

Manoel Dourado Bastos
Universidade Estadual de
Londrina – UEL
E-mail: manoel.bastos@uel.br

Rafaela Martins de Souza
Universidade de Coimbra – UC
E-mail:
rafaelamartins1990@hotmail.com

Willian Casagrande Fusaro
Universidade Estadual de
Londrina – UEL
E-mail:
williancfusaro@gmail.com



Este trabalho está licenciado sob uma
licença [Creative Commons Attribution
4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Copyright (©):
Aos autores pertence o direito
exclusivo de utilização ou reprodução

ISSN: 2175-8689

Beemote digital: confusão entre propaganda e publicidade nas plataformas de redes digitais como expressão da crise imanente das formas sociais

*Digital Behemoth:
The confusion between propaganda and
publicity on digital network platforms as an
expression of the immanent crisis of social
forms*

*Behemoth digital:
La confusión entre propaganda y publicidad
en plataformas de redes digitales como
expresión de la crisis inminente de las formas
Sociales*

Dourado Bastos, M., Martins de Souza, R., & Casagrande Fusaro, W. Beemote Digital: a confusão entre propaganda e publicidade nas plataformas de redes digitais como expressão da crise imanente das formas sociais. Revista Eco-Pós, 26(2), 480–506.
<https://doi.org/10.29146/eco-ps.v26i2.28012>

RESUMO

O artigo avalia as articulações entre desinformação e crise da democracia a partir do uso de figuras mitológicas pela Ciência Política clássica, principalmente por Thomas Hobbes (para descrever o contexto inglês de Guerra Civil no século XVII) e Franz Neumann (para avaliar o nazismo no início do século XX), observando o Beemote como expressão da crise imanente do Estado. Com isso, articula-se uma homologia com a comunicação como forma social, a fim de avaliar a desinformação não como uma disfuncionalidade, mas como uma característica inerente ao processo comunicacional. Verifica-se na sequência a atualidade da figura do Beemote para o contexto digital, num processo de confusão entre as funções propaganda e publicidade por meio da interação viabilizada pelas redes sociais. Ilustra-se a perspectiva conceitual com apontamentos sobre as eleições presidenciais brasileiras em 2018.

PALAVRAS-CHAVE: *Crise; Propaganda; Publicidade; Interação; Desinformação.*

ABSTRACT

The article evaluates the connections between disinformation and the crisis of democracy based on the use of mythological figures in classical Political Science, mainly by Thomas Hobbes (to describe the English context of the Civil War in the 17th century) and Franz Neumann (to evaluate Nazism in the beginning of the 20th century), observing Behemoth as an expression of the immanent crisis of the State. Articulates a homology with communication as a social form, to evaluate disinformation not as a dysfunctionality, but as an inherent characteristic of the communication process. The relevance of the figure of the Behemoth for the digital context is verified, in a process of confusion between propaganda and publicity functions through the interaction made possible by social networks. The conceptual perspective is illustrated with notes on the Brazilian presidential elections in 2018.

KEYWORDS: *Crisis, Propaganda, Publicity, Interaction, Disinformation*

RESUMEN

El artículo evalúa las conexiones entre la desinformación y la crisis de la democracia a partir del uso de figuras mitológicas en la Ciencia Política clásica, principalmente por Thomas Hobbes (sobre el contexto inglés de la Guerra Civil en el siglo XVII) y Franz Neumann (sobre el nazismo a principios del siglo XX), observando a Behemoth como expresión de la crisis inmanente del Estado. Articula una homología con la comunicación como forma social, para evaluar la desinformación no como una disfuncionalidad, sino como una característica inherente al proceso comunicativo. Se verifica la relevancia de la figura de Beemote para el contexto digital, en un proceso de confusión entre las funciones de propaganda y publicidad a través de la interacción posibilitada por las redes sociales. La perspectiva conceptual se ilustra con notas sobre las elecciones presidenciales brasileñas de 2018.

PALABRAS CLAVE: *Crise, Propaganda, Publicidad, Interacción, Desinformación.*

Submetido em 27 de fevereiro de 2023

Aceito em 10 de junho de 2023

*Ninguém há tão atrevido, que a despertá-lo se atreva; quem, pois, é aquele que ousa
erguer-se diante de mim?*
Jó 41:1,9,10

*O Hafgufa [Kraken] é o maior monstro de todo o oceano. O que ele faz é engolir homens e
navios, e baleias também, e qualquer outra coisa que consiga pegar.*
Saga de Örvar-Oddr (adaptado)

Ele é obra-prima dos caminhos de Deus; o que o fez o proveu da sua espada.
Jó 40:15,19

Apresentação do tema, método de análise e exposição

O presente artigo apresenta uma investigação teórica sobre a crise do capital expressa na crise de suas formas sociais, como a comunicação e o Estado. Sendo a desinformação um dos fenômenos dessas crises, daremos a sua dimensão atual uma figura peculiar, encontrando primeiro um princípio mais substancial para, depois, lhe dar uma feição de época. Para isso, observaremos a concepção de Beemote, figura mitológica a que regularmente recorreu o pensamento político moderno, dando-lhe a perspectiva de nosso momento histórico, especialmente no campo da Comunicação, atravessado pelas transformações da digitalização. Nesse sentido, como mostraremos em termos categoriais, o Beemote digital é uma expressão, própria ao contexto atual, da *crise como característica imanente ao capital* e suas formas, como o Estado e a Comunicação.

Assumimos aqui que a Comunicação é uma forma social que opera mediações sociais entre Estado e capitais individuais, de um lado, e o público, de outro. Isto posto, entendemos que a crise nessa esfera não deve ser avaliada apenas como um instrumento utilizado para resolver crises gerais do capital ou do Estado. De maneira correlata, a Comunicação como forma social não deve ser observada tão somente como a resultante de uma pressão externa, um reflexo da crise do capital ou do Estado. Acresce que a crise não é somente um fenômeno episódico, mas, como veremos, um princípio lógico imanente que assume expressões históricas particulares. Assim, compreendemos que, para uma interpretação adequada da crise da Comunicação como forma social, é preciso inicialmente acompanhar e determinar os limites internos a essa própria forma. Apenas depois disso poderemos observar as correlações lógicas e históricas entre aqueles diferentes níveis, já num plano menos abstrato.

Por isso, propomos um percurso dialético para o presente artigo, dedicando especial atenção à categoria marxiana de forma, estudando especialmente a Comunicação e suas contradições essenciais como elementos de crise. Em sua origem, a crítica dialética da Economia Política da Comunicação, campo teórico ao qual nos filiamos, busca os marcos para uma abordagem marxista da Indústria Cultural a partir do chamado “método da derivação das formas”, conforme se vê no aproveitamento que César Bolaño (2000) faz dos debates sobre o Estado. A Comunicação, assim como o Estado, passa a ser entendida como uma forma social, cuja crítica se dá a partir de uma derivação lógica de suas formas elementares (a saber, a Informação, no caso da Comunicação). Com isso, a abordagem pautada pela determinação mecânica entre base econômica e superestrutura política e jurídica, própria do marxismo vulgar, dá lugar a uma crítica dialética das formas sociais.

Em termos de método, portanto, o presente texto se apresenta como uma exposição teórica, num nível relativamente elevado de abstração. Como tal, busca propor um caminho de exposição e análise que vai do abstrato ao concreto, conforme a perspectiva dialética. Na medida em que a dialética não propõe um método exterior ao objeto, mas busca desentranhar aquele deste, apresentamos no presente artigo uma investigação ainda em termos abstratos, mas que pode se desenvolver em níveis mais concretos, quando se estudam casos empíricos como resultado do percurso, em vez de serem reconhecidos como elementos inertes sobre os quais o método é aplicado. Para este estudo, traremos apenas alguns elementos específicos da recente conjuntura eleitoral brasileira, não analisados de maneira sistemática, mas onde é possível observar aspectos do que trazemos no plano mais abstrato.

