

# ANPUH-Brasil – 31º Simpósio Nacional de História Rio de Janeiro/RJ, 2021

## Formas de atuação do Movimento Brasil Livre

João Elter Borges Miranda

Unioeste

recapiari636@gmail.com

### Introdução

O modo através do qual o MBL conduziu as suas pautas e reivindicações seguem, segundo o próprio, na linha de promover a “ocupação de espaços”. O objetivo é a “ocupação dos espaços políticos e a destruição sistemática do pensamento e da prática estatista e esquerdista ao longo dos municípios país afora”. Para tanto, entendem que “a batalha pela hegemonia política ocorrerá diariamente, e cada centímetro do campo de batalha será conquistado com muito suor e inteligência” (MOVIMENTO BRASIL LIVRE, 2015, p. 24-25).

Nesse processo de *ocupação*, a atuação do MBL ao longo do recorte de 2013 até 2019 foi perpassada por algumas fases e objetivos gerais, segundo Fernando Holiday. O coordenador nacional aponta em entrevista ao *LeiaJá* que a história do MBL no período foi perpassada por três fases: o MBL 1.0 seria aquele em que seus protagonistas tiveram como objetivo-mor a derrubada de Dilma; o MBL 2.0 tornou-se uma plataforma de promoção de candidatos nas eleições de 2016 e 2018; finalmente, o MBL 3.0, lançado em meados de 2019 no seu quinto congresso nacional, tem um enfoque diferente, dedicado a “autocrítica” e a ter um “diálogo maior com quem pensa diferente”. Ainda segundo Holiday, “acreditamos que é possível debater de forma civilizada, a ideia é chamar para ambiente nosso figuras que discordam da gente, de esquerda, e debater com essas pessoas sem hostilidade e baixaria” (MBL NÃO, 2019).

De fato, como apontamos anteriormente, no seu primeiro congresso nacional o MBL passa a, oficialmente, visualizar as eleições como mecanismo de *ocupação de espaços*. E, realmente, passaram a disputa-las nos anos seguintes, transformando o MBL em uma plataforma de projeção política de quadros à sociedade política. Contudo, após o quinto congresso, realizado em novembro de 2019, disputaram também as eleições de 2020, indo na contramão do que afirmou Holiday, de que não lançariam candidatas e

## ANPUH-Brasil – 31º Simpósio Nacional de História Rio de Janeiro/RJ, 2021

candidatos. Além disso, o fato de o processo de derrubada de Dilma ter chegado ao fim não significou que as ações realizadas no período de 2014 a 2016, de constantes ataques à esquerda, tenham cessado. Pelo contrário, intensificou-se ainda mais, sendo o caso de difamação de reputação da vereadora do Partido Socialismo e Liberdade (PSOL), Marielle Franco, assassinada no Rio de Janeiro, um exemplo cabal disso.

O entendimento aqui é que, diante da grande visibilidade que o MBL alcançou a partir de novembro de 2014, chegando ao seu auge em 2015 – quando levaram às ruas milhões de pessoas, muitas delas vestidas de verde e amarelo, em defesa da queda da então presidenta –, o partido assume o papel de plataforma de projeção política de quadros à sociedade política, via eleições, dentre outros meios, como o caso dos cargos comissionados. Trata-se de um movimento que percorre de forma significativa uma série de aparelhos da nova direita. Isto é, a passagem gradativa de uma atuação no âmbito da sociedade civil, para a sociedade política. Isto, por sua vez, está em consonância com a tese a respeito da nova direita de Flavio Casimiro, segundo o qual a característica da nova direita, diferenciando-a da “velha direita”, seria o *modus operandi*, o qual, por sua vez, se materializa por meio de aparelhos da burguesia que, crescentemente, passam a integrar o Estado. Então, paulatinamente, tais aparelhos ganham projeção, vão radicalizando-se e promovem a instrumentalização, objetivação e reprodução de seus projetos e valores em diversos meios, de forma que os seus interesses tomem amplitude e intensidade no Estado (CASIMIRO, 2018).

A atuação do MBL, por sua vez, vai nesse sentido de, paulatinamente, ocupar o Estado, no âmbito da sociedade civil, com o intuito de constituir o consenso no que concerne o seu projeto neoliberal; e, também, no âmbito da sociedade política, na qual podem atuar ainda no processo de reconfiguração da ossatura estatal por meio de projetos de lei, emendas, dentre outros meios. Para alcançar esses objetivos gerais de *ocupação de espaços*, adotam uma série de formas de atuação que, não raro, são utilizadas ao mesmo tempo. Gostaria de destacar duas formas, quais sejam: apropriação de signos da esquerda e a propagação e validação de discursos nas plataformas digitais. São formas que possuem as suas idiossincrasias, mas que estão interconectadas. A divisão aqui em tópicos é, assim, para objetivos didáticos. Obviamente, existem outras formas, como ação e pressão através da convocação de manifestações, a propagação constante de mensagens de fácil

## ANPUH-Brasil – 31º Simpósio Nacional de História Rio de Janeiro/RJ, 2021

assimilação, por exemplo, a ideia de que a “esquerda é corrupta”. Embora haja outras formas, no presente texto gostaríamos de dar enfoque somente naquelas citadas.

### **Apropriações de signos da esquerda**

A adoção no documento do termo “ocupação” é uma apropriação de um termo adotado pela esquerda, comumente, para designar ações que advogam o direito ao que foi expropriado, como o direito à moradia e à terra. Ações nesse sentido promovidas por setores da esquerda são interpretados, na ótica do MBL, como uma *invasão*, ou *roubo* de propriedade privada. Já as ações perpetradas por esse partido no sentido de integrar e alçar um maior alcance no Estado são denominadas como “ocupação”, no sentido de promover legitimidade a sua atuação. A apropriação de termos e símbolos da esquerda é algo recorrente na atuação do MBL, como é o caso do uso da expressão “Não vai ter golpe”, usada por setores da esquerda durante o processo de golpe contra o governo de Dilma Rousseff, em seu documentário intitulado “Não vai ter Golpe”. A apropriação pela direita de elementos da esquerda é, historicamente, algo comum não só no MBL, como também noutras organizações e setores da direita. O caso clássico de disso, acompanhado de profunda ressignificação, é da categoria “socialismo” e das cores vermelhas adotadas pelo partido nazista.

