientador, professor Dr. Pedro Neto, que pacientemente me ajudou e guiou com sabedoria e muito conhecimento sobre o tema. Sou grata e tenho muita admiração pelo seu trabalho e pesquisa.

A minha amiga Jana Cambuí, mestra, inteligente, sagaz, a quem tenho uma admiração interminável do intelecto brilhante de escritora, questionadora e que me ajudou todas as vezes que precisei para elaborar esta pesquisa.

A minha amiga, Ana Luisa Melo, pela ajuda inacreditável ajuda bem no final deste trabalho e que foi determinante para que ele fosse concluído.

A minha amiga de uma vida, Aline Monteiro, que com sua inteligência, boa vontade e amor me ajudou na conclusão.

A minha família, tias, tios, primos, primas, amigos e parceiros de caminhada que sempre me apoiaram e serviram de inspiração.

A quem agradeço em minha monografia, agradeço aqui também pela inspiração interminável, a professora e amiga, Dr. Leila Nogueira, minha jornalista favorita no mundo.

E por último, mas não menos importante, ao meu Deus, pela luz e pela coragem.

Dedico esta dissertação à Universidade pública federal brasileira, que me deu "régua e compasso" para que pudesse ingressar no mestrado, em uma Universidade europeia e não me sentisse para trás. Aqui estou em pé de igualdade acadêmica e intelectual graças ao esforço dos professores incansáveis que temos no Brasil.

Resumo

As notícias falsas, mais conhecidas como *fake news*, têm sido uma realidade no mundo pós-moderno. Os boatos e fofocas políticas regrediram para informações com formato de notícia e *layout* jornalístico para serem disseminados em todas as redes sociais digitais. A "notícia" uma vez enviada, pode não vir a ser retornada. A informação falsa, uma vez dita, não consegue ser desmentida ou desfeita a sua influência, sobretudo na era digital, a todos que a receberam.

A presente dissertação tentou compreender os motivos pelos quais os cidadãos, também inseridos nesse contexto digital, se juntam ao coletivo *Sleeping Giants Brasil* na luta contra a desinformação: Quais as expectativas e os anseios desse "novo" ativismo que exerce sua força no âmbito digital e tem alcançado mudanças sociais importantes no Brasil - e no mundo?

Foi realizado um inquérito em que foram entrevistadas 218 pessoas de diversas idades, classes sociais, gêneros e ideologias políticas, buscando traçar relações que possam de alguma forma clarificar quem são as pessoas por trás das telas em um movimento social digital que vem desafiando o *modus* de fazer protesto.

Palavras-chave: *Fake News*, Desinformação, *Sleeping Giants Brasil*, Movimentos Sociais.

Abstract

Fake news, more advance as fake news, has been a reality in the postmodern world. Rumors and political gossip regressed to information in a news format and journalistic layout to be spread on all digital social networks. The "news" once channeled, may not be returned. False information, once said, cannot be disproved or its influence, especially in the digital age, to everyone who received it undone.

This dissertation tried to understand the reasons why its citizens, also inserted in this digital context, join the Sleeping Giants Brazil collective in the fight against misinformation: What are the expectations and aspirations of this "new" activism that exerts strength in the digital sphere and has important social changes in Brazil - and in the world?

A survey was conducted in which 218 people of different ages, social classes, genders and political ideologies were interviewed, seeking to trace relationships that can somehow clarify who the people behind the screens are in a digital social movement that has been challenging the modus of protest.

Keywords: Fake News, Disinformation, Sleeping Giants Brazil, Social Movements.

Índice

Agradecimentos.....	i
Resumo.....	iii
Abstract.....	iv
Índice	vi
Introdução.....	1
1. O contexto da comunicação.....	3
1.1 Pós-modernidade e Ativismo Digital.....	3
1.2 Desinformação e <i>Fake News</i>	7
2. A história dos movimentos sociais.....	11
2.1 Marx e o movimento social no século XIX.....	11
2.2 Movimentos sociais no século XX.....	13
2.3 A Escola de Chicago.....	17
3. O contexto brasileiro.....	19
3.1 Ativismo digital no Brasil.....	19
3.2 A classe média e os conflitos sociais no Brasil.....	21
3.3 O cenário político brasileiro e as <i>fake news</i>	25
3.4 Ações coletivas em defesa da democracia.....	29
4. Questões metodológicas.....	31
4.1 Metodologia.....	31
4.2 Objeto de estudo.....	32
5. Discussão.....	35
5.1 Resultados gerais dos dados coletados.....	35
5.2 Análise Bivariada dos dados coletados.....	36
5.3 Análise qualitativa.....	37
5.4 Conclusão.....	38
Referências Bibliográficas.....	41
Anexos.....	47

Introdução

Em 2020 - início de produção deste trabalho - o mundo viveu o começo de uma pandemia que entrou para a História. Sem precedentes nas últimas décadas, a pandemia da Covid-19 escancarou problemas relacionados à comunicação já conhecidos e pesquisados no campo acadêmico e científico. Qual o risco das disseminações de notícias falsas e qual o papel da sociedade no combate à desinformação? No contexto pandêmico, vidas foram - e ainda estão sendo - perdidas com o avanço das chamadas *fake news* com interesses políticos e econômicos.

As notícias falsas não surgiram no contexto da covid-19 e muito menos com o advento das tecnologias da informação e internet das coisas, mas é inegável que esses recursos tecnológicos que aceleraram a comunicação, o jornalismo e a ciência, também acelerariam fenômenos ligados à corrupção e a desonestidade intelectual humana. Em 1439 Gutenberg inventou uma máquina que permitiria imprimir documentos e papéis e que viria a ser uma das maiores revoluções da modernidade, acelerando a produção de livros e o desenvolvimento da imprensa como é conhecida atualmente; Uma das primeiras notícias falsas divulgadas data a origem do antissemitismo na sociedade; Quando na Itália um pregador franciscano disse que a comunidade judaica local matou uma criança de dois anos e meio, drenou e bebeu seu sangue em celebração, essa calúnia levou quinze judeus a serem presos e condenados a fogueira (Newcastle, 2021).

O presente trabalho buscou compreender os motivos pelos quais as pessoas se juntaram ao coletivo brasileiro *Sleeping Giants Brasil*¹, que combate essas *fake news* em um movimento social digital, que expõe empresas e suas campanhas publicitárias em plataformas que disseminam desinformações. Através da desmonetização desses veículos de comunicação, ativistas digitais brasileiros estão chamando a atenção de atores políticos e da grande mídia.

Os ativistas deste coletivo cobram coerência das empresas e buscam impedir que esses espaços voltados para disseminação de notícias falsas sejam monetizados através da publicidade programada (mecanismo de distribuição aleatória de propaganda em sites sem que seja seguido

¹ Inspirado no coletivo americano *Sleeping Giants*. O *Sleeping Giants Brasil*, objeto desta pesquisa, também atua em campanhas que buscam desmonetizar qualquer discurso de ódio às minorias - racismo, homofobia, xenofobia, transfobia e misoginia.

qualquer critério ou deontologia). A pergunta que essa pesquisa tenta responder é: o que motiva as pessoas a interagirem com os posts do coletivo, cobrando de empresas posicionamentos políticos que condizem com suas campanhas publicitárias e seus planejamentos estratégicos de meta, missão, visão e valores?

A situação no sul do globo historicamente já se mostrou mais complexa do que no resto do mundo no que tange a perda de liberdades individuais, exploração, ditaduras e governos submissos. No caso do Brasil artigos científicos já foram produzidos mostrando que as *fakes news* na campanha de 2018 contribuíram para levar o atual presidente da extrema direita brasileira, Jair Messias Bolsonaro, ao poder, prejudicando a campanha de seu opositor designadamente a partir de um gabinete na presidência, responsável pela disseminação de desinformação.

No capítulo I percorremos pela relação do ativismo digital na era pós-moderna e os resultados das desinformações e *fake News*. No capítulo II foi traçado um caminho histórico da origem dos movimentos sociais na era capitalista, percorrendo as formas de se manifestar e os estudos sobre o tema que permita compreender como chegamos aos movimentos sociais digitais e qual o papel da comunicação e do jornalismo nessas mudanças. No capítulo III um panorama sobre a política brasileira e os conflitos de classe, bem como a ação dos ativistas no país. No capítulo IV explicamos a metodologia desta pesquisa, no capítulo V os resultados são analisados.

O contexto da comunicação

1.1 Pós-modernidade e Ativismo Digital

Os estudos que permeiam os movimentos sociais e seus desdobramentos têm diversas nuances, metodologias e aspectos que divergiram nas análises no decorrer das décadas. Atualmente o que devemos acrescentar são as perguntas que buscam as respostas sobre os motivos pelos quais as pessoas se envolvem em movimentos sociais, Bringel (2012) destaca as indagações e as novas perspectivas:

Por que as pessoas participam dos movimentos sociais? Como estão estruturados? Por que a participação aumenta em alguns casos, enquanto em outros diminui? Como interagem os movimentos sociais com outros atores sociais e políticos? Contudo, novas perguntas foram surgindo devido às importantes mudanças que aparecem a partir de inícios da década de 1990: a emergência de novos repertórios de ação coletiva, a ampliação e interação das múltiplas escalas de atuação, a maior atenção analítica em zonas geográficas não-ocidentais, a utilização de internet e outras ferramentas tecnológicas como os telefones celulares, entre outros elementos. (Bringel, 2012, p. 55).

A Filósofa alemã, Hannah Arendt, defendeu a ideia de que a partir do momento em que o homem criou a bomba atômica com possibilidades de exterminar a humanidade iniciamos uma crise política que justificaria a descridibilização nas instituições e nos governos, mesmo que em parte, com que nos deparamos atualmente. A informação em todo esse contexto histórico pode ser considerada como o cerne das disputas e crises políticas no mundo pós-moderno, em que os modos de produção europeus foram superados, o capitalismo se estabeleceu e os meios de comunicação em massa foram monopolizados pelos detentores dos meios de produção. Esse processo de fim da modernidade contribuiu para a desconstrução de ideologias e nascimento de novos pontos de vista pelo "o advento dos jornais, do rádio, da televisão e das redes telemáticas está diretamente associado ao nascimento de uma sociedade pós-moderna, mais complexa e caótica, na qual residiriam as nossas esperanças de emancipação, seja esta cultural ou política" (Miranda e Magalhães, 2017, p. 40). Essa ideia rejeita os textos frankfurtianos de Theodor Adorno que previa a monopolização da informação para a formação de estados totalitários.

Na lógica do frankfurtiano Habermas, a esfera pública - local onde assuntos políticos são debatidos através de um processo dialético formando a opinião pública em um consenso para a ação de pressão sobre o poder público para mudanças sociais - é despolitizada pelos veículos de comunicação em massa, promovendo cada vez mais o sistema capitalista e o enfraquecimento do debate crítico. Sem o debate e sem a opinião pública na cobrança por melhorias para a sociedade não há emancipação social (Lubenow, 2012).

O uso das tecnologias sempre esteve presente nos movimentos sociais e nas ações coletivas promovidas pelos diversos grupos que agitaram a história em lutas de classes, espaço e poder. A exemplo dos movimentos abolicionistas, que escreviam em documentos clandestinos ou panfletos, e mais no contexto dos séculos XX e XXI com as rádios pirata ou grupos em redes sociais, as tecnologias da comunicação foram utilizadas para agrupar pessoas em torno da mesma identidade coletiva ou solidariedade com grupos minoritários insurgentes.

No século XIX, o papel da imprensa nas revoluções operárias deu ao jornalismo uma imagem conveniente para os detentores do capital, em que associava o trabalho e crítica ao sistema como propaganda política. Os jornalistas eram chamados de fanáticos, demagogos e geralmente perseguidos pelo poder político autoritário (Traquina, 2005). Quando o jornalismo se estabeleceu enquanto legítima fonte de informação e vigilância dos poderes políticos, viu-se surgir o papel do que Traquina (2005) chama de "intérpretes convincentes e influentes da teoria da opinião pública".

O online enquanto uma nova esfera pública digital se transformou em palco para o surgimento de novas formas de mobilização social pelo que tais mudanças seriam fruto de uma tripla revolução comunicativa: iniciada no encurtamento das distâncias pelas inovações elétricas, como automóveis e telefone; potencializada pela chegada da internet e, em seu último estágio, pelos dispositivos móveis de conectividade" (Miranda e Magalhães, p. 44).

A sociedade inserida nos contextos das redes sociais virtuais já ultrapassou o conceito de informatização e digitalização, para a internet das coisas e a sociedade em rede. Entendendo a rede como a internet e o mundo digital como uma extensão das nossas vivências *online* e *off-line*, o mundo globalizado e nossas participações políticas tenderiam a uma experiência cada vez mais digital. O conceito de sociedade em rede do sociólogo espanhol Manuel Castells destaca: "A interação entre esses processos e as reações por eles desencadeadas fizeram surgir uma nova estrutura social dominante, a sociedade em rede; uma nova economia, a economia informacional/global; e uma nova cultura, a cultura da virtualidade real" (Castells, M. 1999, p.

411).

Em *Redes de indignação e esperança* (2014), Castells afirma que os movimentos ocorridos no mundo em 2010 como a Primavera Árabe e o *Occupy* são responsáveis pelas mudanças sociais promovidas e alavancadas neste século em que vivemos. Os indivíduos sociais se envolvem em processos comunicativos que resultam em ações coletivas: "a mudança é posta em prática, a emoção positiva mais potente prevalece: o entusiasmo, que leva à mobilização social intencional. Redes de indivíduos entusiásticos, que ultrapassaram o medo, transformam-se num actor colectivo e consciente" (Castells, 2013, p.214).

A crise econômica global que marca o início do século XXI tem como inimiga (ou aliada, dependendo da perspectiva) a conexão da sociedade nas redes: o que Marshall McLuhan previu enquanto aldeia global já era uma realidade, consequência da internet e dos progressos e avanços no que tange a integrar pessoas por ideologias e gostos. Assim como riscos de *echo chambers* e *filter bubbles* que podem ser definidas como locais em que as pessoas pesquisam temas para reafirmar suas ideologias e acabam consumindo apenas um tipo de conteúdo e ficando presas em eco numa bolha compartilhando experiências com seus iguais.

Em diversos pontos do globo manifestações tinham em comum o fato de exigirem melhores condições de vida e diminuição das desigualdades sociais. A indignação popular encontrou nas redes sociais, sobretudo *Twitter* e *Facebook*, um local para juntar apoiadores que compartilhavam frustrações face aos governos e a política local (Magalhães, 2018). Um outro aspecto que esses movimentos tinham em comum era o apartidarismo: entre as reivindicações mais preponderantes estava a falta de representatividade política e negação da classe no entendimento de que os poderes (legislativo e executivo) são influenciados pelo capital. Magalhães (2018) reitera Castells na visão pessimista de como funcionam os políticos no trato com os manifestantes: atendem suas pautas, incluem em suas agendas, mas não propõem e não lideram mudanças efetivas no sistema político que resultem na melhoria da qualidade de vida e no combate a desigualdade social. Como afirma Magalhaes, "essa é a lógica da democracia representativa apresentando as suas lacunas, dificultando a possibilidade de uma interação positiva entre os movimentos e os políticos com o objetivo de negociar uma reforma política" (Magalhães, 2018, p. 63).