Dividido em três partes, além desta apresentação e das considerações finais, apresentaremos inicialmente as origens conceituais do Beemote no pensamento político moderno, em contraste com outras figuras mitológicas. Apontaremos principalmente a importância contrastante dessa figura no pensamento de Hobbes, marcado pela concepção do Estado como Leviatã. Destaque-se que, em termos expositivos, principalmente nesse trecho o texto mimetiza discretamente a indistinção entre esclarecimento e mito própria ao nascedouro das ciências modernas. Na sequência, em termos gerais, mostraremos correlações possíveis entre uma teoria marxiana da crise e as formas sociais do Estado e da Comunicação. Nesta parte, apontamos que a crise tem um caráter imanente ao Estado e à Comunicação. Isso será

feito a partir das observações de Blanke, Jürgens e Kastendiek (2017) sobre o Estado, que são a pedra angular do “método da derivação das formas”, princípio de análise fundamental para a crítica da Economia Política da Comunicação de Bolaño (2015) e que seguimos ao longo do texto. Recorreremos à obra de Jorge Grespan (2012) sobre o conceito de crise em *O Capital* de Marx (2017) como um aspecto lógico imanente, cuja interpretação se dá pelas categorias modais de possibilidade e necessidade. Finalmente, na parte subsequente, ofereceremos uma figura contemporânea da crise, desenvolvendo a concepção de Beemote digital. Seguindo aspectos gerais do trabalho de Neumann (2009), veremos como o Beemote se configura, na atualidade, como a representação das contradições do Estado e da Comunicação como forma social, para observar assim seus limites imanentes. Ao compreender que o Beemote Digital é a expressão atual da crise imanente do Estado e da Comunicação, registramos que a forma social de Comunicação opera segundo certas funções e propomos que a desinformação não é uma disfuncionalidade, mas, pelo contrário, cumpre funções essenciais desta forma social. Apresentaremos aí uma perspectiva inicial sobre as plataformas digitais produtoras de redes sociais, a fim de identificar a natureza digital do processo e a funcionalidade estruturante da desinformação, quando avaliaremos alguns exemplos da conjuntura eleitoral recente do Brasil.

1. O bestiário de criaturas monstruosas

Recorrer a narrativas de tempos imemoriais é uma maneira de interpretar alguns princípios do Estado sob o capitalismo. Que sua burocracia tenha fundamentos tão lógicos e, ao mesmo tempo, se expresse de maneira tão incontrolável justifica o uso de figuras mitológicas para explicar suas formas algo incompreensíveis. Elas dão sentido àquilo que, aparentemente, contradiz a dinâmica do capital em sua forma política, observada em geral como um princípio coerente a ser referendado ou criticado. Não é por outro motivo que desde os clássicos do pensamento político tenta-se explicar a natureza do Estado capitalista recorrendo a um variado bestiário mitológico. É verdade que, em tempos de bonança, tais monstros se escondem nas sombras e deles quase nos esquecemos. Contudo, nos momentos de crise, os monstros saem dos escombros, povoam nossas narrativas e nos exigem explicações. No atual

contexto, em que categorias como democracia e informação se veem no turbilhão das contradições da crise, as monstruosas criaturas voltaram à tona.

Thomas Hobbes (2014) escreveu em 1651 um dos textos decisivos do pensamento político ocidental representando o Estado como uma assustadora criatura mitológica. Para tal foi buscar no Antigo Testamento, mais especificamente no Livro de Jó, a referência ao Leviatã, elemento de um trio arquetípico da mitologia judaica. A gigante serpente marinha, que expele fogo pela boca e fumaça pelas narinas, é apresentada como uma criatura bestial a qual os humanos não ousariam enfrentar. Em seu diálogo com o desgraçado Jó, Deus lança mão da figura de Leviatã para mostrar que, inferiores ante tamanha monstruosidade, os humanos não seriam capazes de alcançar Seus desígnios, devendo apenas manter a fé e a temência. Especificamente na mitologia judaica, Leviatã era a criatura marinha gigantesca cuja tarefa estava em colocar medo nos animais aquáticos a fim de que os mais ferozes não eliminassem os mais fracos. Cumpre, no livro de Jó, papel semelhante, intimidando os próprios humanos diante de Deus.

Em Hobbes (2014), em cuja obra as distinções modernas entre esclarecimento e mito ainda não estão inteiramente postas, o Leviatã funciona como recurso para explicar o soberano que, fazendo jus a seu direito natural, controla os seres humanos que abdicaram de seu essencial estado de natureza, mantendo-se assim o equilíbrio social. Agamben (2004) lembra que, enquanto no quadro proposto pelos sofistas, a natureza (*phýsis*), dada sua anterioridade, justifica a violência do mais forte sobre o mais fraco, na argumentação de Hobbes é a identidade entre natureza e violência que justifica o poder absoluto do soberano (Agamben, 2004, p. 41). A partir disso, Agamben aponta que, no edifício teórico hobbesiano, o poder absoluto do soberano não exclui o estado de natureza, mas, pelo contrário, é conservado no próprio soberano, de modo que a *phýsis* “contém sua virtualidade” (Agamben, 2004, p. 42) e, nesse sentido, deve ser entendido como uma espécie de “princípio interno” ao Estado.

Concomitante ao uso dessa figura bestial num dos nascedouros da Ciência Política, os primórdios da Economia Política dedicaram interesse por outra criatura monstruosa, dessa vez oriunda da mitologia escandinava¹ que, desde o século XIII, em *A Saga de Örvar-Oddr*, anotou a existência de monstros marinhos como Lyngbakr e Hafgufa (que, do século XVII em diante,

¹ Cf. Fredona e Reinert, 2020.

ganhou o nome corrente de Kraken). É um cefalópode colossal que aterroriza os gelados mares nórdicos eliminando, com seu alcance tentacular, as embarcações e tripulantes que encontra. Imenso como uma ilha, o Kraken se liga historicamente a diferentes narrativas mitológicas, como a de Poseidon, que o teria rejeitado como um grande erro, motivo pelo qual passou a descontar seu fracasso nos barcos que lhe chamassem a atenção. Monstruosa criatura do mar como o Leviatã, o Kraken, contudo, não se destina a intimidar os demais animais marinhos, mas a aterrorizar navegadores e destruir embarcações que por ele passem.

Reconhecendo que as rotas marítimas são uma expressão bem representativa das relações comerciais, observar no Kraken uma figuração do Estado tem diferentes significados. Essa metáfora mitológica pode sugerir que as ações estatais são elas mesmas, dado seu gigantismo monstruoso e autocentrado, responsáveis por impedir, complicar ou inviabilizar as transações econômicas pautadas pela troca que caracterizam o capitalismo. Por outro lado, Fredona e Reinert (2020) indicam que se trata de observar no Kraken o caráter colossal e tentacular que adquirem as corporações multinacionais, suplantando soberanias, o que significativamente explicaria o capitalismo financeirizado de nossa época. De qualquer modo, remeter o Estado ou as gigantescas corporações multinacionais ao Kraken adquire, ao contrário do Leviatã em Hobbes, um sinal decisivamente *negativo*.

Entendemos que outra figura mitológica pode ser a expressão mais adequada de nossa época, marcada por preocupações com a crise da democracia, a desinformação e a ascensão reacionária. Não por acaso, ela estava na ordem do dia dos interesses de Hobbes. A remissão a Beemote, figura monstruosa simétrica ao Leviatã, também oriunda do Livro de Jó, foi a chave para que Hobbes (2001) se dedicasse não só a produzir uma espécie de receituário para o governo adequado, mas a interpretar os aspectos concretos da Guerra Civil Inglesa². Beemote é a colossal criatura que, descrita como um gigantesco hipopótamo, na mitologia judaica servia para intimidar os animais terrestres (como Leviatã para os aquáticos e Ziz para os aéreos), controlando-os e inviabilizando que os mais ferozes se sobrepusessem aos mais mansos. Em Hobbes, o Beemote é expressão da anomia, a ausência do Estado e seu soberano, capazes de

² A tradução brasileira do livro de Hobbes (2001) usa a grafia *Behemoth*. Ainda que ela seja usual, entendemos que grafar *Beemote*, como propomos, tem mais afinidade a sua menção mitológica. Assim, quando fizermos referência ao livro de Hobbes (e, por extensão, ao de Franz Neumann), grafaremos *Behemoth*, conforme a tradução da Editora da UFMG. Quando fizermos menção ao monstro, grafaremos Beemote, segundo a versão usual na Bíblia e demais registros mito-religiosos.

manter os seres humanos controlados ante seu estado de natureza, então entregues à luta de todos contra todos e, por fim, à dominação direta.

