

Série “O Mecanismo” e as eleições presidenciais no Brasil de 2018: ficção como instrumento de manipulação da opinião pública

“The Mechanism” series and the 2018’presidential elections in Brazil: fiction as an instrument for manipulating public opinion

Marlon Dai Pra*
Janaína Rigo Santin**

Resumo: Este artigo, a partir do método de estudo de caso e abordagem qualitativa, analisará o caso da série *O Mecanismo*, produzida e distribuída pela Netflix no Brasil, cuja primeira temporada foi lançada mundialmente no dia 23 de março de 2018. Trata-se de uma obra de ficção criada com base em eventos reais, mas que, no entanto, apresenta uma narrativa questionável, especialmente no momento político em que surgiu. Assim, problematiza-se o contexto no qual a série foi lançada, ano das eleições presidenciais brasileiras, e seu potencial de influência nas escolhas eleitorais naquele período.

Palavras chave: Opinião Pública. Novas Tecnologias de Informação e Comunicação. Netflix. Operação Lava Jato.

Abstract: This paper, using the case study method and qualitative approach, studies the series *The Mechanism*, produced and distributed by Netflix, whose first season was launched worldwide on March 23, 2018, will be analyzed. It’s a fiction created from real events, but which nevertheless presents a questionable narrative, especially in the political moment in which it emerged. Thus, the context in which the series was launched, the year of the Brazilian presidential elections, and its potential to influence electoral choices in that period are questioned.

Keywords: Public Opinion. Technologies Information and Communication. Netflix. The Lava-Jato Operation

Recibido: 15 agosto 2020 Aceptado: 3 enero 2021

* Brasileiro. Coautor. Mestre em Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil. MBA em Marketing pela ESPM, Brasil. Publicitário, graduado pela Universidade de Passo Fundo. Bolsista PIBIC/UPF. E-mail: daipra@protonmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8327-8141>.

** Brasileira. Coautora. Pós Doutora em Direito pela Universidade de Lisboa, Portugal. Doutora em Direito pela Universidade Federal do Paraná, Brasil. Mestre em Direito pela Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil. Advogada. Professora do Mestrado em Direito da Universidade de Passo Fundo. Professora do Doutorado em História da Universidade de Passo Fundo. Colaboradora do Mestrado e Doutorado em Direito Ambiental da Universidade de Caxias do Sul. E-mail: janainars@upf.br. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6547-2752>.

1. Introdução

Em um cenário permeado por inúmeras plataformas de produção e compartilhamento de conteúdo, a quantidade de informação aumenta gradativamente na vida das pessoas. Neste contexto, torna-se imprescindível saber filtrar o que é verdadeiro e o que é falso, especialmente em termos de notícias que, muitas vezes, têm o propósito de distorcer fatos e opiniões e não de informar efetivamente. Mas se engana quem pensa que tal prática se restringe exclusivamente à “enxurrada” de *fake news* que prolifera em progressão geométrica nas redes sociais, disseminadas sem que haja o mínimo questionamento por parte de quem as compartilha em seus perfis no Facebook, Instagram ou grupos no WhatsApp. Materiais de cunho duvidoso também se manifestam através de diferentes canais de entretenimento, como filmes, séries e programas de TV que, por trás das histórias que prendem o público, buscam, acima de tudo, difundir os ideais de quem as financia. Essa realidade já era algo muito presente em programas sensacionalistas da TV aberta, nos quais alguns discursos de ódio são enaltecidos, de modo a multiplicar e legitimar este tipo de ideologia diante da desinformação dos telespectadores. Mas neste século XXI, em especial em face à pandemia do Coronavírus, onde medidas de isolamento social fizeram com que todos tivessem que ficar em suas casas por um longo período de tempo, nunca houve tanto consumo de informação e entretenimento por meios eletrônicos, tanto por meio da TV aberta, canais de TV por assinatura, redes sociais, programas de internet e, principalmente, plataformas de distribuição audiovisual via “streamings”.

Neste sentido, observa-se o caso envolvendo a série “O Mecanismo”¹, exibida pela Netflix², cuja primeira temporada foi lançada mundialmente no dia 23 de março de 2018. A série, que conta com oito episódios em sua temporada inicial, gerou uma discussão amplamente difundida no Brasil, especialmente no meio digital. E nesse sentido, pode-se afirmar que as redes sociais vem sendo palco de muitos debates contemporâneos acerca de diversos assuntos, nas quais as pessoas manifestam diferentes pontos de vista. E nesse sentido nunca o fenômeno político foi tão debatido, verificando-se as opiniões dos participantes em sua grande de maneira extremista, divididas entre direita e esquerda, e pautadas em temas específicos como, por exemplo, a questão da corrupção.

¹ Série criada por José Padilha e Elena Soarez, inspirada na operação Lava Jato no Brasil, considerada pelos órgãos de controle brasileiros como “a maior iniciativa de combate a corrupção e lavagem de dinheiro da história do Brasil”. Ministério Público Federal, “Grandes Casos. Caso Lava Jato”. Disponível em: <<http://www.mpf.mp.br/grandes-casos/lava-jato>>. Acesso em: 02 ago. 2020.

² Plataforma de distribuição de audiovisual via *streaming* (de forma instantânea através da internet). Importa ressaltar que “enquanto o número de assinantes de TV a cabo nos Estados Unidos vem diminuindo – numa média de um milhão a cada ano – os números dos serviços de *video on demand* (VOD) só aumentam. Em meados do ano passado, o Hulu Plus alcançou a marca de dois milhões de assinantes, enquanto o Netflix, maior e mais internacionalizado desses serviços, já alcançou quase 30 milhões de assinantes, dos quais 25 milhões estão nos Estados Unidos, e o restante nos demais países onde o serviço é oferecido, incluindo o Brasil. Boa parte do que é disponibilizado para streaming nesses serviços são programas de televisão – a outra parte, obviamente, é de filmes –, e não apenas séries, mas também programas esportivos, reality shows, documentários, programas infantis e de entrevista. O cenário atual, portanto, é de ampliação das formas de produção e consumo audiovisual, e embora a TV ainda esteja consolidada no modelo tecnológico de transmissão de sinal, o que implica uma experiência predominantemente nacional e em fluxo, o que chamamos aqui de cultura das séries é resultado dessas novas dinâmicas espectatoriais em torno das séries de televisão, destacadamente, as de matriz norte-americana.” Juremir Machado da Silva, “O mecanismo, artefato ideológico”, *Correio do Povo*, Porto Alegre, 242-243, 27 mar. 2018. Disponível em: <<http://www.correiodopovo.com.br/blogs/juremirmachado/2018/03/10757/o-mecanismo-artefato-ideologico/>>. Acesso em: 03 de abril 2018.

Desta forma, cabe aqui analisar a série “O Mecanismo”, sem apontar o seu discurso com uma visão maniqueísta, mas especificamente, abordando o caso em questão de modo a tornar mais transparente o poder da mídia no processo de formação da opinião pública, em especial nas eleições presidenciais de 2018 no Brasil. Tenciona-se problematizar a maneira com a qual um produto audiovisual como o aqui estudado pode influenciar na opinião pública? Para nortear este processo será utilizado o método de estudo de caso, abordado por Robert Yin³ como uma análise que “investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real”, trazendo a série para o centro da discussão juntamente com a sua repercussão em um período bastante tumultuado para a história do Brasil.

Para conduzir a análise de modo mais objetivo, o texto será dividido em diferentes momentos, os quais têm a finalidade de tornar mais transparentes alguns pontos que, às vezes, não são facilmente percebidos pelo público em geral. Se partirá de uma breve análise da mídia de massa, passando pela internet e o poder da interatividade para, após, estudar como se dá o consumo de informação nos moldes atuais, abordando a Netflix como produtora e distribuidora de produtos audiovisuais. Ao final, tenciona-se analisar a série em questão, de modo a situar o leitor em meio a um debate mais amplo, que diz respeito ao consumo midiático em forma de informação e entretenimento e a maneira como tais conteúdos podem moldar opiniões de acordo com os interesses de quem financia a sua produção. As considerações finais mostram como os elementos observados ao longo da pesquisa podem interferir na formação da opinião pública e a maneira com a qual isso deve ser ponderado.

2. A Mídia de Massa no Contexto Contemporâneo

A presença da mídia na vida das pessoas não é algo recente. Observa-se, ao longo da história, a relação do público com diferentes tipos de conteúdo e em diferentes suportes, de acordo com os recursos de cada período. O grande avanço nesta área se deu com o advento da prensa tipográfica de Gutenberg, a qual permitiu a produção e reprodução de material impresso. Com o passar do tempo, além da mídia impressa (livros, jornais, revistas), novas plataformas deram vida a novas possibilidades de difusão de conhecimento, informação e entretenimento, como o rádio e o cinema, seguidos pela TV (e com ela o vídeo e demais meios que transformaram o consumo de audiovisual, seja pelos canais de TV por assinatura ou pelo aluguel de filmes em VHS, DVD e Blue Ray). No entanto, em meio a essa evolução dos recursos midiáticos em seus suportes iniciais e o surgimento de novas linguagens e estéticas, a internet caminhava rumo a um patamar mais elevado, mostrando-se pouco a pouco uma plataforma multimidiática capaz de abrigar conteúdos característicos de todos os meios anteriores (como textos, fotografias, informação, músicas, filmes, etc.) e ainda conteúdos híbridos,⁴ que apresentam características de outros meios mas se fundem neste novo espaço virtual e têm suas particularidades.

Diferentemente do que se imaginava ao utilizar a internet na década de 1990, hoje a diversidade de conteúdo e funções atribuídas a este universo aumentam constantemente à medida em que novos recursos são criados. Muito além de enviar e receber mensagens, a internet pode ser encarada como algo muito maior do que uma simples plataforma de comunicação, e sim, de acordo com Pierre Lévy,⁵ como um novo espaço público. Neste contexto, destaca-se a possibilidade de haver

³ Robert K. Yin, Estudo de caso: planejamento e métodos, Porto Alegre, Bookman, 2001, p. 32.

⁴ Lev Manovich, Software takes command, USA, Bloomsbury Academic, 2013.

⁵ Pierre Lévy, Ciberdemocracia, Lisboa, Editions Odile Jacob, 2002, p. 29.

neste meio, além de um conjunto de características particulares a outros meios, uma linguagem e uma lógica própria. Trata-se de um novo espaço público plural, diversificado, aberto, dinâmico, complexo e multifacetado, o qual é capaz de democratizar o acesso a estes recursos, dando vez, voz e novas ferramentas ao público que até pouco tempo estava restrito apenas a um comportamento passivo frente aos veículos de comunicação, ou seja, receber notícias ou entretenimento, mas, de regra, não participar ativamente deste processo.

Em meio à evolução da mídia e ao uso das novas tecnologias de comunicação e informação, percebe-se que a forma como a informação e o entretenimento são encarados por quem os consome muda de forma considerável na contemporaneidade. A audiência não mais se limita a receber aquilo que lhe é imposto pelos grandes veículos de massa, mas passa a poder escolher e montar sua própria programação. Para Henry Jenkins,⁶ “o público, que ganhou poder com as novas tecnologias e vem ocupando um espaço na intersecção entre os velhos e os novos meios de comunicação, está exigindo direito de participar intimamente da cultura”. Ou seja, através da internet o público abandona o papel de mero espectador e passa a ocupar um espaço central e ativo no processo, e isso muda de forma drástica a relação de produção e consumo de mídia. Diante deste contexto, conforme observa Manuel Castells, “Como a cultura é mediada e determinada pela comunicação, as próprias culturas, isto é, nossos sistemas de crenças e códigos historicamente produzidos são transformados de maneira fundamental pelo novo sistema tecnológico e serão ainda mais com o passar do tempo.”⁷

Observa-se, assim, que as mudanças são constantes, e os moldes do que se tem hoje sobre tecnologias de informação e comunicação será diferente em um futuro próximo, assim como se forem comparados os recursos contemporâneos com aqueles que estavam disponíveis há menos de uma década. Aquilo que até pouco tempo estava restrito a algumas pessoas, como o simples uso de um aparelho celular, hoje se torna acessível a uma parcela crescente da população⁸.

No que diz respeito ao acesso aos mais diversos meios de comunicação, informação e *mass media*, sem mencionar os canais abertos, cabe aqui ressaltar que os custos para manter uma TV por assinatura, por exemplo, são relativamente altos. No entanto, a internet oferece outras opções, as quais, por um custo mensal mais baixo ou por vezes até gratuito, permitem que o usuário tenha acesso a muitas fontes de informação e entretenimento. Assim, para mudar este contexto e manter o acesso a material de qualidade por preços justos, os serviços de *streaming* mostram-se como alternativa bastante conveniente. Segundo João Martins Ladera,

Os serviços de streaming pela internet bem poderiam ser compreendidos como uma alternativa em choque com negócios já estabelecidos de audiovisual, especialmente os empreendimentos de TV por assinatura. Porém, a sequência de acordos entre redes, produtoras e distribuidoras de filmes e

⁶ Henry Jenkins, *Cultura da convergência*, São Paulo, Aleph, 2009, p. 53.

⁷ Manuel Castells, *Sociedade em rede*, São Paulo, Paz e Terra, 2010, p. 414.

⁸ Dados do IBGE de 2018 revelam que, no Brasil, “a parcela das residências em que havia aparelho celular alcançou 93,2%. Da população com 10 anos ou mais de idade, 79,3% tinha telefone móvel celular para uso pessoal.” Quanto ao uso da internet, em 2018 os dados revelam que “a Internet era utilizada em 79,1% dos domicílios brasileiros. Um crescimento considerável, se comparado ao ano de 2017 (74,9%).” Quanto aos objetivos do uso da internet pelos brasileiros, “o envio e recebimento de mensagens de texto, voz ou imagens por aplicativos (não e-mail) continua sendo o principal, indicada por 95,7% das pessoas com 10 anos ou mais de idade que utilizaram a rede. Conversar por chamadas de voz ou vídeo foi apontada por 88,1% dessas pessoas; vindo logo em seguida, assistir a vídeos, inclusive programas, séries e filmes (86,1%); e, por último, enviar ou receber e-mail (63,2%).” Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, “IBGE Educa: uso de internet, televisão e celular no Brasil”. 2018. Disponível em: <https://educa.ibge.gov.br/criancas/brasil/2697-ie-ibge-educa/jovens/materias-especiais/20787-uso-de-internet-televisao-e-celular-no-brasil.html>. Acesso em 2 ago. 2020.

séries torna difícil aceitar esta interpretação. Outra leitura apresenta o streaming como uma forma de criar novos elementos na cadeia que compõe o ciclo de produtos do setor audiovisual.⁹

Empresas e serviços como Apple TV e Netflix, por exemplo, oferecem conteúdo audiovisual aos seus assinantes, os quais pagam mensalidades para desfrutar de conteúdo de boa qualidade (com áudio e vídeo em alta definição), de forma legal e gerando lucro aos estúdios envolvidos. Estas possibilidades vão, aos poucos, mudando a relação das pessoas com aquilo que consomem na internet. Torna-se mais cômodo e vantajoso para o usuário assistir seus filmes e séries preferidas em alta definição a um baixo custo, além de se evitar o download ilegal ou a pirataria. Tais recursos podem, inclusive, ser baixados pelo espectador para assistir mesmo na ausência de conexão com a internet, por um preço bastante acessível.

Neste contexto, a emergência de conteúdo é bastante notável, pois além de distribuir o que é produzido por estúdios já consagrados, a Netflix, veio para substituir as antigas locadoras de filmes, tornando-se uma referência no que se refere ao *streaming* e também produzindo seus próprios filmes e séries originais, os quais são lançados com exclusividade em sua plataforma. Com características diferentes do conteúdo apresentado pelas redes sociais, pelos canais de assinatura e pela televisão propriamente dita, a Netflix tem uma postura diferenciada,

Ao contrário do Facebook e do Google, a Netflix evitou as notícias e se ateve principalmente ao entretenimento. Isso a protegeu de escândalos sobre *fake news*, manipulação eleitoral e tribalismo político. E, ao contrário dessas duas plataformas baseadas em anúncios, seu modelo de negócios baseado em assinantes significa que a empresa não depende da venda de dados ou da atenção dos usuários para outras empresas. Em vez disso, oferece aos clientes uma troca simples: uma taxa mensal em troca do conteúdo que eles querem assistir.¹⁰

A empresa, que no terceiro trimestre de 2018 passou dos 137 milhões de usuários,¹¹ não pode ter o seu poder subestimado. Com grandes vantagens em relação a outras plataformas, a Netflix se destaca crescentemente por uma série de fatores. Nela o assinante escolhe o que irá assistir, o momento que irá assistir e não é interrompido em nenhum instante por anúncios publicitários. Observa-se ainda, que a empresa utiliza os dados dos usuários como suas preferências por determinados estilos de filmes, os títulos que já foram vistos, os títulos que desejam assistir e, através de um algoritmo, sugere novos itens disponíveis no seu catálogo de forma bastante considerável. No entanto, há algo ainda mais relevante no que diz respeito a sugestões de conteúdo, que são feitas por pessoas próximas aos usuários ou influenciadores em canais específicos que tratam sobre audiovisual, o que dá ainda mais credibilidade ao conteúdo que será visto. E, com relação ao conteúdo, cabe observar que quando se trata de uma cultura popular, os moldes em que os produtos são produzidos são muito

⁹ João Martins Ladera. “Negócios de audiovisual na internet: uma comparação entre Netflix, Hulu e iTunes-AppleTV, 2005-2010”, Revista Contracampo, 26:1, Niterói, 2013, 158. DOI: <https://doi.org/10.22409/contracampo.v0i26.247>

¹⁰ The Economist, “Can Netflix please investors and still avoid the techlash?” Disponível em: <https://www.economist.com/leaders/2018/06/28/can-netflix-please-investors-and-still-avoid-the-techlash>>. Acesso em: 28 jun. 2018.

¹¹ Statista, “Number of Netflix streaming subscribers worldwide from 3rd quarter 2011 to 3rd quarter 2018 (in millions)”. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/250934/quarterly-number-of-netflix-streaming-subscribers-worldwide/>>. Acesso em 14 dez. 2018.

importantes para que sejam bem recebidos por parte do público, que se sente mais próximo da realidade que consome do que da qual, de fato, se insere, de acordo com Joke Hermes:

Para a maioria de nós, produtos culturais populares (séries de televisão, *thrillers*, revistas, música pop) são muito mais reais do que a política nacional. Na vida cotidiana, nossos laços e sentimentos de pertencimento frequentemente se relacionam mais fácil e diretamente com a cultura popular (global) do que com questões de governança nacional ou local.¹²

Sendo assim, quando algo que está nos noticiários locais se torna o centro do debate, e passa a ser apresentado em um produto audiovisual produzido e distribuído por um canal de *streaming* em alcance internacional, o conteúdo ali mostrado torna-se mais interessante aos olhos da maioria do que os fatos em si. Neste contexto, a seguir será analisada a série “O Mecanismo”, e o seu enredo ficcional permeado por pequenos traços de realidade da Operação Lava Jato¹³, presentes no meio jornalístico, os quais conferem ao espectador “desatento” a ideia de que está sendo informado da mesma forma, em ambos os lados.

3. A série “O Mecanismo”

Veja-se: “Este programa é uma obra de ficção inspirada livremente em eventos reais. Personagens, situações e outros elementos foram adaptados para efeito dramático.”¹⁴ É assim, após a vinheta da Netflix e com pequenas letras brancas em uma tela preta, que começa cada um dos oito episódios da primeira temporada de “O Mecanismo”. Ao avisar o espectador sobre a semelhança do que será exibido dali em diante com a temática e os fatos reais exibidos nos telejornais brasileiros da época, os produtores tentam se isentar da responsabilidade referente àquilo que é retratado na série. Desta forma, cria-se a ideia de que tudo o que for ali mostrado está protegido sob este escudo da ficção e, conseqüentemente, livre de quaisquer irregularidades.

No entanto, é importante lembrar que a linha que separa realidade de ficção, neste caso, diante de muitos espectadores que não são capazes de discernir entre o que é fato e o que é recurso dramático, é muito tênue. Nem todos os espectadores têm ciência dos fatos ali representados para conseguir separar os *eventos reais* daquilo que foi adaptado para *efeito dramático*, o que faz com que boa parte do público acredite no discurso da série, que é inspirada na Operação Lava Jato, “a maior

¹² Joke Hermes, *Re-reading popular culture*, Malden, Blackwell, 2005, p. 1.

¹³ “No início do ano de 2014, um esquema de corrupção veio à tona no Brasil quando uma força-tarefa, a Lava-Jato, foi instituída pela Justiça Federal de Curitiba para investigar quatro organizações criminosas lideradas por doleiros, descobrindo um esquema de corrupção em curso há mais de 10 anos, envolvendo a Petrobras. [...] Segundo balanço divulgado pelo Ministério Público Federal, atualizado no dia 07 de novembro de 2016, os números da operação após 37 fases da operação apontam, em primeira instância, para: 70 acordos de delação premiada com pessoas físicas, seis acordos de leniência firmados e um termo de ajustamento de conduta, pedidos de ressarcimento (incluindo multas) no valor total de R\$38,1 bilhões, recuperação (através de acordos e bens bloqueados) de R\$3,1 bilhões dos R\$6,4 bilhões pagos em propinas, e 118 condenações, contabilizando até o momento 1256 anos, 6 meses e 1 dia de pena.” Túlio Gonçalves Gomes e Cintia Rodrigues de Oliveira Medeiros, “Construindo e desconstruindo escândalos de corrupção: a operação Lava-Jato nas interpretações da Veja e Carta Capital”, *Organizações & Sociedade*, 90:26, Salvador, set. 2019, 457-485. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1984-92302019000300457&lng=en&nrm=iso. Acesso: 02 ago. 2020. <https://doi.org/10.1590/1984-9260904>.