Outro elemento preponderante na atuação partidária do MBL é o esforço para capturar a aura anti-sistêmica característica da juventude, o que, tradicionalmente, é um aspecto importante das esquerdas. Essa apropriação se expressa de diferentes maneiras, desde as formas de vestimentas das e dos intelectuais presentes no MBL, até na estética das publicações nas redes sociais. Procuram, dessa maneira, reforçar a identidade *cool*, adjetivo de origem inglesa que significa ser “legal”, através de elementos da, dentre outras, cultura *hipster*, a qual, por sua vez, é composta por jovens adultos associados a músicas e gêneros alternativos e *indie*. Calças justas, camisa xadrez, óculos *Ray-Ban*, sapatos de couro ou *all-star*, são alguns destes elementos.

De camisa xadrez de manga curta, bermuda cargo e meias brancas, Kataguirí recebeu a *Istoé*, nas vésperas da série de manifestações que ocorreria em 15 de março de 2015. Na entrevista, o coordenador nacional do MBL afirmou que quer “mostrar que é possível ser jovem, liberal e legal”. Para tanto, o partido realiza postagens satíricas nas

## ANPUH-Brasil – 31º Simpósio Nacional de História Rio de Janeiro/RJ, 2021

redes sociais. “É como se fosse uma linguagem de esquerda só que defendendo os valores certos” (BARBOZA, 2015).

A apropriação de signos relacionados à rebeldia, à estética jovem e moderna, se faz muito presente no primeiro momento da atuação do MBL, evidentes a partir de novembro de 2014, quando o mesmo estava se apresentando enquanto organização mobilizadora de manifestações e *apartidária*. Essa estratégia comunicativa visa superar o estigma de que a direita é convencional. Como afirmou Alexandre Santos em entrevista à Revista Piauí, “eu vou a festas boas, tenho amigos gays, negros, artistas. Dá para ser legal sem votar no PT ou no PSOL” (ANTUNES, 2015). Procuram, assim, assumir para si mesmos a aura de descolados, rebeldes, antissistemas. Entretanto, diante do fato de o MBL ser um defensor radical da agenda neoliberal, a qual, por sua vez, é propagada, fermentada e aplicada pela burguesia através de seus aparelhos – o que promove a manutenção do *status quo* – evidencia que, na realidade, esse partido é um antissistema conservador, um subversivo sem subversão.

Outro caso emblemático em que os representantes do MBL procuram assumir para si e para o partido a *aura* rebelde, fica visível noutra entrevista, oferecida por Kataguirí, em 2016, quando assumiu uma coluna na *Folha de S. Paulo*. Na ocasião, Kataguirí posa para a jornalista sem meias, com o intuito claro de deixar registrado a identidade de *desajustados*, como se autodefinem em uma autobiografia do movimento, publicada em 2019, intitulada “Como um grupo de desajustados derrubou a presidente: MBL: A origem”.

Contudo, a partir de 2015, integrantes do partido procuram se aproximar de parlamentares da Câmara Federal, de modo a convergir apoio à pauta do *impeachment* e pressionar o então presidente da Câmara, Eduardo Cunha, a por esta pauta em votação. Percebe-se nesse momento um esforço de profissionalização da organização, apresentando-se como um movimento de jovens, mas organizado, com pautas bem definidas, registro institucional – o qual, por sua vez, será realizado ainda no ano de 2014. Em novembro de 2015, quando oficialmente estabelecem que vão participar das eleições, este esforço de amadurecimento é ainda mais solidificado. Podemos verificar esta transformação na estética na própria forma como os seus principais integrantes passam a se apresentar à grande mídia nos anos seguintes.

# ANPUH-Brasil – 31º Simpósio Nacional de História Rio de Janeiro/RJ, 2021

Ambos signos, do MBL *rebelde* ao MBL *institucional*, passam a coabitar a estética das produções e atuações do partido. O MBL passa, assim, por fases em sua atuação, mudanças que são resultado da adaptação do partido à conjuntura, de modo a melhor promover os seus pressupostos e, assim, conquistar crescentemente mais espaços para o campo neoliberal. Para tanto, realizam constantemente diagnósticos e constituem proposições, tanto de âmbito geral, quanto tópicas, sendo os seus congressos nacionais os espaços privilegiados para isso.

Acompanha também a trajetória do MBL o esforço em reforçar que não fazem parte da elite brasileira. Como afirmou Renan Santos em entrevista ao *El País*, “Este [MBL] não é um movimento da elite, é uma revolução de quem trabalha e paga impostos, do pipoqueiro ao cara da classe média tradicional” (MARTÍN, 2014). Kim Kataguirí, em seu primeiro discurso enquanto deputado federal na Câmara dos Deputados, apresentou-se como filho de metalúrgico e de dona de casa. Afirmou que não tem “origem de *play boy*, como as esquerdas adoram dizer”. E continuou dizendo que não é só filho de rico ou de milionário que defende o liberalismo (KATAGUIRI, 2019).

Dessa maneira, procuram se distanciar da chamada “velha direita”, ou, noutras palavras, da “direita tradicional”, geralmente associada aos integrantes históricos de partidos como o PSDB. Ao mesmo tempo, imputam à esquerda o papel de defensora e integrante da ordem, da “velha política”.