Essa referência ao texto menos conhecido de Hobbes tem ao menos duas razões de ser. Primeiro, porque ela não chegou à nossa observação diretamente por meio de uma pesquisa sobre Hobbes, mas pela leitura de outro livro decisivo para nossas investigações, que é a obra do jurista alemão Franz Neumann (2009) dedicada a interpretar o nazismo e cujo nome, inspirado no pensador inglês, também é *Behemoth*. Ao contrário de um certo pensamento que, ao longo do século XX, se tornou comum sobre o nazismo como um “Estado totalitário”, Neumann estuda tal processo histórico segundo o princípio da anomia, da dominação direta e da propaganda como função primordial do Estado. Ou seja, elementos constantes das preocupações de Hobbes diante da Guerra Civil Inglesa se mostram relevantes no estudo de Neumann. Em segundo lugar, parece-nos particularmente profícuo perceber que as premissas desenvolvidas por Neumann para estudar o nazismo se mostram bastante atuais diante da avalanche neoliberal, a perspectiva do Estado mínimo, a política de austeridade, a centralidade da violência estatal e a propaganda como instrumento central de governo, em sua versão digitalizada. Assim, particularizando essas questões para o campo da Comunicação, tanto pelos aspectos gerais da arquitetura de rede e as plataformas digitais, especialmente aquelas produtoras de redes sociais, como pela sobreposição do uso da rede social digitalizada como mediação privilegiada por governantes (principalmente reacionários, mas, infelizmente, não só), indicamos que nosso contexto pode ser bem compreendido segundo a metáfora do *Beemote digital*.

Entendemos o *Beemote digital*, no contexto em que a rede mundial de computadores se torna progressivamente o princípio majoritário das mediações sociais, como uma expressão atual do caráter de crise imanente ao Estado e à Comunicação como formas sociais. O princípio geral de anomia representado por Hobbes e Neumann na figura do Beemote ganhou uma figura peculiar no contexto neoliberal, fundado em políticas de austeridade que visam assegurar a dinâmica mundial de livre mercado e, desta maneira, ao reconhecer no Estado um conjunto de limites para sua consecução, busca na Comunicação uma forma que elude as funções da forma política, cumprindo-as. As dimensões sociais e correlatas condições técnicas proporcionadas pelas plataformas digitais, até o momento menos embaraçadas por qualquer tipo de legislação

que as constriam a um contexto exclusivamente nacional, operam uma perspectiva de regulação que funciona tendo a desinformação como uma de suas matrizes. Ou seja, o Beemote digital mostra que a desinformação é uma possibilidade lógica da comunicação como forma social, num contexto em que a crise imanente sobe a primeiro plano por não encontrar mais soluções para suas contradições constitutivas. Sua figura contemporânea se encontra na assim chamada “crise da democracia”.

2. O caráter imanente da crise do Estado e da Comunicação como formas sociais

O debate sobre a crise da democracia ganhou corpo num conjunto extenso de livros e artigos científicos na última década. Em geral, tratou-se de atestar seu óbito, como se pode ver em títulos tais quais *Como as democracias morrem* (Levitsky e Ziblatt, 2018) e *Como a democracia chega ao fim* (Runciman, 2018). Se no primeiro caso se trata de apontar a deterioração de estruturas próprias à democracia, que precisariam ser recuperadas, no segundo o fim da democracia é mais ou menos inevitável e precisa ser levado adiante para a formação de novos caminhos mais condizentes com o projeto democrático. Outros títulos, como *O povo contra a democracia: Por que nossa liberdade corre perigo e como salvá-la* (Mounk, 2018) ainda trazem um fio de esperança no futuro do Estado de Direito, apesar do diagnóstico bastante contundente sobre os problemas que atrapalham a democracia. Noutra chave analítica, pensando sobre o Brasil, Nobre (2022) fala em *Limites da Democracia*. Trata-se, em todos os casos, de lidar com os problemas históricos da representação política. Liberais em seus pressupostos e expectativas, todos esses diagnósticos, principalmente o de Mounk, dedicam um papel mais ou menos central às transformações ocorridas no âmbito da comunicação com a digitalização das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC).

Conforme apontado em outro lugar (Bastos; Figueiredo; Schneider, 2022), a democracia aparece nesses diagnósticos segundo um princípio ideal que, contudo, deixa de funcionar a contento, a partir do surgimento de elementos mais ou menos externos, porém decisivos, de sua dinâmica, como a digitalização das TIC e a presença marcante de supostos *outsiders* da política, ocupando a vaga deixada pela opacidade das novidades geradas pela internet. O conceito central para explicações desse tipo é justamente o de desinformação como uma

disfuncionalidade da dinâmica da comunicação. Ao contrário dessa perspectiva funcionalista, a nós interessa justamente pensar que, em vez de uma disfuncionalidade, estamos diante de um desenvolvimento lógico necessário, ainda que não absoluto, das contradições imanentes de Estado e Comunicação como formas sociais.

O debate sobre o derivacionismo, que está na origem da Economia Política da Comunicação, oferece uma rota crítica. Ele se desenvolveu principalmente na Alemanha entre os anos 1960 e 1970 e possui, pelo menos, duas escolas gerais de pensamento. Ao apresentar o “método da derivação das formas”, César Bolaño (2000) explica as diferenças fundamentais entre a escola berlinense e a escola frankfurtiana da derivação do Estado. Enquanto o trabalho dos berlinenses Blanke, Jürgens e Kastendiek (2017) se fundamenta numa dimensão lógica da derivação, o trabalho do frankfurtiano Hirsch (2010; 2017a; 2017b) busca a derivação histórica do Estado.

Em resumo, a escola frankfurtiana entende que se trata de promover uma derivação histórica do Estado, ou seja, acompanhar cronologicamente os aspectos de seu desenvolvimento a fim de compreender seu caráter. A escola berlinense, por sua vez, sugere que o método dialético em Marx tem um encaminhamento lógico que constata a insuficiência do acompanhamento cronológico dos processos analisados e expostos, sem prescindir do caráter histórico, por entender que o capitalismo é um modo de produção historicamente determinado. Assim, em compasso com os principais momentos do capital, a derivação do Estado promovida pela escola berlinense avalia seus princípios lógicos, que são expressões contraditórias do real³.

Para reconhecer a superioridade da escola berlinense, basta pensar que o Estado precede historicamente ao capitalismo, exigindo, por isso mesmo, uma derivação lógica, ou seja, uma compreensão do funcionamento do Estado a partir do momento em que ele é subsumido no capital. Enquanto em Hirsch a derivação histórica do Estado aparece como uma solução concreta e necessária para as contradições do capital, em Blanke, Jürgens e Kastendiek a derivação lógica repõe a crise do Estado em seu caráter imanente. Assim, afirma Bolaño (2015, p. 187), “(...) ao invés de depender de uma teoria econômica da crise (como Hirsch) para

³ Para uma avaliação detalhada, no campo da Comunicação, cf. Bolaño (2015). Para uma avaliação no âmbito do Direito, cf. Caldas (2015).

a derivação do Estado, Blanke, Jürgens e Kastendiek podem oferecer uma contribuição ao traçado dessa teoria, ao demonstrar que o estado é uma instância também crítica”.

A trajetória analítica que caracteriza a crítica dialética da Economia Política da Comunicação, seguindo os passos de César Bolaño (2000), busca se desvencilhar dos problemas oriundos de uma adoção vulgarizada no campo da Comunicação da crítica marxista (Marx, 2008) que se concentra numa observação enrijecida das determinações entre base econômica, superestrutura política e jurídica e formas de consciência correspondentes. Essa vulgarização ignorou o fato crucial de que, na dinâmica do capitalismo monopolista, a Comunicação se tornou um setor econômico próprio, com funcionamento peculiar. Dessa maneira, é insuficiente observar a Comunicação pelo prisma de seu funcionamento político, tendo em vista que, como setor próprio, as dinâmicas econômicas se tornaram o princípio fundante.

Ao visar à construção de uma Teoria da Comunicação de fundamento marxista e não encontrando imediatamente na letra de Marx as referências ao objeto, Bolaño (2000) se dirige à adoção de uma estratégia que corresponda, no campo próprio de análise da Indústria Cultural, ao debate do derivacionismo sobre o Estado. Assim, ele primeiro generaliza a validade do método da derivação das formas, particularizando, em seguida, as questões relativas à Comunicação. Trata-se de derivar um conceito de Comunicação como forma social adequado à abordagem crítica da reprodução do capital, tendo a informação como sua forma elementar. Seguindo no nível mais alto de abstração apresentado por Marx (2017) em *O Capital*, Bolaño (2000) parte de uma exposição dialética da informação necessária em três momentos essenciais da autovalorização do valor (a saber, no momento da circulação simples, no terreno oculto da produção e na concorrência), reconhecendo aí os elementos fundantes da comunicação como forma social.

