Com ajuda das redes, extrema direita turbina máquina de mentiras contra o governo

15/01/2025

Para Pedro Barciela, velocidade na resposta se mostra essencial para governo reagir às fake news



A disseminação de mentiras é uma marca da extrema direita desde que Jair Bolsonaro começou sua campanha à Presidência, em 2018. De lá para cá, o brasileiro se acostumou a ver fake news sendo usadas como argumentos no debate político. Nos últimos dias, no entanto, os extremistas deram demonstração de que essa guerra suja contra a esquerda e o governo será ainda pior a partir de agora.

Com o fim ou a flexibilização de plataformas digitais como o X, o Instagram e o WhatsApp, e a introdução de novas tecnologias, como a Inteligência Artificial, as narrativas mentirosas têm circulado para um número maior de pessoas e ganharam uma aparência ainda mais convincente.

Nos últimos dias, o governo sentiu os efeitos dessa estratégia da extrema direita por conta da divulgação de informações falsas sobre a nova portaria que inclui o Pix dos chamados “bancos eletrônicos”. A tropa bolsonarista e os perfis ligados de alguma forma a esses bancos inundaram as redes sociais com a mentira de que todas as movimentações de Pix passariam a ser monitoradas para cobrança de Imposto de Renda, até mesmo de quem trabalha na informalidade.

“Isso sinaliza que o campo bolsonarista elegeu a pauta econômica como o principal foco de suas ações dos últimos — e provavelmente próximos — meses”, avalia o analista de redes e colunista do ICL Notícias Pedro Barciela. “Não apenas a partir do debate sobre o Pix, mas também de temas como alta do dólar, declarações falsas que foram imputadas ao presidente do Banco Central (Galípolo) e até mesmo uma falsa taxação de animais de estimação”.

Barciela classifica esse processo como “perverso”, porque “em última instância, imobiliza a gestão pública que passa a atuar quase que em uma função reativa todo o tempo”

Castro Rocha explica mentiras de Nikolas Ferreira

O deputado Nikolas Ferreira (PL-MG) deu mostras nas redes do que vem por aí em termos de fake news. Em uma postagem no X, ele publicou várias imagens fabricadas com Inteligência Artificial em que multidões aparecem em manifestações fictícias contra o governo Lula.

“Ele trata de protestos que nunca existiram, a não ser na imaginação do deputado”, alerta o historiador e colunista do ICL Notícias João Cezar de Castro Rocha. “Nikolas Ferreira o fez porque está tentando importar para o Brasil a estratégia vitoriosa de Elon Musk na campanha presidencial norte-americana”.

Para Castro Rocha, essa ofensiva começa agora porque para que essa estratégia seja vitoriosa é indispensável que ela seja natalidade no espaço público. “As postagens falsas de Elon Musk tiveram 2 bilhões de visualizações antes das eleições. É o que pretende Nikolas Ferreira”, diz o professor.

Essa massificação foi atingida em uma postagem que o mesmo deputado fez ontem no Instagram e teve, até a manhã desta quarta-feira (15), 110 milhões de visualizações.

Especialistas estranham esse alcance. Para se ter uma ideia, o Instagram tem no Brasil 130 milhões de usuários. O vídeo da vitória eleitoral de Donald Trump, em novembro, teve 57 milhões de views.

A manipulação das informações sobre a portaria do governo a respeito do Pix também foi feita em publicações nas redes de personagens como o senador Flávio Bolsonaro (PL-RJ) e outros bolsonaristas.

Sidônio Palmeira: “Atitude criminosa”

“Isso é uma atitude criminosa que estamos vivendo, causando sérias consequências para quem tem seu pequeno comércio”, disse o novo ministro da Comunicação, Sidônio Palmeira, em entrevista coletiva após a cerimônia de posse. Esse será a sua seu principal tarefa na pasta.

Para Pedro Barciela, desde o início do mandato o governo enfrentou episódios que apontaram, cada um a sua maneira, alternativas para dialogar com setores não-polarizados da sociedade, ainda que com todas as limitações comunicacionais do governo federal nas redes sociais.

“A antecipação de crises via monitoramento de redes, o diálogo com atores de outros agrupamentos como influenciadores temáticos, a promoção de campanhas de mídia via Google e outras plataformas que busquem ‘capturar’ àqueles usuários que apelem às redes sociais ou plataformas para sanar dúvidas e o acionamento judicial dos responsáveis por disseminar esse tipo de conteúdo falso em tempo hábil são essenciais para enfrentar e ao menos diminuir o impacto desses conteúdos falsos”, diz ele.

“Mas, acima de tudo, a velocidade na resposta se mostra essencial em episódios como esses”, recomenda.

Via ICL Notícias

Compartilhe nas redes: