
MAMADEIRA ERÓTICA E KIT GAY: FAKE NEWS E NOÇÕES DE MASCULINIDADE NA CIBERCULTURA

EROTIC BABY BOTTLE AND GAY KIT:
FAKE NEWS AND NOTIONS OF MASCULINITY IN CYBERCULTURE

BIBERÓN ERÓTICO Y KIT GAY:
NOTICIAS FALSAS Y NOCIONES DE MASCULINIDAD EN LA CIBERCULTURA

Mateus Dias Vilela¹, Guilherme Barbacovi Libardi²

RESUMO

O surgimento da cibercultura pode ser entendido como o resultado de uma equação entre convergências digitais e tecnologias da informação e da comunicação com finalidade de sociabilidade. Sua ascensão e ubiquidade provocaram efeitos na organização social, transformando todos aqueles com um endereço eletrônico em possíveis canais de mídia. Neste contexto, as fakes news tornam-se sintomáticas para entendermos a noção de masculinidade diante dos conteúdos envolvendo o desenvolvimento de um pretenso kit gay e de uma mamadeira erótica para crianças. Para maior compreensão do fenômeno, realizamos uma pesquisa bibliográfica a partir do tensionamento de conceitos vinculados com a cibercultura e com a masculinidade, tendo em vista o objeto empírico.

PALAVRAS-CHAVE: Masculinidades. Cibercultura. Fake News. Mamadeira erótica. Kit Gay.

ABSTRACT

The emergence of cyberculture can be understood as the result of an equation between digital convergences and information and communication technologies with the purpose of sociability. Its rise and ubiquity have had effects on social organization, turning all those with an email address into potential media channels. In this context, fakes news become symptomatic to understand the notion of masculinity in the face of content involving the development of an alleged gay kit and an erotic baby bottle. For a better understanding of the phenomenon, we conducted a bibliographic research from the tensioning of concepts linked with cyberculture and masculinity, in view of the empirical object.

KEYWORDS: Masculinities. Cyberculture. Fake News. Erotic baby bottle. Gay kit

¹ Doutor em Comunicação Social - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). Porto Alegre, RS - Brasil. Professor Adjunto A - Universidade Federal da Paraíba (UFPB). João Pessoa, PB - Brasil. **E-mail:** mateusdvilela@gmail.com

² Doutor em Comunicação e Informação - Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM/UFRGS). Porto Alegre, RS - Brasil. Professor substituto - Universidade Federal do Rio Grande do Norte. João Pessoa, RN - Brasil. **E-mail:** glibardi@gmail.com

Submetido em: 18/02/2021 - **Aceito em:** 29/10/2021 - **Publicado em:** 31/03/2023

RESUMEN

El surgimiento de la cibercultura puede entenderse como el resultado de una ecuación entre convergencias digitales y tecnologías de información y comunicación sociables. Su auge y ubicuidad han tenido efectos en la organización social, convirtiendo a todos aquellos con una dirección de correo electrónico en posibles canales de medios. En este contexto, las noticias falsas se vuelven sintomáticas para comprender la noción de masculinidad frente al contenido que implica el desarrollo de un supuesto kit gay y un biberón erótico. Para una mejor comprensión del fenómeno, realizamos una investigación bibliográfica a partir de la tensión de conceptos vinculados con la cibercultura y la masculinidad, en vista del objeto empírico.

PALAVRAS-CLAVE: Masculinidades. Cibercultura. Noticias falsas. Biberón erótico. Kit gay.

1 INTRODUÇÃO

Neste texto, nosso objetivo é resgatar dois episódios recentes de circulação de *fake news*³, o caso do *kit gay* e da *mamadeira erótica*, e pensá-los à luz de uma imbricação teórica entre os estudos comunicacionais de cibercultura e um pensamento de cunho antropológico e filosófico dos estudos de gênero e sexualidades. Para tal discussão, cabe contextualizar o fracasso do papel salvador e emancipador dos *media* modernos. A promessa de corrigir as injustiças sociais, trazer igualdade de acesso à informação e incentivar o senso de comunidade falhou. Averiguando o insucesso desse modelo, as mídias não foram preservadas e, à medida que o digital perpassa, é instituído uma instabilidade em todos os campos sociais.

Tal instabilidade levou os públicos a procurarem novas formas de acessar conteúdos noticiosos. Em estudo divulgado pela Agência Nacional do Cinema – Ancine (2016, online) a televisão encolheu, nos últimos quatro anos, de 60% para 40%, uma retração de mais de 20 pontos percentuais. Quanto ao mercado editorial, que envolve os jornais e as revistas impressas, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (2016, online), o recuo foi de 16% somente nos últimos doze meses, tratando-se do mais acentuado declínio do setor, que se encontra em queda há mais de sete anos. Os maiores jornais do país enfrentam, a cada semestre, uma nova redução. A *Folha* teve um recuo de 7,8% em sua circulação média, enquanto *O Globo* caiu 2,9%. O *Super Notícia de Minas Gerais* perdeu 12,6% do público leitor e o *Estado* 8,4% (IVC BRASIL, 2019, online).

Ao passo que os *media* tradicionais enfrentam a fuga dos espectadores, em 2017 – de acordo com a 28ª Pesquisa Anual de Administração e Uso de Tecnologia da Informação nas Empresas (FGV-SP, 2016, online) – o Brasil alcançou um *smartphone* por habitante, com avolumamento de mais de 400% nos últimos quatro anos. O país compactua, desse modo, com o cenário global, onde aproximadamente três bilhões de indivíduos tem perfil em alguma rede social na internet (HOOTSUITE, 2017, online).

³ Em tradução literal: notícias falsas. N.A.

A crise dos *media* tradicionais e o crescimento da cibercultura, através das redes sociais na internet, inserem as *fake news* em um contexto de instabilidade dos Estados Nacionais e da soberania nacional, em detrimento de organizações econômicas como o Mercosul e a União Europeia (MARTINS, 2008). As *fake news* se inscrevem, dessa forma, na espetacularização dos conteúdos e na exacerbação dos sentimentos. A emoção, segundo Moisés de Lemos Martins (2008), eliminada do jornalismo durante a modernidade, volta em todos os âmbitos, tanto nos tabloides quanto nos veículos de referência. A informação é movida agora pelo *pathos*, ou seja, pela intensidade, pela euforia. “Ao discurso distante, racional, objetivo, referencial, opõe-se hoje um discurso sensível, comovido e efervescente, um discurso exacerbado emocionalmente” (MARTINS, 2008, p.208).

No que tange especificamente às *notícias* analisadas nesta investigação, é relevante situar brevemente o contexto no qual são colocadas em circulação: as eleições para a presidência da República de 2018 e a disputa (ideológica) entre Fernando Haddad (PT) e Jair Bolsonaro (PSL). Em um modo muito simplista, podemos polarizar como a eleição da esquerda *versus* a direita, do progressismo *versus* o conservadorismo. O caso que investigamos diz respeito às *fake news* criadas por simpatizantes de Bolsonaro, sendo respaldadas pelo próprio candidato em espaços mais populares, tanto informais, como no *Twitter*, quanto formais, em entrevista ao *Jornal Nacional* (1969-atual), telejornal de alcance massivo, reconhecido pela legitimidade das informações transmitidas.

Essas *pseudonotícias* que elegemos tiveram grande impacto por terem sido criadas e disseminadas por diversos agentes, anônimos e formadores de opinião, mas, principalmente, por evocarem um tema que mexe com a espinha dorsal do *status quo*, o sexo. Por esse motivo, nos debruçamos também sobre uma perspectiva do sexo como arena política, onde sentidos são incessantemente disputados e colocados em discurso, gerando repercussões em instâncias culturais, econômicas e políticas.

O sexo, no caso de ambas as notícias falsas que serão apresentadas no decorrer do artigo, é o pano de fundo. De maneira mais específica, o que está sendo colocado em jogo é a homossexualidade masculina como algo perigoso e sujo, que romperia com os costumes da sociedade, deflagrando na corrupção da moral do “cidadão de bem”. Por isso, inicialmente precisamos compreender como são forjadas as relações hegemônicas do homem masculino heterossexual como modelo a ser aspirado e os “perigos” da figura do homossexual para esse ideal de masculinidade.

2 ENTENDIMENTOS SOBRE MASCULINIDADES

As relações que compõem uma sociedade podem ser percebidas de diversos modos. Para o paradigma naturalista, por exemplo, existe uma *pseudo* superioridade dos homens, gerando um rígido distanciamento entre o masculino e o feminino, em uma visão heterossexuada (WELZER-LANG, 2001), onde o natural é limitado às relações entre homens e mulheres. Tudo o que acontece fora deste padrão seria desviante (FOUCAULT, 2017).

Para este pensamento, o “verdadeiro homem” deve negar quaisquer aspectos atrelados ao feminino. As noções de masculino e feminino, por sua vez, seriam complementares e excludentes, pois os conceitos de homem e mulher são opostos, mas necessitam um do outro para existir

(MURARO; BOFF, 2002). O paradigma naturalista de dominação os divide em grupos hierárquicos, usando a dicotomia superioridade *versus* subordinação.

Homo/hetero, como homem/mulher, são os pares de oposição que só adquirem sentido quando tomados juntos. [...] O heterossexismo é a promoção incessante, pelas instituições e/ou indivíduos, da superioridade da heterossexualidade e da subordinação simulada da homossexualidade. O heterossexismo toma como dado que todo mundo é heterossexual (WELZER-LANG, 2001, pp. 467-468).

Este modelo naturalista de constructo social é reforçado por diversos aparelhos e instituições. Foucault, em sua genealogia sobre a história da sexualidade, lança o conceito de dispositivos da sexualidade. Para o filósofo, o sexo vem sendo colocado em discurso por meio das mais variadas estratégias que perpassam diversas áreas do saber. Esses dispositivos, portanto, são agentes que instauram a “ideia do sexo” nas mais diversas instâncias culturais, sociais e políticas.

Com a criação desse elemento imaginário que é “o sexo”, o dispositivo de sexualidade suscitou um de seus princípios internos de funcionamento mais essenciais: o desejo do sexo – **desejo de tê-lo**, de acender a ele, de descobri-lo, liberá-lo, **articulá-lo em discurso**, formulá-lo em verdade (FOUCAULT, 2017, p. 170, grifos nossos).

Em diálogo com o autor, Louro considera que “[a] norma não emana de um único lugar, não é enunciada por um soberano, mas, em vez disso, está em toda a parte. Expressa-se por meio de recomendações repetidas e observadas cotidianamente, que servem de referência a todos” (LOURO, 2008, p. 22). Esse discurso sobre o sexo, portanto, é oriundo de diferentes instâncias, e constrói-se carregado de uma aparência cristalizada que determina o que é certo e o que é errado no âmbito da vida privada, mas que reverbera na instância pública. Dentre estas instâncias, podemos compreender a própria mídia como um dispositivo da sexualidade. Nas representações midiáticas, inúmeras vezes é reforçado uma falsa patologização do homossexual ao menosprezar sua afeminação (SEDGWICK, 1990), por exemplo.

A progressiva separação entre sexualidade e reprodução, durante a década de 1990, transformou o campo de estudos em relações sociais imbricadas e determinadas pelo sistema social (MISKOLCI, 2015). A crítica ao paradigma biológico-naturalista, agora entendido como *performatividade de gênero*⁴, proposta de Judith Butler (2003; 2008) para refletir a sexualidade, aposta na desconstrução e na reorganização do conceito de gênero.

O núcleo de dominação masculina apresentado por Bourdieu (2003) reestrutura os assuntos ligados ao gênero em questão de dominantes e dominados, ratificando um contrato social de desigualdade. As situações de dominação, no entanto, não atingiriam somente as mulheres, afetando outras masculinidades que não preenchem os requisitos do imaginário masculino.

A estas masculinidades é dado um lugar subordinado nas relações de gênero por não exercitarem sua sexualidade através da estrutura binária homem/mulher. Intimamente ligadas à

⁴ Um simulacro do corpo, ou antes, uma performance diretamente associada ao corpóreo. N.A.

feminilidade, já que sua prática sexual é conectada à passividade, não ostentam o ideário masculino de dominância completa, sendo reduzidos à figura dos desviantes e dos dominados.

Para Butler, “a presunção é que a lei constituirá sujeitos sexuais ao longo da divisão heterossexual ao passo em que suas ameaças de punição efetivamente instiguem medo, onde o objeto do medo é materializado pela abjeção homossexual” (2008, p. 110, tradução nossa). A noção de abjeção diz respeito àquelas pessoas e práticas que não são inteligíveis pelas convenções da norma. Uma das funções do corpo abjeto é o de consolidar a matriz hegemônica da sexualidade, ou seja, a heterossexualidade. Portanto, é apoiado no discurso e nas representações homossexuais que a heterossexualidade também constrói a sua gramática.

As aproximações com o feminino, para a masculinidade hegemônica, devem ser dominadas através da força física e da agressividade. “O afeminado no homem é desprestigiado, objeto de desprezo, colocado em patamar inferior ao feminino da mulher” (SEFFNER, 2003, p. 126). Algumas masculinidades subordinadas, no entanto, se investem de características hegemônicas, *performatizando* ações estratégicas na direção da não punição simbólica em função de sua sexualidade desviante. Estas práticas são o que Gayle Rubin (2003) denomina de sexualidades contestadas: aquelas que violam as regras do que é “natural”, ou seja, do modelo heterossexual. O autor compreende que existe uma estratificação sexual que as separa entre “boas” e “más”. A homossexualidade encontra-se na linha de fora, junto com outras práticas como a pornografia, o sadomasoquismo e a prostituição.

Prostitutas e homossexuais masculinos são a presa primária das polícias do vício em todo o lugar. Como homens gays, as prostitutas ocupam territórios urbanos bem determinados e se confrontam com a polícia para defender e manter esses territórios. A perseguição legal de ambas as populações é justificada por uma **ideologia elaborada que os classifica como seres perigosos e inferiores, indesejáveis**, que tem o direito de serem deixados em paz (RUBIN, 2003, p. 21, grifos nossos).