O sociólogo Christian Fuchs (2014) tece críticas à forma como Castells entende os movimentos sociais surgidos neste início de século XXI: segundo ele, há no autor espanhol uma

exaltação das potencialidades da internet e pouca visão crítica sobre as redes sociais. Em uma visão que busca fugir do determinismo tecnológico, Fuchs entende que

Castells fails to see that it is not the Internet that creates sociality, but human actors who are embedded in antagonistic economic, political and ideological structures of society. The Internet is a techno-social system consisting of social networks that make use of a global network of computer networks. It is embedded in the antagonisms of contemporary society and therefore has no in-built effects or determinations. Collective social action that makes use of the Internet can have relatively few effects or dampen or intensify existing trends. The current implications depend on contexts, power relations, resources, capabilities, strategies and tactics as well as the complex and undetermined outcomes of struggles. (Fuchs, 2014, p.84).

Entre apocalípticos e integrados, numa visão de Umberto Eco sobre a forma não crítica que muitos autores da comunicação fazem da internet e suas possibilidades, Fuchs (2014) não dá créditos às redes sociais digitais sobre as movimentações nas ruas neste início de século. Segundo ele, os dados do *Occupy Research* feito com os manifestantes durante o movimento pontam que o "face to face" foi a forma de comunicação que os levou às ruas, o que refuta o sociólogo espanhol: "These empirical results falsify Castells' speculative arguments that contemporary social movements emerged from and are largely based on the internet, and live and act through digital media" (Fuchs, 2014, p. 85).

No contexto da internet e das novas tecnologias que prometem a sensação de encurtamento das distâncias, os movimentos sociais abriram espaço para essas discordâncias no âmbito do determinismo tecnológico e sobre o uso das tecnologias na articulação e chamamento público das manifestações populares. Junior e Rocha (2013) sinalizam que o acesso à internet e suas práticas democráticas de fazer política devem ser consideradas, sobretudo em países como o Brasil, onde o poder político e poder econômico se misturam. Os autores destacam que nas manifestações de 2011 no Egito o governo ordenou que os provedores de internet desligassem o serviço, fazendo com que 20 milhões de pessoas ficassem sem acesso a internet: "Devemos entender que a apropriação das tecnologias pela classe dominante ocorre no formato dos serviços implementados pelos servidores de aplicações e conteúdos, nas dimensões estrutural, econômica, política e ideológica." (Junior e Rocha, 2013, p.208).

As ações coletivas são, seguindo a linha de pensamento marxista sobre a identidade para o movimento social, ligadas à consciência de classe coletiva fundamental para a revolução e as

insurgências. Ou seja, as mobilizações das pessoas por mudanças, melhorias, exigência de direitos e justiça social são motivadas pelo entendimento de um "problema em comum" e o despertar para a luta: um propósito que de fato é característico da maioria das organizações, e com certeza de praticamente todas as organizações com um importante aspecto econômico, é a promoção dos interesses de seus membros" (Olson, 1999, pp. 17-18).

A análise das ações coletivas de como elas acontecem simultaneamente em diversos países do globo é feita por Della Porta (2006) de forma ampla no sentido do que seria então a homogeneidade das manifestações:

In truth, associating expressions like “global justice movement” with unitary, homogeneous actors would be very misleading. The initiatives against neoliberal globalization are very heterogeneous, and not necessarily connected to each other. They address a range of issues, from child labor’s exploitation by global brands to deforestation, from human rights in developing countries to military interventions by Western powers. And they do so in a myriad of forms, from individual utterances of dissent and individual behavior to mass collective events, and from a variety of points of view. Looking at them well illustrates what doing “social movement analysis” actually means. In their research practice, most of the people who study social movements focus either on individuals, organizations, or events, in the best instances trying to capture the interdependence between them. (Della Porta, 2006, p.2)

1.2 Desinformação e *Fake News*

A desinformação consiste na utilização de técnicas de comunicação para induzir ao erro, e as notícias falsas entram basicamente nesta definição, adicionando os interesses por trás da mentira. Porcello e Brittes (2018) destacam que essas notícias falaciosas sempre existiram: o que é necessário analisar é o contexto e a profissionalização dessas notícias falsas que tendem a alcançar um maior número de pessoas.

Baseada em valores-notícia, redações de todo o mundo definem sua agenda e suas pautas de acordo com o interesse do público-alvo. Os fatos precisam ocorrer para que sejam noticiados, no entanto o jornalismo sempre se deparou com um desafio que põe em risco a credibilidade das notícias divulgadas: o imediatismo. Traquina (2008) define o imediatismo como "um conceito temporal que se refere ao espaço de tempo (dias, horas, segundos) que decorre entre o acontecimento e o momento em que a notícia é transmitida, dando existência a esse acontecimento" (Traquina, 2008, p.37)

Os jornalistas, pressionados por seus chefes e pela organização jornalística por trás da notícia, os interesses, lidam com o "furo" para a corrida de quem divulgou primeiro, muito antes da emergência da *cibermídia*. Sendo assim, Traquina (2008) ainda define que as notícias são bens perecíveis e já problematizava essa necessidade de instantaneidade na divulgação dos fatos, sem a devida apuração, devido os riscos de serem divulgadas informações incorretas e prejudiciais ao alvo da notícia, ao público leitor e ao fazer jornalístico, pois haveria uma perda de credibilidade.

No atual cenário multiplataforma que nos permite ter informações e notícias por minuto, Jenkins (2009) defende que essa convergência não ocorre simplesmente de um processo tecnológico com diversas funções, mas que, "a convergência representa uma transformação cultural à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos. (Jenkins, 2009, p. 29 - 30). As facilidades de estar *online* e gerar conteúdo - ironicamente, consequência da democratização, mesmo que parcial, da informação - trouxe consigo a dificuldade de competir e apurar o número elevado de notícias falsas por minuto produzidas e divulgadas nas redes sociais como *Facebook*, *Twitter* e *WhatsApp*: a ironia está presente no argumento de que ao dar acesso às pessoas à tecnologia e a internet, elas tiveram acesso também às desinformações que ameaçam a democracia política.

A crise da credibilidade que afeta o jornalismo e a grande mídia cresce com o volume de desinformação divulgada nas redes sociais e que não necessariamente estão nos noticiários tradicionais. Parte do público acredita que a grande mídia não divulga os fatos que recebe de forma digital e o que é divulgado é falso (Porcello e Brittes, 2018). A grande mídia hegemônica brasileira sofre acusações de enviesamento, como foi dito sobre as manifestações de junho de 2013, mas dificilmente um veículo de comunicação tradicional divulgaria, por exemplo, os não fatos que recebemos diariamente nas redes.

A produção de *fake news* com intenções políticas durante uma disputa eleitoral ou com intenções de criar conflitos são uma realidade nesse segmento. Boatos, histórias, fatos, inverdades, são expressões que rotineiramente nos acostumamos e não foram inventadas no contexto da *web* 2.0. Obviamente que este fenômeno afeta a credibilidade e o trabalho do jornalismo: "Com a proliferação de falsificações nas narrativas sobre fatos políticos, parece que é o próprio jornalismo, a instituição a que historicamente se reputou o privilégio de nos assegurar sobre quais são, efetivamente, os acontecimentos da atualidade, que está sendo epistemologicamente questionado e desafiado" (Gomes, 2019, p. 34).

O espaço "*web*" que nos acostumamos a entender como um local de infinitas possibilidades e espaço ilimitado, diferente dos espaços físicos que habitamos, na verdade se configura como mais um local onde o capitalismo se instala, reforma e se apropria. Fuchs (2014) fala sobre como, através da coleta de dados dos usuários na internet, o capitalismo, transformou e otimizou a experiência nas redes sociais disponibilizando aquilo que se deseja ver, para que o tempo *online* se multiplique. Esse processo de estar *online* por mais tempo consumindo um conteúdo desejável e consoante as ideologias dos usuários são ainda alvo de propaganda - também segmentada e direcionada ao público exato - gerando lucros às empresas de internet. O capitalismo reformado e reestruturado para explorar o potencial da *web 2.0* é analisado por Fuchs (2009) que entende que os usuários correspondem a classe de explorados, uma vez que geram conteúdos que são vendidos aos anunciantes e que, através da classificação de seus gostos, desejos e anseios, geram o lucro. Ou seja, o usuário da internet produz conteúdo gratuito às empresas de internet entretendo outros usuários, espaço em que ambos - produtor-consumidor e consumidor-produtor - são alvos da propaganda segmentada, sendo compelidos ao consumo neste espaço de troca "gratuito".

As bolhas criadas pelo próprio sistema que transforma a experiência *online* em uma experiência "não crítica" impossibilita a emancipação social desejada. A *web* poderia ser esse espaço de debate crítico, mas encontra, devido aos mecanismos do próprio sistema, barreiras que dificultam o debate. Nesse território a desinformação se espalha com pouca possibilidade de refutação. Assim ocorreu com as eleições que elegeram Donald Trump a presidência da maior potência econômica e bélica do mundo, os Estados Unidos da América; assim ocorreu na saída do Reino Unido do bloco econômico europeu, a União Europeia; e assim grandes mudanças estão ocorrendo no mundo, como o crescimento da extrema direita e seus discursos que negam a justiça social e os direitos humanos.

A história dos movimentos sociais

2.1 Marx e o movimento social no século XIX

O debate sobre as lutas de classes do ponto de vista teórico marxista busca compreender a origem dos participantes nestes movimentos: "O grande diferencial do paradigma marxista na análise dos movimentos sociais consiste em possibilitar apreender, para além dos aspectos imediatos, a essência dos fenômenos e a contraditória relação entre essência e aparência" (Guimarães e Guerra, 2013, p.65).

O materialismo histórico-dialético proposto por Marx e Engels é um método de compreensão e ação sobre a realidade que enxerga a existência dos seres humanos dentro de um contexto histórico e de acordo com as relações da sociedade humana.

Os primeiros movimentos sociais datados no mundo moderno na fase do capitalismo industrial, analisados pelo sociólogo alemão Karl Marx, surgem na Inglaterra do século XIX: após a Revolução Industrial e notória precariedade da qualidade de vida do trabalhador em detrimento da classe burguesa. "A consciência social de todas as épocas, apesar da diversidade e da diferença, se movimenta seguindo certas formas comuns; em formas de consciência que só se dissolverão com o desaparecimento dos antagonismos de classe" (Marx, Engels, 2008, p. 43-44). A luta de classes e a organização dos trabalhadores em movimentos que exigiam melhores condições de vida e trabalho são as sementes dos movimentos sociais que, até os dias de hoje, seguem - em variadas formas e formatos - suas trajetórias em busca de equidade.

Marx trouxe um ponto importante que marcava o que seria um movimento social nesse período e que, diferente dos outros na história, ainda não encontrava definição adequada - o que ele chamou de "consciência de classe", ou seja, a consciência de que estavam todos os trabalhadores (operários) vivendo as mesmas mazelas sociais e compartilhando as mesmas frustrações com o sistema vigente². Em *Miséria da Filosofia*, Marx explica que o despertar da

² Os estudos marxianos não criaram teorias específicas para os movimentos sociais, mas criaram condições e indicações para a sua compreensão. Os escritos sobre essas manifestações que datam no início do século XIX, nas manifestações ludistas ou cartistas, mostram trabalhadores mais do que insatisfeitos com jornadas exaustivas e condições subumanas de trabalho, encontravam-se suscetíveis à luta por direitos, a criação das *trade unions*, ao debate e ao consequente embate com o Estado.

consciência por parte da classe operária aconteceu quando o capitalismo que se estabelecia enquanto sistema transformou a massa da população em operários das fábricas, que após migrarem para os centros urbanos em busca de oportunidade se depararam com uma única oportunidade de sustento: "Por isso, essa massa é já uma classe diante do capital, mas não o é ainda para si mesma. Na luta, de que só assinalamos algumas fases, essa massa reúne-se, constitui-se em classe para si mesma. Os interesses que defende tornam-se interesses de classe. Mas a luta de classe com classe é uma luta política". (Duarte e Meksenas, 2008, p. 123).

Nesse contexto houve ganhos dos trabalhadores com a formação de sindicatos e entendimento de que a organização política angaria transformações sociais importantes. Os movimentos sociais nascidos nesse período visavam superar o capitalismo e não apenas reformar o sistema vigente (Boito Júnior, 2001). Era preciso através da luta de classe e da consciência da exploração e do valor da força de trabalho que o operário conquistasse o poder e sua autonomia através da revolução do proletariado.

Na verdade, o fato de o modo de produção capitalista ser o primeiro modo de produção que comporta um movimento reivindicativo estável e legítimo dos produtores diretos, como é o caso do movimento sindical, esse fato é uma das razões que explicam por que a classe operária é a primeira classe dominada fundamental em condições de dirigir um processo revolucionário. (Boito Júnior, 2001, p. 102)

A mudança política de rompimento entre a acumulação de capital e o detentor do modo de produção se afasta com a entrada do século XX. O pós Segunda Guerra Mundial foi uma fase de solidificação do sistema capitalista: "o regime do capital viveu uma larga conjuntura de crescimento econômico. Não por acaso, a primeira metade dos anos 1960 assistiu à caracterização da sociedade capitalista – evidentemente desconsiderado o inferno da sua periferia, o então chamado Terceiro Mundo – como 'sociedade afluyente', 'sociedade de consumo'" etc. (Netto, 2012, p. 207).

Netto (2012) traz uma visão mais atual do novo capitalismo financeiro quando se refere às classes operárias que tiveram mudanças significativas com as lutas sindicais, e à burguesia urbana que não segue necessariamente uma norma e o que ele chama de "rés do chão" da ordem burguesa: que seguem desprotegidos desse sistema excludente que é o capitalismo. "Tais segmentos compreendem universos heterogêneos, desde aposentados com pensões miseráveis, crianças e adolescentes sem qualquer cobertura social, migrantes e refugiados, doentes estigmatizados

(recordem-se os aidéticos pobres) até trabalhadores expulsos do mercado de trabalho (formal e informal)" (Netto, 2012, p. 210).

As configurações dos movimentos sociais dentro da ótica marxista de mobilização social caíram em descrédito pela difusão da ideia de impossibilidade de uma alternativa socialista para a classe trabalhadora. Guimarães e Guerra (2013) pontuam que esse discurso contribui para a passividade e conformismo da classe trabalhadora, reforçando a alienação.

