

## **Pesquisa Exploratória sobre *Firehosing* em relação à comunicação política<sup>1</sup>**

Luana Dias KASPER<sup>2</sup>  
Prof<sup>o</sup>. Dr. Marco Bonito<sup>3</sup>

Universidade Federal do Pampa - UNIPAMPA, São Borja, RS

### **RESUMO**

O presente artigo é fruto dos primeiros passos nas trilhas de pesquisa para o Trabalho de Conclusão de Curso em Publicidade e Propaganda e mapeou estudos, investigações e pesquisas associadas ao conceito de *firehosing* ou *firehose* com relação à comunicação política, considerando que é uma tática de propaganda que fora bastante utilizada nas últimas eleições mundiais. A metodologia realizada foi de uma pesquisa exploratória em repositórios científicos, bem como uma análise quali-quantitativa dos dados coletados, elencando o percentual de artigos encontrados e disponibilizando os links diretamente para cada um dos artigos que foram selecionados pelo viés do interesse da pesquisa.

**PALAVRAS-CHAVE:** *firehosing*; política; tática de comunicação; estratégia comunicacional; propaganda.

### **INTRODUÇÃO**

O agente norteador do presente artigo corresponde ao método de comunicação chamado de *firehosing* - derivada de *firehose* - e visa mapear estudos associados à este com relação à política, tendo em vista que atualmente fora bastante utilizada como estratégia de propaganda política.

O termo não possui tradução para o português por ser uma expressão metafórica para melhor compreensão do que se trata a tática. Porém, de modo literal, entende-se

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na IJ 2 – Publicidade e Propaganda do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 20 a 22 de junho de 2019.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 7º semestre do Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Pampa - UNIPAMPA, e-mail: [luanakasper@gmail.com](mailto:luanakasper@gmail.com).

<sup>3</sup> Orientador do trabalho: Prof. Marco Bonito; Doutor em Processos Comunicacionais pela Unisinos e Mestre em Cultura Midiática pela UNIP, Professor do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Pampa - UNIPAMPA, e-mail: [marcobonito@gmail.com](mailto:marcobonito@gmail.com). Repositório científico: [www.marcobonito.academia.edu](http://www.marcobonito.academia.edu). Redes sociais: @marcobonito.

---

como “mangueira de incêndio”. A significação do termo é dada, pois essa estratégia de comunicação trata-se de um fluxo constante de informações divulgadas em diferentes canais de comunicação, tal qual tamanho fluxo impeça a defesa de uma outra perspectiva.

Os primeiros estudos sobre *firehosing* com relação à política, começaram com a *Rand Corporation (Reserach ANd Development)*<sup>4</sup>, um *think tank*<sup>5</sup> norte-americano, que desenvolveu uma análise a partir da máquina de propaganda de Vladimir Putin<sup>6</sup> entre 2008 e 2014. Nessa análise foram apontados os quatro aspectos que se configuram como os pilares do *firehose*, sendo eles: o alto volume de conteúdo; produção rápida, contínua e repetitiva; sem comprometimento com a realidade e sem consistência no que diz entre os discursos. No intuito de fazer com que a opinião pública valide a informação e desconfie menos do conteúdo, visa propagar tais informações em múltiplas plataformas, ao mesmo tempo, assim criando uma sensação de legitimidade, uma espécie de monopólio da primeira impressão.

## CONTEXTUALIZAÇÃO

O processo de contextualização de uma pesquisa acadêmica é de extrema magnitude, com esse é definido as relações entre o objeto estudado e a realidade no qual está inserido, fundamental para formulação do problema. Além de ser o processo responsável pela reflexão e aprofundamento da pesquisa, conseqüentemente atribuindo valor científico ao projeto, como explica o Professor Efendy Maldonado:.

*A contextualização* permite uma *visão* abrangente e ao mesmo tempo particular, e situa o *contexto do problema* como articulador dos outros contextos na estruturação da pesquisa. Ela fortalece aspectos históricos, culturais, éticos, sociais e políticos da investigação, evitando que seja reduzida a um exercício abstrato, ou a um jogo repetitivo de palavras solenes, sem vínculos com a realidade da região, do país e do mundo. (MALDONADO, 2011, p.281)

---

<sup>4</sup> Pesquisa e Desenvolvimento. Entidade que realiza pesquisas e análises para o Departamento de Defesa dos Estados Unidos.