¹⁴ Créditos iniciais da série O Mecanismo.

iniciativa de combate a corrupção e lavagem de dinheiro da história do Brasil,”¹⁵ como uma verdade absoluta. Afinal, aqueles traços de realidade ali presentes já são suficientes para endossar o discurso para aquela parcela da audiência que não conhece a fundo a investigação e os acontecimentos recentes na história do país. As pessoas que não conhecem esta realidade, ou conhecem de forma bastante superficial e maniqueísta, não irão questionar o conteúdo da série. Irão, ao contrário, se identificar com aquele discurso.

Por este motivo, ao tratar de um tema de grande importância no cenário nacional, a série, da maneira como foi conduzida, em seus oito episódios iniciais, despertou muitas críticas justamente por trazer alguns dados obscuros, por se apropriar de elementos presentes no meio jornalístico e fazer novos recortes, dando um novo enquadramento àquilo que já faz parte de um espetáculo midiático. Tal prática pode ser exemplificada através da apropriação das palavras do senador Romero Jucá pelo personagem de João Higino (interpretado por Arthur Kohl, que faz referência ao ex-presidente Lula). A este respeito, após o lançamento da série, a ex-presidente Dilma Rousseff manifestou-se imediatamente:

Na série de TV, o cineasta ainda tem o desprazer de usar as célebres palavras do senador Romero Jucá (PMDB-RR) sobre “estancar a sangria”, na época do impeachment fraudulento, num esforço para evitar que as investigações chegassem até aos golpistas. Juca confessava ali o desejo de “um grande acordo nacional”. O estardalhaço é que o cineasta atribui tais declarações ao personagem que encarna o presidente Lula.¹⁶

Ou seja, uma fala real de autoria do senador Romero Jucá, amplamente divulgada pela mídia, teve autoria desvirtuada na série, atribuindo-a à personagem que representava Luiz Inácio Lula da Silva, com claro intuito de manipular os fatos. Além da apropriação deste fragmento, outros pontos da série foram muito polêmicos, e repercutiram de forma bastante ampla entre os críticos nas redes sociais. Os personagens, apesar dos nomes fictícios, podem ser facilmente relacionados às pessoas que os inspiraram.¹⁷ Marco Ruffo (interpretado por Selton Mello), remete a Gerson Machado (delegado que investigou Alberto Youssef no Banestado, mas aposentou-se antes da Lava Jato). Verena Cardoni (Carol Abras) foi inspirada em Erika Marena, delegada da polícia federal que nomeou a Operação Lava Jato. Juiz Paulo Rigo (Otto Jr.) deixa transparecer o juiz Sérgio Moro, que encara na série a figura de herói, contaminado pelos holofotes. Roberto Ibrahim (Enrique Díaz) é o doleiro Alberto Youssef, visto como uma das peças-chave da Operação Lava Jato. João Pedro Rangel (Leonardo Medeiros) é Paulo Roberto Costa (ex-diretor da Petrobras, mostrada na série sob o nome de Petrobrasil). Janete Ruskov (Sura Berditchevsky) remete à ex-presidente Dilma Rousseff. João Higino (Arthur Kohl) representa o ex-presidente Lula. Samuel Thames (Tonio Carvalho) aparece como Michel Temer. Lúcio Lemes (Michel Bercovitch) faz alusão a Aécio Neves. Ricardo Bretch (Emílio Orciollo Netto) é mostrado como Marcelo Odebretch. O Partido Operário (PO), como é mostrado na série, simboliza o Partido dos Trabalhadores (PT), e as empresas Bueno Engenharia, Miller & Bretch, TCG, OSA, Estruturax e Carvalho Correa representam, respectivamente as empreiteiras Galvão Engenharia, Odebretch, UTC, OAS, Toyo Setal e Camargo Correa.

¹⁵ Ministério Público Federal, op.cit.

¹⁶ Dilma Rousseff. “O mecanismo de José Padilha para assassinar reputações”. 25 mar. 2018. Disponível em: <<http://dilma.com.br/o-mecanismo-de-jose-padilha-para-assassinar-reputacoes/>>. Acesso em 25 mar. 2018.

¹⁷ Ana Carolina Leonardi; Alexandre Versignassi e Sofia Fernandez. “O Mecanismo: mapeamos todas as referências que você não percebeu”, Super Interessante, 21 mar. 2018. Disponível em: <<https://super.abril.com.br/cultura/o-mecanismo-mapeamos-todas-as-referencias-que-voce-nao-percebeu/>>. Acesso em 21 nov. 2018.

Observa-se assim que, mesmo por trás da ficção, há elementos na série que remetem diretamente à realidade; no entanto, a forma com ali é tratada a realidade desperta questionamentos. Será que a proposta da série foi, de fato, produzir um efeito dramático e de entretenimento ou, de maneira subliminar, houve o interesse em distorcer os fatos? Neste sentido, Juremir Machado da Silva,¹⁸ em sua análise sobre a série, destaca que “a ficção pode distorcer a realidade à vontade, mas pode ser cobrada por isso quando, ao mesmo tempo, finge reproduzir essa realidade.”