Há ainda autores marxistas que discordavam do *modus* em que o proletariado deveria se organizar: no século XIX - e início do século XX - as manifestações ainda eram exclusivamente lutas operárias e Lenin acreditava que os movimentos sociais precisavam de mediação política para a tomada de poder. Com agitações políticas em fábricas, propagandas e trabalho de conscientização do trabalhador, porém mediado pelo partido. Já Rosa Luxemburgo defendia que o movimento se auto organiza e que era preciso descentralizar a fim de respeitar a autonomia dos movimentos. Gramsci também critica o centralismo leninista na orientação dos movimentos defendendo que se os movimentos sociais tivessem o que ele chama de autonomia relativa diante das instituições isso traria a reinvenção da classe trabalhadora com dinamismo que proporcionaria educação popular. (Duarte e Meksenas, 2008).

A história dos estudos sobre os movimentos sociais abrange também o funcionalismo o qual não dá ênfase às relações de classe ou às motivações psicossociais dos participantes nas ações coletivas que não se adaptaram às mudanças socioeconômicas impostas pelo sistema e se desagregam. Este potencial desagregador é um fator que impede a consolidação da vida democrática: "Nas sociedades com grau de integração elevado, o pequeno número de tensões sociais impediria a emergência dos movimentos sociais. Ao contrário, em sociedades que passassem por transformações rápidas em suas estruturas econômicas, políticas e institucionais, a desorganização oriunda de tais transformações criaria condições para a explosão das ações coletivas" (Duarte e Meksenas, 2008, pp. 126-127). Essa linha de pensamento se destaca por romper com o paradigma marxista baseado no determinismo econômico, trazendo um novo olhar (Vieira, 2019).

2.2 Movimentos sociais no século XX

Adormecida a necessidade de rompimento com o Estado para implantar um novo sistema em que o trabalhador não sofra a mais valia e detenha o poder de sua produção e valor, os movimentos sociais na segunda metade do século XX tomaram uma nova roupagem: "Não se baseavam em classe, mas sobretudo em etnia (o movimento pelos direitos civis), gênero (o feminismo) e estilo de vida (o pacifismo e o ambientalismo), para ficar nos mais proeminentes. Tampouco visavam a revolução política, no sentido da tomada do poder de Estado" (Alonso, 2009, pp. 50-51).

Num contexto pós lutas operárias e fragmentação dos movimentos é importante destacar que a sociedade não apenas mudou, mas o próprio capitalismo criou e cria mecanismos através da motivação do consumo para que a sociedade legitime o sistema como hegemônico. Com novas formas de se manifestar houve uma necessidade teórica de estudar os movimentos sociais fora do eixo marxista e funcionalista, uma vez que os proletários já não eram mais o centro da disputa com o estado: "Eram jovens, mulheres, estudantes, profissionais liberais, sobretudo de classe média, empunhando bandeiras em princípio também novas: não mais voltadas para as condições de vida, ou para a redistribuição de recursos, mas para a qualidade de vida, e para afirmação da diversidade de estilos de vivê-la." (Alonso, 2009, p.51).

Os movimentos sociais que eclodiram dessa necessidade de mudanças culturais, de fato sociais, e que, não pertenciam a grupos políticos, mas que pretendiam mudanças paulatinas sobre os estilos de vida, foram analisados e divididos por três grupos teóricos: teoria da mobilização de recursos, teoria do processo político e teoria dos novos movimentos sociais.

A Teoria da Mobilização de Recursos sublinha a racionalidade em como lidar com o problema: as organizações eram estruturadas e financiadas com recursos materiais, humanos e coordenação: "A criação de associações ou, mais comumente, o uso de estruturas comunitárias preexistentes, daria a base organizacional para os movimentos sociais" (Alonso, 2009, p.52).

Stein (2018) destaca que existem dois pressupostos básicos para definirmos esta Teoria: o primeiro seria a decisão individual para participar da ação coletiva somada ao custo-benefício e risco do cidadão que pretende engajar-se e; segundo a coordenação de indivíduos e recursos são fundamentais para o sucesso da ação. Nesse sentido é fundamental a boa relação com outras instituições, atores políticos, empresas governamentais e sociedade, pois o resultado está diretamente ligado a organização das ações coletivas.

Há na Teoria da Mobilização dos Recursos o argumento de que esses movimentos se burocratizaram e se hierarquizaram, para que a longevidade seja garantida, um *modus operandi*

que vai garantir o crescimento.

A Teoria do Processo Político também apresenta um viés pautado na racionalidade das mobilizações e categoriza o conceito de Oportunidade Política: tem o estado como alvo majoritário de suas reivindicações a razão pela qual Tilly (2010), citando Markoff, explica que as insurgências acontecem quando oportunidades são criadas:

Os movimentos sociais, tais como os conhecemos hoje, estavam começando a florescer na Inglaterra por volta do final do século XVIII e, durante o século XIX, fincaram raízes na Europa, na América do Norte e em outras partes. Para entender o porquê, precisamos considerar muitas mudanças interligadas: um governo fortalecido, mas um rei enfraquecido; um povo se organizando para afirmar suas reivindicações perante esse governo; uma elite política propensa a demandar que ele governe em nome do povo; melhorias no transporte e relações comerciais interligando povos distantes; inícios de uma alfabetização disseminada e de novos meios de comunicação, levando a que pessoas espacialmente separadas sintam que estão movimentando-se no mesmo ritmo (MARKOFF, 1996b, p. 45)

Retomando o conceito da Oportunidade Política, o próprio nome sugere que as instituições permitem que as reivindicações sociais tenham espaço para diálogo e há interação entre estado e sociedade a fim de mudanças: "A intervenção estatal pode até mesmo estimular o ativismo cívico, principalmente quando tal intervenção diz respeito a garantir o acesso irrestrito e igualitário a um sistema legal eficiente. Instituições podem fomentar ação coletiva criando estruturas de oportunidade política para grupos sociais." (Rennó, 2003, pp. 74-75).

A Teoria do Processo Político e dos Novos Movimentos Sociais, que englobam ações coletivas que quebraram com a ideia de que a economia é a chave do problema social e que já vinham de uma exaustão das discussões marxistas se aproximam neste aspecto, diferem na ação: a primeira no campo político, a segunda no campo da cultura (Alonso, 2009).

A Teoria dos Novos Movimentos Sociais engloba manifestações que, embora políticas, não tendiam a conquista do Estado, mas sua persuasão através da pressão social. Esses movimentos portavam um projeto cultural que, "em vez de demandar democratização política ao Estado, demandariam uma democratização social, a ser construída não no plano das leis, mas dos costumes; uma mudança cultural de longa duração gerida e sediada no âmbito da sociedade civil." (Alonso, 2009, p.61)

Os novos movimentos sociais estão pautados em uma luta simbólica que resiste à colonização do pensamento e da vida. As demandas estão na equidade, realizações pessoais,

direitos humanos e qualidade de vida (Alonso, 2009).

O sociólogo italiano, Alberto Melucci, assim como Habermas e Touraine, afirma que os ativistas dos novos movimentos sociais foram envolvidos na ação na criação de uma identidade coletiva: "Temos aqui uma genuína teoria cultural para a formação dos movimentos sociais, que explica a conversão de cidadãos comuns em ativistas por meio de um processo que envolve simultaneamente racionalidade e emoção" (Alonso, 2009, p. 67). A título de exemplo sobre esses movimentos, a época em que Melucci teorizava os movimentos feministas, ambientalistas e direitos civis estavam em evidência na segunda metade do século XX (décadas de 80 e 90).

Em uma sociedade neoliberal, em que o estado e a iniciativa privada trabalham para manter o sistema de consumo ativo e sem mobilizações públicas, radicalizações e exigência de melhorias, o cidadão que desperta busca soluções através das mobilizações e ações coletivas para o mudar o quadro social; para Melucci esse é um momento de mudança: "Os movimentos são um sinal. Não são apenas produtos da crise, os últimos efeitos de uma sociedade que morre. São, ao contrário, a mensagem daquilo que está nascendo. Eles indicam uma transformação profunda na lógica e nos processos que guiam as sociedades complexas" (Melucci, 2001, p. 21).

Os movimentos sociais podem ser compreendidos como uma ação em conjunto baseada na solidariedade social sustentada pelas elites, opositores e autoridades. Ou seja, a reivindicação parte daqueles que não detêm o poder para aqueles que o detêm, conectando as esferas política e social. Identidades coletivas são formadas a partir do engajamento dos movimentos sociais: sendo assim, a ideia da solidariedade social deriva da construção da identidade comum (Tarrow, 2009).

Em contraposição, McAdam, Tarrow e Tilly defendem que os ajuntamentos populares são consequências de redes sociais: "as pessoas aderem à ação coletiva muito mais devido às redes de pessoas ligadas umas às outras por um laço interpessoal específico do que à organização formal ou incentivos individuais" (McAdam, Tarrow e Tilly, 2009, p.42). No entanto, dão bases teóricas para o que viriam a ser os anos seguintes com as possibilidades digitais de comunicação e mobilização popular.

Por esse motivo a versão mais "fraca" do movimento social transnacional pode ser mais plausível do que a forte: ela não afirma que as instituições transnacionais emergentes ou uma expansão da capacidade de comunicação criarão automaticamente movimentos transnacionais, mas que fornecerão novas oportunidades e maiores recursos que podem transformar as redes sociais nativas em movimentos sociais nacionais (McAdam, Tarrow e Tilly, 2009, p.43)

2.3 A Escola de Chicago

A Escola de Chicago surgiu no final do século XIX e início do século XX nos Estados Unidos como uma sociologia norte-americana criada por sociólogos do departamento de sociologia da Universidade de Chicago. Embora pertencessem a uma universidade recém-criada, estabeleceu-se chamar "Escola de Chicago", uma linha de pensamento e um trabalho conjunto de pesquisadores desta mesma instituição (Vieira, 2019). A nova linha teórica buscou compreender os movimentos e fenômenos sociais que ocorriam nos centros urbanos através do conceito de comunidade.

A Escola de Chicago tem um estudo mais urbano com análises de relações pessoais, o que é um reflexo das mudanças já conquistadas pelos trabalhadores com o passar dos anos e pelas novas formas de se relacionar desenvolvidas através da modernização, urbanização e muitos outros fatores que compõem a passagem de um século para o outro e as naturais mudanças. "Certos aspectos da formação da sociologia assumiram nos Estados Unidos formas originais: uma motivação inicial filantrópica e favorável à reforma social, de feição progressista, e sua disputa contra-argumentos conservadores tirados da economia política clássica e do evolucionismo e do darwinismo social" (Eufrásio, 1995, p. 39).

No entendimento de que mesmo tendo raízes de lutas semelhantes - crítica social - os movimentos do final do século XX não tendem a mudanças radicais e sim pontuais, e por vezes desconsideram questões trabalhistas, como afirma Duarte e Meksenas (2008) citando a obra de Alain Touraine. "Os conflitos não mais apareceriam num quadro macrossocial, mas emergiriam localizados, fragmentados e particularizados. Seria a crise das utopias. É nesse contexto que a noção de direitos e de cidadania passa a ser central para o debate acerca dos movimentos sociais." (Duarte e Meksenas, 2008, p. 128).

A Escola de Chicago foi responsável pela análise crítica dos veículos de comunicação de massa que, ao ver dos sociólogos, falhou ao funcionar como espaço crítico de discussões sociais que trariam emancipação. Ao contrário, os veículos, envolvidos economicamente e buscando o lucro, contribuem para a alienação do povo. "Situada entre as suas responsabilidades públicas e o enorme potencial comercial, a imprensa teria optado pelo caminho da prosperidade econômica com a produção e disseminação de superficialidade e futilidade" (Subtil, 2006, p.1079).

Um dos maiores expoentes da Escola de Chicago, John Dewey, responsável por guiar a instituição até meados de 1940, defende que a comunicação deve ser educativa, portanto, propõe

que os veículos cumpram suas funções enquanto formadores de opiniões com intuito de esclarecer a sociedade dos reais problemas da sociedade.

O problema encontrado pelos sociólogos da escola de Chicago foi a realidade do século XX - duas guerras mundiais e seguidas crises econômicas. Ou seja, "os media e as tecnologias da informação penetram os mais diversos âmbitos da vida pública e privada, alterando os termos da consciência, do sentimento e os tipos de laço social. A informação transforma-se numa realidade multiforme que rompe os limites do jornalismo e dos próprios *mass media* e converte-se também na base de um poderoso sector económico de carácter transnacional" (Subtil, 2016, p. 1075).

A Escola de Chicago termina por provar que não há como uma comunicação envolvida econômica e comercialmente com setores corporativos assuma compromissos de emancipação social. Uma vez que o lucro dos valores investidos para a melhoria da qualidade precisava ser retornado, o que dificulta um compromisso com a sociedade complexa formada pelo capitalismo.

O contexto brasileiro

3.1 Ativismo digital no Brasil

No cenário da efervescência das indignações e consequentes manifestações que ocorreram no globo, no Brasil não foi diferente: em junho de 2013 os brasileiros saíram às ruas em protestos organizados através das redes sociais em movimentos que podem ter desencadeado o *impeachment* da então presidente Dilma Rousseff em 2016. Inicialmente os protestos brigavam pelo não aumento da tarifa de ônibus e unidos aos coletivos. Movimento Passe Livre (de Porto Alegre), Fórum de Lutas Contra o Aumento das Passagens (do Rio de Janeiro), Assembleia Popular Horizontal (de Belo Horizonte) e movimento Revolta do Busão (de Natal). Em comum essas manifestações, além de terem ocorrido num período de efervescência das redes sociais:

Encontram-se uma desconfiança crescente em titulares de cargos de representação política, uma falta de acesso em condições de igualdade a instâncias de decisão política, a par de uma sub-representação mediática de opiniões consideradas minoritárias, em benefício da promoção de visões redutoras, simplificadoras ou espectacularizadas da realidade política. (Lamy e Neto, 2018)

Em 2013, os movimentos foram às ruas ainda de forma tímida, porém com muito barulho nas redes sociais. Os manifestantes sofreram agressões e abusos policiais como forma de repressão. Esse comportamento foi filmado e divulgado, espalhado pelas redes com *hashtags* convocando os brasileiros a lutarem - como no resto do mundo estava acontecendo - por melhores condições de vida. Nesse momento, os movimentos ganharam apoiadores e com eles novas pautas: "Cerca de 300 mil brasileiros saíram às ruas para protestar em 12 cidades espalhadas pelo Brasil, originando uma série de manifestações diárias que se prolongaram até 21 de junho daquele ano" (Magalhães, 2018, p. 198).

Em 20 de junho de 2013, o ápice das manifestações ocorreu quando cerca de 1,2 milhões de brasileiros saíram às ruas em Brasília: "cerca de 35 mil pessoas ocuparam a Esplanada dos Ministérios, entre as quais centenas subiram a rampa e ocuparam o teto do Congresso Nacional" (Magalhães, 2018, p. 198). No total foram 438 cidades brasileiras e fora do Brasil mais 27 entre:

Espanha, França, Alemanha, Irlanda, Canadá, Estados Unidos e Portugal.).