<sup>5</sup> Instituições de natureza investigativa/reflexiva cujo o objetivo é produzir e difundir informações sobre políticas públicas (governamental, ideológico/causa e científico).

<sup>6</sup> Presidente da Rússia.

---

A contextualização permite a compreensão histórica do objeto de pesquisa. Concede uma concepção ampla, porém no desenrolar-se, funciona como que uma espécie de afunilamento, garantindo uma visão específica, caracterizando-o com a realidade do âmbito em que está inserido.

Durante a Guerra Russo-Georgiana, em 2008, ocorreu um desenvolvimento referente à abordagem da propaganda russa. Prática a qual se manteve presente durante a anexação da península Crimeia, em 2014. Esse comportamento - por via - baseia-se em técnicas utilizadas na Guerra Fria Soviética - como se apropriar de diferentes mídias para a divulgação do conteúdo e fluxo constante de informações em diferentes canais - em relação aos interesses propagandistas e o alcance de alvos sem que esses percebam que foram atingidos. Em contrapartida - pertinente a era da informação - tal abordagem é completamente nova e beneficiada com as peculiaridades provenientes dessa era.

A máquina de propaganda russa apropriou-se da tecnologia e mídias disponíveis - inexistentes na Guerra Fria - e as tornou suas ferramentas para propagar e caracterizar seu novo modelo de propaganda, ignorando o método tradicional, como cita Christopher Paul e Miriam Matthews:

*Despite ignoring these traditional principles, Russia seems to have enjoyed some success under its contemporary propaganda model, either through more direct persuasion and influence or by engaging in obfuscation, confusion, and the disruption or diminution of truthful reporting and messaging. (PAUL; MATTHEWS, 2016, p. 2)<sup>7</sup>*

Essa abordagem aparenta ter sucesso devido ao engajamento que as mídias digitais possuem, possibilitando a atuação em diversas plataformas ao mesmo tempo, sem a necessidade de se utilizar dos meios tradicionais de propaganda.

Justamente no auge das eleições presidenciais dos Estados Unidos da América em 2016, foi divulgado o documento pela *Rand Corporation*, sobressaltando essa tática de comunicação, chamada de *Firehose of Falsehood*<sup>8</sup>. Excentricamente, nota-se

---

<sup>7</sup> Tradução: “Apesar de ignorar esses princípios tradicionais, a Rússia parece ter tido algum sucesso sob seu modelo de propaganda contemporânea, seja por meio de persuasão e influência mais direta, seja por engajar-se em ofuscação, confusão e interrupção ou diminuição de reportagens e mensagens verdadeiras”.

<sup>8</sup> Mangueira de falsidade.

---

algumas semelhanças das estratégias nessas eleições com o que há dito no documento publicado. Após dois anos, ocorreram as eleições presidenciais do Brasil - em 2018 - em que também há traços com o modelo de propaganda abordado.

Sendo assim, constata-se que pode haver uma possível tendência para a propaganda política - pertinente a era da informação - devido ao alcance que as mídias sociais proporcionam, conseguindo, por vezes, ocultar a credibilidade das mídias tradicionais. Além do constante fluxo e da alta velocidade de informações que essas permitem, tornando essa tática estável e eficaz, difícil de ser interrompida.

## **METODOLOGIA**

A metodologia constitui-se de um estudo da organização, em que são dadas as diretrizes a serem percorridas durante a pesquisa. Aspecto em que encaminha os procedimentos da construção do estudo. Bonin (2011) afirma que este procedimento também possibilita gerar elementos para embasar as opções referentes à amostragem e/ou *corpus* da pesquisa e à definição de procedimento de coleta de dados. Ou seja, o processo de investigação sobre o tema a ser trabalhado, trilhando os caminhos de raciocínio que o objeto investigado requer.