É necessário, portanto, salientar a importância de uma análise crítica sobre o conteúdo midiático, seja de cunho jornalístico ou de entretenimento, para evitar que opiniões distorcidas confundam, manipulem ou induzam a opinião pública.¹⁹ Nesse sentido foi o comentário da ex-presidente Dilma Rousseff,²⁰ em sua manifestação em relação à série, que salienta o seu “respeito à liberdade de expressão e à manifestação artística. Há quem queira fazer ficção e tem todo o direito de fazê-lo. Mas é forçoso reconhecer que se trata de ficção”. Ou seja, pela sua manifestação, entende-se o alerta de que é preciso impedir que a ficção se faça passar por realidade, com o intuito de manipular a opinião do telespectador, o que de alguma forma ocorre em “O Mecanismo”, como mencionado anteriormente.

No que tange à série em si, cabe lembrar que o seu pano de fundo é, de forma generalizada, a corrupção. Ao abordar este tema e a forma como ele assola o país, a série conquistou uma grande parcela de espectadores, cansados de ouvir falar a respeito do assunto corrupção diuturnamente no noticiário nacional, mas que não conseguem ver uma solução para este problema. Estas pessoas são aquelas que acusam a classe política, quase que em sua totalidade, pela corrupção. No entanto, não percebem que este problema está bastante arraigado à sociedade em um sentido muito mais amplo. Inicia na base de uma pirâmide, com as pequenas corrupções diárias cometidas pelo cidadão comum, como sonegar impostos, não respeitar uma fila ou a vaga reservada para idosos ou deficientes, situação tem no seu topo o alto escalão dos representantes do povo, os quais ganham mais notoriedade neste contexto por serem alvos frequentes da mídia em função de grandes desvios de verbas, de obras superfaturadas, de uso de dinheiro ilícito em campanhas eleitorais, etc.

A série aponta para estes fatores, obviamente, mas também faz um convite ao público para repensar a questão da corrupção no dia a dia, quando em um episódio o personagem Marco Ruffo, delegado, precisa contratar um profissional para resolver um problema de esgoto em frente à sua casa. O problema em questão deveria ser solucionado sem custo nenhum pela companhia de saneamento, tendo em vista que era externo à propriedade do delegado. No entanto, no episódio em questão Marco Ruffo recebe a indicação de um profissional autônomo para executar esta tarefa e este, por sua vez cobra um valor muito acima do esperado, e para justificar o alto custo explica que este envolve o valor do material, do seu serviço, a gorjeta que dará ao seu ajudante (que é seu neto, menor de idade) e a comissão que terá que pagar para o funcionário da empresa de saneamento que indicou os seus serviços. A partir deste momento a questão da corrupção, que é mostrada na série como uma grande engrenagem neste sistema (a qual normalmente é relacionada a uma elite que envolve doleiros, empreiteiras, empresas estatais e representantes políticos), passa a ser trazida para uma realidade mais próxima do espectador, em uma situação comum, de modo a ilustrar a dimensão deste problema, mais

¹⁸ Silva, op.cit.

¹⁹ Para maior aprofundamento sobre a questão da opinião pública e da participação popular em âmbito local, ver Janaína Rigo Santin e Diego M. Santos, “A Opinião Pública e o Estatuto da Cidade”, Revista da AJURIS, 35:111, Porto Alegre, 2008, 115-126.

²⁰ Dilma Rousseff. “O mecanismo de José Padilha para assassinar reputações”. 25 mar. 2018. Disponível em: <<http://dilma.com.br/o-mecanismo-de-jose-padilha-para-assassinar-reputacoes/>>. Acesso em 25 mar. 2018.

próxima e presente do que se imagina. Enquanto muitas pessoas criticam os políticos pelo mau uso do dinheiro público, elas esquecem que, em uma proporção diferente, podem estar sendo tão corruptas quanto eles.

O discurso anticorrupção toca o público de uma forma bastante evidente, é um discurso que conquista eleitores, especialmente aqueles que, desesperançosos, acreditam na figura de um salvador da pátria, um “justiciero capaz de livrar, de uma vez por todas, o país deste problema que o assola ao longo dos séculos”, desde a chegada do colonizador português, sem no entanto perceber que o problema começa “por baixo”, e que não é uma pessoa que será capaz de livrar o país da corrupção.²¹ No entanto, este discurso atrai a atenção e conduz o olhar para um ponto específico, de modo a deixar outros elementos de grande importância em segundo plano. Para criar este laço com o público descrente da política, especialmente pela forma com a qual é abordada a corrupção por meios sensacionalistas, a série traz o delegado Marco Ruffo como um homem que leva uma vida normal, que tem problema reais, mas ao mesmo tempo se esforça em curar o “câncer” (como ele mesmo chama) que é a corrupção, descrita em sua fala cansada — um dos recursos utilizados para ressaltar esta relação.

O ataque à corrupção não é novidade na obra de José Padilha. O diretor também traz este enfoque nos filmes “Tropa de Elite 1 e 2”, que foram sucesso de bilheteria (e pirataria) no Brasil, e ambos são centrados na figura do justiciero que ganha vida através do personagem do Capitão Nascimento (Wagner Moura). Retorna-se agora ao início do ano de 2018, período em que a série “O Mecanismo” era lançada, ano de eleições presidenciais, onde a incerteza política pairava sobre o cenário nacional. Os candidatos à Presidência da República ainda não haviam sido definidos, apesar de se ter conhecimento das possíveis alternativas. No decorrer do ano, diferentes acontecimentos marcaram o cenário político que antecedia as “mais polarizadas eleições desde a redemocratização.”²²

O cenário eleitoral brasileiro de 2018 foi profícuo na disseminação de informações falsas, de forma massiva, através de redes sociais, as chamadas *fake news*,²³ situação onde o público em geral aceita o que recebe como algo incontestável, e não se questiona a respeito dos dados ali presentes. Os ataques, de ambos os lados nesta polarização direita x esquerda, foram bastante “baixos” e extremados. Deixou-se a racionalidade em segundo plano, para apelar para argumentos e notícias falsas que beiravam a infantilidade, mas sempre baseados em alguns fragmentos de verdade. Desta forma, o uso de elementos reais, de falas, de imagens e discursos utilizados fora de seus contextos originais, distorcidos, falseados e manipulados, ganhou novos contornos e produziu grandes ruídos, capazes de influenciar o voto de muitos eleitores.