No que diz respeito ao momento da circulação simples de mercadorias, trata-se de observar como portadores de mercadorias, formalmente livres, se encontram e interagem por meio do intercâmbio de informações visando à troca de mercadorias. Nesse plano de análise, essas informações são diretas e objetivas e, sem mediações, caracterizam o “processo cooperativo de interpretação” relativo aos momentos da metamorfose das mercadorias que se apresentam nas transações praticadas pelos possuidores de mercadorias: a venda (troca de

mercadoria por dinheiro) e a compra (troca de dinheiro por mercadoria). Esse é o momento em que Jorge Grespan (2012) reconhece o primeiro caráter, ainda num plano formal, de crise do capitalismo, ou seja, a inviabilidade, por qualquer motivo, de se concretizar a relação de compra e venda, o que significa o emperramento da dinâmica do capital.

Em *O Negativo do Capital*, Jorge Grespan (2012) se propõe a reconstituir o conceito de crise em Marx acompanhando o texto de *O Capital* (Marx, 2017), reconhecendo a exposição do conceito não em um momento ou trecho em particular da obra, mas na totalidade de sua exposição. Grespan (2012, p. 23) destaca, a partir de uma avaliação cerrada do texto, que o conceito de crise se define como uma “negatividade imanente ao capital, enquanto manifestação de uma contradição constitutiva do capital”, a partir do que observa que “Marx concebe a dinâmica do capitalismo enquanto movimento de constante superação e reposição de suas contradições, de modo que a crise — enquanto manifestação privilegiada de autonegação do capital — se apresenta como integrante de sua dinâmica global”. A questão que se coloca para Grespan é a passagem do momento formal da crise, ou seja, sua possibilidade, para o plano concreto, isto é, sua efetividade. Segundo as categorias modais hegelianas, a necessidade da crise, contudo, é *relativa*, em contraposição à *absoluta*, de maneira que importa sempre entender como sua possibilidade formal se realiza na resolução contínua pelo capital de suas contradições imanentes.

Assim, já no nível mais abstrato de sua derivação, em que primeiro observa o reino da igualdade da circulação simples, Bolaño (2000) expõe a contradição da informação objetiva própria à dinâmica da relação mercantil com aquela informação determinada pela força de coerção extraeconômica. Primeiro, no que diz respeito à particularização da informação objetiva própria à relação mercantil, Bolaño já reconhece a possibilidade de sua manipulação, o que não se realiza nesse nível de abstração justamente porque estamos diante da comunicação entre iguais. Tendo em vista também a possibilidade da força de coerção extraeconômica já neste âmbito de abstração, se apresenta a possibilidade de unidirecionalização e monopolização da informação, materializadas principalmente na propaganda. Bolaño aponta como a possibilidade formal da propaganda se dá já neste nível de abstração, momento em que, visto que o Estado ainda não está plenamente derivado, o ato de “tornar público”, imperioso

para os capitais individuais em busca de realizar a relação de compra e venda, é o elemento decisivo da informação, assumindo a forma funcional de publicidade.

Porém, trata-se de possibilidades formais, fundadas na aparência da igualdade. Direcionando-se rumo ao concreto, essa aparência se desfaz quando caminhamos para o terreno oculto da produção, o segundo momento de análise. Aí, a igualdade entre os possuidores de mercadorias desaparece e nos deparamos com personagens mais específicos: “o antigo possuidor de dinheiro se apresenta agora como capitalista, e o possuidor de força de trabalho, como seu trabalhador” (Marx, 2017, p. 251). Nos termos de Bolaño (2000), a informação trocada entre pessoas formalmente livres e iguais se transmuta numa informação hierarquizada e burocratizada, ainda direta, objetiva e não mediada, mas como uma *informação de classe*. Nesse sentido, a manipulação e monopólio da informação passam de possibilidade formal no momento da circulação simples de mercadorias a fundamento da comunicação no momento do terreno oculto da produção.

Cumprir lembrar que a passagem histórica da cooperação simples à grande indústria avaliada por Marx (2017) em *O Capital*, passagem que leva justamente ao longo processo que consolida o terreno oculto da produção como o lócus da informação de classe, está baseada na apropriação de conhecimentos desenvolvidos primeiro pelos próprios artesãos e, com o tempo, pelos trabalhadores das fábricas. Bolaño (2000) descreve esse processo como a *acumulação primitiva de conhecimento*. Perceba-se que, na passagem histórica acima referida, o caráter do trabalho coletivo mantém a necessidade da informação circular entre os trabalhadores individuais em meio ao processo de produção de mercadorias, ou seja, guardadas as delimitações próprias do terreno da produção, a informação continua fundamentada no ato de a “tornar pública”, não manipulada nem monopolizada. O caminhar das contradições, do terreno formal da igualdade ao espaço de dominação, mantém as contradições e, portanto, os limites da comunicação.

Daí surge uma bifurcação da informação: de um lado, a informação de classe, própria do processo produtivo de mercadorias, mas que não é ela mesma mercadoria; de outro, a informação agregada como insumo no processo produtivo e que detém a possibilidade de ser uma mercadoria-informação, atuando no âmbito da concorrência capitalista, “tornada pública” ao se tornar uma mercadoria, portanto. Aquilo que se concretiza no desenvolvimento dos

grandes sistemas de comunicação capazes de acumular e controlar a informação (a totalidade da estrutura que, originalmente, forjou-se como Indústria Cultural e que, atualmente, se reconfigurou segundo a rede mundial de computadores) mantém esses dois âmbitos da informação em uma interação contraditória. Este é o terceiro momento, o da concorrência.

A assim chamada massificação responde ao duplo processo de crescimento exponencial do uso intensivo de força humana de trabalho e consumo massificado de mercadorias em expansão. Nesse âmbito, os grandes sistemas de comunicação, tornados eles próprios um setor específico do capital, garantem a igualdade aparente de liberdade de acesso à informação, encobrendo o fundamento da desigualdade de classe da informação no processo de produção. As mudanças históricas nesse aspecto, ao esbarrarem nas contradições entre o caráter público e o monopólio, geram a necessidade de novos modelos de produção, difusão e consumo da informação. Elas aparecem para nós como disfunções, tendo em vista que o caráter exclusivista de classe da informação sobe a primeiro plano; logo, uma desinformação. Mas, a rigor, esse princípio sempre esteve presente, como fundamento que se expressa na necessária aparência formalmente livre e igual da comunicação.

O limite interno à comunicação como forma social, em seus vários momentos, se apresenta, no plano abstrato, numa dificuldade de conjugar a informação em suas dimensões contraditórias do “tornar público”, de um lado, e da manipulação e monopólio, de outro. Esse limite, por sua vez, continuamente é transformado, num plano mais concreto, numa barreira que, transposta, se repõe num novo limite interno em que o monopólio da informação pelo capitalista entra em contradição com a informação como mercadoria. Por sua vez, em momentos históricos limítrofes, esses planos se confundem e o que era fundamento se revela já na aparência, o que tem se entendido como desinformação. Entendemos que esse plano deve ser compreendido segundo a perspectiva do Beemote.

3. A atualidade do Beemote

Sabemos que Franz Neumann desenvolveu o argumento em torno do Beemote visando interpretar as dimensões concretas do nazismo, aproveitando a monstruosa figura mítica tratada por Thomas Hobbes (2001). Tendo isso em vista, em vez de comparações historicistas,

para as quais cabe avaliar a presença ou ausência de repetições contingentes, buscaremos uma observação formal do Beemote ao nos fixarmos nos aspectos mais abstratos das formulações de Neumann para pensar sua atualidade. Ou seja, reconhecer *a atualidade do Beemote como uma figura da crise imanente do Estado*, seu limite interno lógico, uma necessidade relativa que precisa ser avaliada nas experiências concretas.