Para além dos territórios das ruas, podemos considerar outros espaços em que contestações da atividade sexual são manifestadas, como o ciberespaço. A cibercultura, neste cenário, como esfera de mediação, “conforma a visão de mundo, a opinião pública, valores e comportamentos” e, como tal, é um espaço onde se “travam batalhas pelo controle da sociedade” (KELLNER, 2001, p. 54). Estas disputas estão associadas ao poder histórico exercido por grupos dominantes, o que faz com que setores marginais, como as masculinidades subordinadas, pressionem por maior visibilidade dentro deste espaço de poder. No jogo de tensionamentos, serve tanto para reproduzir interesses e promover a dominação quanto para dar força para a resistência.

Dessa forma, no ciberespaço, códigos são diariamente reinventados para falar do desejo (MISKOLCI; PELÚCIO, 2008). E, para homens imersos em contextos culturais heterossexistas, funciona como uma solução social e técnica para lidar com as expectativas sociais que ainda confinam seu horizonte amoroso (MISKOLCI, 2015), mantendo intocada a percepção heteronormativa do espaço público.

3 A CIBERCULTURA E AS *FAKE NEWS*

A origem da palavra “ciberespaço” deu-se em 1984, no romance *Neuromancer*, de William Gibson. Segundo Pierre Lévy (1999), no texto de Gibson, o termo designa o universo das redes digitais, no campo de batalha das empresas multinacionais. Ainda assim, a codificação digital seria uma característica importante, pois condiciona o caráter plástico, fluido, calculado e virtual da informação, que é marca distintiva do ciberespaço. A cibercultura, por sua vez, é definida como uma universalidade sem totalidade, universal, pois promove uma interconexão generalizada, mas ainda assim, sem totalidade, visto que detém todos os sentidos, não tendo uma homogeneidade.

A cibercultura seria a legítima herdeira da filosofia das luzes, propagando a fraternidade, a igualdade e a liberdade. Dessa forma, o movimento social aparece com bastante força na obra do filósofo francês, ao afirmar que é este que origina a cibercultura. O autor dá como exemplo a informática, que foi projetada para atender instituições burocráticas e multinacionais, mas teve como motor o desenvolvimento social através da apropriação pelos usuários domésticos. Todo o movimento da comunicação baseada na informática foi iniciado por um grupo de jovens no final dos anos de 1980. “Aqueles que fazem crescer o ciberespaço são em sua maioria anônimos, amadores dedicados a melhorar constantemente as ferramentas de softwares de comunicação e não os grandes nomes, chefes de governo [...]” (LÉVY, 1999, p. 126).

Ratificando as ideias de Lévy, André Lemos (2010) acredita que a cibercultura é construída justamente da união entre o social e o aparato tecnológico, adquirindo contornos mais claros com a utilização diária da tecnologia para fins de sociabilidade.

A cibercultura vai se caracterizar pela formação de uma sociedade estruturada através de uma conectividade telemática generalizada, ampliando o potencial comunicativo, proporcionando a troca de informações sob as mais diversas formas, fomentando agregações sociais. O ciberespaço cria um mundo operante, interligado por ícones, portais, sítios e home pages, permitindo colocar o poder de emissão nas mãos de uma cultura jovem, tribal, gregária, que vai produzir informação, agregar ruídos e colagens, jogar excesso ao sistema (LEMOS, 2010, p. 87).

O social, analisado pelo ponto de vista do indivíduo, aparece na cibercultura de forma instável e mutável. Segundo Lucia Santaella (2007), as identidades, nesse momento, são múltiplas e as linguagens adquirem um papel fundamental na constituição do *ser* que nunca está suturado ou fechado, mas é sempre excessivo e variado. “Assim, o ser humano é continuamente confrontado com novas possibilidades pelas mudanças constantes de horizontes e pontos de referência” (SANTAELLA, 2007, p. 94).

Em uma abordagem menos tecnicista, Lévy (1999) fraciona a cibercultura, com base na relação entre a tecnologia e a sociabilidade, em três etapas distintas, mas complementares: a interconexão, as comunidades virtuais e a inteligência coletiva. A interconexão é uma das mais fortes origens da cibercultura e ela, nesse contexto, é sempre preferível ao isolamento. “A conexão é um bem em si” (1999, p. 127) e o horizonte técnico é que todos tenham um endereço na internet.

As comunidades virtuais são prolongamentos da interconexão. São construídas a partir de afinidades, interesses e ideias em comum entre dois ou mais usuários, calcando-se em um relacionamento através de trocas, cooperações e discussões. Toda essa colaboração dá origem ao que o teórico chama de inteligência coletiva, que seria uma perspectiva espiritual, uma finalidade última. Ainda assim, é importante ressaltar que o ciberespaço não determina o desenvolvimento da inteligência coletiva, somente fornece um ambiente propício a ela.

