



A internet, a democracia e a captura das paixões

The Internet, Democracy and the Manipulation of Passions

DOI: 10.23925/1806-9029.36i1(65)67286

Autora: Daniela Theuer - Doutora em Ciências Sociais (Ciência Política) pela Faculdade de Economia e Ciências Sociais da Universidade de Tübingen. E-mail: daniela.theuer@tutamail.com; Orcid <https://orcid.org/0009-0006-2964-7854>.

Resumo

Por que e de que forma as redes digitais de comunicação e informação tiveram, além de seus aspectos informativos e de conexão, um forte efeito de polarização social e impacto negativo sobre a democracia? Este é um tema complexo e multifacetado. O presente artigo discute como as práticas adotadas pelas grandes corporações digitais contribuíram com a ascensão e amplificação de movimentos autoritários. Diversos fatores levam a este fenômeno, incluindo 1) a estrutura capilarizada da internet, que levou a uma fragmentação da base informacional; 2) a lógica econômica extrativista da nova economia digital com seus algoritmos que buscam maximização de lucro, direcionando os usuários a conteúdos conspiracionistas, recompensando engajamento de qualquer teor e aglomerando pessoas e grupos originalmente distintos; e 3) técnicas viciantes. Por conta das recompensas a conteúdos estridentes e polarizadores e a exploração dos afetos na rede, o resultado parece inevitável. Isto não significa que a trajetória não possa ser alterada.

Palavras-chave: Democracia. Algoritmo. Redes Sociais. Autoritarismo. Polarização.

Abstract

Why and how have digital communication and information networks had, in addition to their informative and connecting aspects, a strong effect of social polarization and a negative impact on democracy? This is a complex and multifaceted topic. This article discusses how practices adopted by large digital corporations contributed to the rise and amplification of authoritarian movements. Several factors led to this phenomenon, including 1) the capillarized structure of the internet, which has led to a fragmentation of the information base; 2) the extractive economic logic of the new digital economy with its algorithms that seek to maximize profit, directing users to sensationalist and conspirational content, rewarding engagement and bringing together originally distinct people and groups; and 3) addictive techniques. Because of the rewards for strident, polarizing content and the exploitation of affects online, the outcome seems inevitable. This does not mean that the trajectory cannot be changed.

Keywords: Democracy. Social Networks. Algorithm. Authoritarianism. Political polarization.

JEL: D72, D83, L86, O33



Introdução

Nos anos 2000, uma chamada “onda rosa” tomou conta da América Latina (Lissardi, 2022)¹. O surgimento de novos atores políticos a nível nacional ocorria em um contexto de crescente questionamento ao modelo econômico neoliberal dominante a partir da década de 1980, com as políticas de Ronald Reagan nos Estados Unidos da América e de Margareth Thatcher na Grã-Bretanha. Essa ideologia pregava o Estado mínimo, o desmantelamento de sindicatos, a abertura comercial, e levou à crescente financeirização da economia. Essa “onda” encontraria, nos anos 2010, um contramovimento não apenas à direita, mas de uma nova extrema-direita ascendente (que, no caso do Brasil, chegou ao poder em 2018). Como ondas antagônicas se encontrando em um mar turbulento, discursos se chocaram, a nível individual, social e político. No Brasil, após um período de bonança (devido, parcialmente, ao boom de *commodities* puxado pelo crescimento da China), a ampliação de políticas sociais foi substituída por crises financeiras e políticas, passando pelo impedimento e uma presidente e a ascensão de um movimento de matiz autoritária, com ataques à imprensa, intelectuais, artistas, ONGs, populações indígenas e fortemente à população LGBT+. Acompanhava esse movimento uma polarização social e crescente onda de crenças em movimentos negacionistas, conspiratórios e difamações as mais diversas, incluindo de alguns grandes empresários, como George Soros ou, mais recentemente, Bill Gates.² A ascensão destes movimentos ocorre não apenas na América Latina, mas também em países da Europa, Ásia e América do Norte, por exemplo, e em alguns casos a transformação dos países em autocracias já está ocorrendo ou ocorreu. A pergunta é: como chegamos até aqui?

Propõe-se, neste artigo, analisar a influência do modo de funcionamento das tecnologias digitais de comunicação, em especial redes sociais como Facebook e Instagram e plataformas de vídeo como o YouTube, na ascensão de políticos, dentro do jogo democrático, que visam destruir este mesmo jogo.³ A tese defendida é que eles não teriam ganhado espaço como ganharam sem as redes digitais, ou se elas funcionassem de outra forma. A lógica estrutural e o tipo da lógica de maximização de lucro praticamente irrestrita que se instalou nos serviços digitais foram parte propulsora considerável para a ascensão dos novos movimentos autoritários (de cunho assustadoramente similar ao nazismo) que se propagaram nas últimas décadas. Esse tipo de movimento é especialmente preocupante porque já sabemos aonde pode levar, de forma que se faz necessário compreender como se constrói e quais as medidas possíveis a serem tomadas para que a democracia representativa como método de negociações pacíficas de pontos de vistas diversos possa se renovar, buscando consertar suas mazelas,

¹ Termo cunhado posteriormente pelo jornalista Larry Rohter, então correspondente do jornal americano New York Times, com a eleição de Tabaré Vázquez no Uruguai (em 2004). O termo “onda rosa” fazia alusão ao fato de se tratar, majoritariamente, de governos sociais-democratas (e não comunistas ou socialistas), que na América Latina se deu após outra pequena “onda rosa” ocorrida na Europa, quando o Partido Trabalhista inglês ascendeu ao poder na Grã-Bretanha e Lionel Jospin do Partido Socialista francês acabou se tornando primeiro-ministro na França sob o governo de Jacques Chirac (ambos os países europeus se viram perante um crescente movimento da extrema-direita posteriormente, e não só eles). Outros movimentos que se fortaleceram foram o ambiental, de ações afirmativas, de empoderamento das mulheres etc.

² Baseio-me aqui em observações próprias com a sugestão de que sejam feitos mapeamentos mais sistemáticos desta evolução. Retornarei a ela mais adiante no texto.

³ De certa forma, a tecnologia será vista como variável independente (mas não neutra), e a política como dependente, mas, a bem da verdade, as influências na lógica que se mantém são recíprocas.



e consolidar. Assim, a grande parcela da energia social e individual capturada para fins de “guerras” de poder poderia voltar ser direcionada para a resolução dos grandes problemas que colocam em risco a sobrevivência da própria humanidade.⁴

Uma nova tecnologia: uma breve história da internet e dos conglomerados empresariais que assumiram o controle de seu uso⁵

Em geral, as pessoas que usam as redes digitais não se dão conta da lógica organizadora delas. São de extrema relevância, para a análise aqui proposta, dois grandes aspectos da internet (e do *world wide web*) como a conhecemos e utilizamos hoje: sua lógica estrutural e sua lógica econômica. Ambas são definidoras para o modo como o acesso à informação, a comunicação e o mercado funcionam hoje em boa parte do mundo. Para entender como ela se estruturou, voltemos aos seus inícios.

Uma breve história do surgimento da rede

O lançamento do satélite Sputnik para o espaço em 1957 veio como um choque para os estado-unidenses. Como podia a União Soviética estar à frente na corrida espacial? Os americanos reagiram, entre outros, com a fundação da ARPA (Advanced Research Projects Agency) como parte do Ministério da Defesa para desenvolver novas tecnologias na área de comunicação e transmissão de dados e voltar a ter uma vantagem competitiva em relação ao seu adversário na Guerra Fria. A ideia por trás da ARPANET, a rede da agência lançada em 1969, era evitar que a comunicação pudesse ser bloqueada no caso de um ataque (nuclear). Mas, apesar da ARPANET ter tido sua origem na Defesa, seu uso não foi apenas militar. A rede servia também de canal de comunicação entre departamentos públicos e para uso acadêmico (entre universidades e pesquisadores). Esta fase pode ser descrita como o encontro entre três tipos de “cultura”: a militar, a acadêmica, e a dos “*freaks*” (ou seja, dos programadores vidrados pela nova tecnologia) (Mandel Van Der Leun, 1998).

Essas culturas foram se separando aos poucos, ficando a estrutura militar ligada rudimentarmente à rede mais ampla que surgia (mas com fortes precauções de segurança). Os pesquisadores acadêmicos criaram uma rede própria, que foi posteriormente engolida pela internet. Os “*freaks*” continuaram desenvolvendo a rede em uma velocidade surpreendente, incluindo a cultura digital e muitas das ferramentas que foram incorporadas ao futuro World Wide Web (WWW). A rede que tinha a capacidade de conectar redes, a evolução da capacidade de dados e conexão expandiram-se de forma vertiginosa nos anos que se seguiram.

⁴Refiro-me à mudança climática e ao armamento nuclear, conforme também o ex-embaixador, representante do Brasil na ONU e então presidente do *Pugwash Conferences on Science and World Affairs* (comunidade de cientistas pelo desarmamento nuclear iniciada por Albert Einstein e Bertrand Russel), Sergio Duarte, apontados em curso do *Innsaid (Innovation and Science Diplomacy School)* em 2021. Ocorre que também a humanidade interna das pessoas anda em perigo, como bem aponta Zuboff (2019), exatamente por conta do que ocorre nas redes digitais.

⁵Será considerada aqui a estrutura e lógica desenvolvida a partir da tecnologia americana, usada em boa parte do mundo, mas não em todos os países (e nem da mesma forma).



Os protocolos *host-to-host* foram evoluindo, em 1972 o símbolo @ foi integrado ao programa de e-mail; em 1982, o protocolo TCP/IP (protocolo de transmissão para a internet) foi estabelecido como padrão para a ARPANET. A rede sofreu divisões e expansões, e em 1984 foi definido o sistema de nomes para domínios online (DNS, *Domain Name System*). Em 1986 ocorreu uma explosão de possibilidades de conexão, em especial para universidades. “Internet” acabou por se estabelecer como termo para se referir à conexão entre as redes ao final dos anos 1980.

O desenvolvimento do WWW iniciou-se em 1989 no Centro Europeu de Física de Partículas (CERN)⁶, indo ao ar em 1993. Sua base era uma estrutura de hipertextos, que formava uma rede com pontos de conexão em vez de uma estrutura hierárquica de comunicação. As conexões dentro da rede passaram a ocorrer via links. Em 1994, foi fundado o W3C (World Wide Web Consortium), uma associação internacional de grandes empresas de tecnologia que passaria a discutir e definir novos padrões e protocolos para a rede (W3C, s.d.).⁷

Com o WWW tomando conta da internet, ocorreu uma nova explosão de uso e desenvolvimento da rede. Com sua semântica e estrutura aberta, ela agora poderia ser expandida e alterada constantemente, tornando-se atemporal. Além disto, cada usuário, cada grupo e cada objeto na rede poderia se tornar também um emissor de informação (LÉVY, 1998). A superfície gráfica do WWW e o desenvolvimento do explorador da web Mosaic criaram padrões que permitiram o uso comercial da rede de computadores, antes restrita principalmente a instituições de pesquisa e universidades. Assim, surgiram os primeiros negócios de vendas online. Em 1995, o registro de domínios *online* passou a ser cobrado. Em maio de 1997, a *Network Solutions* registrou 2 milhões de domínios, que iam sendo negociados a preços cada vez mais elevados, e a partir de outubro de 1998 o registro de domínios e os endereços de IP passaram a ser geridos pela ICANN (*Internet Corporation for Assigned Names and Numbers*). No início dos anos 2000, *e-commerce* e economia digital eram os queridinhos do mercado nos quais se faziam altas apostas de investimentos.

Foram mudanças velozes e radicais, hoje parecendo quase banais de tanto assimiladas. Os fluxos de informação e comunicação passaram a ser digitalizados de forma crescente e quase totalizante dentro de uma estrutura de comunicação mediada por máquinas que poderiam ser programadas – o que viria ser ao mesmo tempo uma bênção e uma maldição para as pessoas, a sociedade – e a democracia.

● surgimento dos grandes conglomerados empresariais na rede

Nos anos 1970, alguns dos “*freaks*” mencionados acima fundaram duas empresas que viriam a ser conhecidas mundialmente nas décadas seguintes: Microsoft e Apple. Ambas conseguiram um grande espaço no mercado nos anos 1980, a Microsoft associando o sistema operacional MS-DOS aos computadores da IBM em 1981 e posteriormente

⁶Baseado na proposta de Tim Berners-Lee para uma troca de informações mais eficiente na internet. Em 1991 a ideia estava pronta.

⁷Críticos chamariam Berners-Lee de “tirano” (SPIEGEL 2000, p. 56). O mesmo era dito sobre Shockley.



lançando o sistema *Windows* (1985), enquanto a *Apple* era bastante popular entre programadores e designers com seu *Macintosh*. A *Apple* lançou seu *iMac* ao final dos anos 1990, dando início a uma série de dispositivos e sistemas cada vez menores que tomariam o mercado de computadores, e ao final se difundindo colossalmente na forma de *smartphones* na década de 2010. A *Microsoft* continuou seu percurso de software prevalentemente para PCs (fixos ou móveis). Ambas se tornaram gigantes do setor, com guerras comerciais e judiciais por conta de suas estratégias de negócios. Ao lado dessas grandes novas empresas, nos anos 1990, surgiram inúmeros novos jogadores no mercado que também queriam explorar aquele novo espaço cheio de possibilidades aparentemente ilimitadas. Os investimentos na área digital se multiplicaram, destacando-se como local de inovação o Vale do Silício, como seria chamado posteriormente, no Oeste dos Estados Unidos, onde novas empresas atraíam somas imensas de dinheiro de investidores de risco e de bancos.

O Vale do Silício era uma região que apresentava várias condições propícias para o surgimento de um ecossistema digital. Era um local com vantagens tributárias, e a ida de *William Shockley*, que havia trabalhado no desenvolvimento do primeiro transistor na *AT&T*, para a região nos anos 1950 para fundar uma empresa de semicondutores, iniciou toda uma nova fase de empreendimentos. Ele acabou sendo incentivado, entre outros, pela *Universidade de Stanford*, que ofereceu um terreno no que hoje se chamaria de incubadora de *start-ups*. Coincidiu a escolha com o fato de haver já outra empresa localizada na região, a *Hewlett-Packard* (fundada em 1938), que viria a ser um grande *player* no mercado de computadores e impressoras. *Shockley* e outros iniciaram uma grande campanha para atrair os melhores pesquisadores da época, entre eles os futuros fundadores da *Intel*, para o Vale.

Os investidores buscavam, nos anos 1990, negócios com potencial para explorar as possibilidades comerciais da internet, a rede das redes que abria inúmeras perspectivas de uso por conta do potencial de conexão e acesso a empresas a partir dos computadores individuais. Surgiram naquela década a *Google* (1994) e a *Amazon* (1997), enquanto a *Apple* quase foi à falência em 1997, mas conseguiu se reinventar. Os anos 90 foram também um período em que foram desenvolvidos os *cookies* (desde 1994) para exploradores como o *Netscape*, ou seja, arquivos de texto com pequenos fragmentos de dados – como nome de usuário e senha – usados para identificar um computador que usa uma rede. Iniciou-se, ali, uma preocupação maior com a proteção de dados no meio digital.⁸ Mas o debate, que se dava em um contexto de grande pressão por abertura (financeira, comercial) e prioridade para interesses do mercado dentro do *mainstream* neoliberal vigente, foi redirecionado para um debate sobre “autorregulação” empresarial (*Zuboff*, 2019, p.87). Pode-se dizer que, ali, no final dos anos 1990 e início dos anos 2000, esteve uma das bifurcações mais visíveis que levaram aos problemas que vemos hoje.

⁸O uso de *cookies* foi contestado em 1996/97 pela *Federal Trade Commission* (Comissão Federal de Comércio) dos Estados Unidos, mas isso sofreu grande resistência por parte das empresas, especialmente dos anunciantes. A administração *Clinton* barrou *cookies* dos sites federais no ano 2000 e enviou um projeto de lei em 2001 para a regulação deles.



Nem clientes, nem produtos: quando os usuários passaram a ser recursos

No início dos anos 2000, a economia digital entrou em crise. O uso comercial da internet parecia não ser tudo aquilo que se esperava, e a bolha implodiu, levando consigo muitas empresas. A Google ficou muito pressionada por não conseguir monetizar o seu mecanismo de busca *Search* de maneira a atender as expectativas de seus investidores. Mas seus engenheiros já haviam percebido uma coisa: de que talvez houvesse outro caminho para se ganhar dinheiro do que vendendo sua tecnologia de busca ou licenciando-a para corporações maiores. Descobriram o que Shoshana Zuboff denominou *behavioral surplus* (excedente comportamental).⁹ A empresa percebeu que as buscas geravam muitas informações que não se utilizava, e entrou com um pedido de patente para seu uso em 2001, que foi concedida em 2004, ano da explosão de seu faturamento, que continuaria aumentando galopantemente ao longo das duas décadas seguintes, à medida que o efeito se multiplicava. Outras patentes pedidas no início dos anos 2000 foram concedidas naqueles mesmos anos ou após aproximadamente dez anos, muitas delas entre 2011 e 2014.

A proteção da privacidade dos usuários perdeu o embate nas agências de regulação estado-unidenses por conta de dois fatores principais: 1) o já mencionado *mainstream* da ideologia neoliberal, que, entre outros, defendia o lucro das empresas como seu único objetivo, em detrimento da proteção aos usuários/ consumidores, e se voltava contra qualquer regulação ou supervisão estatal; e 2) os ataques terroristas de 11 e setembro de 2001 às torres gêmeas em Nova Iorque, evento que acabou atropelando a proteção de dados, promovendo a captura, vigilância e o uso dos dados pessoais na internet em nome da segurança pública na “guerra” ao terrorismo. Ambos os fatores acabaram por impulsionar o crescimento de um mercado cada vez mais predatório de dados das pessoas, com a dominação de mercado e lucros exorbitantes para algumas poucas empresas.