Para esta pesquisa - especificamente - o processo metodológico escolhido trata-se da pesquisa exploratória que consiste em um levantamento bibliográfico sobre o assunto. Esse modelo de pesquisa tem por objetivo propiciar um maior domínio sobre o tema. Bonin (2011) define de modo simplificado, que implica um movimento de aproximação ao fenômeno concreto a ser investigado buscando perceber seus contornos, suas especificidades, suas singularidades. Logo, um levantamento de dados, mapeando o campo de pesquisa, onde possibilita a familiarização com o objeto/problema em construção.

Durante a pesquisa de cada um dos termos - para controle dos dados obtidos - foi elaborada uma tabela em que há oito itens a serem preenchidos de acordo com o que foi encontrado em cada repositório, referente a cada palavra-chave.

Repositórios	Palavras-chave	Total	Total relacionados à comunicação política	Em PT/BR	Outras línguas	Gratuito	Pago
<a href="#">Academia.edu</a>	<i>firehosing</i>	11	-	-	-	0	11
<a href="#">Academia.edu</a>	<i>firehose</i>	1.301	0%	0	12	12	1.289
<a href="#">Academia.edu</a>	<i>firehose + political advertising</i>	347	100%	0	131	131	216
<a href="#">Academia.edu</a>	<i>firehose of falsehood</i>	110	0,20%	0	39	39	71
<a href="#">Academia.edu</a>	<i>firehose + propaganda política</i>	91	100%	2	78	80	11
<a href="#">Academia.edu</a>	<i>firehosing + publicidade</i>	3	-	-	-	0	3
Google Acadêmico	<i>firehosing</i>	123	0,62%	1	122	123	0
Google Acadêmico	<i>firehose</i>	22.700	0,01%	51	22.649	22.700	0
Google Acadêmico	<i>firehose+ political advertising</i>	3.040	92%	1	3.039	3.040	0
Google Acadêmico	<i>firehose of falsehood</i>	421	88%	2	419	421	0
Google Acadêmico	<i>firehose + propaganda política</i>	64	31,25%	15	49	64	0
Google Acadêmico	<i>firehosing + publicidade</i>	0	-	-	-	-	-
SciELO	<i>firehosing</i>	0	-	-	-	-	-
SciELO	<i>firehose</i>	0	-	-	-	-	-
SciELO	<i>firehose + political advertising</i>	0	-	-	-	-	-
SciELO	<i>firehose of falsehood</i>	0	-	-	-	-	-
SciELO	<i>firehose + propaganda política</i>	0	-	-	-	-	-
SciELO	<i>firehosing + publicidade</i>	0	-	-	-	-	-
BDTD <sup>9</sup>	<i>firehosing</i>	0	-	-	-	-	-
BDTD	<i>firehose</i>	1	0%	1	0	1	0
BDTD	<i>firehose + political advertising</i>	0	-	-	-	-	-
BDTD	<i>firehose of falsehood</i>	0	-	-	-	-	-
BDTD	<i>firehose + propaganda política</i>	0	-	-	-	-	-

<sup>9</sup> Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações

BDTD	<i>firehosing</i> + publicidade	0	-	-	-	-	-
------	------------------------------------	---	---	---	---	---	---

Tabela I - Coleta de Dados

Após serem elencados quatro repositórios de pesquisas científicas e feita a coleta de dados, foram selecionados títulos relevantes para a pesquisa. Sendo eles:

