

Como a indústria de notícias falsas dominou a eleição da França

Os franceses escolhem seu novo presidente numa campanha dominada por notícias falsas e escândalos. O vale-tudo virou padrão mundial

THOMAS TRAUMANN*

20/04/2017 - 19h42 - Atualizado 20/04/2017 20h52



CAMPANHA SUJA

A partir do alto, no sentido horário: Macron, Fillon, Mélenchon e Marine Le Pen. A disputa cheia de golpes baixos pode definir o futuro da Europa (Montagem sobre fotos: Thomas Samson/Reuters, Charles Platiau/Reuters, Bertrand Guay/AFP, Loïc Venance/AFP, reprodução (4))

Aos 71 anos, o ex-primeiro-ministro e prefeito de Bordeaux Alain Juppé era, até há pouco tempo, o favorito para ser o novo presidente da França, na eleição cujo

COLUNAS

CANAIS

ASSINE

oposição a um dos governos socialistas mais impopulares da História. Nas primárias internas do partido Republicanos, Juppé enfrentaria o ex-presidente Nicolas Sarkozy, desgastado pelas investigações de caixa dois eleitoral. Sua campanha o apresentava como um “profeta da felicidade”, o estadista que uniria a França dividida pelo debate da imigração e pelo medo do terrorismo.

Por tudo isso, confessou o próprio Juppé meses depois, ele não levou a sério quando no meio das primárias internas do seu partido, no final do ano passado, milhares de franceses receberam pelo serviço de mensagens WhatsApp imagens suas numa fotomontagem com um turbante e a acusação de ter construído uma gigantesca mesquita em Bordeaux. Com o trocadilho Ali Juppé, o texto afirmava que o prefeito era apoiado pelo grupo religioso radical Fraternidade Islâmica, tema sensível para um país traumatizado pelos atentados de 2015, em Paris, e no ano passado, em Nice. Sua equipe levou cinco dias para responder à denúncia – e o estrago foi feito. Juppé perdeu as primárias para um candidato que prometia ética e transparência. Detalhe: não existe uma megamesquita em Bordeaux.

A derrocada de Juppé é exemplar de um desafio novo na política mundial. O uso da mentira, da meia verdade e dos boatos existe na disputa pelo poder desde sempre. Depois da morte de Júlio César, Otávio usou desinformação e promessas falsas para derrotar Marco Antonio e se tornar o imperador romano Augusto. No século XX, os nazistas elevaram a mentira a um patamar industrial e transformaram o conceito da propaganda de massas. Mas com a internet tudo mudou. “Antes das redes sociais, divulgar uma notícia falsa seria péssimo para a reputação da publicação, teria um alto custo de distribuição e o autor sofreria responsabilidades penais. Agora, é barato, a possibilidade de a pessoa ser pega é muito menor e quem está nesse negócio não liga para reputação”, escreveu o diretor de mídias sociais do jornal britânico *The Telegraph*, James Carson.

A expressão fake news surgiu num tuíte do presidente americano **Donald Trump**, mas não existiria sem os adolescentes de Velles, uma cidadezinha de 45 mil habitantes na Macedônia, nos Bálcãs. Durante a campanha americana, a cidade hospedou 150 sites em inglês, todos reproduzindo notícias com manchetes chamativas contra **Hillary Clinton**. Como a política do Facebook favorecia os posts mais clicados, alguns adolescentes ganhavam US\$ 5 mil por mês afirmando que Hillary participava de rituais satânicos com apoio de uma rede de pizzarias, que o papa havia abençoado a candidatura Trump e que Barack Obama era secretamente muçulmano. Depois da eleição, o Facebook instituiu uma política mais severa sobre distribuição de conteúdo, mas a indústria das fake news continua a se desenvolver. Juppé é só a última vítima.

A influência dos sites alternativos tanto na vitória de Trump quanto na

COLUNAS

CANAIS

ASSINE

quatro candidatos com chances de chegar ao segundo turno, encerrando 70 anos de bipartidarismo francês. Esta eleição francesa é sustentada por dois mitos. O primeiro é que um dos candidatos no segundo turno será a advogada Marine Le Pen, de 48 anos. Filha de um simpatizante do governo protonazista de Vichy, Marine é a direita que não tem vergonha de dizer seu nome. Defende a suspensão imediata de toda a imigração (inclusive a legal), a expulsão dos estrangeiros suspeitos de relação com grupos radicais e a convocação de um plebiscito para a saída da França da União Europeia. O discurso de Le Pen é baseado no medo. No **medo dos atentados**, que tornaram a presença de soldados com metralhadora uma cena comum em Paris. No medo do desemprego, que atinge um em cada quatro jovens com menos de 25 anos. No medo do futuro. Le Pen fala ao preconceito dos pobres contra os muito pobres. Seu discurso é a denúncia de uma luta de sobrevivência entre franceses de verdade, vítimas de uma crise econômica gerada na União Europeia, e os imigrantes islâmicos, “que tomaram a França de assalto e vivem das benesses do Estado Social pago pelo contribuinte francês”.