A rede como sistema de busca de informação e de conexão digital passou de tal forma a suas mãos que logo a comunicação e a própria vida não pareceriam mais poder transcorrer senão através delas. Isto se reflete no faturamento bilionário destas empresas e em seu poder de mercado. O YouTube, como parte da Alphabet (à qual pertence o Google, entre outros) sozinha faturou US\$ 86 bilhões em 2023; a Meta (à qual pertencem Facebook, Messenger, Instagram e WhatsApp, desde 2021), faturou US\$ 134,9 bilhões, com lucro de US\$ 46,75 bilhões, no mesmo ano, e a Amazon a aproximadamente US\$ 575 bilhões (Meta (s.d.); Meta (2024); Jiménez, M. (2024); Spagnuolo, S., Martins, L. (2022)). Estes valores se devem ao crescente acúmulo de dados, aumento de usuários e de tempo na tela por parte das pessoas.

⁹Para o histórico das grandes empresas do setor, ver Zuboff (2019).



O Quadro 1 mostra como isso foi evoluindo em termos de faturamento a exemplo da Google/Alphabet (desde 2015) e o Quadro 2 mostra o poder financeiro e a dominação de mercado de algumas das grandes empresas definidoras do uso das redes traçado a seguir.

Quadro 1: Faturamento anual Google/Alphabet (anos iniciais e recentes), vários anos (em US\$)

Ano	2000	2001	2002	2003	2004	...	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Google/ Alphabet (a partir de 2015)	~20 <i>milhões</i>	86 <i>milhões</i>	347 <i>milhões</i>	1,5 <i>bilhão</i>	3,2 <i>bilhões</i>	...	~55 <i>bilhões</i>	161,8 <i>bilhões</i>	182,5 <i>bilhões</i>	257,6 <i>bilhões</i>	282,8 <i>bilhões</i>	307,4 <i>bilhões</i>
								Lucro 34,3 <i>bilhões</i>	Lucro 41,2 <i>bilhões</i>	Lucro 76 <i>bilhões</i>	Lucro 59,9 <i>bilhões</i>	Lucro 73 <i>bilhões</i>

Fontes: Zuboff (2019); Muller, N. (2024); Poder 360 (2023) ; G I (2020); Santino, R. (2021); Poder 360 (2022).; valores arredondados.

Com o domínio tecnológico de empresas avançando sobre a rede, foi-se desenvolvendo uma lógica empresarial que coloca o ser humano na posição fonte de recurso a ser explorado.¹⁰ Pode-se traçar um paralelo com a lógica da destruição da natureza a partir da era industrial, que foi estendida ao mundo digital. A captura dos dados levou a uma nova “vigilância” do comportamento humano, e as empresas foram expandindo seu extrativismo – e subsequente direcionamento - das experiências dos usuários, seja nos diversos produtos da Google, seja nas redes sociais como Facebook ou grandes plataformas de vídeos como o YouTube ou o TikTok. A lógica usada para direcionar as pessoas a compras de anunciantes que vendiam serviços e produtos (como restaurantes, grandes magazines de múltiplos produtos), os reais clientes das empresas de tecnologia digital, acabou por atrair outros interessados em direcionamento de comportamento: novos atores políticos. Mas chegaremos a isto mais adiante.

¹⁰ Zuboff traça um excepcional histórico da evolução das grandes empresas digitais nas duas primeiras partes de seu livro “*The Age of Surveillance Capitalism*”, alertando para a sua preocupação no subtítulo: “*The fight for a human future at the new frontier of power*”. Já a terceira parte do livro vejo de modo crítico.

Quadro 2: Empresas e ações de compras de algumas das grandes empresas do setor digital e contexto.

A	B	C	D	F	G	H
Google (307,4 bilhões)	1998 Search	2004 Page/ Brin	2002 Gmail 2004 2007 Streetview (Em 2008, já com 150 produtos) 2010 Toolbar p/ Microsoft Internet Explorer	2010 Alemanha, 2012 EUA proteção de dados → Streetview European Antitrust Investigation 2016 (ref. a Android)	YouTube 2006 (1,65 bilhão) Waze 2013 (1,3 bilhão) (em guerra comercial com o Facebook)	Clinton (1993-2000) derrubada teto de vidro entre bancos e investimentos, Bush filho (2001-2008) guerra ao terrorismo, Obama 2009-2017 - 1º uso eleitoral mais intenso de targeting digital, 2011 Occupy Wall Street, primavera árabe 2013 eleição Papa Francisco, escândalos espionagem NSA, início manifestações anti-PT no Brasil 2014 Rússia anexa Criméia, assassinato filhos social-democratas na Noruega por motivação nazista; 2014-2021 Operação Lava-jato no BR 2015 acordo de Paris para o clima, movimento Black Lives Matter 2016 assassinato Jo Cox na GB, Brexit, Impeachment Roussef BR, eleição presidencial EUA
Facebook (134,9 bilhões)	2007	2012 Zuckerberg	2012 ou antes	FTC (Federal Trade Commission)	Instagram 2012 (~1 bilhão) WhatsApp 2014 (~16 bilhões)* VR Oculus (~2 bi)	
Microsoft (211,9 bilhões)	1975	1986	2014 Bing 2015 Cortana Windows 10	Departamento de Justiça EUA	LinkedIn 2016 (26,2 bilhões)	
Verizon (134 bilhões)	2000 (fusão de Bell Atlantic e GTE)	2000	2014	2016 FCC (Federal Communications Commission)(acordo 1,35 milhões)	AOL 2015 (4,4 bilhões) [→ AOL havia comprado Netscape em 1998] Yahoo! 2017 (4,48 bilhões) [→ Yahoo havia oferecido comprar Facebook por 1 bilhão em 2006 e recebeu um 'não' de Zuckerberg]	
TikTok (Byte Dance) (Faturamento e valor de mercado não estimados; alegadamente sem lucro)	2018 (combinação de 3 aplicativos diversos)	Byte Dance	2018? [→ tipo de coleta de dados e uso não divulgado]	Governo e Congresso EUA [segurança nacional], FR, ES, União Europeia [vício crianças e adolescentes]	Musical.ly 2017 (800 milhões)	2017-2021 Trump, movimento MeToo, 2018 escândalo Cambridge Analytica/Facebook (dados 2014), massacres em Mianmar e no Sri Lanka incitado através das redes, assassinato Marielle Franco; Fridays for Future, eleições no BR
X (~2,5 bilhões)	2022	Musk	2022 [→ continuidade de base de dados Twitter, mas com perdas]	Twitter (?)	Twitter 2022 [lançado em 2006, investimentos de >100 milhões e avaliação em 1 bilhão em 2009, abertura de capital em 2013] (44 bilhões)	2019 manifestações Chile, 2019-2022 Bolsonaro BR 2022 Rússia invade Ucrânia 2024 eleições EUA

A: :Empresa/Faturamento 2023; B: ano de fundação; C: Abertura de capital/controle; D: Entrada na lógica de “extração comportamental”; E: Resistências; F: Comprou qual empresa digital ascendente quando (seleção; em US\$); G: Referências de contexto sociopolítico. Fontes: Zuboff (2019); BBC News Brasil (2022); Microsoft (s.d.); Rothenber, E. (2024); Exame (2024); Hern, A. (2024a); Hern, A. (2024b); Encyclopædia Britannica (s.d.); Thorbeke, C. (2021); Lee, D. (2013); Rosenberg, M.; Confessore, N. (2018); Lastra, E. (2022); Bezerra, J. (s.d.); Duggan, W. (2018); Verizon News Archives (2000); MacroTrends (s.d.). Microsoft; MacroTrends (s.d.); Verizon; Reuters (2023). (*dado CNN Brasil; segundo Zuboff, aprox. 19 bilhões)



Para se entender a profundidade da manipulação que passou a ocorrer dentro do mercado digital, é preciso se conscientizar de que cada click, cada busca, cada dado de localização, cada *like*, cada foto tirada ou olhada, o tempo que se olha uma foto ou conteúdo, o horário em que se entra no sistema, a direção do olhar, o modo de se olhar em uma selfie, a quantidade de selfies, a rede de contatos, a idade, o tipo de interesses, o tipo de palavras que se usa, os erros de digitação, o número de chamadas que se faz, o número de chamadas que se recebe, quem se chama, o número de postagens que se faz, a iluminação nas selfies, os filtros que se usa, a fala, a modulação de voz, os conteúdos do que se busca ou pede, os trajetos, as mudanças de direção, as lojas em que se esteve, os remédios que se comprou, a expressão facial que se fez ao olhar um conteúdo, se expressamos emoções positivas ou negativas, tudo, absolutamente tudo que se faz online ou offline que pode ser captado pelas empresas de internet (e de telefonia, que também entraram no mercado de captura de dados), é captado e processado não apenas para trazer os anúncios até nós, mas cada vez mais para nos levar a quem paga os anúncios.

Nossas ações dão informações sobre como podemos ser mais bem direcionados e mantidos o maior tempo possível em frente à tela. E acontece que a natureza humana é bem curiosa, bastante fofoqueira e tende a ter uma queda pelo drama (gerado, por exemplo, por conteúdos estridentes, sensacionalistas, conspiratórios, chocantes ou violentos). Como existe uma divisão bem grande quanto ao conhecimento tecnológico e a respeito de como isto funciona, muitas pessoas não se dão conta o quanto estão sendo sutilmente (ou não tão sutilmente) direcionadas.

Nada do que se recebe em algum *feed* de “notícias” ou tweets ou sugestões de vídeo é aleatório, mas escolhido segundo um cálculo do que mais vai levar a clicar, engajar e se passar mais tempo consumindo conteúdos. E, se as técnicas utilizadas fazem mal aos indivíduos, à sociedade ou à democracia – bem, por que isto seria um problema das empresas, que têm apenas a missão de lucrar?