As manifestações geraram interesse midiático, porém mostrando um lado de "vandalismo" e de desordem causado pelos apoiadores. Embora as manifestações tenham perdido a adesão de novos participantes devido às ondas de vandalismo e cobertura da mídia de forma que deslegitimava o movimento (Magalhães, 2018), o ativismo e chamamento através das redes sociais funcionava e futuramente os partidos e as ideologias usariam a mesma arma: porém, com o uso da desinformação. Em 2014, após reeleição de Dilma, movimentos organizados pela direita brasileira ³levaram às ruas milhões de pessoas pedindo o *impeachment* da presidente e a prisão do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva:

Entre janeiro de 2011 e dezembro de 2016, foram registrados 1358 eventos de protestos, em todo o país. Desse total, 10% foram classificados como protestos de direita, seguindo a definição oferecida acima. A evolução dos protestos de direita ao longo do período mostra forte concentração em 2015 (28% do total) e 2016 (representando 30% do total). Mas, em 2013 há um primeiro pico (aumento de quase cem por cento em relação ao ano anterior), o que reforça a tese de que o ciclo de mobilização de 2013 ofereceu oportunidades políticas para novos atores, tanto à esquerda quanto à direita. (Tatagiba, 2018, p. 117).

A direita brasileira não tinha cultura de ida às ruas em protesto⁴: porém estimulados como define Tatagiba (2018) pelo que ela define como "espírito de junho", renovaram a forma de agir e ganharam as ruas, apoiados pela grande mídia brasileira, levando 3 milhões de brasileiros às ruas. Os coletivos responsáveis pela convocação da sociedade em âmbito digital foram: *Movimento Brasil Livre (MBL)*, criado em 2013 como um coletivo de jovens liberais que pretendiam renovar a política brasileira rejuvenescendo a direita no país; *Vem pra Rua*, criado em 2014 pela iniciativa privada, que pretendia recontar os votos na derrota do candidato que perdeu a eleição para Dilma, Aécio Neves, em 2014, “com o protagonismo evidente de novas lideranças e movimentos sociais direcionados ao liberalismo econômico e ao conservadorismo comportamental” Neto (2019); e

³ Esses movimentos são classificados como de direita por se autodeclararem desta forma, por contestarem política de justiça social e direitos humanos e por se oporem a política de esquerda e sua cultura.

⁴ Salvo exceções como antes do golpe militar de 1964 em que foi implantada a ditadura no Brasil, quando foram às ruas na "marcha da família com deus pela liberdade".

Revoltados online, criado em 2000 e que possuía um discurso mais próximo a extrema direita (Tatagiba, 2018).

Diferentemente das manifestações ocorridas em 2013, em que a mídia associou as manifestações aos atos de vandalismo e ações isoladas de *black blocs*, as manifestações pró-*impeachment* ganharam destaque como atos patrióticos e democráticos, mesmo que tivessem entre os manifestantes apelos de fechamento do Supremo Tribunal Federal (STF) e clamores por uma nova intervenção militar⁵. Juntos e aliados aos empresários, a mídia, a Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp), as redes evangélicas e a maçonaria depuseram a presidente em 22 meses.

Após ser consumado o *impeachment* esses movimentos continuaram a agitar a sociedade brasileira no início da gestão do presidente Bolsonaro como apoiadores. No entanto, em setembro de 2020 declararam-se oposição ao líder da extrema direita brasileira por não concordarem com a gestão da pandemia da Covid-19 no Brasil e devido aos indícios de corrupção na compra de vacinas.

3.2 A classe média e os conflitos sociais no Brasil

O senso comum de que os problemas de corrupção e desigualdade social no Brasil são heranças e uma continuação da exploração que o país sofreu de Portugal enquanto colônia é criticado em Souza (2019): O autor argumenta que a escravidão sim - que durou 388 anos - foi o problema central e que até hoje afeta a sociedade. As consequências da escravidão foram diminuídas pela sociologia clássica brasileira para quem atualmente temos uma formação social baseada na humilhação e na exploração de classes que descendem diretamente de povos dominados física, moral e emocionalmente. O abandono, a falta de política pública e um sistema jurídico alçado para criar obstáculos ainda maiores para as classes mais pobres ascenderem socialmente foram recursos utilizados pela elite para que a sua permanência no poder econômico fosse perpetuada:

Nas nossas classes abandonadas, a produção desde o berço, ao contrário das classes do privilégio, e a inadaptação a competição social em todos os níveis. Primeiro, a herança vem de longe. Essa classe descendente dos escravos "libertos" sem qualquer ajuda e se junta a uma minoria de mestiços pobres e brancos também com histórico de abandono. Embora a

⁵ A ditadura militar ocorreu no Brasil entre 1964 e 1985.

dominação agora seja de classe e não de raça, a raça e o odioso e covarde preconceito racial continuam contando de um modo muito importante. A nossa "ralé" atual de todas as cores de pele, e formada pelo inadaptado a competição social que herdou todo o ódio e desprezo que se devotava antes ao negro. (Souza, 2019, p. 105)

O entendimento da complexidade das formações de classe no Brasil permite explicar a atual conjuntura brasileira: não há no país uma disputa de classes como na Europa ou Estados Unidos da América - o Brasil sai de um regime escravista para uma república militar e se sucede em golpes políticos até uma democracia que ainda luta por legitimidade. Entender que as disputas sociais por recursos escassos podem ter levado o país ao discurso da violência e da descredibilização política e que historicamente eleva a extrema direita ao poder é parte fundamental neste trabalho.

A eleição que levou ao poder o Partido dos Trabalhadores (PT)⁶ mudou a história do Brasil com a ascensão da classe trabalhadora e uma disputa acirrada com a elite. Quando assumiu a presidência do Brasil em 2003 fez um governo de esquerda, mas continuou pautas econômicas neoliberais: "As políticas macroeconômicas mantidas por Lula eram fundadas no famoso tripé composto por uma política monetária determinada pelas metas de inflação, câmbio flutuante e uma política fiscal visando manter um superávit primário que compensasse o déficit nominal das contas públicas" (Morais e Saad, 2011, p. 508).

Mesmo assumindo uma postura neoliberal na economia, assumiu compromissos sociais que mudaram a imagem do Brasil e dos brasileiros. Chauí (2016) destaca dados que apontam o crescimento econômico e as consequências nas divisões de classes sociais no país. Os programas sociais, advindos de uma política de esquerda - como financiamento estudantil, criação e interiorização de universidades federais, investimento no ensino técnico, fortalecimento das leis trabalhistas como a PEC das domésticas que regularizou o trabalho das empregadas domésticas no Brasil que trabalhavam sem direitos garantidos (como férias, décimo terceiro salário ou segurança social) - alterou os dados para:

De modo geral, utilizando a classificação dos institutos de pesquisa de mercado e da sociologia, o Ipea segue o costume de organizar a sociedade numa pirâmide seccionada em classes designadas como A, B, C, D e E, tomando como critérios a renda, a propriedade de bens imóveis e móveis, a escolaridade e a ocupação ou profissão exercida. Por esse critério,

6 O PT surgiu no Brasil no contexto das manifestações sociais dos metalúrgicos durante a ditadura militar, na figura do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva,

chegou-se à conclusão de que, entre 2003 e 2011, as classes D e E diminuíram consideravelmente, passando de 96,2 milhões de pessoas para 63,5 milhões. No topo da pirâmide, houve crescimento das classes A e B, que passaram de 13,3 milhões de pessoas para 22,5 milhões. Mas a expansão verdadeiramente espetacular ocorreu na classe C, que passou de 65,8 milhões de pessoas para 105,4 milhões. Essa expansão levou à afirmação de que a classe média brasileira cresceu, ou melhor: de que teria surgido uma nova classe média no país. (Chauí, 2016, p.16).

A possibilidade de crescimento econômico e ascensão de uma classe historicamente humilhada fez do lulismo uma bandeira que segue sendo hasteada pelos movimentos sociais de esquerda, que reivindicam distribuição de renda e riqueza no Brasil. No entanto, essa disputa confronta com os interesses da elite financeira, que não aceita a intervenção do estado em suas formas de acumulação - como no caso da taxaço de riquezas ou pagamento de impostos (Souza, 2019).

A crise econômica vivida no Brasil já na gestão da sucessora de Lula, a ex-presidente Dilma Rousseff, foi consequência da própria política neoliberal continuada por Lula baseada em boa parte no consumo: "Em 2011, os preços dos produtos exportados caem drasticamente, afetando diretamente a economia brasileira e derrubando o consumo interno do país, que fora estimulado pela oferta de crédito aos consumidores. Passou-se então a impulsionar os investimentos dos setores privados, com maiores concessões tributárias e juros mais baixos" (Neto, 2019, p. 21).

Na sequência da crise econômica no segundo governo da petista, iniciou-se uma crise maior política cuja "culpa" era de um governo que além de corrupto - imagem estigmatizada que o PT ganhou devido às investigações contra corrupção nos governos petistas - distribuiu a renda: "O que permanece do escravismo e a sub-humanidade cevada e reproduzida, a crença de que existe gente criada para servir outra gente e que, se existir um governo para redimi-la, deve ser derrubado sob qualquer pretexto de ocasião" (Souza, 2019, p. 112).

A elite brasileira, segundo Chauí (2016) juntamente com a classe média que sonha em ser elite e teme ser classe trabalhadora, mantém o discurso ideológico de que o capitalismo lhe serve, enquanto a esquerda quer dividir o que ela não possui, mas defende. A ordem e o progresso - palavras de ordem presentes na bandeira brasileira - precisa ser mantida por um estado autoritário. A crise brasileira no fim do governo Dilma reforça a ideia de que o "problema" do governo petista foi uma disputa de classes: a ex-presidente aplicou um ajuste fiscal pesado que não foi bem recebido pelos deputados liberais, mas não foi um ponto de vista doutrinário econômico que os afastava e sim a disputa dos cidadãos que eles representavam (Boito Jr., 2016).

A classe média não só incorpora e propaga ideologicamente as formas autoritárias das relações sociais, como também incorpora e propaga a naturalização e valorização positiva da fragmentação e dispersão socioeconômica, trazidas pela economia neoliberal e defendidas ideologicamente pelo estímulo ao individualismo competitivo agressivo e ao sucesso a qualquer preço por meio da astúcia, para operar com os procedimentos do mercado. (Chauí, 2016, p.19)

O Brasil pós-*impeachment* e a polarização entre direita e esquerda mudou o cenário social em 2016 e a consequente agenda de austeridade adotada por Michel Temer (vice de Dilma que assumiu o país após o *impeachment*) que culminou numa sensação de desamparo social. Não só as pessoas deixaram de consumir como também deixaram de receber diversos benefícios do governo federal. (Pinheiro-Machado e Scalco, 2018, p.59); o mesmo ocorre com o crescimento de movimentos sociais e do que "se caracteriza pela proliferação de coletivos negros, LGBTs e feministas, marcados pela lógica autonomista da descentralização e horizontalidade" (Pinheiro-Machado e Scalco, 2018, p.59).

Verificou-se um crescimento também, além da polarização iniciada em 2013, do discurso militarista contra a esquerda e os lulistas: "Isso ocorre por meio da lógica, própria ao período da ditadura militar, da produção do inimigo interno às relações sociais, o qual é caracterizado como ameaça à ordem e à paz". (Teles, 2018, p.67). O atual quadro político brasileiro criminaliza os movimentos sociais de esquerda: existe "a concepção de segurança pública como a guerra contra o inimigo, este variando entre 'bandidos', militantes de movimentos sociais, jovens negros e pobres, loucos, traficantes, pessoas LGBTIs, indígenas." (Teles, 2018, p. 70). Por outro lado, tem a criação do estereótipo do "cidadão de bem" conservador, anti LGBTQIA +, anti movimentos sociais, anti-cotas raciais e políticas de reparação histórica, pró-armamento e religiosos. A bancada evangélica no Brasil tem sumariamente alterado a agenda política nacional, a exemplo da retirada da palavra "gênero" do Plano Nacional de Educação brasileiro, além da realização de audiências e comissões para barrar direitos exigidos pela comunidade LGBTQIA + e das mulheres.

Com essa militarização repetem-se discursos extremistas de "ordem", "segurança" e "justiça", proferidos por políticos que prometem mais violência: "O estabelecimento de um regime totalitário requer a apresentação do terror como instrumento necessário para a realização de uma ideologia específica, e essa ideologia deve obter adesão de muitos até mesmo da maioria, antes

que o terror possa ser estabelecido" (Arendt, 1991, p. 323)

3.3 O cenário político brasileiro e as *fake news*

O cenário político brasileiro sofreu impactos significativos pós-*impeachment*, principalmente por causa da operação Lava Jato⁷. A investigação de políticos de grandes partidos (como o PSDB e MDB) com tradição nas disputas presidenciais promoveu o crescimento do discurso bolsonarista (Jardelino, Cavalcanti e Toniolo, 2020). Na eleição presidencial de 2018 no Brasil foi perceptível a onda de notícias falsas, disseminadas pelas redes sociais e pelos aplicativos de tecnologia móvel, como o *WhatsApp*, que culminou em denúncias e uma Comissão Parlamentar Mista de Inquérito (CPMI) no Congresso Nacional, um ano após a posse do presidente.

Segundo o código eleitoral brasileiro é ilegal o recebimento de doação de campanha por parte de empresas privadas; no entanto, o jornal a *Folha de São Paulo* apurou e denunciou que a campanha do atual presidente recebeu de cada contrato acertado com empresas diversas cerca de 12 milhões de reais (aproximadamente dois milhões de Euros). De acordo com a matéria publicada na *Folha*, as empresas que apoiaram o candidato Jair Bolsonaro (PSL) compraram um serviço chamado 'disparo em massa', usando a base de usuários do próprio candidato ou bases vendidas por agências de estratégia digital, em que desinformações e material de campanha eram enviados aos eleitores (Mello, 2018).

No contexto de corrida eleitoral e disputas políticas acirradas, a campanha de Jair Bolsonaro foi "marcada pelo desprezo pelos meios de comunicação tradicionais, caracterizou-se pelo uso de estratégias computacionais, entre as quais está a propagação de *fake news* por meio de robôs e de algoritmos" (Jardelino, F., Cavalcanti, D.B. e Toniolo, B.P., 2020, p. 4) - Similar ao que foi feito pelo ex-presidente dos Estados Unidos da América, Donald Trump⁸. Em "A proliferação das *fake news* nas eleições brasileiras de 2018", os autores Jardelino, Cavalcanti e Toniolo, partem do princípio de que as *fake news* desempenharam papel significativo no rumo das eleições, o que favoreceu Bolsonaro. Baseadas na pesquisa de três notícias falsas:

⁷ Investigação de corrupção que culminou na prisão do ex-presidente Lula e diversos outros políticos, bem como o fechamento das empreiteiras brasileiras envolvidas no escândalo de lavagem de dinheiro e pagamento de propina

⁸ Em que a mídia era desacreditada nos discursos durante a campanha, criando um ambiente de desconfiança e hostilidade entre o eleitorado e os jornalistas.