É verdade que, segundo a abordagem de Neumann, o Beemote é uma espécie de resultado regressivo, desembocando numa avaliação peculiar da perspectiva levantada por Hobbes sobre o estado de natureza. O Beemote, nestes termos, é reconhecido como um tipo de desarticulação, uma disfuncionalidade. Contudo, para o que nos interessa, podemos entender o Beemote não como uma externalidade cronologicamente anterior, uma expressão do progresso estado de natureza, mas como uma espécie de elemento lógico interno, portanto imanente ao Estado como forma política do capital. O Beemote é, assim, a figura lógica da crise.

Neumann (2009) utiliza-se dos principais autores da ciência política moderna (Hobbes, Locke e Hegel, principalmente) para definir o Estado de Direito, fundado sob os princípios da soberania, da igualdade jurídica e da democracia parlamentar. Como aponta Ramos (2012, p. 310), Franz Neumann acreditava que, para que o capitalismo liberal funcionasse, deveria haver um ambiente de relativa igualdade jurídica para que os múltiplos agentes pudessem trocar mercadorias de modo legítimo, ou, como definido por Hegel e presente em Marx, para que o proprietário possa celebrar um contrato legítimo com outrem não somente por meio sua vontade, mas por meio da vontade do outro. Ao utilizar do arcabouço teórico hegeliano para explicar o processo de racionalização capitalista, Neumann avança ao definir que foi exatamente este processo de racionalização que culminou no irracionalismo nazista.

Com a ascensão nazista, os preceitos liberais da igualdade jurídica e da democracia parlamentar culminam em seu esvaziamento: Neumann (2009, p. 448) ressalta que houve a promulgação de uma série de medidas personalistas pelo *Führer*, resultando em um Estado *gangsterizado* por alguns conglomerados econômicos. Desse modo, as decisões políticas do Estado alemão não seriam mais promulgadas por um conjunto de leis instituídas juridicamente, mas sim pelo mais puro decisionismo do soberano, que nesse caso se difere do soberano hobbesiano por não ter mais no aparato estatal uma salvaguarda. Seu poder vem literalmente da força política e racional do partido nazista e das forças policiais, militarmente

preparadas para uma expansão imperialista sem precedentes na história (Neumann, 2009, p. 447). Neumann (2009) aponta como o partido era, fundamentalmente, responsável pela propaganda e pela ideologia do nacional-socialismo (um misto de ideias difusas utilizadas conforme a necessidade política), e a polícia, por sua vez, era responsável pela coerção. Esse panorama social excluía, por uma questão de necessidade de sobrevivência do capitalismo monopolista e expansionista alemão, os aparatos do Estado liberal (Judiciário, Parlamento etc. — a que podemos acrescentar imprensa livre).

Essa dominação direta do capital, consubstanciada numa confraria de altos burgueses em conluio com o Estado *gangster* nazista, assentava-se em alguns pressupostos, cruciais para o entendimento da forma de dominação nazista. Neumann ressalta o antissemitismo e o racismo como os principais. O primeiro deles orientava-se por uma explosão de mensagens propagandísticas contra o segmento dos judeus alemães, entre elas a farsa dos *Protocolos dos Sábios de Sião*, que acusava os judeus de dominarem o capitalismo mundial com o objetivo de subjugar os arianos. Conforme anota Ramos (2012, p. 316), o racismo institucional, assim como o antissemitismo, vinha de uma miscelânea de ideias irracionais e cambiantes, de acordo com a vontade do soberano e de seus apaziguados políticos, independentemente da existência de um conjunto de leis ou de um sistema de contrapesos, caso este existisse.

Para Marcuse (1999, p. 112), já que não existiam mais mecanismos jurídicos para o estabelecimento de um Estado de Direito que se sobrepusesse à vontade de um soberano (ou do partido, em verdade), o regime baseava-se no carisma e na conquista das mentalidades das massas para estabelecer um ambiente de competição total entre os indivíduos. Alguns anos depois de escrever *Behemoth*, Neumann definiu o nazismo como uma espécie contemporânea de ditadura cesarista devido à necessidade de apoio popular para que o supremo líder tivesse suas decisões políticas unilaterais celebradas e governasse não somente pelo uso da força. Em *Estado Democrático e Estado Autoritário* (Neumann, 1969, p. 269), o jurista ressalta, porém, após a caracterização do nazismo enquanto um regime cesarista e autoritário, que o conceito de *totalitarismo* enquanto um Estado total, que interferisse diretamente em todos os poros da vida social e privada dos indivíduos, não é adequado para a caracterização do nacional-socialismo enquanto doutrina.

A analogia hobbesiana do Leviatã, a personificação mitológica do Estado burguês na figura do soberano, não encontra mais lugar na Alemanha analisada por Neumann. A figura do Beemote, o monstro bíblico do Livro de Jó, representa a anomia política e econômica e a retirada estratégica e necessária do Estado liberal para que a Alemanha entrasse no jogo político das nações. Assim, em Neumann (2009), podemos reconhecer o fundamento lógico da ascensão nazista como *a permanência formal do Estado, porém vazia de seu conteúdo*. No momento lógico do Estado, trata-se de entender a unidade de Beemote e Leviatã como disposições opostas e necessárias. Assim, ao falar do Beemote não estamos diante apenas de uma descrição de uma particularização do Estado, ou seja, da exposição de um tipo específico, contingente e historicamente determinado. O importante aqui, pelo contrário, é entender o Beemote como um elemento constitutivo, imanente ao Estado como forma política do capital. Se o nazismo ou o fascismo são essas particularizações concretas, o Beemote é o seu fundamento.

Nas avaliações de Neumann (2009), uma das expressões da crise está exatamente na propaganda como elemento central da forma oca do Estado. Para compreender essa avaliação, parece-nos correto discutirmos os termos da Economia Política da Comunicação, que particulariza, como vimos, a comunicação como forma social em duas funções: de um lado, a forma diretamente ideológica da informação, chamada de propaganda; de outro, a forma dedicada à constituição de um modo de vida capitalista, chamada de publicidade. As condições de possibilidade e a necessidade lógica dos sistemas de comunicação de massa são particularizadas dessa contradição formal. O Estado de direito, democrático, como forma de socialização indireta, particularizado da liberdade formal dos possuidores de mercadoria, corresponde, no plano da comunicação, àquilo que acima destacamos como o interesse no “tornar público”, cujo cerne é o princípio da troca de mercadorias. O Beemote opera a dominação direta mediado pela função propaganda, que subordina o “tornar público”, mostrando-se também como limite da própria forma social da comunicação, pois no plano da aparência ocorre uma inversão de suas características fundantes. Assim, aquilo que se sugere como desinformação, a presença exclusivista de posicionamentos políticos sobrepostos ao princípio público, é, na prática, uma confusão entre as funções próprias à comunicação.

Entendemos que, no contexto vigente, em que a dinâmica da Indústria Cultural é refuncionalizada a partir de sua incorporação pela dinâmica da rede mundial de computadores, seus contornos especiais estão nessa confusão entre função propaganda e função publicidade. A ascensão vertiginosa de perspectivas reacionárias nas plataformas digitais produtoras de redes sociais é uma de suas expressões mais impactantes. Contudo, é preciso reconhecer que, antes de ser apenas uma explosão política viabilizada por aspectos técnicos novos, essa crescente reacionária nas redes sociais se dá por conta das necessidades próprias ao capital em transformar o modelo de funcionamento da Indústria Cultural. Aquela contradição entre o tornar público e a restrição da comunicação, colocando limites para função publicidade e função propaganda, foi resolvida, entre outras, pela viabilidade da *interação* (Figueiredo e Bolaño, 2017) do próprio público entre si por meio das plataformas digitais. Ela modificou as relações de comunicação, reformulando aspectos de seu sentido unidirecional (ou seja, da Indústria Cultural para o público) que, mantido como fundamento, foi enxertado da interação como a aparência de um ocaso do monopólio. Nesse sentido, os esforços da função publicidade foram renovados em diversos elementos, a fim de garantir sua continuidade.