A cibercultura assume, então, papel de destaque como matriz de sentido, pautando temas da sociedade, pois se envolve nas práticas de fazer e pensar o cotidiano. Ao passo que se tornou ubíqua, estando em toda a parte, produz efeitos na vida ordinária, nos negócios e na forma como a comunicação social acontece, agora em um sistema de trocas menos desigual entre produtores e consumidores. O jornalismo, nesta equação, compete pelo mesmo espaço, atenção e influência que os conteúdos amadores, em um ambiente com as mais variadas vozes, bem como intenções, que querem comunicar.

Este ambiente, no entanto, é terreno fértil para a proliferação das *fake news*. Hunt Allcott e Matthew Gentzkow (2017) definem o termo como conjunto de informações que são intencionalmente e verificadamente falsas e que podem levar o leitor a tomar decisões inadequadas. Apesar de ter ganhado notoriedade após os eventos que elegeram Donald Trump e os factoides que levaram a saída do Reino Unido da União Europeia, no episódio conhecido como Brexit, não são uma novidade. Prova disto é uma matéria de 1835, “Great Moon Hoax”, na qual o jornal *New York Sun* discorria sobre a existência de habitantes na Lua.

Se o conceito não é novo, sua atuação na cibercultura mostrou-se potencializada por um complexo cenário envolvendo cognição, sociabilidade e algoritmos que contribuem para uma vulnerabilidade informativa. Além de questões técnicas que favorecem o engajamento em textos falsos, frente a conteúdos verídicos, as mídias sociais podem ser facilmente exploradas através de sites fraudulentos, *softwares* de controle de perfis falsos e *bots*⁵.

As pessoas tendem a confiar nos seus contatos e serem manipulados a acreditar e divulgar conteúdos. Para deixar as coisas piores, esses ecos atingem facilmente aqueles com facilidade em acreditar em falsas informações. Além disso, a amplificação das *fake-news* através dos *bots* nas mídias sociais excedem a capacidade dos *fact-checking* (SHAO; CIAMPAGLIA; VAROL; FLAMMINI; MENCZER, 2017, p. 2, tradução nossa⁶).

As *fake news* podem ainda aparecer como conteúdos pagos visando beneficiamento de alguma pessoa ou instituição ou, até mesmo, através de rumores que não obtiveram a correta apuração jornalística. Com grande participação no processo informativo, abandonam a objetividade,

⁵ Ferramenta disfarçada de perfil falso que simula a ação humana na internet, como curtir ou compartilhar determinados conteúdos repetidamente a fim de disseminar a mensagem com agilidade. N.A.

⁶ Do original: “People tend to trust social contacts and can be manipulated into believing and spreading content produced in this way. To make matters worse, echo chambers make it easy to tailor misinformation and target those who are most likely to be believe it. Moreover, the amplification of fake news through social bots overloads our fact-checking”.

dando destaque a aspectos idealistas. Elas podem ser totalmente mentirosas ou vir camufladas com alguns fatos verídicos, o que causa mais dificuldade em sua distinção. Ambos os casos podem ser fortalecidos pela alta credibilidade que os veículos de comunicação tendem a transparecer, ainda que esta venha sendo posta em situação de descrença graças ao apelo emocional.

Dentre as *fake news* produzidas em 2018, duas chamaram a atenção pela popularidade que atingiram nas mídias sociais, bem como pelo seu teor sexual. A primeira versava sobre a distribuição de uma mamadeira com bico em formato de pênis em creches do interior de São Paulo, sob o pretexto de combate à homofobia. O vídeo que deu origem ao assunto, por sua vez, fazia referência ao ex-prefeito de São Paulo, Fernando Haddad, que na época concorria à presidência do Brasil, como mandatário da distribuição de tal item. Embora alguns usuários contestassem a veracidade do conteúdo, houve quem manifestasse indignação e revolta, confiando nas informações do autor.

Ó aqui, vocês que vota no PT, *Essa* aqui é a mamadeira distribuída na creche. Ó a marca aqui. Tá vendo? Distribuída na creche *pra* seu filho. Com a desculpa de combater a homofobia. Olha o bico como é. *Tá* vendo? O PT e Haddad pregam isso *pro* seu filho. Seu filho de 5, 6 anos de idade, vai beber mamadeira na creche com isso aqui. *Pra* combater a homofobia. Tem que votar em Bolsonaro, rapaz. Bolsonaro que é *pra* fazer o filho da gente homem e mulher. O PT e Haddad, Lula, Dilma, só quer isso aqui *pros* nossos filhos. Isso faz parte do kit gay, invenção de Haddad, viu? (ESTADÃO, 2018, online).

Até a sua *remoção* da rede pelo Tribunal Superior Eleitoral, juntamente com outras 100 publicações mentirosas sobre Haddad (SOUZA, 2018, online), o vídeo continha cerca de 5 milhões de visualizações e 100 mil compartilhamentos. Mesmo com o embargo legal, o conteúdo pode ser encontrado em diversos perfis espalhados pela rede, seja no *YouTube*, no *Facebook*, ou em *blogs* e *sites*.

Com uma temática bastante similar, a *fake news* apelidada de *kit gay* também foi bastante disseminada à época das eleições presidenciais de 2018. Ademais, ela chegou a ser veiculada em uma entrevista que o então candidato Jair Bolsonaro concedeu ao *Jornal Nacional* em agosto do mesmo ano. Também atribuídas a Fernando Haddad, o texto mentiroso discorria sobre a criação de um *kit gay* para crianças de 6 anos. O chamado *kit gay* fazia parte do projeto *Escola sem Homofobia*, que, por sua vez, estava no programa *Brasil sem Homofobia*, do governo federal, em 2004. Ele era voltado à formação de educadores, e não tinha previsão de distribuição do material para alunos. O programa, entretanto, não chegou a ser colocado em prática. Os vídeos sobre o assunto ainda circulam em páginas oficiais de Jair Bolsonaro, com cerca de 314,5 mil visualizações distribuídas em nove publicações⁷, e de apoiadores como Silas Malafaia, com 50 mil⁸.

⁷ “Haddad, o criador do kit-gay: Vamos mudar o rumo da educação”; “Kit gay II – Homossexualidade nas escolas públicas”; “Haddad, o criador do kit-gay: Vamos mudar o rumo da educação”; “Haddad e o kit-gay paulistano”; “Kit-gay II- Farra com dinheiro público”; “Kit-gay II – Dilma assina decreto”; “Bolsonaro convocará Ministro da Educação para discutir Kit-gay”; “Representante do MEC falando sobre o Kit-gay”; “Ministro da Justiça a favor do Kit-gay”; e “Parada gay consta de programa do PT”. Disponível no Canal oficial de Jair Bolsonaro no *YouTube*.

⁸ “Bolsonaro prova que Haddad é o pai do Kit Gay”. Disponível no canal oficial de Silas Malafaia no *YouTube*.

Cabe, por fim, ressaltar que o que se chamou de *kit gay*, em alguns lugares da *web*, pode ter alguns elementos (recortes) do material didático-educativo presente no *Kit anti-homofobia*, do projeto *Escola sem Homofobia*. Ainda assim, na maioria dos materiais disponíveis na internet o que se vê é a junção fragmentada de diferentes conteúdos, do Brasil e do exterior, governamentais ou não, para causar pânico moral em torno da *fake news* em questão. Entende-se, portanto, que o projeto *kit gay* nunca, de fato, existiu.

4 ENTRE KITS E MAMADEIRAS: MASCULINIDADE E FAKE NEWS NA CIBERCULTURA

As notícias falsas descritas acima são exemplos bastante concretos da repercussão inesperada de uma inteligência coletiva (LÉVY, 1999; LEMOS, 2010) que, organizada, agiu em prol da disseminação de conteúdos mentirosos via *Facebook*, *Twitter*, *YouTube*, *blogs* e *WhatsApp*. Se em um primeiro momento o ciberespaço foi visto como o paraíso do desenvolvimento cognitivo e social, como um espaço em que os usos criativos da rede serviriam em prol da fraternidade, da igualdade e da liberdade (LÉVY, 1999), no cenário atual percebe-se um bombardeamento de situações que indicam o oposto.

A sexualidade, enquanto arena política, sempre foi vista mais como uma ameaça e um constrangimento, do que como prazer e uso livre dos corpos (FOUCAULT, 2017). O que o *kit gay* e a *mamadeira erótica* colocam em pauta é justamente uma mentira que, apoiada em elementos que remetem à desestabilização de uma sexualidade tida como normal, desorganiza os sentidos e faz com que uma “notícia” em formato de meme ou uma corrente de *WhatsApp* se torne a “verdadeira verdade”. Não bastam instâncias legais confirmarem o teor falso das mensagens produzidas. Instaurar o pânico via uma ameaça sexual tem a força de esvaziar a capacidade de cognição e julgamento racional dos fatos.

Mais do que desestabilizar a sexualidade “saudável”, as *fake news* consideradas neste artigo articulam elementos centrais que podem explicar o sucesso de sua propagação. Um deles é a ênfase no discurso de que o candidato rival estaria interessado em construir um projeto que evocasse nas crianças uma sexualidade precoce. Historicamente, desde o fim do século XIX, com a psicologia adentrando o terreno das investigações policiais e das cortes norte-americanas, a patologização da homossexualidade é algo que se dá sob o argumento do cuidado com as crianças (RUBIN, 2003). O que vemos acontecer no Brasil, durante a campanha eleitoral de 2018, é justamente o mesmo discurso protecionista dos “filhos da pátria”, das “crianças da nação”.

Por mais de um século nenhuma tática para tratar da histeria erótica tem sido tão confiável quanto a proteção das crianças. A onda contemporânea de terror erótico se aprofundou ao máximo nas áreas nas quais se faz fronteira, mesmo que apenas simbolicamente, com a sexualidade dos jovens (RUBIN, 2003, p. 6).

De acordo com o teor dos conteúdos das falsas notícias, há algo pior do que as crianças terem contato com elementos que remetam à sexualidade: o fato de essa sexualidade ser *gay*. A homossexualidade, portanto, é colocada como corolária do fim da correção moral, é a dimensão a partir da qual a sociedade entraria em colapso. A criação de um pânico moral ao redor do *kit gay* e da *mamadeira erótica* reivindicam, portanto, a segurança da manutenção da heterossexualidade

Tais termos nos oferecem algumas considerações acerca da discussão em torno dos assuntos aqui tratados. A primeira diz respeito as palavras *professor*, *filma* e *doutrinação*, o que remete ao atual alvo dos conteúdos mentirosos e difamatórios. Não obstante, *mama*, *piroca* e *acreditou* mostram certo escárnio àqueles que confiaram no vídeo sobre a suposta *mamadeira erótica* nas creches. Neste cenário, ratifica-se o entendimento de que as *fake news* visam o beneficiamento de algum personagem e, principalmente, quem são os seus principais alvos. Estas repercussões demonstram o caráter incerto das disputas de sentidos que se delineiam nas tecituras do ciberespaço e estas notícias falsas, referentes à promoção da homossexualidade masculina, abrem espaço para outras contestações de cunho político e ideológico.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O ciberespaço, na visão de Lévy (1999), traduz e propicia uma evolução da civilização. O autor não somente acredita nas possibilidades do favorecimento técnico de uma inteligência coletiva, mas aposta no uso social da cibercultura como elemento característico de uma retomada do iluminismo na valorização da razão e do esclarecimento através do raciocínio humano, da liberdade e da igualdade.

No entanto, é neste espaço ubíquo de comunidades virtuais e de inteligência coletiva que as *fake news* ganharam destaque e influência, visto sua relevância nos debates contemporâneos e na eleição presidencial de 2018. Estes factoides, para chamarem atenção dos sujeitos imersos no ciberespaço, apelam para questões que lhe são caras ou fundamentais para a própria constituição do indivíduo como *ser* político e social.

Dessa forma, os discursos criados em torno do *kit gay* e da *mamadeira erótica* – em questão de influência na decisão do voto, inserção e propagação na cibercultura e aproximação com as noções de masculinidade – mostram-se sintomáticos para um maior entendimento das relações hegemônicas do homem masculino heterossexual como padrão de conduta. Ademais, ratificam o entendimento de que a norma heterossexual (LOURO, 2008) emana de todos os lugares, até mesmo daqueles em que a desinformação e a distorção dos fatos são elementos basilares.

Vale ressaltar que ambos os factoides têm como principais propagandistas, e beneficiários, homens heterossexuais em contextos heterossexistas e reivindicam uma pretensa proteção às crianças, além da manutenção de uma ordem heteronormativa (MISKOLCI, 2015). Colocam, por conseguinte, a homossexualidade masculina como um perigo para a saúde, para a ordem social e para a moral coletiva dos *autoproclamados* cidadãos de bem e suas proles. Sob pretextos protecionistas, apelam para uma falsa patologização (SEDGWICK, 1990) e solidificam a percepção de que essas *fake news* tinham um alvo e um objetivo a ser cumprido.

A indignação social, portanto, revela-se como uma negação de quaisquer aproximações com os *desvios* homossexuais e corrobora o entendimento de que parte da sociedade acredita em uma pseudo-superioridade, um distanciamento, entre o masculino e o feminino, entre o *hétero* e o *gay*. Mais ainda, mostra como o ciberespaço fornece condições técnicas para proliferação de ideias e comunidades virtuais que compactuam contra a diversidade.

O sexo, como já discutido, é o pano de fundo para uma política de corpos andro-heterocentros e homofóbicos, que se utilizam de *fake news* e da sua divulgação em nome de um medo de perder o controle e a hegemonia do espaço público. Logo, na contramão de um uso em prol da justiça social, do progresso e do respeito à diversidade, as *fake news* funcionam como um desserviço à ordem democrática. Utilizando de argumentos falsos de forte apelo emocional, apropriam-se de fatos e deslocam o seu sentido para atacar aquilo que mais temem: a homossexualidade.

REFERÊNCIAS

ALLCOTT, H; GENTZKOW, M. Social media and fake news in the 2016 election. **Journal of Economic Perspectives**. v.31, n.2

ANCINE. Televisão encolhe nos últimos quatro anos. **Agência Nacional do Cinema**. ANCINE. 2016. [online]. Disponível em: <https://www.ancine.gov.br/> . Acesso em: 20 ago. 2017.

BOURDIEU, P. **A dominação masculina**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

BUTLER, J. **Cuerpos que importan**. Sobre los limites materiales y discursivos del “sexo”. Buenos Aires: Paidós, 2008.

BUTLER, J. **Problemas de gênero**. Feminismo e subversão da identidade. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

ESTADÃO. ‘Mamadeiras eróticas’ não foram distribuídas em creches pelo PT. Estadão Verifica. 2018. [online]. Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/blogs/estadao-verifica/mamadeiras-eroticas-nao-foram-distribuidas-em-creches-pelo-pt/> . Acesso em: 29 abr. 2019.

FGV-SP. 28ª Pesquisa Anual de Administração e Uso de Tecnologia da Informação nas Empresas. **Fundação Getúlio Vargas de São Paulo**. FGV-SP. 2016. [online]. Disponível em: <http://portal.fgv.br/> . Acesso em: 25 set. 2017.

FOUCAULT, M. **História da sexualidade: A vontade de saber**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2017.

HOOTSUITE. Rede sociais 2017. **Hootsuite**. 2017. [online]. Disponível em: <https://hootsuite.com/pt/> . Acesso em: 20 ago. 2017.

IBGE. Mercado editorial brasileiro. Instituto brasileiro de Geografia estatística. **IBGE**. 2016. [online]. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/> . Acesso em: 25 ago. 2017.

IVC BRASIL. Maiores jornais impressos sofrem queda de circulação. **Instituto verificador de comunicação**. IVC Brasil. 2017. [online]. Disponível em: <https://www.ivcbrasil.org.br/#/home> . Acesso em: 25 Set. 2017.

KELLNER, D. **A cultura da mídia: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. Santa Catarina: EDUSC, 2001.

LEMOS, A. **Cibercultura**. Tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 2010.

LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34 Ltda, 1999.

LOURO, G. L. Gênero e Sexualidade: pedagogias contemporâneas. In: **Revista Pró-posições**. v.19, n.2. maio/ago., 2008. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/pp/v19n2/a03v19n2.pdf> . Acesso em: 30 abr. 2019.

MARTINS, M. de L. Do funcionamento dos media a crise da modernidade: o espaço público e os seus simulacros. In: **Estado e comunicação**. Portugal: Casa das musas, 2008.

MISKOLCI, R. Discreto e fora do meio – Notas sobre a visibilidade sexual. In: **Cadernos Pagu**. Ano 44. jan./jun., 2015. Disponível em: <http://www.ufscar.br/cis/2015/06/discreto-e-fora-do-meio-notas-sobre-a-visibilidade-sexual-contemporanea/> . Acesso em: 28 abr. 2019.

MISKOLCI, R.; PELÚCIO, L. Esse não mais obscuro negócio do desejo (Prefácio). In: Perlongher, N. **O negócio do michê: a prostituição viril em São Paulo**. São Paulo: Perseu Abramo, 2008.

MURARO, R.; BOFF, L. **Feminino e masculino: uma nova consciência para o encontro das diferenças**. Rio de Janeiro: Sextante, 2002.

MUSSO, P. Ciberespaço, figura reticular da utopia tecnológica. In: MORAES, D. (org.). **Sociedade Midiatizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

RUBIN, G. Pensando sobre sexo: Notas para uma teoria radical da política da sexualidade. **Cadernos Pagu**, n. 21, pp. 1-88, 2003.

SANTAELLA, L. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.

SEDGWICK, E. K. **Epistemology of the Closet**. California: University of California Press, 1990.

SEFFNER, F. **Derivas da masculinidade: representação, identidade e diferença no âmbito da masculinidade bissexual**. Tese (doutorado) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS, Brasil, 2003.

SHAO, C.; CIAMPAGLIA, G. L.; VAROL, O.; FLAMMINI, A.; MENCZER, F. The spread of fake news by social bots. **Journal of economic perspectives**. v.31, n.2.

SOUZA, A. Campanha de Haddad pede ao TSE remoção de mais de 100 *Fake News*. **O Globo**. 2018. [online]. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/campanha-de-haddad-pede-ao-tse-remocao-de-mais-de-100-fake-news-23131182> . Acesso em: 27 mar. 2019.

VOSOUGHI, S.; ROY, D.; ARAL, S. The spread of true and false news online. **Science**. Vol. 359. Issue 6380. pp. 1146-1151. 2018. [online]. Disponível em: <https://science.sciencemag.org/content/359/6380/1146.full> . Acesso em: 08 maio 2019.

WELZER-LANG. D. A construção do masculino: dominação das mulheres e homofobia. In: **Estudos feministas**. Ano 4, 460, 2001. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ref/v9n2/8635.pdf>. Acesso em: 27 mar. 2019.

Revisão gramatical realizada por: Jessé Carvalho Lebkuchen

E-mail: jesse.lebkuchen@edu.pucrs.br