(a) *kit gay* (Bolsonaro afirmou em entrevistas que durante a gestão anterior, do Partido dos Trabalhadores, um livro contendo características análogas à ideologia de gênero incentivava as crianças à homossexualidade e estaria disponível em bibliotecas de escolas públicas e seria usado em aulas de educação sexual); (b) fraude nas urnas (entre vários vídeos divulgados sobre o assunto, o mais popular foi o vídeo de uma urna eletrônica que teria sugerido o voto em Haddad após o eleitor digitar o número 1); e (c) Jesus é travesti (a vice de Fernando Haddad, Manuela D'Ávila, teria postado foto com a frase Jesus é travesti escrita na camisa). (Jardelino, F., Cavalcanti, D.B. e Toniolo, B.P., 2020, p.5)

O então candidato, Jair Bolsonaro e sua equipe, sabendo que o momento era de investir em redes sociais e no *marketing* político voltado para o brasileiro cansado da corrupção e se vendendo como uma alternativa aos partidos que já haviam presidido o Brasil, trabalhou maciçamente no âmbito digital: "Bolsonaro estrategicamente se reuniu com *digital influencers* da chamada Nova Direita, crescendo a passos galopantes nas redes sociais digitais. Porém, também era de conhecimento dos estrategistas políticos que ele teria apenas oito segundos de tempo de televisão" (Jardelino, Cavalcanti e Toniolo, 2020, p.3).

As denúncias da CPMI abriram para investigação de um provável *modus operandi* de Jair Bolsonaro e sua equipe durante a campanha e atualmente gerindo o gabinete presidencial. O presidente não participou de nenhum debate com os outros candidatos após uma facada durante a pré-campanha e não tinha destaque nacional em seu trabalho como deputado federal nos últimos 27 anos de cargo público. Ou seja, foi na esfera digital que Bolsonaro se destacou.⁹

As denúncias giram em torno da existência do que a acusação chama de "Gabinete do ódio" que teria sido criado durante a campanha presidencial e gerido pelo filho do presidente, o vereador da cidade do Rio de Janeiro, Carlos Bolsonaro, acusado de ser o operador de uma estrutura que produz e dissemina notícias falsas e desinformação contra os adversários políticos de sua família.

Se, como define Gomes e Dourado (2019) provavelmente sempre coexistiu o relato falso como fenômeno de estratégia de comunicação - como criação de boatos e relatos falsos, com o objetivo de criar atores ou destruir antigos - com as redes sociais e a internet das coisas e as facilidades do mundo digital facilmente esse fenômeno se expandiu: "Sem mencionar a facilidade

⁹ É importante destacar que o PSL era um partido inexpressivo no rol de partidos que se destacam na política brasileira (Cesarotti, 2018). Com a filiação do atual presidente e de seus principais apoiadores para a campanha de 2018, como Joice Hasselmann e da deputada federal Janaina Paschoal (uma das autoras do processo de *impeachment* da ex-presidente Dilma Rousseff), o partido ganhou espaço na política brasileira. Por divergências políticas, o presidente já não faz mais parte do PSL.

na produção de conteúdo, as possibilidades de distribuição extremamente segmentada para o público-alvo, a capacidade de exposição inadvertida das pessoas nos *smartphones*, a extrema maleabilidade e reprodutibilidade dos materiais digitais" (Gomes, 2019, p. 34).

Fuchs (2018) alerta para o perigo que estamos vivenciando com partidos de extrema direita ameaçando os direitos humanos e a justiça social já conquistadas com discursos xenófobos e racistas, de demagogos que, aliados às tecnologias e capacidade de espalhar desinformação, espalham ideias que, " desviar a atenção das complexas causas socioeconômicas das crises, construir bodes expiatórios e pregar o nacionalismo e a política da lei e da ordem (Fuchs, 2018, p.6).

Na realidade social brasileira, para além da conhecida desigualdade vista nas ruas, existe a construção da desigualdade como estratégia política. No entendimento de Souza (2019) a elite brasileira foi construída baseada na exploração simbólica da classe trabalhadora e do racismo estrutural que impediu por séculos o desenvolvimento das pessoas negras. A elite segue acumulando capital e detendo a informação - através dos veículos de comunicação em massa - legitimando seus privilégios: "É necessário, para quem domina e quer continuar dominando, se apropriar da produção de ideias para interpretar e justificar tudo o que acontece de acordo com seus interesses" (Souza, 2019, p.26). A imprensa cumpre o papel de construir uma narrativa em que a classe alta é merecedora dos bens materiais acumulados de geração em geração, desconsiderando o enriquecimento político ilícito e validando a teoria da meritocracia.

A ideia habermasiana de emancipação da sociedade através do debate na esfera pública a fim de criar uma opinião, muitas vezes concedida à imprensa, no Brasil acaba por se tornar uma fraude, uma vez que a grande mídia reflete os interesses de seus patrões que são secularmente os detentores dos meios de produção: "A semelhança de opiniões visa criar um público sem padrão de comparação, um arremedo de debate. Abre-se caminho para todo tipo de manipulação midiática como a que ocorreu recentemente entre nós [refere-se ao impeachment da ex-presidente Dilma Rousseff]" (Souza, 2019, p. 135).

As *fake news* encontraram na internet solo fértil para a sua disseminação e, por uma ineficiência do poder público e interesse político, o controle e a regulação do que é postado no mundo virtual - cada dia mais tático e mais intrínseco às nossas vidas reais - se torna algo muitas vezes impossível.

Zuboff (2019), em "*The age of surveillance capitalism*", se refere ao formato de negócios

estabelecidos entre os portais da *web* e os anunciantes como "capitalismo de vigilância". A *Google* e o *Facebook*, por exemplo, construíram seus impérios num formato pós-moderno em que suas receitas são criadas pela monetização dos espaços digitais com propaganda: "Its business is characterized as an advertising model, and much has been written about Google's automated auction methods and other aspects of its inventions in the field of *online* advertising" (Zuboff, 2019, p.65).

Cada espaço, segundo *frame* na internet é vendido a alguma empresa privada que anuncia na rede. O novo formato em que a publicidade tem se alicerçado comporta a indústria da desinformação, uma vez que as notícias enganosas têm destino baseado em *micro targeting*. Bartlett (2019) explica que, se não for controlada, a evolução contínua dessas técnicas mudará a forma como fazemos escolhas políticas, que tipo de pessoa elegemos e até mesmo se pensamos que nossas eleições são verdadeiramente livres e justas (Bartlett, 2019, pp. 82-83). Uma vez que os *targets* (leitores, sociedade civil, eleitores, consumidores) são conhecidos pelos sistemas que permitem todo esse tipo de distribuição de desinformação, temos um outro sistema que distribui propagandas, chamado "publicidade programática", que alimenta financeiramente esses portais de notícia enganosa. Ou seja, além de produzir *fake news*, essas páginas são rentáveis. Esses sistemas de publicidade programática pertencem a empresas como a *Google* e o *Facebook*, por exemplo: "Apenas em 2019, por exemplo, o faturamento do Google alcançou US \$160,74 bilhões, com o Google Ads representando 70,9% desse valor total. Já o Facebook Ads garantiu 98,5% (US \$69,7 bilhões) da receita total da empresa no mesmo ano" (Bezerra e Borges, 2021).

Na prática, funciona dessa forma: um portal que divulga desinformações sobre um político X tem no seu espaço destinado à publicidade um anúncio da *Ford*. Esse anúncio foi aleatoriamente colocado ali pelo sistema da publicidade. A *Ford* pagou a *Google* pela propaganda que vai direcionar parte dessa verba aos donos desse portal de notícias que possui discurso de ódio ou as próprias *fakes*, fazendo com que uma empresa se associe - e pague - por um desserviço à sociedade:

A complexidade e a falta de transparência do sistema de publicidade programática são amplamente exploradas por sites maliciosos, que apostam em uma variedade de conteúdos apelativos para atrair cliques de usuários com toda sorte de desinformação e, dessa forma, geram receitas valendo-se das falhas do sistema de anúncios programados. (Bezerra e Borges, 2021, p. 184)

3.4 Ações coletivas em defesa da democracia

O que tem acontecido no Brasil é justamente um levante social promovido pelos seguidores do *Sleeping Giants Brasil* para cobrar responsabilidade sobre onde a verba destinada a publicidade está indo. Empresas com discursos progressistas não podem ter anúncios associados a portais que postam homofobia, por exemplo. E esse é o diferencial do coletivo. O debate sobre publicidade programada e *micro targeting* tem crescido e por isso as ações coletivas estão sendo criadas, pois existe risco de que a partir do momento em que o debate político é esvaziado, a democracia e os processos democráticos sofram dando espaço ao autoritarismo, ao extremismo (Bartlett, 2019). O fato é que as nossas experiências têm rendido bilhões as empresas que usam nossas emoções e desejos para nos vender estilo de vida e até formas de governo: É por isso que o Google oculta as operações que nos transformam em objetos de sua busca e o *Facebook* nos distrai do fato de que nossas amadas conexões são essenciais para o lucro e poder que fluem de sua onipresença de rede e conhecimento total (Zuboff, 2019, p. 443).

Das manifestações sociais marxistas ocorridas no início do século XIX às lutas para a garantia de uma imprensa livre e de um sistema que não sustente financeiramente a desinformação em forma de notícia, a luta segue por qualidade e direito à vida, ao trabalho, ao sustento e à dignidade humana. Quando um coletivo de pessoas civis se junta na internet para desmonetizar portais que disseminam inverdades sobre pessoas, situações, grupos políticos ou até mesmo a eficácia de uma vacina, é porque o direito à dignidade se esvaiu. Aliado a isso, um sistema que, despreocupado com a moralidade e ética, se sustenta no pagamento e número de impressões e cliques, sempre respaldado no acúmulo de capital que justifica o lucro pelo lucro.

Questões metodológicas

4.1 Metodologia

O objetivo deste trabalho foi tentar compreender os motivos pelos quais as pessoas aderem a movimentos sociais digitais que lutam contra *fake news*. Quais são os seus receios sobre os riscos da desinformação no âmbito social e político? A exaustão política, a descredibilização da grande mídia, a polarização e o interesse em "fazer barulho" participando de um movimento político apartidário como uma via alternativa, são as hipóteses levantadas. Por que juntar a um coletivo digital com ferramentas específicas de combate e quem são essas pessoas, foram as perguntas que tentamos responder. Para isso traçamos uma linha de estudo sobre os movimentos sociais e como eles atuaram nos últimos séculos

O questionário foi útil como forma de recolha de dados para o estudo de caso sobre o comportamento das pessoas que seguem, conhecem, desgostam ou que estão presentes nas postagens do *Sleeping Giants Brasil*. Qual o comportamento dessas pessoas e suas opiniões sobre esse quadro de insegurança digital que vivemos.

A ComScore (2021), apresentou em junho de 2021 um relatório sobre tendências e comportamentos digitais no Brasil. Segundo os dados, 126,5 milhões de brasileiros estão conectados à internet. Vale destacar que de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística IBGE (2021), órgão responsável também pela realização de censos demográficos no país, o Brasil possui uma população de 213.636.540 pessoas (dados verificados no dia 24 de setembro de 2021), ou seja, 59% das pessoas estão conectadas ao mundo digital.

Dessas 126,5 milhões de pessoas, 77,9 milhões utilizam apenas celular ou *tablet (mobile)*, 14,5 milhões utilizam apenas o *desktop* e 34,1 milhões utilizam as duas plataformas (*mobile e desktop*). Com relação ao gênero: 50% são homens e os outros 50% mulheres (segundo a classificação escolhida pela ComScore).

Entre os dados da pesquisa, destacamos ainda que os brasileiros passam mais tempo em aplicativos, 90% do total, sendo eles de entretenimento e jogos sendo os quatro mais acessados

são o *WhatsApp*, *Instagram*, *Facebook* e *Youtube*.

O objeto de estudo deste trabalho, *Sleeping Giants Brasil* (@slpng_giants_pt), é um perfil no *Twitter* que busca desmonetizar portais e *blogs* responsáveis por disseminar *fake News*. Através da citação pública de anunciantes (no *Twitter* e em outras redes sociais como por exemplo, o *Instagram*) busca a remoção do aporte publicitário, assim acondicionando a sua manutenção. Em seu site o coletivo se descreve assim:

Nosso papel é mostrar para as empresas quando suas marcas estão colaborando com conteúdo falso ou odioso. O *Sleeping Giants Brasil* é um movimento digital de milhares de consumidores que estão cansados de ver e ouvir mentiras ganhando o debate público. Decidimos nos mobilizar para deixar a internet mais segura e saudável, alertando e informando empresas, nas redes sociais, sobre sua publicidade em sites e canais potencialmente perigosos para a democracia, que manipulam, desinformam, promovem *fake news*, discursos intolerantes e ofensivos. Com ajuda das empresas, conseguimos desfinanciá-los, trazendo a atenção das pessoas e empresas para este fenômeno nocivo à sociedade (*Sleeping Giants Brasil*, 2021).

4.2 Objeto de estudo

Criada em maio de 2020 por dois jovens brasileiros, Leonardo de Carvalho Leal e Mayara Stelle (ambos com 22 anos) estudantes de direito, desempregados devido a pandemia da COVID-19 e frustrados com a situação política no Brasil o perfil brasileiro foi inspirado na conta norte-americana *Sleeping Giants* (@slpng_giants) criada após a vitória de Donald Trump em 2016 buscando desmonetizar o portal de notícias *Breitbart News*¹⁰.

Segundo os criadores do *Sleeping Giants Brasil*, com pressões públicas e o trabalho dos ativistas que seguem o coletivo já desmonetizaram mais de 14 milhões de Reais (mais de dois milhões de Euros) em anúncios de publicidade e campanhas de *crowdfunding* em portais que disseminam desinformação. Um dos feitos mais significativos foi a desmonetização do curso¹¹ do guru do bolsonarismo, o autodeclarado professor Olavo de Carvalho.¹² A campanha iniciada no

10 Por possuir comentários e opiniões da extrema direita, tendo como um dos membros (à época, hoje não mais) o ex-estrategista e assessor da Casa Branca, Steve Bannon.

11 A *Pagseguro* é uma empresa brasileira que atua nos serviços financeiros em portais digitais e recebia os pagamentos dos cursos ministrados pelo bolsonarista.

12 Olavo de Carvalho é uma personalidade brasileira que atua nas redes sociais, sobretudo no *Twitter*, como um ativista digital e professor de cursos de filosofia introdutória, autoeducação, metafísica, entre outros. Apesar de não possuir nenhuma formação acadêmica, é autoproclamado filósofo e possui mais de 21 livros publicados na área. Atualmente

Twitter chamada #BloqueiaPagSeguro conseguiu 600 mil assinaturas.