Pode-se perguntar: “E daí?”. “O que me importa se eles sabem onde estou, o que compro, qual o meu batimento cardíaco, qual a minha quantidade de suor ou ansiedade? Não é útil, afinal, receber recomendações e soluções personalizadas? etc. Talvez um exemplo trazido por Zuboff possa esclarecer parte da problemática: sabendo, por exemplo, que adolescentes são especialmente vulneráveis a ansiedade e reconhecimento, anúncios são direcionados no exato momento em que o algoritmo prevê que eles estarão mais vulneráveis a clicar neles. E o debate pode ser colocado se a exploração das vulnerabilidades das pessoas deveria ser algo considerado natural. O mesmo ocorre com técnicas desenvolvidas com o propósito de gerar vício, amplamente utilizadas por estas empresas (não é à toa que os celulares vibram, apitam, piscam, ou *likes* ou postagens não gerem retorno previsível de *feed* (!) *backs*, não se sabendo sequer se foram mostradas ou não e a quais contatos, por exemplo. Retorno imprevisível de resposta positiva é um dos métodos que geram dependência. Redes sociais digitais ou plataformas de conteúdos criam relações de dependência similares a caça-níqueis nos casinos de Las Vegas - ou a relações abusivas, como observa Fisher (Fisher, 2023). E para prever de forma cada vez melhor o que a pessoa fará em seu passo seguinte, as empresas acabam por não apenas reagir, mas a direcionar deliberadamente o que se consome e o que faz no mundo “real” (físico).



Efeitos da lógica estrutural das redes em um mundo de relações desiguais de poder

As novas tecnologias e a globalização trouxeram novos desafios sociais. A mudança que ocorre é tão profunda que rompe com a própria base e lógica da sociedade industrial.¹¹ Em um novo quadro de fluxos capilarizados e globalizados, as vidas e o trabalho continuam locais, mas as decisões financeiras ocorrem de forma instantânea e em rede mundial. A realidade cotidiana se fragmenta, ocorrendo cada vez mais em uma realidade virtual, o que tem consequências até mesmo para a noção de tempo e espaço das pessoas. O individualismo é levado ao extremo. Movimentos e contramovimentos surgem de novas formas, e a revolução tecnológica remodela a base material da sociedade em ritmo acelerado. O papel do capital se fortalece mais ainda em relação ao papel do trabalho, visto que o capital pode fluir de um lugar a outro de forma imediata, em um clique. O novo sistema de redes de comunicação digital promoveu, entre outras coisas, a integração global da produção e distribuição de palavras, sons e imagens de nossa cultura.

Os conteúdos são personalizados ao gosto das identidades e humores dos indivíduos. Em um mundo de mudanças aceleradas e confusas - com a desestruturação das organizações, a deslegitimação de instituições, o enfraquecimento de importantes movimentos sociais - identidades primárias como as religiosas, étnicas, territoriais e nacionais tornam-se cada vez mais importantes como fonte de significado. As redes globais conectam e desconectam indivíduos de acordo com objetivos nela processados. A fragmentação social se propaga à medida que as identidades se tornam, na rede, cada vez mais específicas e difíceis de compartilhar, a ponto de não ser mais possível a comunicação nem mesmo de forma conflituosa: o outro se torna um estranho, e, finalmente, uma ameaça. Daí então voltam a se fortalecer as identidades primárias, por um lado, e movimentos de resistência em reação a movimentos anteriores. O poder de dominação e transformação da sociedade passa a depender da presença nas redes, que reorganizam drasticamente as formas de poder.

As mudanças de percepção do tempo e espaço interferem de forma profunda na nossa psicologia e percepção do mundo. A mão-de-obra é “desintegrada no desempenho e reintegrada no resultado” (Castells, 1999a), criando uma atomização do coletivo, em que a oposição a fatores muito bem organizados se torna muito difícil. A divisão do aprendizado torna-se individualizada ao extremo. Trata-se não apenas, como propõe Zuboff com o termo, de uma divisão acerca do conhecimento tecnológico. A figura 1 permite se visualizar essa questão:

¹¹ Essa passagem usa considerações trazidas por Castells em *A Sociedade em Rede* (CASTELLS, 1999a).

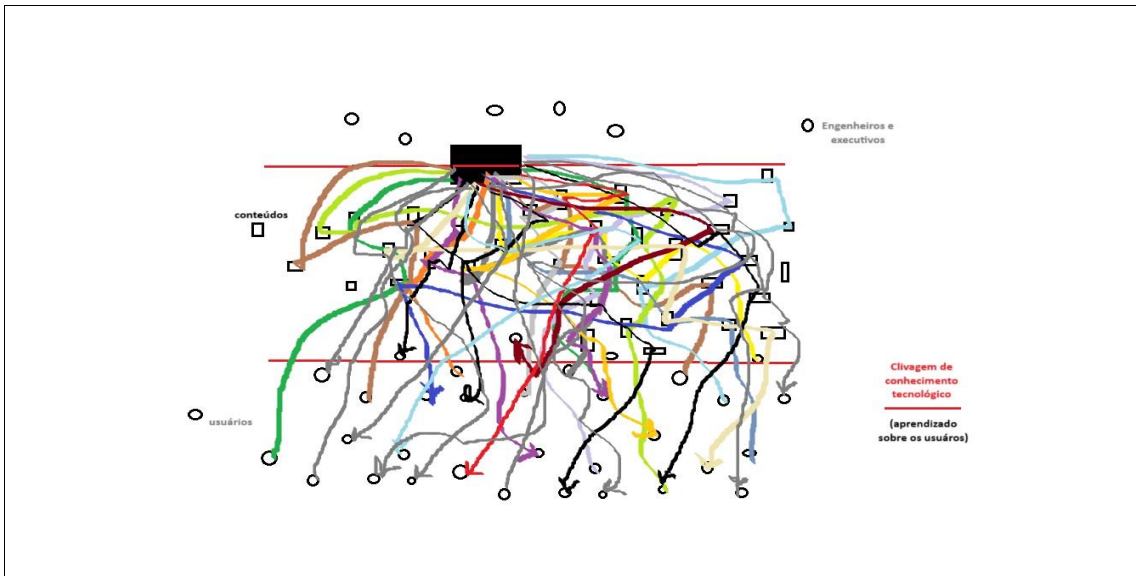


Figura 1: “Divisão do aprendizado” por conteúdo individualizado (linhas coloridas) e “Divisão do conhecimento (tecnológico)”

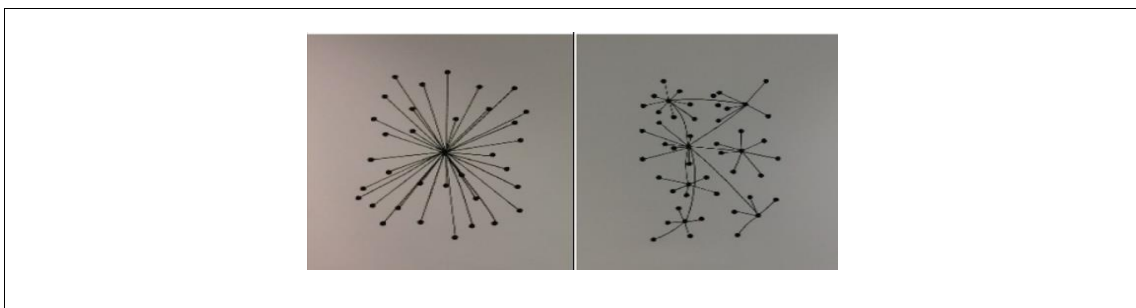


Figura 2: Diferença entre a difusão de informação a partir de um ponto central (como na TV ou rádio), ou redes interconectadas com pontos de inserção de informação. O poder, na rede, não é “horizontal” nem igualitário.
(Detalhes de mural no centro de formação do SESC, São Paulo.)

Aplicado ao poder político, em uma sociedade desagregada e reconectada a partir de emoções exacerbadas através das redes, ganha poder quem é capaz de criar nós de distribuição de conteúdo. A internet não é um meio de comunicação horizontal. Em uma época em que já através dos meios de 'comunicação por difusão' como rádio e TV, a política se tornava cada vez mais centrada em lideranças individuais focadas na sua imagem pessoal, as expressões culturais são, na rede, retiradas de seu contexto histórico e geográfico. Apoio político passa a se centrar em identidades primárias (como religião, nação) e de resistência a mudanças. Ao mesmo tempo em que conectam, as redes fragmentam e segregam grande parte das pessoas do real poder de seus fluxos (Castells, 1999a).¹²

¹²Causa estranheza Zuboff sequer mencionar o autor em sua análise, mas suponho que isto tenha a ver com a fragmentação entre as áreas de conhecimento dentro da ciência. E mister ampliar-se projetos interdisciplinares de ensino e de pesquisa.



Novos movimentos surgem e ganham força, utilizando-se das novas tecnologias de informação para se contrapor ao que sentem como ameaça em um contexto de ampliação democrática, globalização e reestruturação de poder. Fenômenos como o ambientalismo e o feminismo, bem como novos movimentos terroristas relacionados ao islã, levam a contramovimentos de grupos identificados com a família patriarcal, o fundamentalismo cristão, ou temáticas de segurança e armamento. Mobilizações passam a se dar “em torno de um único tema, [...] e, sobretudo, apoio *ad hoc* a lideranças personalizadas” (Castells, 1999b, p. 408). Uma nova “política informacional” substitui, assim, os partidos e os mecanismos tradicionais de concorrência política.