Com o resultado as eleições de 2018, nas quais ascendeu à presidência do Brasil Jair Messias Bolsonaro (pelo PSL – Partido Social Liberal, na coligação “BRASIL ACIMA DE TUDO, DEUS ACIMA DE TODOS”), observou-se de forma bastante contundente a presença imperativa dos meios digitais na campanha, utilizados como fonte de informação (e, também, desinformação).

²¹ Para maior aprofundamento sobre o patrimonialismo na gestão pública brasileira ver: Janaína Rigo Santin e Mariane Favretto, “Poder Local, Participação Popular e Clientelismo”, *Direito, Estado e Sociedade*, 50:1, Rio de Janeiro, 2017, 126-148. Disponível em: <https://revistades.jur.puc-rio.br/index.php/revistades/article/view/551>. Acesso em 02 ago. 2020, e Janaína Rigo Santin e Leonardo Cardoso, “Nepotismo e Práticas Clientelísticas: uma visão histórica do Poder Local no Brasil”, *Estudios Históricos (Rivera)*, 8:16, jul. 2016, 1-17. Disponível em: <http://www.estudioshistoricos.org/16/eh1611.pdf>. Acesso em 02 ago. 2020.

²² Jonas Valente, “Regulação da mídia: a invisibilidade de uma agenda essencial à democracia”, *Le Monde Diplomatique Brasil*, São Paulo, 02 out. 2018. Disponível em: <https://diplomatique.org.br/regulacao-da-midia-a-invisibilidade-de-uma-agenda-essencial-a-democracia/>. Acesso em 26 out. 2018.

²³ José Roberto de Toledo, “Deu no celular: fim do lulismo, campanha via smartphone e a era da desinformação”, *Folha UOL*, São Paulo, 18 out. 2018. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/deu-no-celular/>. Acesso em 26 out. 2018.

A eleição de Bolsonaro foi um fenômeno bem complexo sob o prisma do papel das redes sociais. Consideramos esse caso uma convergência de diversos fatores, que se originam no forte hábito de uso de telefonia celular, mas que passam por sua conta no Facebook, pela autenticidade do candidato, pela capacidade de disseminação de conteúdo via WhatsApp e até mesmo pela dificuldade que os brasileiros têm de lidar com fake news.²⁴

E esta prática de manipulação e distorção dos fatos reais também se observou em relação à série aqui analisada. As informações ali exibidas são parte de uma obra ficcional com traços de realidade, ou seja, elementos verdadeiros, reposicionados em um discurso artificial, o qual, diante daquela conjuntura de polarização e de notícias falsas, mostrava-se como algo que exigia bastante cautela no que tange à opinião pública.

4. Conclusão

A pluralidade de opiniões é algo enriquecedor, e deveria ser motivo de comemoração em um regime democrático. No entanto, o que se observa é a vontade, muitas vezes mal intencionada de alguns meios de comunicação e informação, em querer controlar ou manipular a opinião alheia. Tal prática se observa em diferentes aspectos e diferentes esferas da sociedade, e quando se trata de um ano eleitoral, como foi 2018, observa-se de modo mais evidente.

Diante do que foi analisado nesta pesquisa a partir da série “O Mecanismo”, é possível perceber os recursos que possibilitaram distorcer, na época de sua transmissão, discursos e moldar opiniões. O que é apontado aqui não trata de uma tentativa de estabelecer o que é certo ou errado, mas uma forma de chamar atenção para o fato de que as informações que circulam em diferentes meios podem trazer consigo o interesse de quem as produz.

Ao se utilizar de uma série de ficção, inspirada em fatos já ocorridos na política brasileira, porém com posições muitas vezes invertidas da realidade, percebe-se como podem ser sutis as manipulações midiáticas, prejudicando tanto à saúde da democracia quanto o direito de livre formação individual do pensamento. São mensagens que agem em um nível quase subliminar, capazes de interferir nas manifestações genuinamente livres, como devem ser as eleições e o direito ao sufrágio universal. É uma falsa simbologia de elementos, que pode gerar novas crenças e ideologias, formadas a partir da distorção da realidade.

Desta forma salienta-se a necessidade de uma postura mais crítica por parte do público para que este saiba filtrar aquilo que recebe, e analisar de forma mais crítica e contestadora estas “verdades”. É importante valorizar a liberdade de imprensa e a liberdade de expressão; no entanto, é fundamental que haja responsabilidade e honestidade com o conteúdo que se produz e, acima de tudo, com o público que o consome.

Referências Bibliográficas

Ana Carolina Leonardi; Alexandre Versignassi e Sofia Fernandez. “O Mecanismo: mapeamos todas as referências que você não percebeu”, Super Interessante, 21 mar. 2018. Disponível em:

²⁴Maurício Moura. A eleição disruptiva: por que Bolsonaro venceu. Rio de Janeiro: Record, 2019. recurso digital.