A versão brasileira do jornal espanhol “El País”, publicou em 2018 uma matéria intitulada "Cinco *fake news* que beneficiaram a candidatura de Bolsonaro", referindo uma desinformação publicada por Olavo de Carvalho afirmando que o candidato adversário de Bolsonaro na campanha de 2018, o advogado e professor Fernando Haddad, era a favor do incesto.

O entorno do ultradireitista repercutiu a postagem em que o ideólogo de extrema direita Olavo de Carvalho acusa Haddad de promover o incesto em seu livro *Em Defesa do Socialismo*. O post já foi retirado, mas a informação falsa continuou circulando nas redes. Além disso, junto com a capa do livro de Haddad aparece a foto de duas páginas de outro livro com os dizeres “Decálogo de Lênin”. As páginas fotografadas não faziam parte do livro de Haddad. (Barragan, 2020)

Nesta dissertação foram aplicadas técnicas de natureza quantitativa e qualitativa. Foi aplicado e analisadas as respostas a um questionário com 20 questões - sendo dezenove fechadas e uma aberta - sobre o coletivo *Sleeping Giants Brasil* abordando sobre ativismo digital, preferências ideológicas, gênero, idade e classe social.

O questionário foi lançado de forma livre, ou seja, com publicações convocatórias para participar do inquérito nas plataformas digitais *Twitter* e *Instagram* e a pessoas que de alguma forma estavam nas páginas, seja curtindo, comentando ou compartilhando os *posts* do *Sleeping Giants Brasil*. Essas pessoas foram abordadas e convidadas a responderem ao questionário e escolhidas de forma aleatória. O levantamento foi feito através da plataforma do *Google Forms* em uma amostra geral de duzentas e dezoito pessoas que responderam entre os dias 9 e 30 de setembro de 2021.

Na parte qualitativa foram utilizados os métodos de análise de conteúdo univariado e bivariado, com o objetivo de ter uma exploração inicial dos dados coletados e para servir de suporte para análises bivariadas (Teixeira, 2016) com o intuito de cruzar algumas respostas utilizando para este efeito o Excel e seu recurso de tabela dinâmica.

ele é considerado o guru do bolsonarismo e uma personalidade forte na bandeira ideológica da extrema direita brasileira.

Para analisar a questão aberta do questionário (questão número 5), foram coletadas das respostas palavras-chave referente a cada temática, caracterizando em grupos semânticos que reunissem características que convergissem. Foram encontradas e utilizadas as categorias de análise das “respostas” através de inferências do conteúdo (Caregnato e Mutti, 2006).

Discussão

5.1 Resultados gerais dos dados coletados

Os dados apontam que 87,6% dos inquiridos conhecem o trabalho do coletivo o que significa que nem todas as pessoas que de alguma forma estavam nas páginas, seja curtindo, comentando ou compartilhando os posts, efetivamente conhecem o seu trabalho (Anexo A). Sobre a importância deste, 90,4% dos inquiridos valorizam-na positivamente (Anexo B). Em função de aspectos específicos: 68,8% pois “luta diretamente contra *fake news*”; 50% uma vez que “movimenta a sociedade em um bem comum”; 70,2% dado que “desmonetiza sites que disseminam *fake news*”; 44% pelo fato de que “democratiza a informação verídica” (Anexo C). Sobre o poder de mobilização das redes sociais apenas 58,7% dos inquiridos já foi a alguma manifestação pública convocada pelas redes sociais (Anexo O).

Por outro lado, os dados mostraram que 52,3% dos inquiridos participam ativamente das campanhas do coletivo, enquanto 5% preferiram não responder (Anexo D). Os motivos pelos quais as pessoas participam serão objetivo desta análise no final deste capítulo. Ainda assim 46,3% dos inquiridos se consideram ativistas digitais, 2,8% preferiram não responder e 2,3% não sabe o que significa ser “ativista digital” (Anexo E). É, portanto, significativo que pouco menos de metade dos inquiridos pareça envolver-me em activismo, apesar de seguir ou mesmo comentar os conteúdos da página, incidindo uma prática próxima daquele definida como *free-riding*. Segundo Alcântara (2003) geralmente o *free rider* usufrui do empenho coletivo, não participando ativamente e servindo para dispersar o grupo, interferindo na eficácia das ações.

Os motivos que levam essas pessoas a atuarem como ativistas digitais oscilam entre lutar contra a desinformação (58,3%); militar contra o governo Bolsonaro (37,2%); democratizar a informação verídica (40,4%); militar contra a esquerda (2,3%); militar contra a extrema direita (Anexo F). Consensual parece ser a importância de lutar contra *fake news* a motivação para 98,6% das respostas (Anexo G). Sobre a origem destas as respostas variaram entre: dos grupos políticos que produzem *fake news* contra seus adversários (91,3%); de grupos de direita (47,7%); do governo federal (45,4%); da grande mídia (19,7%); de grupos de esquerda (18,8%). É significativa, a associação de grupos políticos à utilização de notícias falsas, assim como a atribuição dessa prática

àqueles próximos do governo e da direita nacional (a que não será estranha a proximidade ideológica do SGB à esquerda, da qual se considera apenas provir menos de 20%).

Sobre as campanhas de desmonetização 95,9% acreditam que funcionam, assim caucionando a opção da organização por essa estratégia. (Anexo I). Consenso semelhante foi verificado na opinião dos inquiridos sobre disseminar desinformação nas redes sociais: 96,3% consideraram que sim, é mais fácil (Anexo J). Atinge quase 94% dos inquiridos se consideraram exaustos de *fake news* (Anexo M) e 80,7% dos inquiridos consideraram que as notícias falsas surgem da esquerda e da direita.

Quanto ao papel do Governo Federal brasileiro na disseminação de notícias falsas 95% responderam que sim, o governo usa de desinformação (Anexo K) enquanto 91,3% acreditam que o chamado Gabinete do Ódio existe, e 1,8% nunca ouviu falar (Anexo L).

Nas classificações sociodemográficas a amostra considerada consiste em 35,3% dos inquiridos eram mulheres, 61,5% homens (Anexo P). As idades variaram por entre 18 - 30 anos, 37,2%; 31 - 40 anos, 43,1%; Reúne estas aqui no texto numa categoria designada ‘40 ou mais anos’. (Anexo Q). Seguindo parâmetros do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) a quantidade de salários-mínimos ¹³recebidos por mês permite caracterizar a amostra inquirida. Os dados indicaram que 23,9% “recebe até 2 salários-mínimos”; 49,6% recebem de 2 a 10 salários-mínimos”; 16,5% recebem de 10 a 20 salários-mínimos” (Anexo R).

Sem surpresa, atendendo ao perfil ideológico do grupo os inquiridos indicaram que se encontram próximo de valores de: esquerda (68,8%); direita (2,8%); centro (11%) (Anexo S).

5.2 Análise Bivariada dos dados coletados

Com o objetivo de cruzar alguns dados e tentar compreender o motivo pelo qual as pessoas se juntam à movimentos sociais digitais como o *Sleeping Giants Brasil*, algumas respostas foram submetidas a filtros de análise em busca da respectiva esfera política, papel do governo federal na desinformação, e grau de exaustão no trato diário com notícias que podem ou não ser verídicas.

Como vimos 114 pessoas disseram que participam das campanhas promovidas pelo *Sleeping Giants Brasil*, sendo que 56% se consideram ativistas digitais. Dessas 114 pessoas 88%

¹³ Em 2021 o valor do salário-mínimo no país é de 1.100,00 Reais (aproximadamente 169 Euros)

acreditam que o governo utiliza *fake news* com o objetivo de desinformar a população e 84% disseram que acreditavam na existência do chamado Gabinete do Ódio.

Das 114, 96% se consideram exaustos de *fake news*, e 70% se encontram na esfera política esquerda, 11% apartidário, 11% centro.

5.3 Análise qualitativa

A análise qualitativa foi dividida em três categorias: ideológica; senso de pertencimento a um movimento social e; veracidade. Desta forma as respostas foram divididas nestas categorias de forma que se encaixassem nos conceitos, utilizando as palavras-chave escolhidas, a fim de separá-las em grupos. Infere-se que 41,49% dos inquiridos apontaram o “senso de pertencimento a um movimento social” como motivação para participarem das campanhas contra sites que disseminam notícias falsas, face a ideologia (32,98%) e a veracidade (25,53%).

O “senso de pertencimento a um movimento social”, em que definimos como o resultado contínuo da valorização e sentidos que remetem integração de cultura e sociedade, significando sentir-se integrado em um movimento social que pode fazer diferença enquanto ativistas, representou 41,49% dos inquiridos, com 39 respostas encontradas neste sentido, entre elas, “Por que acredito que elas têm valor e o país só vai melhorar se nos mobilizarmos”, “O mundo só vai mudar, com a participação de todos”

A categoria “ideológica”, definida como um conjunto de ideias e pensamentos, doutrinas ou visões que orientam ações e comportamentos sociais, em que as ideologias apontadas nas respostas dos inquiridos estão relacionadas com o combate aos preconceitos as pessoas LGBTQIAP+ e combate ao racismo, xenofobia, misoginia. As palavras-chave utilizadas para agrupamento foram: homofobia, racismo, ódio, preconceito, justiça social, democracia, luta e combate, representaram 32,98% dos inquiridos em 31 respostas. Ilustrando com duas das falas representativas que explanam a categoria temos: “Notícias falsas ou com discurso de ódio, incita violência contra pessoas e grupos. Barrar esse tipo de mensagem se tornou uma espécie de missão de paz” e “Em 2021 não dá mais pra conceber um mundo que faz pessoas sendo hostilizadas por ser quem são, e ter pessoas, coletivos, perfis, ONGs, que trabalham pra mudar isso, será sempre um bom trabalho e participar disso é entrar pra história, mudar o mundo!”

Já a categoria “veracidade”, definida como a valorização à exatidão e fidelidade da

informação disseminada. Exigências apontadas pelos inquiridos no direito a notícia verídica representam 25,53% dos inquiridos encontrados em 24 respostas. Uma fala representativa que exemplificam a categoria é, “Por que precisamos construir um ambiente de notícias mais saudável e sim, usar o constrangimento para desfazer o mal que esses meios deletérios fazem onde mais os incomoda, no bolso.”

5.4 Conclusão

Os conflitos sociais no Brasil polarizado e pós-Bolsonaro têm em seu cerne divergências que perpassam o conflito entre direita e esquerda em suas pautas econômicas e ausência de plano de justiça social por parte da direita: O fundamentalismo religioso, o conservadorismo, o militarismo e o armamentismo da sociedade civil são fatores que agravam o contexto social no país.

O Brasil é um país que historicamente apresenta uma ineficiência política em proporções adequadas ao tamanho das possibilidades que tem. Um país que reiteradamente recebe o título de “economia do futuro” ou “país do futuro” vem frustrando o povo brasileiro com manias de corrupção aparentemente intrínsecas e intransponíveis.

O advento da tecnologia da informação e da velocidade das notícias, chega ao Brasil carregando a desinformação no colo, o boato político regrediu para “na vacina tem um chip e você será controlado pelo governo”. Assumindo a hipótese de que todas as sociedades pós-modernas sofrem do mesmo mal, como já foi dito, o problema do Brasil são as dimensões. Não só continentais de espaço, mas de falta de literacia. No século em que estamos cada dia mais conectados, permitindo *cookies* e *spams* sem saber o que significam e as consequências da recolha de dados, não será a vacina que irá informar ao governo nossos gostos, interesses e ideologias. No mundo contemporâneo atual da *web 2.0* esses movimentos tiveram que ser considerados de novas formas. O controle social de dominação passa para o campo da informação, produção e controle.

Recebemos diariamente inúmeras informações inverídicas que em contextos como o que foi escrito este trabalho, a pandemia da Covid-19, notou-se que proporcionalmente, nossas mortes também foram relacionadas ao tamanho, a ignorância e a ganância política.

A pergunta inicial que esta pesquisa se propôs a responder foi, “porque as pessoas se juntam à movimentos sociais digitais que tentam desmonetizar sites que disseminam *fake news*?”. As respostas coincidem com as hipóteses levantadas inicialmente de que existe uma exaustão política

que perpassa a polarização no Brasil. Se 91,3% dos inquiridos acreditam que o governo federal brasileiro, presidido pelo extremista da direita, Jair Bolsonaro, tem um gabinete responsável por espalhar notícias falsas para que o governo seja beneficiado e seus adversários políticos rechaçados publicamente, as instituições brasileiras vão precisar recuperar a confiança do povo para que a democracia funcione. Um dado ainda maior, mostrou que 95% dos inquiridos acham que o governo usa de *fake news* propositalmente para desinformar a população.

As pessoas que se juntam em campanhas que diariamente expõem empresas as incoerências de seus valores a fim de desmonetizar esses espaços virtuais que publicam desinformações somam 52,3% dos inquiridos. 91,3% deles acreditam que todos os grupos políticos têm essa prática e que agem de forma consciente a fim de prejudicar políticos contrários desinformando a população. A preocupação de autores como Fuchs e Zuboff nesse contexto, é onde fica a democracia? Essa preocupação poderia ser levada a diante em pesquisas posteriores com o intuito de compreender se o público consumidor de notícia, está ciente desses riscos.

A pesquisa contribuiu para o entendimento de exaustão política demonstrada: 93,6% dos inquiridos se sentem exaustos de desinformação. Não é preciso voltar muitos anos na história e lembrar o eu houve em sociedades que se sentiam exaustas de corrupção, insegurança política, medo, terrorismo... regimes autoritários foram “surgiram” como solução para o problema.

A história política brasileira também não contribui para um cenário mais otimista. São décadas de desigualdade social e desamparo político a classe trabalhadora.

Portanto essa pesquisa precisa ser continuada como forma de compreender melhor o comportamento desses ativistas digitais, uma vez que a pesquisa não conseguiu alcançar um número maior de inquiridos. Do total (218 pessoas), 52,3% (114 pessoas) participam ativamente das campanhas.