Repositórios + Palavras-chave	Títulos relevantes selecionados
Academia.edu “ <i>firehose</i> ” + “ <i>political advertising</i> ” (347 resultados)	<p><a href="#"><i>Negative Political Advertising: It’s Impact on Voters;</i> (RUN; WENG; MING, 2013);</a></p> <p><a href="#"><i>Political advertising in the crossroad of political pragmatism and political ideology;</i> (KISSAS. A, 2015);</a></p> <p><a href="#"><i>MEDIA, POLITICAL ADVERTISING AND ELECTION CAMPAIGNING IN RUSSIA;</i> (SAMOILENKO; ERZIKOVA, 2017);</a></p> <p><a href="#"><i>The Content and Effect of Political Advertising in U.S. Campaigns;</i> (MOTTA; FOWLER, 2016);</a></p> <p><a href="#"><i>Changing Times: Political Advertising and Information Seeking in an Era of Viewer Choice.</i> (GEER; LAU; VAVRECK, 2010);</a></p>
Academia.edu “ <i>firehose of falsehood</i> ” (110 resultados)	<p><a href="#"><i>Falsehood of Political Correctness and Censorship in Disguise;</i> (ANDJELKOVIC, 2015);</a></p> <p><a href="#"><i>Fake News as a Floating Signifier: Hegemony, Antagonism and the Politics of Falsehood.</i> (FARKAS; SCHOU, 2018);</a></p> <p><a href="#"><i>Political Communications in the “Fake News” Era: Six Lessons for Europe;</i> (TWOREK, 2017);</a></p>
Google Acadêmico “ <i>firehose</i> ” (22.700 resultados)	<p><a href="#"><i>The Russian “Firehose of Falsehood” Propaganda Model;</i> (PAUL; MATTHEWS, 2016);</a></p> <p><a href="#"><i>Ciberespaço como domínio de operações militares: a perspectiva dos Estados Unidos da América.</i> (SANTOS, 2018);</a></p>
Google Acadêmico “ <i>firehose</i> ” + “ <i>political advertising</i> ” (3.040 resultados)	<p><a href="#"><i>The future of political warfare: Russia, the West, and the coming age of global digital competition;</i> (POLYAKOVA; BOYER, 2018);</a></p> <p><a href="#"><i>Networks of Isolation: The Case of Donald J. Trump, Facebook, and the Limits of Social</i></a></p>

	<a href="#"><i>Movement Theory.</i> (STIMMEL, 2018);</a>
Google Acadêmico “firehose of falsehood” (421 resultados)	<a href="#"><i>The Russian “Firehose of Falsehood” Propaganda Model;</i> (PAUL; MATTHEWS, 2016);</a>  <a href="#"><i>The future of political warfare: Russia, the West, and the coming age of global digital competition;</i> (POLYAKOVA; BOYER, 2018);</a>  <a href="#"><i>The Russian Battlespace of the Mind;</i> (KENNEDY, 2017);</a>  <a href="#"><i>Russian Disinformation and Propaganda: Old Strategy in a New Cover?;</i> (ARABDIZE, 2018);</a>  <a href="#"><i>The Weponization of Information;</i> (WALTZMAN, 2017);</a>
Google Acadêmico “firehose” + “propaganda política” (64 resultados)	<a href="#"><i>Early and Often: Can real-time intervention by trusted authorities help stop a tsunami of desinformation?;</i> (ZEITVOGEL, 2018);</a>

Tabela II - Repositórios e títulos relevantes

Após a coleta de informações e dados pertinentes, realiza-se uma análise descrita sobre cada termo e o que foi encontrado; comparação e estudo das palavras-chave e repositórios. Por fim, um diagnóstico geral do mapeamento realizado com as informações obtidas.

## RESULTADOS E ANÁLISE DE DADOS OBTIDOS

Buscando realizar uma investigação expressiva, posteriormente à pesquisa nos repositórios científicos, foram analisado os dados pertinentes à estes, conforme visto na tabela I. Considerando que em cada um dos quatro repositórios, foram utilizados seis termos para exploração científica.

Referente ao termo “*firehosing*”, no Academia.edu foram encontrado 11 artigos, porém todos esses possuem acesso *premium*, ou seja, pago. Impossibilitando o mapeamento destes para essa pesquisa. Já no Google Acadêmico, foram encontrados 123 artigos, sendo eles 122 em outras línguas e todos com acesso gratuito. Aproximadamente cerca de 0,62%<sup>10</sup> desses relacionado à comunicação política, sendo

<sup>10</sup> Porcentagem retirada a partir de uma regra de 3 com o total de pesquisas encontradas.



apenas um deles em português. Porém, o *link* direciona à uma matéria totalmente destoante do tema pesquisado. Como mostra os *prints*<sup>11</sup> a seguir:

[HTML] Mais Filtrados

SB Adoue - diplomatique.org.br

... por Leonardo Lusitano. GOVERNO BOLSONARO. Populismo, golden shower e **firehosing**. Online | Brasil. Passado o alarde inicial, o núcleo político do governo federal parece ter chegado à ... por Leandro Gavião e Alexandre Arbex. TRAGÉDIAS ANUNCIADAS ...