A volatilidade desse meio de comunicação tende a intensificar a política de *show*, mitos e modismos e, portanto, faz com que grupos e indivíduos “externos” ao sistema político “normal” gerem mobilizações em torno de um tema só, e mobilização em torno de causas “não-políticas”. Ocorre uma dissolução progressiva da solidariedade de classe dos trabalhadores, e conflitos sociais passam a se apresentar em torno de grupos de interesse e revoltas contra (assim percebidas) injustiças. O Estado de bem-estar social, por não cumprir suas promessas, passaria a ser questionado. As lutas por poder na Era da Informação passam a ser, segundo Castells, as batalhas culturais.¹³ Em vez de elites estáveis no poder, surgiriam novas elites, rotativas, e *resultantes* do poder. O patriarcalismo só poderia sobreviver sob a proteção de Estados autoritários e fundamentalismo religioso.¹⁴

Por conta da desvinculação da informação de seu contexto temporal-espacial, a informação nas redes se liberta da experiência, e valores e interesses passam a ser constituídos sem referência ao passado ou futuro. Assim, as expressões se reorganizam e comunicam apenas em função dos interesses dos emissores e humores dos receptores (Castells, 1999c). Os movimentos não mais se originam dentro das instituições da sociedade civil, mas baseados em percepções de adversidade entre grupos.

Telefonia celular, individualização, vício e direcionamento

Mesmo com as empresas assumindo o controle mais amplo da internet e direcionando anúncios já na década de 2000, o grande salto ocorreu com o aumento da capacidade de transmissão de dados móveis na quarta geração da telefonia móvel, com a rede 4G. A partir daí, as pessoas passaram a utilizar aparelhos individuais sempre à mão, podendo então acessar e compartilhar, além de mensagens de texto, fotos e a internet, também vídeos. O tempo em frente à tela aumentou imensamente entre 2012 e 2016, quando o uso de *smartphones* se massificou, e no Brasil o salto foi especialmente grande, conforme demonstra a Figura abaixo.¹⁵ Hoje em dia (em 2024), cada brasileiro passa, em média,

¹³Ver a respeito também as obras de Huntington (1991) e Ingelhardt (2000a, 2000b). Apesar de ser necessário lê-las de forma muito crítica, elas levantam questões importantes.

¹⁴Não é por acaso que seus estrategistas buscam aliar ultraconservadores da Igreja Católica e o novo “movimento” na busca da uma identidade comum cristã e patriarcal como “cola” dos diversos movimentos da extrema-direita (Horowitz, 2017).

¹⁵Talvez isso se deva ao tempo de tela que já era grande perante aparelhos de TV, ou por conta do tipo de uso, no meio de transporte, por exemplo, da priorização de informação via vídeos. De qualquer forma, o Brasil se tornou um mercado consumidor especialmente grande de conteúdos *online*.

9:30 (!) horas em frente à telinha, enquanto a média mundial está em 6:37 horas por dia (Barem, 2024). Pode-se questionar o que as pessoas ainda fazem, além de trabalhar, dormir e olhar para o que lhes é oferecido em suas telas. Fomos capturados pelas redes, e o efeito não é saudável.

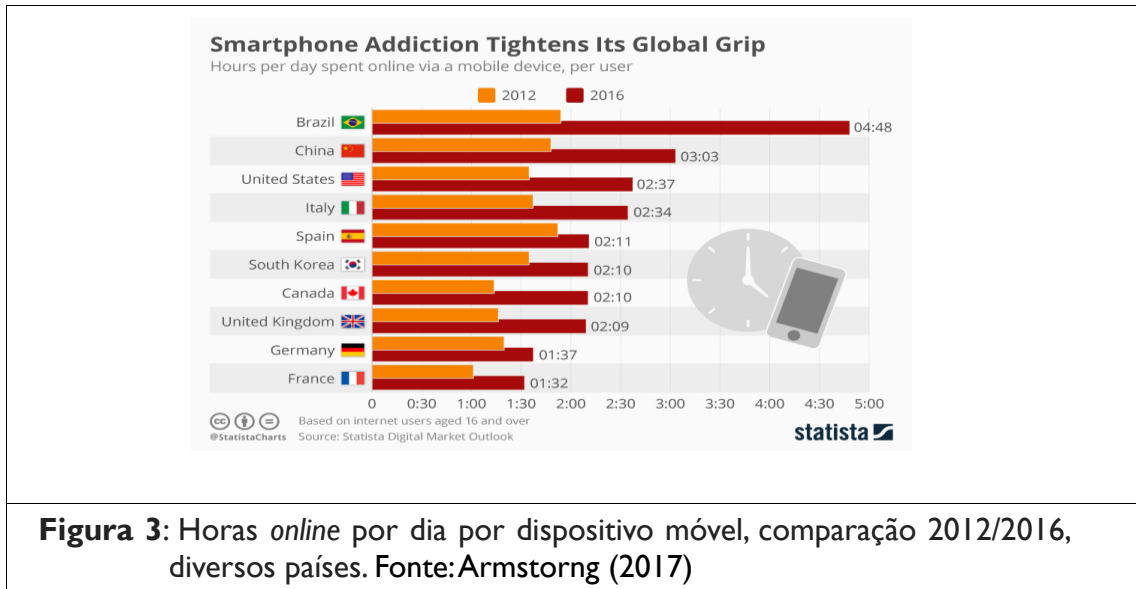
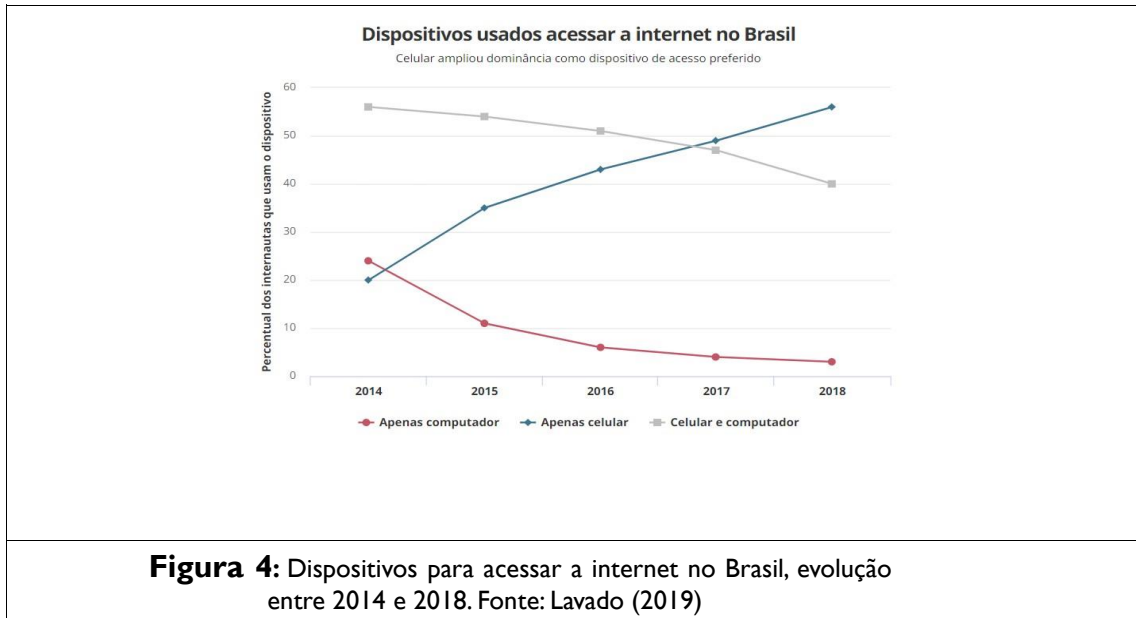


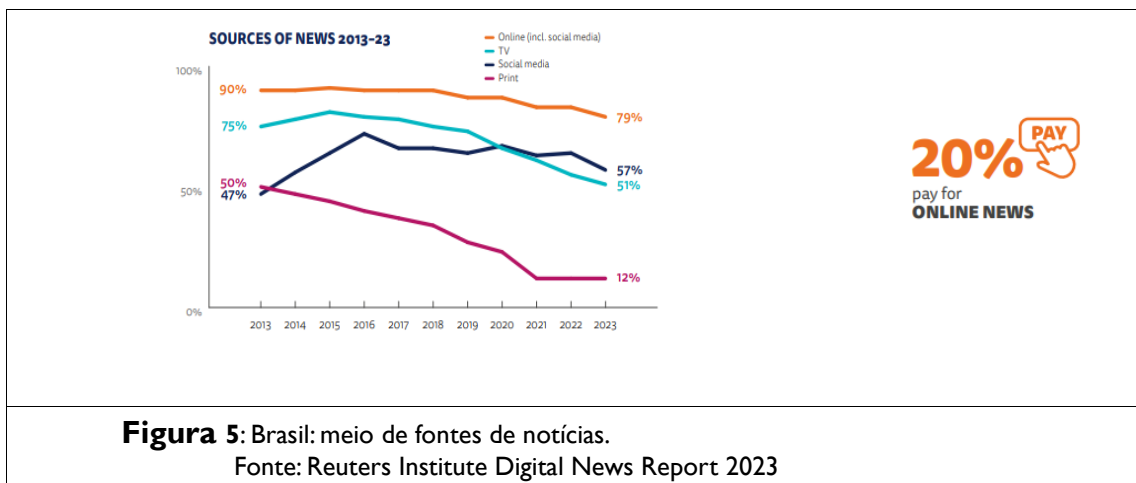
Figura 3: Horas *online* por dia por dispositivo móvel, comparação 2012/2016, diversos países. Fonte:Armstorng (2017)