A rede mundial de computadores incorporou as relações cotidianas por meio de plataformas digitais de várias espécies, particularmente aquelas produtoras de redes sociais. O que outrora se resumia, segundo o exemplo de Adorno e Horkheimer (2006) sobre o telefone, a uma espécie de estrutura vazia que, a partir de um princípio liberal, viabiliza o contato entre dois indivíduos, foi integrado na internet ao plano da comunicação massiva. Em primeiro lugar, com isso as interações entre indivíduos deixam uma série de rastros que, capturados pelos mecanismos técnicos das plataformas digitais, serão depurados e organizados a fim de configurar a informação como mercadoria possível, segundo o princípio do duplo caráter da mercadoria audiência formulado por Bolaño (2000) e reafirmado para a internet por Bolaño e Vieira (2014), que é o que viabiliza as mediações entre capitais individuais e Estado, de um lado, e público, de outro. Segundo, que essas mediações se mostram, no plano da aparência, como interações entre indivíduos — o exemplo óbvio é o do *influenciador* como novo paradigma da função publicidade nas redes sociais.

Foi essa dinâmica de reestruturação da função publicidade que abriu caminho para a crescente reacionária, na medida em que a função propaganda adquiriu novos contornos e

centralidade na configuração, segundo o modelo neoliberal, do Estado mínimo e as políticas de austeridade. Na medida em que a função publicidade encontra nas dinâmicas de interação um mecanismo que viabiliza o imperativo de nicho de público, dado os imperativos de mercado, a função propaganda se vê impelida a lidar com esse mesmo processo, encontrando aí um grande manancial de oportunidades. Sai de cena o esforço de propaganda voltada para o público entendido como a totalidade da população, bem característico do Estado de Direito (ou seja, quando a função propaganda pretende falar virtualmente com todas as cidadãs e todos os cidadãos) e entra a propaganda segmentada, muito interessante para perspectivas reacionárias, pautadas pela discriminação.

Aquilo que, aos olhos da promessa geral do caráter democrático sedimentado na Indústria Cultural, é uma dinâmica de desinformação, porque impõe princípios discricionários ou arbitrários, deve ser entendido, pelo contrário, como a sobreposição desses princípios, que são substanciais, ao plano mais imediato e aparente. Assim, o Beemote digital funciona, entre outras, como a reposição das contradições elementares da Comunicação como forma social nos termos da interação por meio das plataformas de redes sociais, de maneira que a função publicidade, reorganizada segundo a especialização e segmentação, faz explodir um caráter reacionário da função propaganda.

Isso pode ser visto em diversas experiências políticas contemporâneas. Talvez, a mais marcante recentemente seja aquela relativa à pandemia de Covid-19⁴. Dadas as limitações textuais, vamos nos deter em um exemplo pontual e específico, a saber: o uso das plataformas digitais produtoras de redes sociais nas campanhas eleitorais presidenciais no Brasil a partir de 2018.⁵ A campanha de 2018, especialmente, ficou marcada pelas acusações de uso ilegal de disparo de mensagens em massa, principalmente pela campanha de Jair Bolsonaro, a partir da reportagem de Patrícia Campos Mello (2018) para a *Folha de S. Paulo*. No começo do ano, contudo, ainda havia dúvida da capacidade das plataformas digitais de redes sociais e mensagens instantâneas interferirem na campanha eleitoral. A gigantesca paralisação nacional

⁴ Há um conjunto razoável de estudos destacando as redes sociais como elemento central de desinformação, como em Galhardi *et al.* (2020); Lima *et al.* (2020); Sousa Júnior *et al.* (2020); Carvalho e Guimarães (2020); Soares *et al.* (2021); Falcão e Souza (2021); Recuero; Soares; Zago (2021).

⁵ Destacamos, dentre os estudos da desinformação nas eleições presidenciais no Brasil: Recuero (2020); Rodrigues; Bonone; Mielli (2021); Santos *et al.* (2019) (que, aliás, faz uma referência a outra figura mítica, a hidra); Soares (2020); Silva (2019). Panho (2023) estuda o tema pela perspectiva da Economia Política da Comunicação.

dos caminhoneiros, em maio de 2018, organizada principalmente por meio de aplicativos de mensagens instantâneas como o *WhatsApp*, soou como um sinal de alerta de que as acusações do uso ilegal de plataformas digitais de redes sociais na campanha de Donald Trump em 2016, nos Estados Unidos, principalmente o *Facebook*, poderia ocorrer no Brasil. A legislação chegou a incorporar algumas obrigatoriedades, principalmente no que diz respeito ao *Facebook*, mostrando que existia uma preocupação com as plataformas digitais de redes sociais.

Contudo, quando se iniciou a campanha eleitoral gratuita no rádio e na televisão, o fato de Jair Bolsonaro dispor de apenas oito segundos de inserção foi reconhecido como um gargalo intransponível. Ainda que se apontasse que as redes sociais eram um novo instrumento eleitoral, ainda não se sabia do seu raio de alcance numa campanha. Por exemplo, ainda em julho de 2018, quando a campanha eleitoral não havia começado, o colunista da revista Piauí, Bruno Carvalho (2018, n.p.), apontando para o novo papel que as plataformas digitais de redes sociais estavam cumprindo na política, afirmou que, por outro lado, era “[...] impossível imaginar que a proliferação de *trolls* nas redes seja suficiente para eleger um Bolsonaro, mas, a esse respeito, devem servir de alerta a eleição de Trump e o plebiscito que levou ao Brexit”.

No mesmo período, uma matéria sobre a candidatura de Major Olímpio ao senado em São Paulo apontava que o militar tinha plena consciência de que as plataformas digitais de redes sociais e de mensagens instantâneas seriam a única possibilidade de ação na campanha eleitoral, apostando em sua eficácia não só para elegê-lo pelo estado, como para triunfar com Bolsonaro na candidatura à presidência. Contra essa aposta, a matéria sugeria que especialistas reconheciam o tempo de televisão como o principal instrumento para se ganhar uma eleição. Convocou o diretor de Comunicação e Marketing da Fundação Getúlio Vargas (FGV) para afirmar que “a televisão ainda tem muita força porque a capacidade de absorção das pessoas é maior vendo um vídeo do que lendo um texto. Nas redes sociais, (...) os candidatos acabam fazendo campanha somente para os ‘convertidos’ – aqueles eleitores que já votariam neles, de todo modo” (Goulart, 2018, n.p.).

Essa percepção ruiu ao final das eleições, com Bolsonaro vitorioso. Após as denúncias de disparo ilegal de mensagens em massa pela campanha de Bolsonaro, a ministra Rosa Weber, então presidenta do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), convocou uma coletiva de imprensa, onde afirmou que “gostaríamos de ter uma solução eficaz. De fato, não temos” (Tatemoto, 2018,

n.p.). Trata-se de uma flagrante constatação, por parte da principal autoridade do Poder Judiciário no campo, de que as plataformas digitais produtoras de redes sociais estavam num limbo da legislação eleitoral, ou, para usar nossos termos, se mostravam como um limite, o Beemote digital. Por sua vez, jornalistas e especialistas passaram a afirmar que as plataformas digitais de redes sociais deviam ser consideradas um instrumento midiático decisivo, a ponto de se destacar, por exemplo, que “Bolsonaro mudou a lógica de como se faz campanha no Brasil” (Struck, 2018, n.p.) de tal maneira que a campanha de 2018 deve ser considerada uma “eleição disruptiva”, conforme o título do livro de Moura e Corbellini (2019).

Em 2019, o TSE aprovou, por meio da resolução de número 23.610, que disciplinaria as eleições no ano seguinte, os limites da ilicitude de propaganda eleitoral. Nela se explicitou a proibição do disparo massivo de mensagens, seja por pessoa física ou jurídica, por meio de aplicações na rede mundial de computadores. Conforme especifica Panho (2023), a normativa isentou, em seu artigo 4º, de responsabilidade prévia às empresas proprietárias das plataformas digitais, dedicando-se a penalização posterior em caso de decisão judicial. Também desidentificou, no artigo 6º, o que chamou de “manifestação espontânea” de qualquer característica de propaganda eleitoral. No âmbito legislativo, Panho (2023) também destaca o crescimento de proposições legislativas sobre o tema da fake news, saltando de oito entre 2000 e 2017, passando para 28 em 2018, e chegando a 290 entre 2019 e 2022 (com destaque para 2021, com 101 projetos apresentados). No TSE, a pesquisa processual pela palavra *WhatsApp* apresentada por Panho (2023) mostra um salto de 52 resultados em 2018, passando por 94 em 2020 e chegando a 203 nas eleições de 2022. Ainda que careça de depuração quanto às categorias processuais de cada um desses resultados, o fato é que o papel das plataformas digitais nas eleições cresceu em interesse e, principalmente, disputa política e jurídica. Por fim, destaque-se que, das três Ações de Investigação Judicial Eleitoral (AIJE) ajuizadas no TSE contra a coligação encabeçada por Jair Bolsonaro em 2018, duas foram consideradas improcedentes por falta de provas da compra de mensagens de disparo em massa. A terceira delas, contudo, fez parte do rol de ações que levaram Bolsonaro à inelegibilidade, conforme julgamento do TSE.