☆ 📄 Artigos relacionados Todas as 2 versões 🔗

[HTML] diplomatique.org.br



Imagem 1 - Pesquisa no Google Acadêmico



Imagem 2 - Página direcionada

Nos repositórios SciELO e BDTD - Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações relativo à palavra-chave “*firehosing*” não foi encontrado nenhuma pesquisa.

No que diz respeito ao termo “*firehose*”, no Academia.edu, foi encontrado um total de 1.301 documentos relacionados, desses apenas 12 de acesso gratuito e 1.289 com acesso pago. Nenhum deles relacionados à comunicação política. Google Acadêmico, total de 22.700 pesquisas, sendo dessas aproximadamente 0,01%<sup>12</sup>

<sup>11</sup> *Print Screen*: Tecla comum nos computadores, quando pressionada, captura em forma de imagem tudo o que está na tela.

<sup>12</sup> Porcentagem retirada a partir de uma regra de 3 com o total de pesquisas encontradas.



---

relacionadas com comunicação política. Apenas 51 em português e 22.649 em outras línguas. Na BDTD<sup>13</sup> foi mapeado apenas um documento, porém não referente a comunicação política. SciELO não foi encontrado nenhuma pesquisa à respeito.

Referente à palavra-chave “*firehose*” + “*political advertising*”. Academia.edu um total de 347 artigos, 131 de acesso gratuito, todos relacionados a comunicação política e 216 possuindo acesso pago. Desses de acesso gratuito, nenhum em português foi encontrado. No Google Acadêmico 3.040 pesquisas relacionadas, sendo dessas em torno de 92% referente a comunicação política e apenas uma em português. SciELO e BDTD não possuem pesquisas relacionadas aos termos.

Ao pesquisar “*firehose of falsehood*” no Academia.edu foram encontrados 110 documentos. 71 de acesso pago e 39 possuindo acesso gratuito. Desses de acesso gratuito cerca de 0,20%<sup>14</sup> são relacionados a comunicação política e todos em outras línguas. Google Acadêmico 421 pesquisas encontradas, cerca de 88% relacionadas à comunicação política, porém sendo em sua maioria citações do artigo *The Russian “Firehose of Falsehood” Propaganda Model* da *RAND Corporation*. Desses encontrados, apenas 2 em português. Na BDTD e SciELO não foram encontrados documentos referentes.

A junção dos termos “*firehose*” + “propaganda política” no Academia.edu resulta em 91 artigos, 11 deles de acesso pago e 80 de acesso gratuito, desses gratuitos 100% referentes à comunicação política. Apenas 2 em português. No Google Acadêmico fora encontrado 64 pesquisas, sendo elas 15 em português e 49 em outras línguas. Cerca de 31,25%<sup>15</sup> referente à comunicação política. Nos repositórios BDTD e SciELO a junção dos termos não revelou nenhum resultado.

Referente aos termos “*firehosing*” + “publicidade” resulta no Academia.edu em 3 documentos, sendo eles de acesso pago, impedindo o mapeamento desses para esta pesquisa. No Google Acadêmico, SciELO e BDTD não foi houve nenhum resultado.

Mapeando os dados coletados percebe-se que os documentos relacionados com a comunicação política, em sua grande maioria, referia-se a análises de campanhas

---

<sup>13</sup> Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações.

<sup>14</sup> Porcentagem retirada a partir de uma regra de 3 com o total de pesquisas encontradas.

<sup>15</sup> Porcentagem retirada a partir de uma regra de 3 com o total de pesquisas encontradas.