## **Propagação e validação de discursos nas plataformas digitais**

O reforço desse estigma em relação à esquerda, assim como a defesa da ideologia neoliberal e seus marcos programáticos, é realizado pelo MBL por alguns mecanismos, com destaque para as plataformas digitais. Exatamente quais plataformas são adotadas pelo MBL discutimos no capítulo anterior. No momento, gostaríamos de refletir a respeito das formas de atuação do MBL no interior desses mecanismos.

Concordando com Helena Martins, tais plataformas digitais caracterizam-se “por conectar diferentes grupos (como anunciantes e consumidores), funcionar a partir da captura e da utilização de dados pessoais (informações como localização e perfis dos participantes daquela relação) e de forma automatizada, em geral organizada por meio de algoritmos” (MARTINS, 2020, p. 16). Em tais plataformas a organicidade e engajamento

## ANPUH-Brasil – 31º Simpósio Nacional de História Rio de Janeiro/RJ, 2021

são conquistados através da propaganda, sendo a propagação e socialização dos seus preceitos ideológicos através de um conjunto de ferramentas de publicização, as quais são ordenadas em um fluxo constante de informações propagadas em diversos meios – em especial, pelas redes sociais. Este fluxo, em constante diálogo com o senso-comum do público ao qual se dirige, é “uma condição necessária para sua validação e socialização, construindo, também, um ciclo constante e auto-regenerativo: conhecimento – publicidade – opinião pública – novo conhecimento” (BARRETO, 1998, p. 123).

Enquanto que os mecanismos tradicionais de comunicação e interação pela informação possuem características marcantes sedimentadas há cerca de 70 anos, a comunicação eletrônica transforma estruturalmente esse fluxo de informação. Diante de um mundo que passa por um acelerado desenvolvimento tecnológico, ao ponto de as marcas mais valiosas na atualidade serem do setor de tecnologia<sup>1</sup>, estão cada vez mais diluídas as fronteiras entre telecomunicações, radiodifusão e informática (MARTINS, 2020, p. 17). Estas mudanças estão atreladas com o processo de reestruturação capitalista que tem como preambulo a década de 1970, o qual tem propiciado a perpetuação do sistema “apesar de suas contradições e de forma ainda mais perversa, que se apresenta agora com a roupagem da sociedade neoliberal, baseada no individualismo, na expansão e imposição da lógica empresarial como forma de vida e em um ambiente de competição generalizada” (MARTINS, 2020, p. 18).

A internacionalização do capital “por meio da atuação de corporações transnacionais e sua tentativa de homogeneização do mundo” se faz presente, sendo a expansão da internet outro fator elementar nesse processo (MARTINS, 2020, p. 19). Assim, na comunicação eletrônica a interação do receptor é diferente, pois este “deixa a sua posição de distanciamento alienante em relação ao fluxo de informação e passa a participar de sua fluidez como se estivesse posicionado em seu interior. Sua interação com a informação é direta, conversacional e sem intermediários”. O tempo de interação com a informação também é modificada, em um mundo em que a internet o faz cair para zero. Em consequência, “essa velocidade de acesso e uso o coloca em nova dimensão

---

<sup>1</sup> Dados da *Forbes* apontam que as cinco marcas mais valiosas em 2020 são Apple, Google, Microsoft, Amazon e Facebook. Mas, “enquanto as quatro primeiros [sic] mantiveram ou aumentaram seu ritmo de crescimento, o Facebook caiu. De fato, o valor da marca da rede social diminuiu 21% entre o ano fiscal de 2018 e o ano fiscal de 2019” (AS 10 MARCAS, 2020).

## ANPUH-Brasil – 31º Simpósio Nacional de História Rio de Janeiro/RJ, 2021

para o julgamento de valor da informação; o receptor passa a ser o julgador de relevância da informação acessada em tempo real, no momento de sua interação e não mais em uma condição *ex-post*". Outra mudança é com relação a estrutura da mensagem, que "em um mesmo documento o receptor pode elaborar a informação em diversas linguagens, combinando texto, imagem e som". Por fim, outro efeito causado pela comunicação eletrônica é com relação a dimensão do espaço de comunicação, o qual é ampliado "por uma conexão em rede", na qual "o receptor passeia por diferentes memórias ou estoques de informação no momento de sua vontade" (BARRETO, 1998, p. 123).

De fato, é perceptível essas transformações na era da comunicação eletrônica, permeada por tribos e comportamentos de manada, em que a busca por *cliques* e compartilhamentos condiciona fundamentalmente a produção da informação. Sendo o seu efeito contrário, de cancelamento, produtor de efeitos deletérios imediatos, como a perda de seguidores nas plataformas, como as redes sociais.

Apesar dessas mudanças, velhos problemas, que atravessaram as plataformas de comunicação tradicionais, ainda persistem. Concordando com Martins, os donos da mídia, sejam eles de origem nacional ou internacional, seguem atuando em prol do desenvolvimento capitalista, assim como em defesa de interesses privados. "O fato de haver um alto índice de concentração midiática, nos meios tradicionais e também na internet, faz com que a diversidade de ideias e opiniões seja pequena, o que reforça o poder de poucos grupos disseminarem suas visões de mundo". É através de uma construção cotidiana que isso ocorre, mais especificamente "quando a mídia define quais são e como devem ser abordados os temas relevantes para a discussão coletiva e na forma como apresenta e se coloca diante de demandas da população junto aos governos" (MARTINS, 2020, p. 20-21).