<<https://super.abril.com.br/cultura/o-mecanismo-mapeamos-todas-as-referencias-que-voce-nao-percebeu/>>. Acesso em 21 nov. 2018.

Dilma Rousseff. “O mecanismo de José Padilha para assassinar reputações”. 25 mar. 2018. Disponível em: <<http://dilma.com.br/o-mecanismo-de-jose-padilha-para-assassinar-reputacoes/>>. Acesso em 25 mar. 2018.

Henry Jenkins, *Cultura da convergência*, São Paulo, Aleph, 2009.

Janaína Rigo Santin e Leonardo Cardoso, “Neptotismo e Práticas Clientelísticas: uma visão histórica do Poder Local no Brasil”, *Estudios Históricos (Rivera)*, 8:16, jul. 2016, 1-17. Disponível em: <http://www.estudioshistoricos.org/16/eh1611.pdf>. Acesso em 02 ago. 2020.

Janaína Rigo Santin e Mariane Favretto, “Poder Local, Participação Popular e Clientelismo”, *Direito, Estado e Sociedade*, 50:1, Rio de Janeiro, 2017, 126-148. Disponível em: <https://revistades.jur.puc-rio.br/index.php/revistades/article/view/551>. Acesso em 02 ago. 2020.

Janaína Rigo Santin e Diego M. Santos, “A Opinião Pública e o Estatuto da Cidade”, *Revista da AJURIS*, 35:111, Porto Alegre, 2008, 115-126.

João Martins Ladera. “Negócios de audiovisual na internet: uma comparação entre Netflix, Hulu e iTunes-AppleTV, 2005-2010”, *Revista Contracampo*, 26:1, Niterói, 2013, 145-162. DOI: <https://doi.org/10.22409/contracampo.v0i26.247>

Joke Hermes, *Re-reading popular culture*, Malden, Blackwell, 2005.

Jonas Valente, “Regulação da mídia: a invisibilidade de uma agenda essencial à democracia”, *Le Monde Diplomatique Brasil*, São Paulo, 02 out. 2018. Disponível em: <<https://diplomatique.org.br/regulacao-da-midia-a-invisibilidade-de-uma-agenda-essencial-a-democracia/>>. Acesso em 26 out. 2018.

José Padilha e Elena Soarez, “O Mecanismo: Primeira temporada”, *Série original Netflix*, Zazen Produções Media Rights Capital; Panic Pictures, 2018. 342 min. Acesso em: 23 mar. 2018.

José Roberto de Toledo, “Deu no celular: fim do lulismo, campanha via smartphone e a era da desinformação”, *Folha UOL*, São Paulo, 18 out. 2018. Disponível em:

<<https://piaui.folha.uol.com.br/deu-no-celular/>>. Acesso em 26 out. 2018.

Juremir Machado da Silva, “O mecanismo, artefato ideológico”, *Correio do Povo*, Porto alegre, 27 mar. 2018. Disponível em:

<<http://www.correiodopovo.com.br/blogs/juremirmachado/2018/03/10757/o-mecanismo-artefato-ideologico/>>. Acesso em: 03 de abril 2018.

Lev Manovich, *Software takes command*, USA, Bloomsburry Academic, 2013.

Manuel Castells, *Sociedade em rede*, São Paulo, Paz e Terra, 2010.

Marcel Vieira Barreto Silva, “Cultura das Séries: forma, contexto e consumo de ficção seriada na contemporaneidade”, *Galaxia (São Paulo, Online)*, 1:27, São Paulo, jun. 2014, 241-252. <http://dx.doi.org/10.1590/1982-25542014115810>.

Maurício Moura, *A eleição disruptiva: por que Bolsonaro venceu*, Rio de Janeiro, Record, 2019.

Pierre Lévy, *Ciberdemocracia*, Lisboa, Editions Odile Jacob, 2002.

Robert K. Yin, *Estudo de caso: planejamento e métodos*, Porto Alegre, Bookman, 2001.

Statista, “Number of Netflix streaming subscribers worldwide from 3rd quarter 2011 to 3rd quarter 2018 (in millions)”. Disponível em: <<https://www.statista.com/statistics/250934/quarterly-number-of-netflix-streaming-subscribers-worldwide/>>. Acesso em 14 dez. 2018.

The Economist, “Can Netflix please investors and still avoid the techlash?” Disponível em: <<https://www.economist.com/leaders/2018/06/28/can-netflix-please-investors-and-still-avoid-the-techlash>>. Acesso em: 28 jun. 2018.

Túlio Gonçalves Gomes e Cintia Rodrigues de Oliveira Medeiros, “Construindo e desconstruindo escândalos de corrupção: a operação Lava-Jato nas interpretações da Veja e Carta Capital”, *Organizações & Sociedade*, 90:26, Salvador, set. 2019, 457-485. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1984-92302019000300457&lng=en&nrm=iso. Acesso: 02 ago. 2020. <https://doi.org/10.1590/1984-9260904>.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, “IBGE Educa: uso de internet, televisão e celular no Brasil”. 2018. Disponível em:

<https://educa.ibge.gov.br/criancas/brasil/2697-ic-ibge-educa/jovens/materias-especiais/20787-uso-de-internet-televisao-e-celular-no-brasil.html>. Acesso em 2 ago. 2020.

Ministério Público Federal, “Grandes Casos. Caso Lava Jato”. Disponível em: <http://www.mpf.mp.br/grandes-casos/lava-jato>>. Acesso em: 02 ago. 2020.