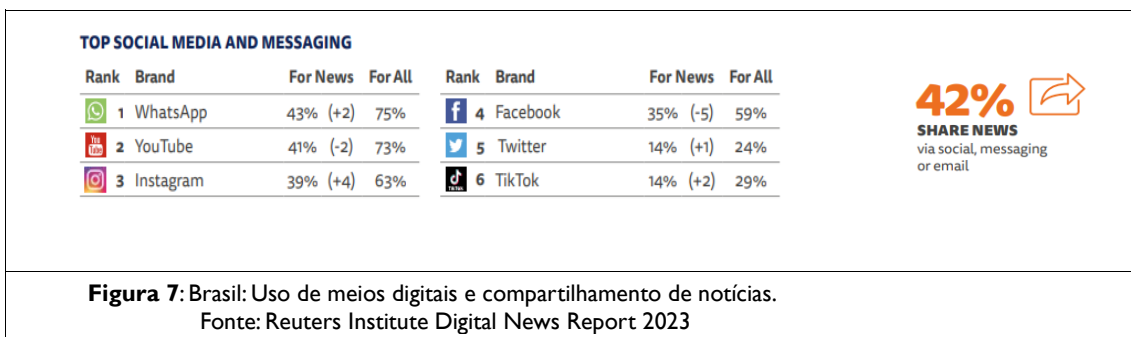
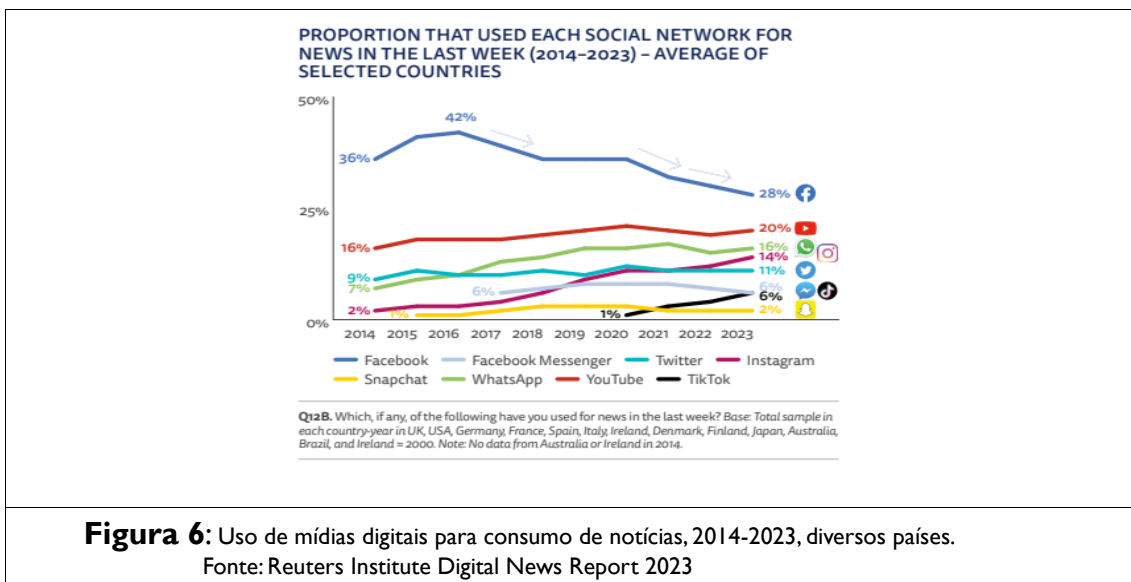
Com a oferta da “nuvem” de dados lançada pela Amazon em 2009, possibilitou-se o uso remoto de grande capacidade de arquivamento e processamento de dados, sem que novas empresas precisassem adquirir e manter servidores superpotentes. Isto levou a uma nova onda de investimentos em serviços online (mas agora com empresas escolhendo investidores, em vez de investidores escolhendo empresas) (Fisher, 2023, p. 317). O tempo de uso de celulares aumentou muito com a combinação de *smartphones*, 4G com vídeos e cada vez mais serviços, nos anos 2010, sendo a mudança no Brasil especialmente grande. Os celulares passaram os computadores como meio de acesso em 2015 como via preferencial de acesso a conteúdos digitais, e foram deixando os computadores completamente para trás a partir de 2017.

A Figuras 4 e seguintes dão uma ideia das alterações na cultura de acessos a conteúdos, comunicação e interconexão de aparelhos ao longo do tempo.



Ao mesmo tempo que o acesso a conteúdos passava cada vez mais para os celulares, tornando a acessibilidade e com ela o tempo de permanência na rede muito maior, notícias passaram a ser consumidas preferencialmente pela rede. Houve uma queda significativa de informação através de TV e imprensa, conforme Figura 5. Mas, para além da fonte de informação, houve uma queda geral no acesso a notícias, conforme o Reuters Institute Digital News Report 2023





Observe-se que o “cansaço” das notícias é acompanhado de uma alteração nas plataformas de acesso às mesmas: enquanto o Facebook encontra-se em declínio como rede social (embora ainda na casa de bilhões de usuários), observa-se uma ascensão da preferência por plataformas de vídeo e de redes mais fechadas (e menos transparentes) de comunicação *online*, como o WhatsApp (infelizmente a rede social russa Telegram, muito difundida especialmente entre os apoiadores dos novos movimentos de extrema-direita, não foi contemplada pelo relatório da Reuters). A guerra comercial (e de segurança) em torno do TikTok não acontece neste momento (2023/2024) por acaso. Movimentos como a eventual intenção de um antigo secretário de Estado do governo Trump de juntar aliados para eventualmente comprar a plataforma (Associated Press, 2024), ou a escolha de Tucker Carlson como interlocutor para uma entrevista por Vladimir Putin em abril de 2024, ou Joel Kaplan ter muito poder no Facebook, ou o convite do Kremlin a deputados regionais do AfD¹⁶ alemão como “representantes da democracia”, para acompanhar as eleições presidenciais russas de 2024 (Hinsberger, 2024) precisam ser observados com atenção e em seu contexto mais amplo de interconexão. As democracias estão sendo implodidas por dentro, por interesses

¹⁶“Alternative für Deutschland” (Alternativa para a Alemanha), partido originalmente fundado como crítico ao Euro e liberal-conservador em 2013 que passou a populista de direita (com aspectos de extrema-direita) a partir de 2014, tendo conseguido forte crescimento e entrada na política estadual e federal alemã a partir de 2017 (Decker, 2022).



diversos, mas que se encontram, e as plataformas e redes sociais são o meio através do qual isto está sendo possível, pela escala que propiciam. Funciona nelas uma lógica em que as pessoas são direcionadas a certos comportamentos, a fazer parte de conglomerados identitários em que suas frustrações são ampliadas e redirecionadas.

Como isto acontece, na prática? A lógica indiferente dos algoritmos e o reforço dos impulsos tribalistas

Em 2011, um ativista deu uma palestra no TEDTalk chamando a atenção para um fenômeno que estava ocorrendo nas redes: o filtro-bolha que estava surgindo no Facebook.¹⁷ Os conteúdos estavam se fechando em torno dos interesses que ele já tinha, e as postagens de seus amigos que tinham uma visão de mundo distinta estavam sumindo do seu *feed* de notícias. Ele considerou de que isto poderia vir a se tornar um problema social, e eventualmente para a democracia. No mesmo ano de 2011, um funcionário da Google, responsável por aumento de rendimento do YouTube, havia sugerido uma meta simplificada para se medir o sucesso: tempo assistido e nada mais. A lógica era simples: mais tempo na rede, mais publicidade, mais cliques, mais dinheiro. A partir de 2012, a lógica de *machine learning* (aprendizado de máquina), antes aplicada para criar filtros de *spam* eficientes para evitar que a crescente quantidade de lixo eletrônico acabasse por soterrar os programas de e-mail ou a própria internet, passou a ser aplicada na plataforma de vídeos. O nome dado à inteligência artificial empregada: algoritmo. O algoritmo passou a monitorar os padrões de uso individualizado de bilhões de usuários, buscando a melhor recomendação de vídeos subsequentes para manter a pessoa interessada e, com isto, o máximo de tempo online, como forma de aumentar a probabilidade de pessoas clicarem em anúncios. Facebook, Netflix, Spotify também desenvolveram os seus. Em 2012, o YouTube colocou uma meta de aumento em dez vezes o tempo diário assistido na plataforma a ser alcançada até final de 2016. Além de se aumentar o número de usuários, isso significava que o algoritmo precisaria aprender como manter as pessoas conectadas. E aprendeu que isto ocorria com temáticas cada vez mais chocantes, controversas e estridentes. Aprendeu também que poderia levar não apenas conteúdos a pessoas, mas pessoas a novos conteúdos, e que juntar grupos distintos, também era bom para a meta. Como já existiam muitos conteúdos com ideias “anti” de todo tipo que vinham de plataformas de *outsiders* do *mainstream* como o 4chan ou reddit, fosse da indústria de videogames (voltada principalmente ao público masculino), entre os muitos conteúdos que passaram a ser cada vez mais impulsionados estavam a violência, a misoginia, a xenofobia, o racismo e a liberação de um idealizado machismo selvagem, “livre” para destruir o que quer que fosse. Para os usuários “comuns”, os conteúdos passaram a ser escolhidos pelas plataformas (do YouTube ao Facebook ao Instagram ao Twitter) parecia ser apenas uma forma de receber conteúdos interessantes. Estavam, no entanto, sendo direcionados por uma finalidade de maximização de lucro, que foi ao encontro da busca de maximização de eleitores por parte de quem se beneficiava da crescente radicalização: novos movimentos autoritários que descobriram como usar o algoritmo a seu favor. As figuras seguintes mostram alguns exemplos de como funcionam os algoritmos de sugestão e a conexão de grupos.