A rapidez e a qualidade do posicionamento do MBL depende da velocidade com que se processam os eventos e são eleitos pelos conglomerados de mídia como as temáticas a serem debatidas. O que confere legitimidade a isso é a "opinião do público a quem se direciona o conhecimento", sendo esta a "condição de reingresso no fluxo de informação e conhecimento" (MARTINS, 2020, p. 20-21). Na era da comunicação eletrônica o instrumental da tecnologia fornece a infraestrutura para "transformações associadas à interação individual com as memórias de informação e a conectividade aos

# ANPUH-Brasil – 31º Simpósio Nacional de História Rio de Janeiro/RJ, 2021

diferentes espaços de acessos à essa informação”. Não raro, devido às especificidades que pode assumir esse tipo de interação, constitui-se “uma intencionalidade tribal na publicidade dos fatos e ideias” (BARRETO, 1998, p. 124).

Outro modo através do qual o MBL busca criar legitimidade à sua narrativa é a aparência de “verdade socialmente aceita” impressa pela replicação dos conteúdos de forma massiva, capilarizada por inúmeros instrumentos, dentre eles uma rede de apoio simultâneo nas redes sociais. Podemos visualizar isso através da figura abaixo, criada pelo *Monitor do Debate Político no Meio Digital*, que evidencia os sites e páginas do MBL que realizam essa simbiose e impulsionamento no tráfego de informações, neste caso, no *Facebook*. Segundo o *Monitor*, “as informações trafegam em *links* de sites de notícias, mas o sementeamento e parte da difusão se dão por meio de páginas políticas engajadas”. Diante disso, o *Monitor* definiu um “ecossistema de páginas e sites como a interação dedicada na qual uma página ou conjunto de páginas se dedica a divulgar um site ou conjunto de sites que, por sua vez, são difundidos predominantemente por aquelas páginas”. No grafo abaixo, “cada nó é uma página (verde) ou site (rosa) e as arestas são compartilhamentos dos sites pelas páginas num período de três meses”. Quanto maior o número de compartilhamentos realizados pelas páginas, maior a aresta e mais próximos os nós (MONITOR DO DEBATE POLÍTICO NO MEIO DIGITAL, 2018).

**Figura 1 - Ecossistema de páginas e sítios eletrônicos ligados ao MBL**



**Fonte:** MONITOR DO DEBATE POLÍTICO NO MEIO DIGITAL, 2018.

## ANPUH-Brasil – 31º Simpósio Nacional de História Rio de Janeiro/RJ, 2021

Esse conjunto de páginas atuavam, através de compartilhamento mútuo de *links* para *websites* e *blogs*, no sentido de propagar e validar as posições do MBL e de seus líderes (FREITAS FILHO, 2019, p. 18); atuavam, ainda, através do compartilhamento mútuo de publicações como os *memes*. Esse ecossistema apresentado na figura acima, contudo, encontra-se hoje desatualizado, pois no ano de 2018, o *Facebook* retirou do ar uma série de páginas usada pelo MBL. Ao todo, foram 196 páginas e 87 contas retiradas, dentre as quais estavam *Jornalivre*, *Brasil 200* e *O Diário Nacional*. Também foram retiradas do ar páginas regionais do MBL (de Caraguatatuba, Jacareí, São José dos Campos e Taubaté), além da “Salsicha MBL”, apelido do coordenador nacional Alexandre Santos. As contas foram removidas da rede “porque ‘escondiam das pessoas a natureza e origem de seu conteúdo’ e tinham o propósito de gerar ‘divisão e espalhar desinformação’” (SALGADO; GRILLO, 2018).

Uma das razões para essa série de páginas no *Facebook* terem sido retiradas do ar é a propagação de desinformação, notícias estas popularmente denominadas de “*fake news*”. Desde a votação do referendo do Brexit<sup>2</sup>, no Reino Unido, e a eleição de Donald Trump à presidência, nos EUA, em 2016, o debate acerca de “*fake news*” tem ganhado espaço. A prática de propagar notícias falsas, contudo, não é uma absoluta novidade. Pelo menos, vem desde o século 6, segundo o professor emérito da Universidade de Harvard Robert Darnton, em entrevista à *Folha de S. Paulo* (VICTOR, 2017)

Contudo, diante da “profunda alteração das formas de produção e consumo de informação, provocada pelo uso comercial da internet, a partir da década de 1990, pelo avanço da digitalização da comunicação e pela ascensão dos sites de redes sociais digitais, a expressão *fake news* tem se ressignificado e se popularizado” (OLIVEIRA; TOLOTTI, 2020). Em 2016, por conta do Brexit e das eleições nos EUA, o assunto irrompeu no debate. No Brasil, isso aconteceu, principalmente, a partir de 2018, no contexto das eleições federais, quando uma série de notícias falsas foram propagadas em benefício à candidatura de Jair Bolsonaro.

---

<sup>2</sup> O Brexit (siglônimização na língua inglesa que uni “british” e “exit”, respectivamente, “britânico” e “saída”) foi um plebiscito que aconteceu em junho de 2016 sobre a permanência do Reino Unido na União Europeia. A votação terminou com a vitória para os que eram favoráveis à saída. O referendo foi proposto pelo Partido Conservador, através de um manifesto que pedia um referendo, o qual foi apresentado ao Parlamento do Reino Unido.

## ANPUH-Brasil – 31º Simpósio Nacional de História Rio de Janeiro/RJ, 2021

O termo “*fake news*” é evitado pelo relatório do *High Level Expert Group on Fake News and Online Disinformation* (HLEG), criado pela Comissão Europeia. Evitam de usá-lo porque, argumentam, o termo não só não é adequado, como também é insuficiente para denominar em sua completude o ambrange e complexo sistema de desinformação que envolve o conteúdo dessas publicações, as quais podem desinformar mesmo não sendo completamente falsa, ou não sendo falsa. Argumentam também que as formas utilizadas podem compreender muito mais do que “notícias”, englobando também fabricação de memes, edição de vídeos, segmentação de público, distribuição automatizada de conteúdo, etc (EUROPEAN COMMISSION, 2018).