---

políticas ou análises discursivas, poucas dizia a respeito - especificamente - das estratégias relacionadas a propaganda. Na procura de pesquisas sobre o próprio *firehosing*, poucos resultados, as que possuíam o termo, geralmente eram breves citações do estudo realizado pela *RAND Corporation*<sup>16</sup>. Também foram encontrados documentos que faziam referência ao *firehose*, porém possuíam um outro termo agregado, o de *Fake News*<sup>17</sup>. Sendo assim, foram selecionados 16 artigos relevantes para o termo aqui pesquisado, sendo apenas um em português. Esses são referentes à táticas de comunicação, envolvendo anúncios negativos; desinformação; *fake news*; ideologia nas propagandas políticas; o impacto dessas; mudança de tempo; a era da escolha do espectador; competição digital; além de cases relacionados a estratégia de propaganda.

## CONSIDERAÇÕES E PROPOSIÇÕES FINAIS

Por consequência das análises dos dados obtidos acerca da pesquisa exploratória percebe-se uma defasagem em estudos sobre essa tática de propaganda política, principalmente, no que diz respeito ao contexto brasileiro, especificamente na área de comunicação. Dos estudos relacionados com a temática, foi encontrado apenas um - em português - relevante para a continuidade dessa pesquisa. Também é possível identificar que dentre esses documentos elencados nas tabelas acima, todos são pesquisas extremamente atuais, o mais antigo encontrado foi um publicado em 2010.

Ao entender *firehosing* como mangueira de informação, por o seu fluxo constante e em diferentes canais. Podemos analisar, através dessa pesquisa exploratória, que os primeiros estudos acerca do *firehose* - propriamente dito - se deu pela *RAND Corporation* em 2016. Estudos posteriores são, majoritariamente, apenas relacionados com essa tática, não trazendo uma análise a respeito nem a terminologia em si.

Essa abordagem de propaganda se baseou em algumas técnicas utilizadas na Guerra Fria Soviética, como apropriar-se de diferentes meios de comunicação e o fluxo constante nesses. Sendo assim, sendo um comportamento já conhecido, porém é

---

<sup>16</sup> Pesquisa e Desenvolvimento. Entidade que realiza pesquisas e análises para o Departamento de Defesa dos Estados Unidos.

<sup>17</sup> Notícias falsas: consiste no ato de distribuição deliberada de desinformação ou boatos.

---

totalmente novo quando analisado no atual contexto (era da informação), pois é beneficiada pelas particularidades provenientes dessa era. Ao unir o comportamento já conhecido com o atual contexto que estamos inseridos, cria-se um modelo de propaganda totalmente novo e que aparentemente se mostrou eficaz, até onde se foi analisado dentro da pesquisa exploratória.

Com os dados obtidos durante essa pesquisa, será possível recorrer a outras metodologias de pesquisa, visando aprofundar-se intrinsecamente na temática. Na tentativa de entender a ausência de estudos a respeito dessa estratégia no Brasil, já que é um tema que começou a ser discutido/pesquisado recentemente. Procurando identificar se há, de fato, uma tendência para a propaganda política mundial.

Após a realização da - atual - pesquisa exploratória, os próximos passos para o aprofundamento acerca do objetivo de pesquisa, são respectivamente: a pesquisa da pesquisa; pesquisa teórica e pesquisa bibliográfica. A fim de elaborar o Projeto de Pesquisa do Trabalho de Conclusão de Curso.

## REFERÊNCIAS

MALDONADO, E. A; BONIN, A. J. **Metodologias de Pesquisa em Comunicação**. Porto Alegre: Ed. Meridional, 2011.

PAUL, C; MATTHEWS, M. **The Russian “Firehose of Falsehood” Propaganda Model**. RAND Corporation, 2016.

## LINKS EXTERNOS

CNPq, Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico. **Scientific Electronic Library Online - SciELO**. 1997. Disponível em: <<https://www.scielo.org/>>.

GOOGLE. **Google Acadêmico**. 2004. Disponível em: <<https://scholar.google.com.br/>>.

IBICT, Instituto Brasileiro de Informação e Ciência e Tecnologia. **Biblioteca Brasileira de Teses e Dissertações - BDTD**. 2002. Disponível em: <<http://bdtd.ibict.br/>>.

PRICE, R. **Academia.edu**. 2008. Disponível em: <<http://www.academia.edu/>>.