¹⁷Eli Pariser, citado em Fisher (2023, p. 151). Baseia-se também em Fisher a apresentação a seguir.

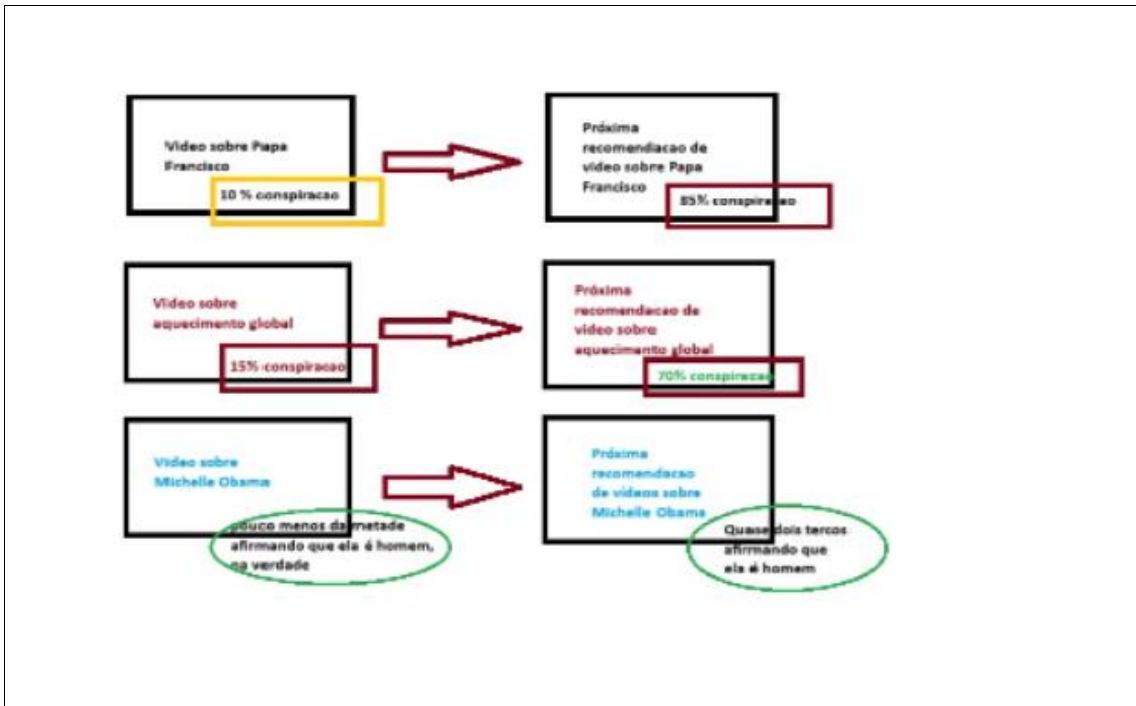


Figura 8: Exemplos de lógicas de sugestões do algoritmo no YouTube em 2015/2016 para buscas (exemplos): o algoritmo leva usuários a mais conteúdo conspiratório.
Fonte dos dados: pesquisa de Chaslot, apresentada por Fisher (2023, p. 170).

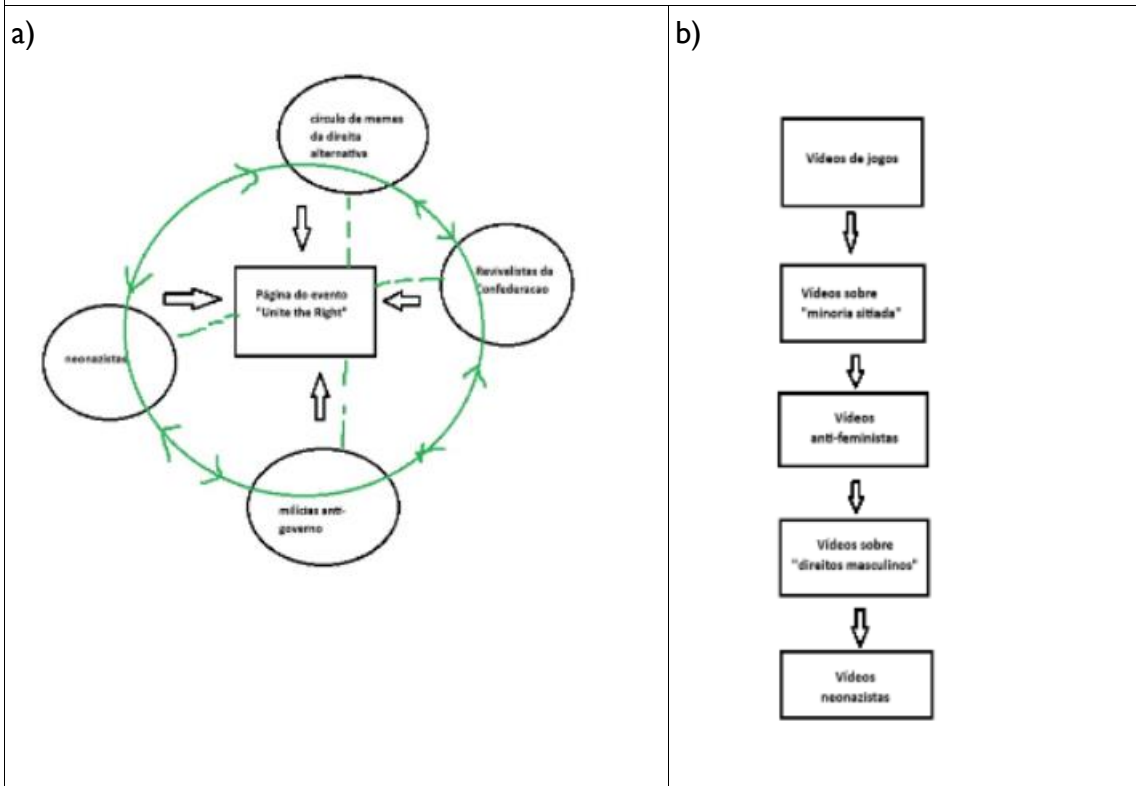


Figura 9: Exemplo a) da lógica de aglomeração de grupos inicialmente separados por conta do algoritmo do tipo que há no YouTube ou Facebook e b) de direcionamento de garotos/homens a conteúdo cada vez mais extremo no YouTube com suas sugestões.
Fonte: a partir de exemplos apresentados por Fisher (2023, p. 275;p. 283), baseados nas pesquisas de Kaiser.



○ uso político da lógica predatória no mundo digital

O tempo de uso especialmente grande e o engajamento intenso fez com que o Brasil tenha se tornado alvo tanto para potencialização de seguidores de celebridades (BAREM, 2024), quanto solo fértil para a manipulação política por parte de movimentos autoritários. Esses compreenderam muito bem a nova dinâmica de mobilização das paixões, no sentido da etimologia da palavra: dos sofrimentos das pessoas. Conseguir apoio *ad hoc* e mobilizar multidões com a criação de explicações simplistas dos fenômenos e falsos “inimigos” era uma tática já amplamente utilizada pelos movimentos fascistas e nazistas dos anos 1920/30, e hoje ressurge em um contexto diferente, de forma globalizada, utilizando-se da nova tecnologia. Como no movimento precedente, opositores são intimidados com ameaças, enquanto os apoiadores são enganados e seduzidos com falsas promessas. Já Hitler prometia, em sua posse como chanceler alemão, manter-se dentro das premissas da constituição.

Diversos fatores contribuíram com a ascensão e amplificação de movimentos autoritários, incluindo a estrutura descentralizada e capilarizada da internet, que levou a uma fragmentação da base informacional, e a lógica econômica extrativista da nova economia digital com seus algoritmos que buscam maximização de lucro e as técnicas viciantes que os acompanham. Isto, claro, somado a todo um contexto mais amplo, incluindo a visão de mundo nas empresas que dominam a nova tecnologia e a falta de escrúpulos de figuras (supostamente) “anti-establishment”. Soma-se a isso a falta de compreensão generalizada acerca da profundidade das mudanças tecnológicas e culturais que a nova comunicação mediada traz e, portanto, a falta de análise de seu impacto social e consequente ausência de regulamentação eficaz; os preconceitos, medos, e angústias individuais; a compreensão limitada acerca do funcionamento da democracia ou do Estado de direito. Somam-se a isto situações externas ao meio digital, como alterações na legislação eleitoral, jogo de interesses na política nacional e internacional.