A campanha de Le Pen mantém 50 pessoas em sua equipe de guerrilha de internet alimentando centenas de blogs e sites, a chamada *fachoesphère* (“facho” é gíria, em francês, para fascista). São batizados candidamente de “equipe de contrainformação”. Le Pen tem 1,3 milhão de seguidores no Facebook e 1,4 milhão no Twitter, além de milhares de militantes que tornam sua campanha digital mais agressiva e efetiva que a dos adversários.

O segundo mito é que Le Pen perderá o segundo turno para qualquer um. Durante os debates, o ex-ministro da economia Emmanuel Macron despontou como o adversário mais provável da candidata da direita. Macron é o candidato que tenta agradar à plateia. Qualquer plateia. Numa palestra a operadores do mercado, lembra sua experiência como executivo no Banco Rothschild. Para empresários, cita a lei que permitiu a abertura do comércio por 12 domingos por ano. Para os sindicatos, seus anos de filiação ao Partido Socialista. Para os opositores, seu rompimento com o PS. “Sou o candidato do melhor da direita, do melhor da esquerda e do melhor do centro”, disse Macron, num comício. No Brasil, Macron seria batizado de “isentão”. O muro tem seu preço. No primeiro debate presidencial, em 21 de março, depois de uma longa exposição de Macron sobre defesa, Le Pen o interrompeu: “Estou ouvindo você falar há sete minutos e você vai para cá, vai para lá, mas não diz o que pensa”. A plateia veio abaixo.

Nas últimas semanas, o fenômeno da campanha foi o ex-senador Jean-Luc Mélenchon, de 65 anos. Mélenchon rompeu com o Partido Socialista, do qual era militante histórico, e formou uma frente de extrema-esquerda com críticas à União Europeia, tema em que tem contato com Le Pen. Seu avanço fez o

COLUNAS

CANAIS

ASSINE

Le Pen o comparou a Maximilien de Robespierre, o líder do terror na Revolução Francesa. Era para ser uma ofensa. Mélenchon sorriu e agradeceu a comparação como um elogio. O quarto candidato é o ex-primeiro-ministro François Fillon, de 64 anos, o defensor da ética e da transparência que derrotou Juppé nas primárias com ajuda do WhatsApp. Em janeiro, descobriu-se que a mulher de Fillon recebera 900 mil euros como funcionária-fantasma de seu gabinete parlamentar. Ele está sob investigação da Procuradoria da República.

A disputa acirrada, o medo de um novo atentado terrorista, a **crise dos imigrantes** e o uso intensivo das redes sociais transformaram essa na mais suja das campanhas francesas. Na quinta-feira, dia 20, **a tensão aumentou depois de um tiroteio na Avenida Champs-Élysées**, em Paris, em que um atirador e um policial morreram. O presidente François Hollande disse estar convencido de motivação terrorista. No começo do mês, o Facebook desativou 30 mil contas que distribuíram notícias falsas, numa ação recorde de vigilância. Vai adiantar pouco. O WhatsApp, sistema no qual é quase impossível rastrear a origem de uma mensagem em rede, se tornou a estrela da campanha. Numa demonstração da força do sentimento anti-islâmico presente na França, quase todos os candidatos já foram mostrados em fotomontagens confraternizando com imãs, elogiando líderes muçulmanos ou sendo supostamente financiados por xeques árabes. Todos menos Le Pen, que, por sua vez, é constantemente acusada de ser marionete do presidente russo, Vladimir Putin.

O resultado da eleição, com segundo turno marcado para 7 de maio, terá consequências importantes: se Le Pen vencer, um Frexit é uma questão de tempo, o que vai significar o fim da União Europeia. A eleição de Le Pen intensificará as deportações de imigrantes e endurecerá as práticas antirrefugiados em toda a Europa. Mélenchon terá um governo com mais direitos trabalhistas e menor alinhamento com a Alemanha. Macron e Fillon são os candidatos favoritos do establishment.

As eleições francesas podem ser vistas sob as perspectivas de dois tsunamis. O primeiro atinge a credibilidade dos jornais, revistas, TVs e rádios. Hoje vivemos a uberização da informação. Com um smartphone na mão e uma ideia na cabeça, qualquer pessoa é um provedor de notícias, um influenciador em potencial. Grupos de mídia do mundo todo tentam se reinventar nesse novo formato em que suas reportagens concorrem pela atenção do leitor com textos com meias verdades ou simplesmente inventados.

O segundo tsunami é contra a política. É natural que depois das **delações dos executivos e ex-executivos da Odebrecht** exista no Brasil a certeza absoluta de que nossos políticos são os piores do mundo. O resto do mundo discorda. Parte importante do sucesso de Trump está em seu discurso contra Washington, a capital que representa o establishment da política americana. Na França, pela

COLUNAS

CANAIS

ASSINE

nenhum dos dois grandes partidos alcance o segundo turno. Os exemplos se sucedem, mas a rejeição da política tradicional é um fenômeno mundial. Nesse caldo de cultura, em que a mídia tradicional e a política estão em xeque, a distribuição industrial de fake news pode ser decisiva para conduzir a opinião pública, mudar o resultado de uma eleição ou produzir demagogos em escala industrial. Trump venceu assim, Marine Le Pen tenta vencer assim. A política do vale-tudo veio para ficar. Essa não é uma notícia falsa.

**Thomas Traumann é jornalista e pesquisador de políticas públicas da Fundação Getulio Vargas (DAPP-FGV)*

 Canais