Diante disso, Claire Wardle, integrante do HLEG e editora do *First Draft*, projeto que luta contra a *misinformation* (difusão involuntária de informação falsa) e contra a *disinformation* (citação e difusão deliberada de informações falsas), aponta que “*fake news*” se trata de um termo insuficiente para denominar o que ocorre. Primeiro, porque o formato adotado para a desinformação ultrapassa o de notícias, pois, como apontou o relatório do HLEG, podem ser disseminadas inverdades através de *memes*, vídeos, etc, evidenciando que se trata, na realidade, de todo um ecossistema de desinformação. Segundo, porque o termo falso é insuficiente para descreve a complexidade de disseminação inadvertida de informações falsas e criação e disseminação de informações sabidamente falsas (WARDLE, 2017).

Wardle tem trabalhado para sistematizar uma tipologia dos diferentes tipos de *misinformation* e *disinformation*. Para a pesquisadora, em nosso ecossistema de informações existem sete tipos de conteúdos problemáticos. Para Hunt Allcot e Matthew Gentzkow a motivação principal para a propagação deliberada de desinformação é financeira e ideológica (ALLCOTT; GENTZKOW, 2017), ao serem amplamente divulgados nas plataformas digitais, geram visibilidade para os veículos produtores e, possivelmente, por meio disso tais veículos podem conseguir retorno financeiro com publicidade. Os modais de desinformação podem, ainda, serem utilizados para atacar adversários, desacreditando-os, promovendo *assassinato de reputações*, o que pode gerar vantagem política e, por isso, a disseminação de desinformação tem também motivação ideológica.

## ANPUH-Brasil – 31º Simpósio Nacional de História Rio de Janeiro/RJ, 2021

Uma das maneiras através das quais o MBL dissemina desinformação é por meio do compartilhamento de *links* de sites, como os oriundos do *Ceticismo Político*, *Jornalivre* e *O Diário Nacional*. Mas, não se limitavam a isso. Ex-colaboradores do MBL, em entrevista ao portal *UOL*, afirmam que o partido orientava ataques na internet. Autores de blogs que ganharam destaque entre 2017 e 2018 graças ao MBL “dizem que o conteúdo publicado nesses sites era produzido a partir de orientações do grupo para atacar adversários”, aponta a reportagem do *UOL* (TOLEDO, 2019)

Roger Roberto Dias André, mais conhecido como Roger Scar, editor-chefe do blog *Jornalivre*, o qual existiu entre 2016 e 2018, e que era amplamente compartilhado nas redes sociais do MBL, afirma que “embora eu não publicasse notícias falsas no *Jornalivre*, membros do MBL frequentemente nos pediam para fazer isso. Em alguns casos, eles mesmos, com acesso ao site, publicavam estas notícias, que eu tratava de excluir assim que descobria”. Este relato de Roger Scar trazido pelo *Uol* advém de uma carta enviada pelo editor do *Jornalivre*. Nela, Scar conta que a criação do blog e o seu comando estava a cargo de Luciano Ayan, o qual também mantinha o blog *Ceticismo Político*. A função de Ayan no *Jornalivre* era de intermediário entre este blog e o MBL (TOLEDO, 2019).

Relata Scar que “quando o MBL tratava com alguém, [...] o Ayan chegava com ‘a ordem do dia’. Naquele dia, ele queria que a gente buscasse qualquer coisa útil para publicar contra o Rodrigo Maia, e não precisava ser nada comprovado”. Após algum tempo, “às vezes eram dias ou apenas horas, e o MBL fazia as pazes com o Maia. Então, ele pedia para cessar os ataques”. Essa forma de pressão sobre personalidades do meio político não ficou restrita ao Rodrigo Maia. Uma série de outros casos aconteceram com aqueles que atuavam de modo contrário aos interesses do MBL, seja à direita, ou à esquerda. Os ataques a personalidades de esquerda, contudo, são mais frequentes.

Scar afirmou à reportagem do *UOL* que no início recebia R\$ 700 por mês para escrever textos no blog, mas algum tempo depois, esse valor subiu para R\$ 2.000 e também começou a receber remunerações advindas da receita de anúncios realizados no site. Os pagamentos eram realizados por Ayan. No fim de 2017, Ayan e Renan Santos começaram a pressioná-lo para que publicasse no *Jornalivre* textos em apoio à então pré-candidatura de Jair Bolsonaro à Presidência da República. Scar afirma que rejeitou a ideia

## ANPUH-Brasil – 31º Simpósio Nacional de História Rio de Janeiro/RJ, 2021

e, por isso, Ayan e o MBL teriam decidido criar outro blog, originando *O Diário Nacional* (TOLEDO, 2019).

Uma das principais colaboradoras do *O Diário Nacional* era Francine Galbier, segundo a qual recebia remuneração pelos textos que fazia – os pagamentos eram feitos por Ayan – e recebia instruções diretas sobre o que deveria estar no texto. “Quem orientava as publicações em ambos os sites era o Luciano Ayan, além de pessoas do próprio MBL, como o Renan Santos, que pedia conteúdos a serem publicados nesses blogs, uns atacando adversários políticos do movimento e outros destacando ações de membros do MBL”, afirmou Galbier ao *UOL* (TOLEDO, 2019).

O MBL, em resposta às acusações, afirmou que as declarações de Scar são “caluniosas e mentirosas”. Renan Santos, em contato com o *UOL*, afirmou que a relação do MBL com Ayan sempre foi de amizade, e que “esses blogs sempre foram de Ayan. A gente tem uma relação de amigo, de muito tempo, de 2014. Ele tinha a nossa rede à disposição pra divulgar o site de notícias dele. É óbvio que rolou: ‘pô, foca nisso aqui!’ Mas o controle editorial era todo dele” (TOLEDO, 2019).