Referências Bibliográficas

- Alcântara, F. (2003). *Institucionalismo, racionalidade e solidariedade em cooperativas populares*. In: Heckert, Sônia Maria Rocha (Org.). *Cooperativismo popular: reflexões e perspectivas*. Juiz de Fora, Editora UFJF.
- Alonso, A. (2009). *As teorias dos movimentos sociais: um balanço do debate*. Lua Nova, volume (76), páginas 49-86.
- Arendt, H. (1991). *Origens do totalitarismo. Anti-semitismo, imperialismo, totalitarismo*. Cia das Letras, São Paulo.
- Bartlett, J. (2018). *The People Vs Tech. How The Internet is Killing Democracy (And How We Save It)*. New York: Penguin Random House.
- Barragan, A. (2020). *Cinco 'fake news' que beneficiaram a candidatura de Bolsonaro Na reta final da campanha presidencial, boatos sobre os adversários do ultradireitista aumentaram nas redes sociais*. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/10/18/actualidad/1539847547_146583.html
- Bezerra, A. C. e Borges, L. (2021). *Sleeping Giants: a ofensiva moral dos gigantes adormecidos contra o novo regime de desinformação*. Revista Eptic, volume (23), n 1, páginas 178-194.
- Bedinelle, T. (2017). “Os parlamentares religiosos tendem a ser mais conservadores do que a população evangélica” Para especialista em sociologia da religião, as vitórias no campo moral conseguidas pelos evangélicos se devem a alianças com católicos e espíritas. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2017/12/02/politica/1512221378_127760.html
- Bringel, B. (2012). *Com, contra e para além de Charles Tilly: mudanças teóricas no estudo das ações coletivas e dos movimentos sociais*. Sociologia & Antropologia, volume 2, páginas 43-67.
- Boito Junior, A. (2001). *Pré-capitalismo, capitalismo e resistência dos trabalhadores: nota para uma teoria da ação sindical*. Crítica Marxista, n 12, páginas 77-104.
- Boito, Jr. (2016). *Os atores e o enredo da crise política*. Porque estamos gritando golpe? Para entender o impeachment e a crise política no Brasil. volume (1), páginas 23-26. [recurso eletrônico]
- Castells, M. (1999). *A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura*, Vol. 3, São Paulo: Paz e Terra.

- Cesarotti, F. (2018). *Como um partido minúsculo foi colonizado pela extrema-direita brasileira. A história do PSL é o resumo da política do país*. Vice. 12 de out. de 2018. Disponível em <https://www.vice.com/pt/article/bj4bxa/como-um-partido-minusculo-foi-colonizado-pela-extrema-direita-brasileira> .
- Chauí, M. (2016). *A nova classe trabalhadora brasileira e a ascensão do conservadorismo*. Porque estamos gritando golpe? Para entender o impeachment e a crise política no Brasil. volume (1), páginas 16-21. [recurso eletrônico]
- Caregnato, A. e Mutti, R. (2006). *Pesquisa Qualitativa: Análise de Discurso versus Análise de Conteúdo*. Texto & Contexto Enfermagem, Florianópolis, v. 15, n. 4, p. 679-684.
- ComScore (2021). *Tendências e comportamentos digitais do Brasil 1H2021*. Disponível em: <https://www.comscore.com/por/Insights/Apresentacoes-e-documentos/2021/Tendencias-e-comportamentos-digitais-do-Brasil-1H2021> . Acesso em: 24 set. 2021.
- Della Porta, D. e Diani, M. (2006). *Social Movements an introduction*. Blackwell Publishing: Orford, UK. [recurso eletrônico]
- Duarte, A. e Meksenas, P. (2008). *História e movimentos sociais: possibilidades e impasses na constituição do campo do conhecimento*. Diálogos, volume (12), páginas 119-139.
- Eufrasio, M. (1995). *A formação da Escola sociológica de Chicago*. Plural, páginas 37-60.
- Fuchs, C. (2018). *Digital Demagogue. Authoritarian capitalism in the age of Trump and Twitter*. Stanford DTP, Northampton, England.
- Fuchs, C. (2014). *Social Media. A critical introduction*. Sage, Thousand Oaks, California.
- Fuchs, C. (2009). *Some Reflections on Manuel Castells' Book "Communication Power"*. Triple C., páginas 94-108.
- Gomes, W. e Dourado, T. (2019). *Fake news, um fenômeno de comunicação política entre jornalismo, política e democracia*. Estudos em Jornalismo e Mídia, volume (16), n 2, páginas 33-45.
- Guimarães, M. C. R. e Guerra, E. C. (2013). *Movimentos sociais e transformação societária: concepções teóricas presentes na tradição marxista*. Revista Katálysis, volume (16), n 1, páginas 63-71.
- IBGE (2021). *Instituto Brasileiro De Geografia E Estatística*. População do Brasil. Disponível em: https://www.ibge.gov.br/apps/populacao/projecao/box_popclock.php . Acesso em: 24 set. 2021.

- Jenkins, H. (2009). *Cultura da Convergência*. Aleph: São Paulo, São Paulo.
- Jardelino, F., Cavalcanti, D.B. e Toniolo, B.P. (2020). *A proliferação das fake news nas eleições brasileiras de 2018*. Comunicação Pública, volume (15), n 28.
- Junior, G. e Rocha, L. (2013). *A Internet e os novos processos de articulação dos movimentos sociais*. Florianópolis, v. 16, n. 2, p. 205-213, jul./dez.
- Lamy, C e Neto, P. (2018). *Movimentos Sociais e Redes Sociais Virtuais em perspectiva comparada*. Observatorio Journal, páginas 272-294.
- Lubenow, J. A. (2012). *A Esfera Pública 50 Anos Depois: Esfera Pública e Meios de Comunicação em Jürgen Habermas em Homenagem aos 50 Anos de Mudança Estrutural da Esfera Pública*. Trans/Form/Ação Marília, volume (35), páginas 189-220.
- Pinheiro-Machado, Rosana e Lucia Mury Scalco (2018), “*Da esperança ao ódio: a juventude periférica bolsonarista*”, em Esther Solano Gallego (Org), *O ódio como política: a reinvenção das direitas no Brasil*, São Paulo, Boitempo, 1ed. [recurso eletrônico]
- Magalhães, M. (2018). *Net-ativismo: protestos e subversões nas redes sociais digitais*. Lisboa, Portugal: Ignova.
- Marx, K. e Engels, F. (2008). *Manifesto do Partido Comunista*. São Paulo: Expressão Popular.
- McAdam, D., Tarrow, S. e Tilly, C. (2009). *Para mapear o confronto político*. Lua Nova, volume 76, páginas 1-48.
- Melucci, A. (2001). *A Invenção do presente – Movimentos sociais nas sociedades complexas*. Petrópolis, RJ: Vozes.
- Miranda de, J. B. e Magalhães, M. (2017). *Democracia e comunicação nas redes sociais digitais: o net-ativismo para além da participação sem partidos*. Paulus, volume (1), páginas 37-56.
- Mello, P, C. (2018). *Empresários bancam campanha contra o PT pelo WhatsApp. Com contratos de R \$12 milhões, a prática viola a lei por ser doação não declarada*. Folha de São Paulo. 18 out. 2018. Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/empresarios-bancam-campanha-contr-o-pt-pelo-whatsapp.shtml?origin=folha>
- Neto, L. (2019). *Jair Bolsonaro e a busca pelo conflito permanente Análise Crítica do Discurso das publicações no Twitter de Jair Bolsonaro durante a eleição presidencial brasileira de 2018*. Lisboa: Instituto Universitário de Lisboa (Iscte).
- Netto, J. P. (2012). *Capitalismo e barbárie contemporânea*. Argumentum, volume (4), páginas 202-222.

- Newcastle, U. (2021). *The history of fake news*. Disponível em <https://libguides.ncl.ac.uk/fakenews/history>
- Marx, K. (2008). *Manifesto do Partido Comunista*. Martin Claret, São Paulo.
- Morais, L. e Saad Filho, A. (2011). *Da economia política à política econômica: o novo-desenvolvimentismo e o governo Lula*. Revista de Economia Política, volume (31), no 4, páginas 507-527.
- Olson, Mancur (1999). *A lógica da ação coletiva: os benefícios públicos e uma teoria dos grupos sociais*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo.
- Souza, J. (2019). *A Elite do Atraso*. Estação Brasil. Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.
- Rennó, L. R. (2003). *Estruturas de oportunidade política e engajamento em organizações da sociedade civil: um estudo comparado sobre a américa latina*. Re. Sociol. Polit, volume (21), páginas 71-82.
- Sleeping Giants Brasil. (2021). *Quem somos*. Disponível em: <https://sleepinggiantbrasil.com/> . Acesso em: 24 set. 2021.
- Stein, G. (2018). Mobilização de recursos e identidade: a ação coletiva em uma ONG. *Conversas & Controvérsias*, pagina 25-43.
- Taborda, Marcia, RANGEL, Mary. (2015). Pesquisa Quali-quantitativa On-line: Relato de uma experiência em desenvolvimento no campo da saúde. 4o Congresso Ibero-Americano em Investigação Qualitativa e 6o Simpósio Internacional de Educação e Comunicação.
- Tarrow, S. (1994). *Power in movement*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Tatagiba, L. (2018). Entre as ruas e as instituições: os protestos e o impeachment de Dilma Rousseff. *Lusotopie*, volume (17), páginas 112-135.
- Traquina, N. (2008). *Teorias do jornalismo: a tribo jornalística - uma comunidade interpretativa transnacional*. 2. ed. Insular: Florianópolis, Santa Catarina.
- Teixeira, A. (2016). *Análise dos dados de inquéritos sociológicos: estatísticas univariada, bivariada e multivariada*. [recurso eletrônico].
- Teles, Edson (2018), “A produção do inimigo e a insistência do Brasil violento e de exceção”, em Esther Solano Gallego (Org), *O ódio como política: a reinvenção das direitas no Brasil*, São Paulo, Boitempo, 1 ed. [recurso eletrônico]
- Vieira, K. (2019). *As contribuições da escola de Chicago para a ciência da informação*. Santa Catarina: Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC).

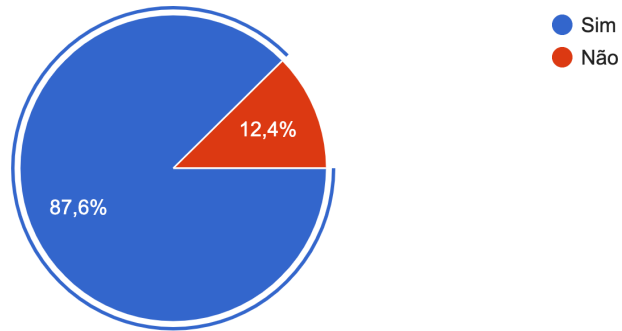
Zuboff, S. (2019). *The Age Of Surveillance Capitalism - The Fight For A Human Future At The New Frontier of Power*. London: Profile Book.

Anexos

Anexo A

Você conhece o coletivo e o trabalho do Sleeping Giants Brasil?

218 respostas



Legenda:

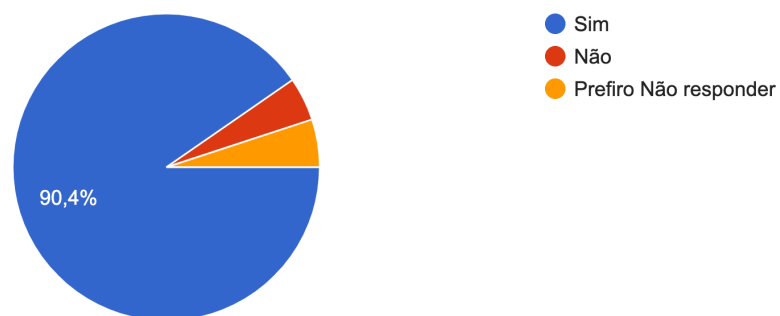
Azul - Sim - 87,6%

Vermelho - Não - 12,4%

Anexo B

Você considera o trabalho deste coletivo importante?

218 respostas



Legenda:

Azul - Sim - 90,4%

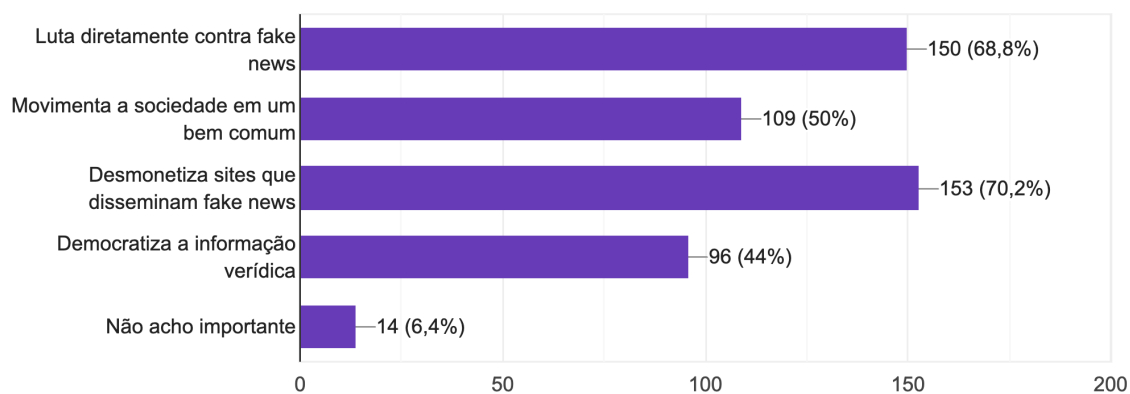
Vermelho - Não - 4,6%

Amarelo - Prefiro não responder - 5%

Anexo C

Porque considera o trabalho do Sleeping Giants Brasil importante?

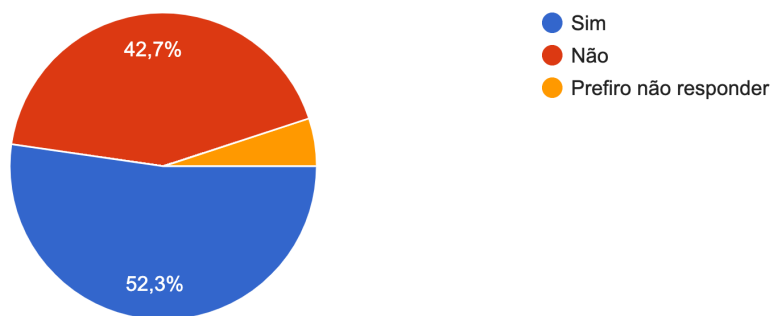
218 respostas



Anexo D

Você participa das campanhas do Sleeping Giants Brasil?

218 respostas



Legenda:

Azul - Sim - 52,3%

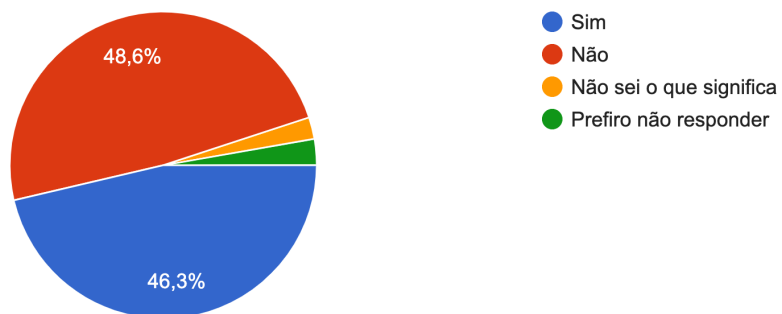
Vermelho - Não - 42,7%

Amarelo - Prefiro não responder - 5%

Anexo E

Você se considera um ativista digital?