A partir de nossa abordagem, a campanha eleitoral de Jair Bolsonaro de 2018 é uma expressão bastante característica dos limites do Estado e da Comunicação como formas sociais.

Sustentada por um conjunto de desvios convenientes e coniventes dos marcos legais, do aparato jurídico e das coberturas midiáticas, a campanha vitoriosa de Bolsonaro, que não pode ser reduzida ao uso das plataformas digitais de redes sociais e mensagens instantâneas, representa nosso Beemote digital, exatamente porque operou levando as contradições das formas sociais ao limite máximo, ao ponto mesmo de sua implosão e reconfiguração. Ela coloca em discussão os modelos de financiamento da campanha eleitoral (não custa lembrar que todo o rol de acusações que se desenrolam no Brasil sobre caixa dois de partidos políticos perpassam os recursos destinados à campanha de televisão), os novos mecanismos de capilarização de mensagens instantâneas por meio de aplicativos, com difícil controle jurídico e modesto uso de recursos financeiros, tudo isso como correlato daquilo que Wolfgang Streeck (2018) aponta como a crise do “capitalismo democrático”, em que as decisões populares por meio do voto cada vez menos interferem no curso rotineiro das políticas de austeridade que serão adotadas, quem quer que vença o pleito.

Considerações finais

Neste artigo, apresentamos aspectos gerais dos limites lógicos imanentes à forma social da comunicação, pelo prisma do método da derivação das formas e sua compreensão do Estado. Assim, a comunicação como forma social e suas funções elementares puderam ser avaliadas tanto em seus momentos de crise como em sua correlação com a crise do Estado, na qual a comunicação se configura num papel primordial. O Beemote digital é sua figura mais recente, monstruosa e assustadora. Temos acompanhado exemplos recentes de sua escalada: Donald Trump governando por meio do *Twitter*; a eleição de Bolsonaro, lastreado por disparo ilegal em massa de mensagens por meio de aplicativos; a pandemia de Covid-19; a organização no Brasil de protestos antidemocráticos por meio de aplicativos de mensagens, ao ponto da destruição de patrimônio público nos prédios dos Três Poderes em Brasília etc.

Entendemos que, com o presente artigo, oferecemos alguns elementos conceituais, em um plano alto de abstração, como contribuição ao debate sobre as relações entre crise da democracia e desinformação. As referências às eleições presidenciais do Brasil, principalmente em 2018, serviram aqui apenas como ilustração, precisando de estudos mais dedicados, como o oferecido, por exemplo, por Panho (2023), demonstrando que a Economia Política da

Comunicação oferece instrumentos de teoria e método capazes de viabilizar análises condizentes com os debates atuais sobre o tema.

Referências bibliográficas

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. *Dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

AGAMBEN, Giorgio. *Homo sacer*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2004.

BASTOS, Manoel Dourado; FIGUEIREDO, Carlos; SCHNEIDER, Marco. Comunicação, desinformação e crise do capitalismo. In: PRATA, Nair Prata; JACONI, Sônia; GABRIOTI, Rodrigo; NASCIMENTO, Genio; ANDRÉ, Hendryo e MATOS, Sílvio Simão de (orgs). *Comunicação e ciência: reflexões sobre a desinformação*. São Paulo: INTERCOM, 2022.

BLANKE, Bernhard; JÜRGENS, Ulrich; KASTENDIEK, Hans. Acerca de la reciente discusión marxista sobre el análisis de la forma y función del estado burgués. Reflexiones sobre la relación entre política y economía. In: BONNET, Alberto; PIVA, Adrian (org.). *Estado y capital: el debate alemán sobre la derivación del Estado*. Buenos Aires: Herramienta, 2017. Disponível em: <https://herramienta.com.ar/sites/default/files/Estado_y_Capital.pdf>. Acesso em: 30 ago. 2019.

BOLAÑO, César. *Indústria cultural, informação e capitalismo*. São Paulo: Hucitec / Pólis, 2000.

BOLAÑO, César. *Campo aberto*. Aracaju, Edise, 2015.

BOLAÑO, César; VIEIRA, Eloy. Economia política da internet e os sites de redes sociais. *Eptic*, v. 16, n. 2, 2014, pp. 71–84. Disponível em: <<https://periodicos.ufs.br/epitic/article/view/2168>>. Acesso em: 09 jun. 2023

CALDAS, Camilo Onoda. *A teoria da derivação do estado e do direito*. São Paulo: Outras Expressões, 2015.

CARVALHO, Bruno. Não foi você: Uma interpretação do bolsonarismo. *Revista Piauí*, Edição 142, julho de 2018. Disponível em: <<https://piaui.folha.uol.com.br/materia/nao-foi-voce/>>. Acesso em: 28 jan. 2023.

CARVALHO, Wellington; GUIMARÃES, Ádria Silva. Desinformação, Negacionismo e Automedicação: a relação da população com as drogas “milagrosas” em meio à pandemia da COVID-19. *InterAmerican Journal of Medicine and Health*, v. 3, 2020. Disponível em: <<https://iajmh.emnuvens.com.br/iajmh/article/view/147/188>>. Acesso em: 09 jun. 2023

FALCÃO, Paula; SOUZA, Aline Batista de. Pandemia de desinformação: as fake news no contexto da Covid-19 no Brasil. *Reciis*, v. 15, n. 1, p. 55-71, 2021. Disponível em: <<https://www.reciis.icict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/2219/2416>>. Acesso em: 09 jun. 2023

FIGUEIREDO, Carlos; BOLAÑO, César. Social media and algorithms: configurations of the lifeworld colonization by new media. *The International Review of Information Ethics*, v. 26, 2017. Disponível em: <<https://informationethics.ca/index.php/irief/article/view/277>>. Acesso em: 28 jan. 2023

FREDONA, Robert; REINERT, Sophus A. Leviathan and Kraken: States, corporations, and political economy. *History and theory*, v. 59, n. 2, p. 167-187, 2020. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/hith.12153?casa_token=2u0SUdicLkIAAAA%3ALZUaQgYQwV8cdiBb0SHN51hxlS-FzyZ1C9p0rkM3sXatYbw6gcS7lmYnexS98hjaG7brA2fQTF_YFw>. Acesso em: 28 jan. 2023.

GALHARDI, Cláudia Pereira *et al.* Fato ou Fake? Uma análise da desinformação frente à pandemia da Covid-19 no Brasil. *Ciência & Saúde Coletiva*, v. 25, p. 4201-4210, 2020. Disponível em: <<https://www.arca.fiocruz.br/bitstream/handle/icict/44120/FatoFakeDesinforma%0c3%a7%0c3%a3oPandemia.pdf?sequence=2&isAllowed=y>>. Acesso em: 09 jun. 2023

GOULART, Josette. Oito Segundos Na Tevê; 897 Grupos De Whatsapp. *Revista Piauí*, 26 jul. 2018. Disponível em: <<https://piaui.folha.uol.com.br/oito-segundos-na-teve-897-grupos-de-whatsapp/>>. Acesso em: 28 jan. 2023.

GRESPLAN, Jorge. *O negativo do capital*. São Paulo: Expressão Popular, 2012.

HIRSCH, Joachim. Elementos para una teoría materialista del estado. In: BONNET, Alberto; PIVA, Adrian (org.). *Estado y capital: el debate alemán sobre la derivación del Estado*. Buenos Aires: Herramienta, 2017a. Disponível em: <https://herramienta.com.ar/sites/default/files/Estado_y_Capital.pdf>. Acesso em: 30 ago. 2019.

HIRSCH, Joachim. El aparato de estado y la reproducción social: elementos de una teoría del estado burgués. In: BONNET, Alberto; PIVA, Adrian (org.). *Estado y capital: el debate alemán sobre la derivación del Estado*. Buenos Aires: Herramienta, 2017b. Disponível em: <https://herramienta.com.ar/sites/default/files/Estado_y_Capital.pdf>. Acesso em: 30 ago. 2019.