Ayan afirmou à reportagem que reconhece que publicou notícias falsas. “Existe, sim, nesse agito, de você publicar uma informação falsa. Isso aconteceu umas duas ou três vezes. Em alguns casos, eu fui além da conta. Nas entrevistas (no ano passado), quando eu estava brigando com a mídia, eu cai na alma de repórteres. Mas não no nível de linchamento”. A respeito da relação com o MBL, afirmou ser uma “relação forte”, através do qual procura ajudar com “questões relacionadas a estratégias e narrativas, como lidar com deputados, na pressão”. Segundo Ayan, “o MBL inovou muito na linguagem de *memes*. Eu ensinei a eles algumas coisas de guerra política, e eles me ensinaram sobre redes” (TOLEDO, 2019).

Tendo em vista o grande alcance que possuías as redes sociais do MBL, a propagação de *links* pelas páginas do partido aumenta consideravelmente o alcance e o número de visualizações desses blogs. O MBL, contudo, não se limitava a isso para que as suas publicações fossem compartilhadas amplamente. Adotava ainda uma extensão que era oferecida pelo *Facebook* chamada *Voxer*. Através dela, o MBL enviava uma mensagem direta aos seguidores pedindo ajuda para aumentar o alcance das publicações do partido. Aquelas e aqueles usuários que clicaram no botão, autorizaram o MBL a

## ANPUH-Brasil – 31º Simpósio Nacional de História Rio de Janeiro/RJ, 2021

realizar publicações automáticas em seu perfil na rede social. O MBL podia fazer até duas publicações por dia através do *Voxer*, o qual foi desativado pelo *Facebook* após reportagem do jornal *O Globo* que traçou o caminho das notícias falsas propagadas contra a vereadora Marielle Franco (FLORES, 2018).

O caso *fake news* contra Marielle ilustra como opera essa “relação forte” entre Ayan e o MBL. A reportagem do *O Globo*, que contou com dados colhidos pelo Laboratório de Estudos sobre Imagem e Cibercultura (Labic) da Universidade Federal do Espírito Santo, traçou o caminho das *fake news* de maior repercussão sobre o assunto. Através disso, revelaram que um dos principais *links* de difusão de notícias falsas sobre Marielle é do *Ceticismo Político*. A execução da vereadora, assassinada ao lado de seu motorista, Anderson Gomes, que também foi morto, ocorreu numa quarta-feira, no dia 14 de março de 2018. A notícia foi recebida com perplexidade pela população e promoveu uma onda de comoção e indignação. Cerca de vinte e quatro horas após o assassinato, textos, áudios e imagens com inverdades a respeito de Marielle começaram a circular pelo *WhatsApp*. Por volta do meio dia de sexta-feira, apareceram os primeiros compartilhamentos no *Twitter* com boatos relacionando a vereadora ao traficante Marcinho VP e à facção Comando Vermelho. Quatro horas mais tarde, “o site *Ceticismo Político* publicou um texto que teve papel fundamental na disseminação das falsas acusações. O *link* foi divulgado no *Facebook*” e, em seguida, o MBL “replicou a mensagem, ampliando ainda mais a repercussão” (CARIELLO; GRILLO, 2018).

A publicação em questão do *Ceticismo Político* repercutia as inverdades propagadas pela desembargadora do Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro (TJ-RJ) Marília Castro, a qual, em um comentário no *Facebook*, declarou que a vereadora possuía ligações com o Comando Vermelho e que havia descumprido “‘compromissos’ assumidos com seus apoiadores. Essa declaração denunciada pela jornalista Monica Bergamo em sua coluna na *Folha de S. Paulo*, na qual apontou que a desembargadora afirmou que o comportamento de Marielle, “‘ditado por seu engajamento político’, foi determinante para a morte”. E que havia “uma tentativa da esquerda de ‘agregar valor a um cadáver tão comum quanto qualquer outro’” (BERGAMO, 2018).

A publicação do *Ceticismo Político* que foi compartilhada pelo MBL foi intitulada “Desembargadora quebra narrativa do PSOL e diz que Marielle se envolvia com bandidos

## ANPUH-Brasil – 31º Simpósio Nacional de História Rio de Janeiro/RJ, 2021

e é ‘cadáver comum’”. O post foi apagado da página deste. O link da publicação, segundo o Monitor do Debate Político no meio digital, foi o mais compartilhado até o dia 17 de março. Os “boatos sobre Marielle Franco se difundiram no Facebook sobretudo de forma indireta, como notícias relatando a sua difusão, principalmente depois das declarações da desembargadora Marília Castro Neves”, apontou o Monitor em seu relatório. “Vários sites difundiram as declarações da desembargadora sem apontar que eram baseadas em fatos falsos – outros relataram as declarações criticamente”, completou. Havia publicações que mostravam que as declarações eram falsas, mas as duas mais compartilhadas corroboravam a opinião da desembargadora, sendo a primeira a publicação realizada pelo Ceticismo Político e a segunda pela Veja.

A publicação foi compartilhada, segundo reportagem do *O Globo*, mais de trezentos e sessenta mil vezes no *Facebook* em cinco dias desde que foi publicada. Recebeu mais de um milhão de impressões no *twitter* em três dias. E foram compartilhadas mais de onze mil imagens também no *Twitter*. A reportagem apontou que o primeiro tuíte (publicação no *Twitter*) que cita uma falsa ligação entre Marielle e Marcinho VP foi realizada na sexta, 16 de março, às 12:28. Às 18:23 do mesmo dia, Luciano Ayan publicou o artigo citado anteriormente. Algumas horas depois, às 22:24, o MBL replica a postagem de Ayan em sua *fanpage* (CARIELLO; GRILLO, 2018).

