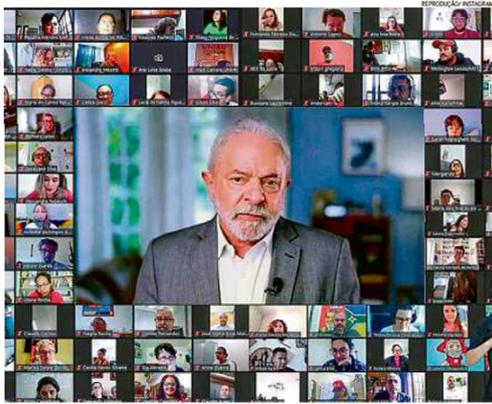


Campanhas municiam suas tropas digitais para a reta final

ELEIÇÕES 2022

RINGUE VIRTUAL

Campanhas arregimentam influencers e 'mentores' por vale-tudo nas redes na reta final



Engajamento. Lula conversa com comunicadores em encontro via Zoom e pede que "suspendam horas vagas"



Live. Bolsonaro com o coach Pablo Marçal, que passou "missões" para a militância bolsonarista virar votos

DANIEL GULLINO, JENIFFER GUILARTE, CAMILA ZARUR, MARIANA MUNIZ BRUNO GÓES E JUSSARA SOARES

O ex-presidente Lula (PT) reuniu ontem cerca de 18 mil comunicadores simpáticos a ele para pedir que "suspendam todas as horas vagas" para turbinar a campanha nesta reta final.

A 12 dias do segundo turno, tanto Lula quanto Bolsonaro tem apostado alto na guerra digital. O principal movimento, porém, tem sido comandados por atores sem vinculação direta com as equipes dos presidenciais.

De olho nisso, o corregedor-geral da Justiça Eleitoral, Benedito Gonçalves, abriu ontem uma investigação sobre uma rede usada para favorecer Bolsonaro. A decisão do ministro atende a um pedido

da campanha do PT, que aponta a existência de um "ecossistema de desinformação" que teria como ponto central o vereador Carlos Bolsonaro (Republicanos-RJ), responsável pela estratégia digital do presidente.

Além da rede apontada pelo PT, a estratégia bolsonarista conta com a mobilização de aliados para atuar de forma coordenada. O deputado eleito Nikolas Ferreira (PL-MG), que teve 1,4 milhão de votos, criou um grupo no Telegram batizado de Operação Vira Brasil.

— A gente vai mandar mensagens diárias informando para vocês como virar o voto. Conteúdo de vídeos, de vários influenciadores inclusive, para você disseminar. Agora não é aquilo que eu posso fazer, é aquilo que você pode fazer. Você consegue influenciar pessoas que a gente aqui não consegue — disse ele, ao divulgar o grupo, que já tem 122 mil membros.

Para Marçal, que também passa instruções diárias via Telegram para os bolsonaristas, é preciso apresentar respostas para o que ele chama de "narrativas de esquerda":

— Fake news só serve para o povo de direita. É uma terminologia que foi criada pela esquerda — afirmou ao GLOBO. A mesma estratégia foi adotada por Janones, que diariamente publica instruções a serem seguidas nas redes por meio de seu canal no Telegram, que tem 64 mil integrantes. O assunto que pauta discussões políticas nos últimos dias — a afirmação de Bolsonaro de que "pintou um clima" com adolescentes venezuelanas — é um exemplo

A CARTILHA DO 'JANONISMO' E DO 'MARÇALISMO' NAS REDES

QUEM É QUEM

André Janones (Avante-MG) 422,5 mil seguidores no Twitter, 2,5 milhões no YouTube, 7,9 milhões no Facebook.

Anitta 18,5 milhões no Instagram, 63,2 milhões no Facebook, 16 milhões no Twitter.

Guilherme Boulos (PSOL-SP) 1,8 milhão no Twitter, 1,9 milhão no YouTube, 1,1 milhão no Facebook.

Thiago Brasil (PT-SP) 163,5 mil no Instagram, 89,2 mil no YouTube, 423 mil no Facebook.

Gregório Duvivier 1,7 milhão no Twitter, 1,2 milhão no YouTube, 1 milhão no Facebook.

Desmentindo Bolsonaro (PT-SP) 422,5 mil no Instagram, 2,5 milhões no Facebook, 7,9 milhões no Twitter.

Felipe Neto 15,1 milhões no Instagram, 16,5 milhões no YouTube, 796 mil no Facebook.

Jairmearrempdi 312,5 mil no Instagram, não tem mais no Facebook, 1,7 mil no Twitter.

AS MISSÕES DE ANDRÉ JANONES AOS APOIADORES DE LULA



QUEM É QUEM

Pablo Marçal (PROS-SP) 64,4 mil no Twitter, 2,4 milhões no YouTube, 398 mil no Facebook.

Eduardo Bolsonaro (PL-SP) 2,3 milhões no Twitter, 4,5 milhões no YouTube, 3 milhões no Facebook.

Carlos Bolsonaro (Republicanos-RJ) 2,7 milhões no Twitter, 2,8 milhões no YouTube, 915 mil no Facebook.

Flávio Bolsonaro (PL-RJ) 2,2 milhões no Twitter, 3,7 milhões no YouTube, 1,8 milhão no Facebook.

Nikolas Ferreira (PL-MG) 1,3 milhão no Twitter, 4,6 milhões no YouTube, 1,2 milhão no Facebook.

Tercio Arnaud Tomaz 70 mil no Twitter, 10,7 mil no YouTube, sem perfil no Facebook.

Carla Zambelli (PL-SP) 2 milhões no Twitter, 2,9 milhões no YouTube, 2,8 milhões no Facebook.

André Porciuncula (PL-BA) 366 mil no Twitter, 207 mil no YouTube, 12 mil no Facebook.

AS MISSÕES DE PABLO MARÇAL AOS APOIADORES DE BOLSONARO



*Seu outro perfil, Plantão Brasil, tem 1,1 milhão de seguidores

de como sua atuação pró-Lula tem sido decisiva.

A declaração, dada na sexta-feira a um podcast, só viralizou no sábado, após Janones compartilhá-la. No dia seguinte, a fala passou a ser explorada pela campanha do PT, o que fez a defesa de Bolsonaro recorrer ao TSE.

— A gente vê a relação próxima, eles estão sempre juntos, e o Collor abriu mão de um mandato para servir de palanque ao Bolsonaro, isso não foi de graça — disse ao GLOBO. Como resultado, Janones também é alvo de uma ofensiva jurídica da campanha bolsonarista, que pede a suspensão dos seus perfis até o dia da eleição, e corre o risco até mesmo de perder o mandato.

O PT, partido aliado a Bolsonaro, pediu sua cassação na Comissão de Ética da Câmara por quebra de decoro.

No meio desse fogo cruzado, há quem use sua influência para tentar combater as fake news. Felipe Neto, que tem 16 milhões de seguidores no Instagram, tem divulgado vídeos para desmentir Bolsonaro, como fez na sexta-feira, quando rebateu declaração do presidente de que não houve morte de crianças por Covid-19 — apesar dos 2,5 mil óbitos registrados durante a pandemia.

Nesta semana, protagonista bate-bata virtual com Nikolas sobre o apoio de Lula a governos autoritários na América Latina, numa discussão que mobilizou apoiadores de ambos os lados. Procuradores, eles não se manifestaram.

Veículo: Impresso -> Jornal -> Jornal O Globo - Rio de Janeiro/RJ

Seção: Política **Página:** 4