HIRSCH, Joachim. *Teoría materialista do Estado: processos de transformação do sistema capitalista de Estados*. Rio de Janeiro: Revan, 2010.

HOBBS, Thomas. *Leviatã*. São Paulo: Martin Claret, 2014.

HOBBS, Thomas. *Behemoth ou o Longo Parlamento*. Belo Horizonte: UFMG, 2001.

LEVITSKY, Steven; ZIBLATT, Daniel. *Como as democracias morrem*. Rio de Janeiro: Zahar, 2018.

LIMA, C. R. M. de *et al.* Emergência de saúde pública global por pandemia de Covid-19: desinformação, assimetria de informações e validação discursiva. *Folha de Rostó*, v. 6, n. 2, p. 5-21, maio de 2020. Disponível em: <<https://periodicos.ufca.edu.br/ojs/index.php/folhaderosto/article/view/490/460>>. Acesso em: 09 jun. 2023.

MARCUSE, Herbert. Estado e indivíduo sob o nacional-socialismo. In: MARCUSE, Herbert. *Tecnologia, guerra e fascismo*. São Paulo: Ed. Unesp, 1999.

MARX, Karl. *O Capital: crítica da economia política: livro I: o processo de produção do capital*. 2ª. ed. São Paulo: Boitempo, 2017.

MARX, Karl. *Contribuição à crítica da economia política*. São Paulo: Expressão Popular, 2008.

MELLO, Patrícia Campos. Empresários bancam campanha contra o PT pelo WhatsApp. *Folha de S. Paulo*, 18 out. 2018. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/empresarios-bancam-campanha-contra-o-pt-pelo-whatsapp.shtml>>. Acesso em: 28 jan. 2023.

MOUNK, Yascha. *O povo contra a democracia*. São Paulo: Companhia das Letras, 2018.

MOURA, Maurício; CORBELLINI, Juliano. *A eleição disruptiva: Por que Bolsonaro venceu*. Rio de Janeiro: Record, 2019.

NEUMANN, Franz. *Behemoth: The structure and practice of national socialism – 1933-1944*. Chicago: Ivan R. Dee Publisher, 2009.

NEUMANN, Franz. *Estado democrático e estado autoritário*. Rio de Janeiro: Zahar, 1969.

NOBRE, Marcos. *Limites da democracia: de Junho de 2013 ao Governo Bolsonaro*. São Paulo: Todavia, 2022.

PANHO, Isabella Alonso. *O que a crítica da economia política da comunicação tem a dizer ao TSE: disparo massivo de mensagens e notícias falsas nas eleições presidenciais de 2018*. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Estadual de Londrina, Centro de Educação, Comunicação e Artes, Programa de Pós-graduação em Comunicação, Londrina, 2023.

RAMOS, Diogo. Franz Neumann e o nazismo como a destruição do estado. *Revista ethic@*, Florianópolis, v.11, n.3, p. 299-327, dez. 2012. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/ethic/article/view/27308>>. Acesso em: 09 jun. 2023

RECUERO, Raquel. #FraudenasUrnas: estratégias discursivas de desinformação no Twitter nas eleições 2018. *Revista brasileira de linguística aplicada*, v. 20, p. 383-406, 2020. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/rbla/a/vKngHPRMJxbypBVRLYN3YTB/?format=pdf&lang=pt>>. Acesso em: 09 jun. 2023.

RECUERO, Raquel; SOARES, Felipe; ZAGO, Gabriela. Polarização, hiperpartidarismo e câmaras de eco: como circula a desinformação sobre Covid-19 no Twitter. *Revista Contracampo*, v. 40, n. 1, 2021. Disponível em: <<https://periodicos.uff.br/contracampo/article/view/45611/28708>>. Acesso em: 09 jun. 2023

RODRIGUES, Theófilo Machado; BONONE, Luana; MIELLI, Renata. Desinformação e crise da democracia no Brasil: é possível regular fake news? *Confluências: Revista Interdisciplinar de Sociologia e Direito*, v. 22, n. 3, p. 30-52, 2020. Disponível em: <<https://periodicos.uff.br/confluencias/article/download/45470/27124>>. Acesso em: 09 jun. 2023.

RUNCIMAN, David. *Como a democracia chega ao fim*. São Paulo: Todavia, 2018.

SANTOS, João Guilherme Bastos dos *et al.* WhatsApp, política mobile e desinformação: a hidra nas eleições presidenciais de 2018. *Comunicação & Sociedade*, v. 41, n. 2, p. 307-334, 2019. Disponível em: <<https://www.metodista.br/revistas/revistas-metodista/index.php/CSO/article/viewFile/9410/6962>>. Acesso em: 09 jun. 2023

SILVA, Fernanda de Barros da. *O regime de verdade das redes sociais on-line: pós-verdade e desinformação nas eleições presidenciais de 2018*. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação). Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Comunicação, Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia - IBICT, Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação – PPGCI, Rio de Janeiro, 2019. Disponível em: <https://ridi.ibict.br/bitstream/123456789/1027/1/Fernanda%20de%20Barros%20da%20Silva_Mestrado_2019.pdf>. Acesso em 09 jun. 2023.

SOARES, Felipe Bonow. As estratégias de argumentação e as formas de desinformação nas mensagens de Jair Bolsonaro no Twitter durante o segundo turno das eleições presidenciais de 2018. *Revista Mediação*, v. 22, n. 30, 2020. Disponível em: <<http://revista.fumec.br/index.php/mediacao/article/view/7424/pdf>>. Acesso em: 09 jun. 2023

SOARES, Felipe Bonow *et al.* Covid-19, desinformação e Facebook: circulação de URLs sobre a hidroxiquina em páginas e grupos públicos. *Galáxia* (São Paulo), n. 46, 2021. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/51423/35682>>. Acesso em: 09 jun. 2023

SOUKI, Nádia. *Behemoth contra Leviatã: Guerra Civil na filosofia de Thomas Hobbes*. São Paulo: Edições Loyola, 2008.

SOUSA JÚNIOR, João Henriques de *et al.* Da Desinformação ao Caos: uma análise das Fake News frente à pandemia do Coronavírus (COVID-19) no Brasil. *Cadernos de prospecção*, v. 13, n. 2 COVID-19, p. 331-331, 2020. Disponível em: <<https://periodicos.ufba.br/index.php/nit/article/download/35978/20912>>. Acesso em: 09 jun. 2023

STREECK, Wolfgang. *Tempo comprado: a crise adiada do capitalismo tardio*. São Paulo: Boitempo, 2018.

STRUCK, Jean-Philip. Bolsonaro mudou lógica de como se faz campanha no Brasil. *Deutsche Welle*. 29/10/2018. Disponível em: <<https://www.dw.com/pt-br/bolsonaro-mudou-l%C3%B3gica-de-como-se-faz-campanha-no-brasil/a-45792809>>. Acesso em: 28 jan. 2023.

TATEMOTO, Rafael. TSE sobre fake news: "Gostaríamos de ter uma solução eficaz. De fato, não temos". *Brasil de Fato*, 21 out. 2018. Disponível em: <<https://www.brasildefato.com.br/2018/10/21/tse-sobre-fake-news-gostaríamos-de-ter-um-solucao-eficaz-de-fato-nao-temos>>. Acesso em: 28 jan. 2023.

Manoel Dourado Bastos – Universidade Estadual de Londrina – UEL

Professor associado do Departamento de Comunicação da Universidade Estadual de Londrina. Coordenador do Programa de Pós-graduação em Comunicação da UEL. Ex-presidente da Ulepicc-Brasil (2020-2022). Atualmente, faz um estágio pós-doutoral no PPG/FAC/UnB.
E-mail: manoel.bastos@uel.br

Rafaela Martins de Souza – Universidade de Coimbra – UC

Doutoranda em Ciências da Comunicação pela Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra (FLUC). Diretora Científica da Ulepicc-Brasil (2022-2026).
E-mail: rafaelamartins1990@hotmail.com

Willian Casagrande Fusaro – Universidade Estadual de Londrina – UEL

Mestre em Comunicação pela Universidade Estadual de Londrina. Jornalista da Coordenadoria de Comunicação Social (COM) da UEL.
E-mail: williancfusaro@gmail.com