No sábado, 17 de março de 2018, o Partido Socialismo e Liberdade e o escritório de advocacia E. Melo, J. Durães & S. Castro (EJS Advogadas), em função da acelerada disseminação de notícias falsas sobre Marielle Franco nas redes sociais, “solicitaram que a população ajudasse a identificar e denunciar, por meio de um endereço de e-mail, páginas e perfis do *Facebook* que estavam produzindo ou compartilhando calúnias. Foram recebidos mais de 18 mil e-mails”. Dessa maneira, foi possível mapear a rede de *fake news* a respeito de Marielle. “Foi esse conteúdo que embasou a ação judicial movida por Luyara Santos e Monica Benício, filha e companheira de Marielle Franco, exigindo que o *Facebook* retirasse do ar algumas publicações com conteúdo calunioso e discurso de ódio”. Apresentaram, ao todo, sete imagens, as quais foram compartilhadas a partir de oito *fanpages*. O juiz responsável pela análise do caso, Jorge Novelle, deferiu tutela antecipada para que o réu *Facebook* fosse intimado a: “retirar, em 24 horas, todas as publicações, *posts* e vídeos dos *links* apontados na petição inicial” e também a “informar

## ANPUH-Brasil – 31º Simpósio Nacional de História Rio de Janeiro/RJ, 2021

se os perfis de Luciano Ayan, Luciano Henrique Ayan, responsáveis pelas postagens na página *Ceticismo Político*, e o Movimento Brasil Livre patrocinaram os *posts* indicados na petição ou qualquer outro que afeontrara” a vereadora (OLIVEIRA; TOLOTTI, 2020).

Dado o conteúdo da mensagem divulgada pelo MBL que trouxemos acima, o entendimento aqui é de que a motivação do MBL para disseminar desinformação a respeito de Marielle é caráter político-ideológico, com o objetivo claro de denegrir a imagem da vereadora e, conjuntamente, perpetuar a guerra contra a esquerda que esse partido realiza desde a sua fundação. Procura, dessa maneira, influenciar a opinião pública, adotando diferentes armas políticas, sendo uma delas a disseminação deliberada de desinformação. Através de campanhas difamatórias como essa realizada contra Marielle Franco, procuram disputar a opinião pública, manipulando-a, e coagir os integrantes identificados como inimigos; sendo os favoritos, principalmente, personalidades de esquerda.

Não são raros os momentos em que o MBL adotou, juntamente com a campanha de desinformação, uma postura que configura crime de ameaça, injúria e difamação. É o caso, por exemplo, que realizaram com Sâmia Bomfim e sua então companheira de bancada, Isa Penna. Na madrugada de 7 de abril de 2017, as vereadoras de São Paulo pelo PSOL receberam milhares de mensagens anônimas no *WhatsApp*, contendo calúnias, ameaças e agressões verbais. A razão para o envio, segundo os signatários, é o fato de as vereadoras “apoiarem a doutrinação nas escolas” (MBL ESTIMULA INTIMIDAÇÃO, 2017).

Há uma série de *prints* das mensagens recebidas pela vereadora. Escolhemos a acima porque nela é possível verificar a figura usada para divulgar o número de telefone de Bomfim: o MBL. A criação e publicização dessa imagem estimulando as pessoas a entrarem em contato com a vereadora ocorreu na mesma semana em que o vereador Fernando Holiday (DEM), visitou escolas na cidade de São Paulo, com o intuito de verificar se as professoras e professores estavam realizando doutrinação ideológica. A vereadora, diante disso, afirmou que a “visita [de Holiday] foi uma forma de intimidar [as e] os docentes e ‘censurar os professores nas escolas’” (VEREADORA É ATACADA, 2017). No sábado, 17 de março de 2018, o Partido Socialismo e Liberdade e o escritório de advocacia E. Melo, J. Durães & S. Castro (EJS Advogadas), em função

# ANPUH-Brasil – 31º Simpósio Nacional de História Rio de Janeiro/RJ, 2021

da acelerada disseminação de notícias falsas sobre Marielle Franco nas redes sociais, “solicitaram que a população ajudasse a identificar e denunciar, por meio de um endereço de e-mail, páginas e perfis do *Facebook* que estavam produzindo ou compartilhando calúnias. Foram recebidos mais de 18 mil e-mails” (*Idem*, 2017).

## Referências

ALLCOTT, H.; GENTZKOW, M. Social media and fake news in the 2016 election. Nashville. *Journal of Economic Perspectives*, 2017. Nº 31, pp. 211-236, abr.

BARRETO, Aldo de Albuquerque. Mudança estrutural no fluxo do conhecimento: a comunicação eletrônica. *Ci. Inf.*, Brasília, v. 27, n. 2, p. 122-127, maio/ago. 1998.

CASIMIRO, Flávio Henrique Calheiros. *A nova direita: aparelhos de ação política e ideológica no Brasil contemporâneo*. 1. Ed. São Paulo: Expressão Popular, 2018.

FREITAS FILHO, Alberto Rodrigues. *A batalha político-midiática do Movimento Brasil Livre: mídia, gênero e sexualidade como alvos da desinformação nas redes sociais*. São Paulo. 2019. Dissertação (Mestrado em Tecnologias da Inteligência e Design Digital. Faculdade de Ciências Exatas e Tecnologia. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.

MARTINS, Helena. *Comunicações em tempos de crise: economia e política*. 1.ed. São Paulo: Expressão Popular, Fundação Rosa Luxemburgo, 2020.

OLIVEIRA, Felipe Moura; TOLOTTI, Gabrielle da Silva. Marielle Franco: polarização, *fake news* e pós-verdade. *Questões Transversais – Revista de Epistemologia da Comunicação*. Vol. 8, nº 15, janeiro-junho, 2020.

WARDLE, Claire. 2017. Notícias falsas. Es complicado. El País, Madrid, 17 mar. 2017. Disponível em: <https://es.firstdraftnews.org/2017/03/14/noticias-falsas-es-complicado>. Acesso em 21 de janeiro de 2021.