218 respostas



Legenda:

Azul - Sim - 46,3%

Vermelho - Não - 48,6%

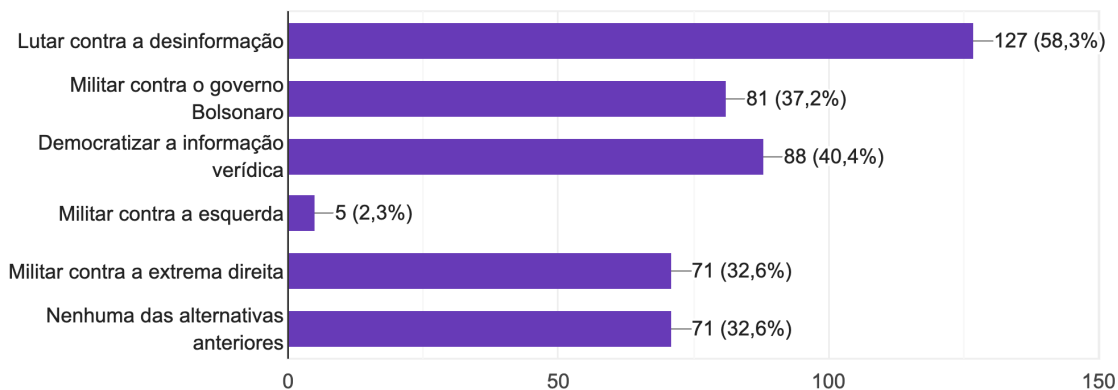
Amarelo - Não sei o que significa - 2,3%

Verde - Prefiro não responder - 2,8%

Anexo F

Por que você atua como ativista digital?

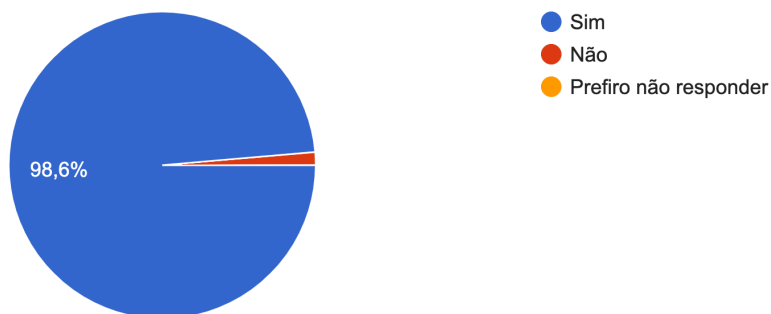
218 respostas



Anexo G

Você acha importante lutar contra as fake news?

218 respostas



Legenda:

Azul - Sim - 98,6%

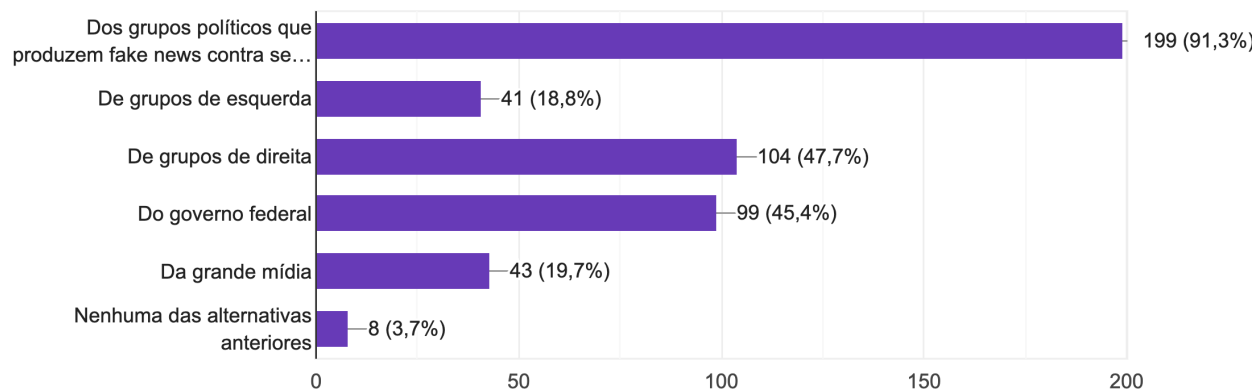
Vermelho - Não - 1,4%

Amarelo - Não sei o que significa - 0%

Anexo H

De onde considera que as fake news vêm? / Qual a sua origem?

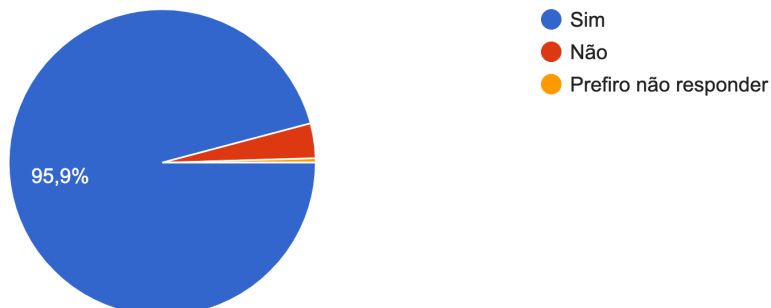
218 respostas



Anexo I

Você acha que desmonetizar sites que publicam notícias falsas ajuda na luta contra a desinformação?

218 respostas



Legenda:

Azul - Sim - 95,9%

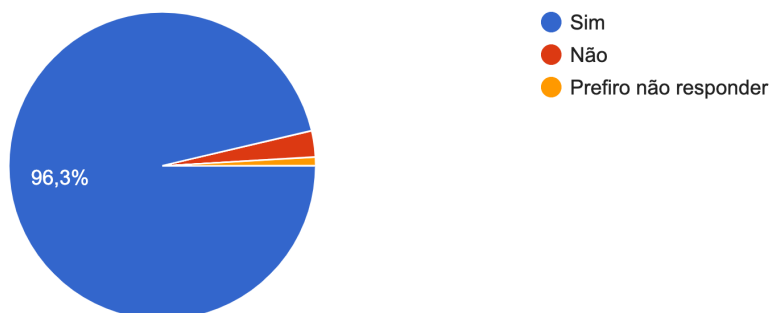
Vermelho - Não - 3,7%

Amarelo - Prefiro não responder - 0,5%

Anexo J

Na sua opinião as redes sociais facilitam a disseminação de fake news?

218 respostas



Legenda:

Azul - Sim - 96,3%

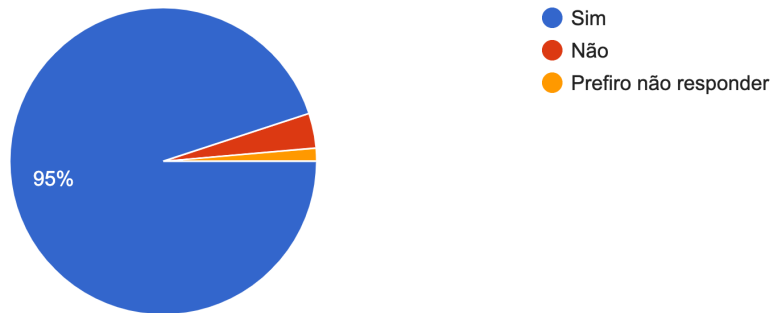
Vermelho - Não - 2,8%

Amarelo - Prefiro não responder - 0,9%

Anexo K

Você acredita que o atual governo se utiliza de fake news para desinformar a população?

218 respostas



Legenda:

Azul - Sim - 95%

Vermelho - Não - 3,7%

Amarelo - Prefiro não responder - 1,4%

Legenda:

Azul - Sim - 95,9%

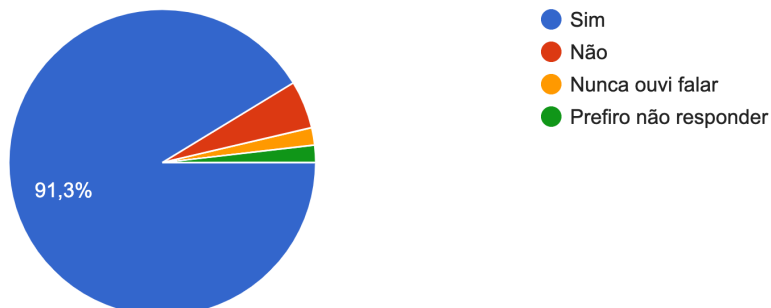
Vermelho - Não - 3,7%

Amarelo - Não sei o que significa - 0,5%

Anexo L

Você acredita na existência de um gabinete na presidência responsável pela disseminação de fake news, o chamado gabinete do ódio?

218 respostas



Legenda:

Azul - Sim - 91,3%

Vermelho - Não - 5%

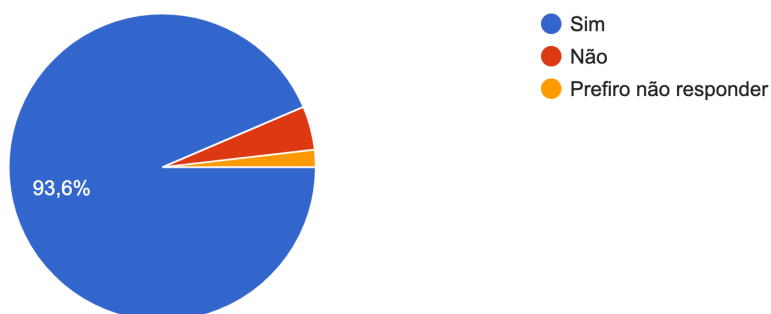
Amarelo - Nunca ouvi falar - 1,8%

Verde - Prefiro não responder - 1,8%

Anexo M

Você se considera exausto das fake news?

218 respostas



Legenda:

Azul - Sim - 93,6%

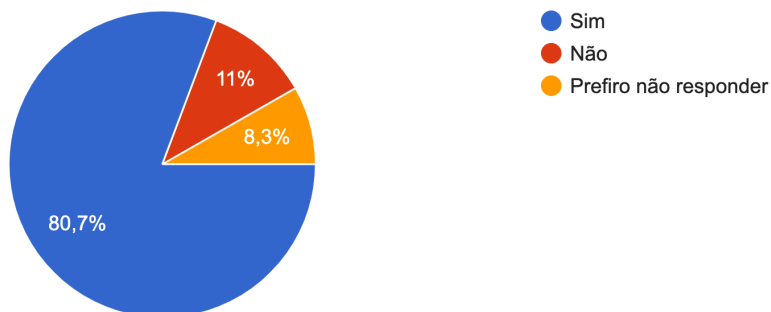
Vermelho - Não - 4,6%

Amarelo - Não sei o que significa - 1,8%

Anexo N

A esquerda e a direita utilizam fake news como arma política?

218 respostas



Legenda:

Azul - Sim - 80,7%

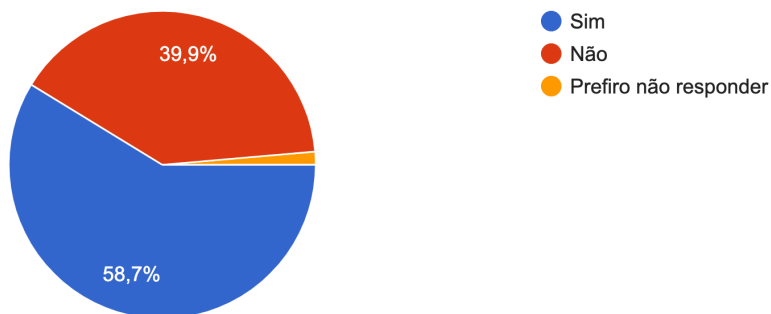
Vermelho - Não - 11%

Amarelo - Prefiro não responder - 8,3%

Anexo O

Você já foi a alguma manifestação pública convocada pelas redes sociais?

218 respostas



Legenda:

Azul - Sim - 58,7%

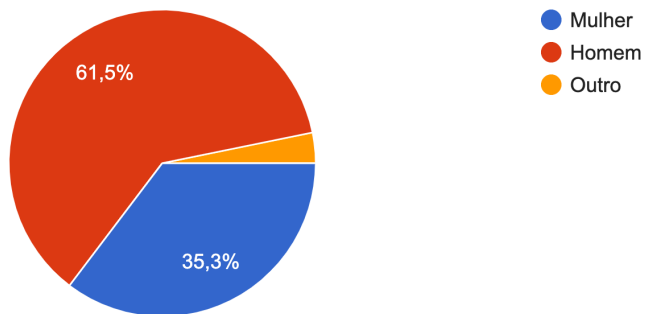
Vermelho - Não - 39,9%

Amarelo - Não sei o que significa - 1,4%

Anexo P

Qual seu gênero?

218 respostas



Legenda:

Azul - Mulher - 35,3%

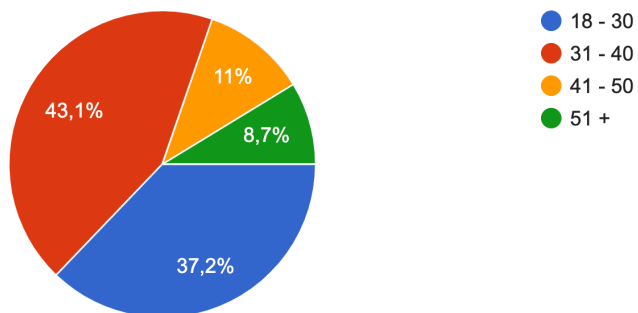
Vermelho - Homem - 61,5%

Amarelo - Outro - 3,2%

Anexo Q

Qual a sua idade?

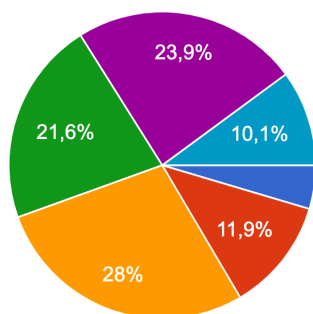
218 respostas



Anexo R

Qual a sua classe social?

218 respostas

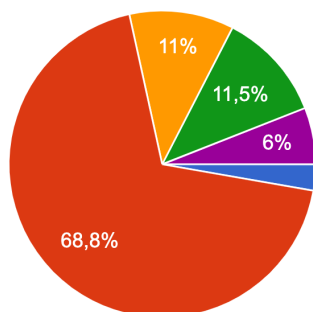


- Recebe mais de 20 salários mínimos
- de 10 a 20 salários mínimos
- de 4 a 10 salários mínimos
- de 2 a 4 salários mínimos
- Recebe até 2 salários mínimos
- Prefiro não responder

Anexo S

Você se encontra em qual esfera política?

218 respostas



- Direita
- Esquerda
- Centro
- Apartidário
- Prefiro não responder

Azul - Direita - 2,8%

Vermelho - Esquerda - 68,8%

Amarelo - Centro - 11%

Verde - Apartidário - 11,5%

Roxo - Prefiro não responder - 6%