## Fontes

ANTUNES, Claudia. Tea party à brasileira: um debate com a nova direita. *Piauí*. 2015. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/materia/tea-party-a-brasileira/>. Acesso em 12 de janeiro de 2020.

## ANPUH-Brasil – 31º Simpósio Nacional de História Rio de Janeiro/RJ, 2021

AS 10 MARCAS MAIS VALIOSAS DO MUNDO EM 2020, SEGUNDO A FORBES. IBE – Fundação Getúlio Vargas. 2020. Disponível em: <https://www.ibe.edu.br/as-10-marcas-mais-valiosas-do-mundo-em-2020-segundo-a-forbes/>. Acesso em 26 de janeiro de 2020.

BARBOZA, Mariana Queiroz. “Quem incita o ódio não sou eu, é a militância petista”. *Istoé*. 2015. Disponível em: [https://istoe.com.br/409248\\_QUEM+INCITA+O+ODIO+NAO+SOU+EU+E+A+MILITANCIA+PETISTA+/](https://istoe.com.br/409248_QUEM+INCITA+O+ODIO+NAO+SOU+EU+E+A+MILITANCIA+PETISTA+/). Acesso em 15 de janeiro de 2020.

BERGAMO, Monica. Desembargadora diz que Marielle estava engajada com bandidos e é ‘cadáver comum’. *Folha de S. Paulo*, 2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/monicabergamo/2018/03/desembargadora-diz-que-marielle-estava-envolvida-com-bandidos-e-e-cadaver-comum.shtml>. Acesso em 27 de janeiro de 2021.

CARIELLO, Gabriel; GRILLO, Marco. Como ganhou corpo a onda de ‘fake news’ sobre Marielle Franco. *O Globo*. 2018. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/rio/como-ganhou-corpo-onda-de-fake-news-sobre-marielle-franco-22518202>. Acesso em 27 de janeiro de 2021.

EUROPEAN COMMISSION. *A multi-dimensional approach to disinformation: Report of the independent High Level Group on fake news and online disinformation*. Luxembourg. Publications Office of the European Union. Disponível em: <https://www.revistaforum.com.br/wp-content/uploads/2018/03/relatorio-fake-news-comissao-europeia-1.pdf>. Acesso em 28 de janeiro de 2021.

FLORES, Paulo. MBL: do discurso anticorrupção à proximidade com as fake news. *Nexo*. 2018. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/expresso/2018/03/31/MBL-do-discurso-anticorrupt%C3%A7%C3%A3o-%C3%A0-proximidade-com-as-fake-news>. Acesso em 27 de janeiro de 2021.

KATAGUIRI, Kim. Primeiro discurso como Deputado Federal. *Youtube*. 2019. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=tvAH5lybOR8>. Acesso em 11 de janeiro de 2020.

MARTÍN, María. Não é uma banda de indie-rock, é a vanguarda anti-Dilma. *El País*. 2014. Disponível em:

## ANPUH-Brasil – 31º Simpósio Nacional de História Rio de Janeiro/RJ, 2021

[https://brasil.elpais.com/brasil/2014/12/12/politica/1418403638\\_389650.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2014/12/12/politica/1418403638_389650.html). Acesso em 11 de janeiro de 2021.

MBL ESTIMULA INTIMIDAÇÃO CONTRA VEREADORAS DO PSOL. *Sâmia*. 2017. Disponível em: <https://samiabomfim.com.br/blog/mbl-estimula-intimida%C3%A7%C3%A3o-contra-vereadoras-do-psol/>. Acesso em 27 de janeiro de 2020.

MBL NÃO DEVE TER CANDIDATOS EM 2020. *LeiaJa*. 2019. Disponível em: <https://www.leiaja.com/politica/2019/09/21/mbl-nao-deve-ter-candidatos-em-2020/>. Acesso em 9 de agosto de 2020.

MONITOR DO DEBATE POLÍTICO NO MEIO DIGITAL. *O ecossistema de sites e páginas do MBL*. Facebook: @monitordodebatepolitico. 2018. Disponível em: <https://www.facebook.com/monitordodebatepolitico/photos/a.1067365179991611/1726190774109045/>. Acesso em 20 de janeiro de 2020.

MOVIMENTO BRASIL LIVRE. *Manual de instruções para filiais municipais*. 2015. Disponível em: <https://pt.scribd.com/doc/277263728/Manual-de-Filiais-do-MBL>. Acesso em 26 de janeiro de 2020.

SALGADO, Daniel; GRILLO, Marco. Facebook derruba rede de fake news usada pelo MBL. *O Globo*. 2018. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/facebook-derruba-rede-de-fake-news-usada-pelo-mbl-22917346>. Acesso em 26 de janeiro de 2020.

TOLEDO, Diego. Ex-colaboradores afirmam que MBL orientava ataques na internet; grupo nega. *Uol*. 2019. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2019/11/11/mbl-fake-news-difamacao-ex-colaboradores-luciano-avan-roger-scar.htm>. Acesso em 26 de janeiro de 2021.

VEREADORA É ATACADA POR WHATSAPP APÓS CRITICAR BLITZ DE COLEGA EM ESCOLAS. São Paulo. *R7*. 2017. Disponível em: <https://noticias.r7.com/sao-paulo/vereadora-e-atacada-por-whatsapp-apos-criticar-blitz-de-colega-em-escolas-13042017>. Acesso em 27 de janeiro de 2021.

VICTOR, Fabio. Notícias falsas existem desde o século 6, afirma historiador Robert Darnton. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 2017. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2017/02/1859726-noticias-falsas-existem->

# **ANPUH-Brasil – 31º Simpósio Nacional de História Rio de Janeiro/RJ, 2021**

desde-o-seculo-6-afirma-historiador-robert-darnton.shtml. Acesso em 28 de janeiro de 2021.