Um casamento por conveniência: o algoritmo maximizador de lucro e o novo autoritarismo maximizador de seguidores

Diversos personagens se deram conta de que conteúdos conspiratórios e chocantes eram impulsionados nas plataformas e redes. Entre eles, a extrema-direita e empresas como a Cambridge Analytica, que passaram a oferecer serviços de *microtargeting* (microsegmentação) baseados em *clusters* de personalidades, com o objetivo de ajudar candidatos a impulsionar conteúdos ou criar movimentos (políticos ou supostamente antipolíticos) que direcionassem os votos dos eleitores (o escândalo Analytica/Facebook pelo uso indevido de dados de usuários acabou em um acordo e pagamento de 725 milhões de US\$ em 2022¹⁸).¹⁹ Mas isso tudo não seria possível sem a lógica insensível (no sentido de indiferente a resultados negativos para a psicologia individual, a coesão

¹⁸Outros valores, chegando a 5 bilhões em 2019, já haviam sido pagos anteriormente pelo Facebook por conta de questões relacionadas à privacidade e ao uso indevido de dados frente à *Federal Trade Commission* e a *US Securities and Exchange Commission*.

¹⁹A Analytica é mencionada em boa parte da literatura referenciada. O documentário “The Great Hack” (2019) trata de forma muito interessante as táticas usadas para influenciar eleições em diversos países (link vide referências). Ver também a matéria de Rosenberg/Confessore/Cadwalladr (2018).



social ou a democracia) por parte dos algoritmos maximizadores, que, tendo uma meta única definida, passam a se comportar quase como “psicopatas”, quando deixados a operar sem ajustes (Idoeta, 2021). Afinal, a meta era: “o máximo de tempo assistido e nada mais”. Figuras como Donald Trump, Jair Bolsonaro, os políticos ultradireitistas na Europa ou na Ásia, todos se beneficiaram de uma lógica que veio de encontro a sua própria falta de escrúpulos em relação a afirmações falsas, gritos, ameaças e sedução de seus seguidores. O comportamento abusivo ou a mentira eram por eles tratados como algo positivo, em uma completa inversão de valores. O reacionário tornou-se o “revolucionário”. Mas isso não teria grande alcance, não existissem nas pessoas as mesmas negatividades mal resolvidas às quais estes movimentos apelam.

Em “Como as Democracias Morrem”, Levitzky e Ziblatt traçam um histórico de como já no passado disrupções democráticas foram evitadas (nos Estados Unidos), por conta do “filtro” no sistema partidário, a contenção pela divisão de poderes ou o próprio comedimento dos políticos, que evitavam usar prerrogativas suas de forma a abusar de seu poder (mesmo que pudessem, dentro das regras constitucionais). As pessoas impulsionadas pela extrema-direita não estão preocupadas em ser comidas, pelo contrário. Defendem seu “direito” de insultar, mentir, destruir, sabendo que as redes sociais e plataformas os recompensam por isso, trazendo mais seguidores. O algoritmo não se importa com esses valores. E, como no exemplo assustador trazido por Fisher, em que o YouTube foi direcionando usuários de vídeos de conteúdo sexual cada vez mais violentos a vídeos caseiros comuns de crianças publicados por pais que não faziam ideia de que tipo de público estava sendo levado a assistir o inocente pulo de seus filhos na piscina do quintal, muitas pessoas não se dão conta do tipo de mal que estão trazendo para dentro de casa. A participação dos movimentos autoritários é uma participação ao avesso, em que as pessoas pensam agir espontaneamente, pensam que os supostos “outsiders” agem espontaneamente, quando na verdade as ações estão constantemente sendo adaptadas ao que está “bombando” nas redes.²⁰ E o que “bomba” nas redes é uma mistura do que há dentro das pessoas mesclado ao que o algoritmo vai direcionando. E não é que faltaram avisos, tanto de intelectuais, ativistas quanto de funcionários das próprias empresas. É que não havia interesse de ouvi-los.

No Brasil, conspirações sobre suposto (e falso) “kit gay” e semelhantes, já propagados por Bolsonaro na rede com um vídeo manipulado de uma professora em 2012, segundo Fisher (2023, p. 351f.), ou vídeos falsos sobre uma psicóloga escolar supostamente incitando alunos à homossexualidade postadas por outro político (observe-se que mulheres e escolas são alvos recorrentes, bem como jornalistas, artistas e intelectuais em geral, além de políticos ou comunicadores do campo progressista)²¹, aproveitaram-se da lógica do algoritmo para conseguir visibilidade (Fisher, 2023, p. 351f.). Juntam-se a isso exemplos como teorias de conspiração contra as vacinas levadas a quem busca temas de saúde, que levam mães a não vacinarem seus filhos, ou teorias da conspiração sobre algum “poder profundo” tomando conta do Estado, vídeos falsos, imagens falsas, tudo

²⁰Da Empoli demonstra isso de forma muito clara em seu livro “Engenheiros do Caos” (Da Empoli 2019).

²¹Exemplos existem muitos, ver a história também de Campos Mello (2020) ou exemplos descritos em O’Neil (2020) (estes menos a ver com os movimentos autoritários e mais com a problemática de algoritmos em si, e o uso que se está fazendo deles). Por vezes, Arendt (1962) ou Castells (1999) parecem não apenas continuar atuais em suas análises, mas estar sendo usados como cartilhas.



que pode gerar indignação e engajamento, e, por fim, ação (individual ou coletiva), que transborda das ameaças de morte contra os “alvos” da vez na rede para manifestações no mundo real. As pessoas são lentamente levadas a um mundo “paralelo”, em que recebem informações talhadas para escolhidas para ampliar seus preconceitos, medos, angústias e raivas, que são incrementadas e (re-)direcionadas. No caso do movimento da extrema-direita buscando se interconectar (globalizar!) mundialmente, figuras como Mercer, Bannon e certamente outros são (ou tentam ser²²) pontos de conexão entre os diversos movimentos cada vez mais parecidos com o velho nazismo (que também buscava esconder a que realmente vinha) (Verdú, 2018; AFP, 2018). A partir das plataformas e redes sociais foram criados, além de sites de suposto jornalismo com o objetivo de distribuírem *fake news*, inúmeros grupos com nós de inserção de conteúdos em aplicativos como WhatsApp ou o russo Telegram, em que as pessoas, cada vez mais se comportando como membros de uma seita alienados da realidade, são alimentados com os discursos xenófobos, de ódio, etc. Independentemente de quem exatamente os criou, eles flutuam como bolhas que podem ser reativadas, se nada for feito. Daí a importância de se conseguir que as empresas, em vez de ameaças, tornem-se aliadas da democracia, mesmo que sob pressão, de forma que parem de “negar, distrair, atrasar” sua responsabilização (Frenkel et. al, 2018). E para tanto as instituições democráticas precisam voltar a tomar as rédeas nas mãos, definindo legislação adequada de forma célere e com debate com especialistas. O mesmo vale para o controle sobre indústria estratégica.

Existe uma tensão entre participação e conhecimento técnico mesmo quando a participação é construída a partir de grupos de bairro²³, e as pessoas têm transparência a respeito das regras e debatem ou votam em projetos presencialmente. No caso dos movimentos *ad hoc* em torno de temas e dicotomias simplistas em uma política que de *show* ou teatro passou a caricata, a democracia precisa se autocorriger e se reinventar, ao mesmo tempo fortalecendo suas instituições e suas “grades de segurança” (Levitski/Ziblatt, 2018). A ameaça à liberdade de todos em nome da “liberdade” de uns poucos para enganarem e ameaçarem outrem não é o objetivo dentro do sistema democrático. A atualização de legislação regulatória protetora como a legislação eleitoral ou contra as *fake news*, esta com necessidade de amplo debate, se faz extremamente necessária, e certamente será apoiada por defensores da democracia.

Conclusão

A pergunta mais importante continua sendo aquela que todas as crianças fazem: por quê? E outra que sempre deve ser considerada tanto para o treinamento do pensamento crítico analítico quanto para a construção de legislações, regulações e políticas públicas: quem se beneficia? (de uma dada estrutura, lógica, coalizão, forma de comunicação etc.). Para que a sociedade e a democracia possam se beneficiar das novas tecnologias das redes, em vez de serem ameaçadas por elas, são necessárias práticas e legislações que

²²Ocorre uma lógica similar aos algoritmos das redes, de tentar unir movimentos separados, mas com interesses em comum. Mas há resistências na Europa, por exemplo, em se unir sob regência americana (AFP, 2018).

²³Como no caso do Orçamento Participativo; ver Theuer (2011).



lidem com elas de forma construtiva, mas também limitadoras de poder. Algumas a considerar são: *Comunicação, transparência e regulação; A necessidade de se investir em boa educação midiática; O retorno ao debate construtivo em torno dos objetivos sociais e os melhores meios (econômicos) para alcançá-los, principalmente entre os jovens.*

As mudanças ocorridas a partir da lógica estrutural e econômica na internet com suas plataformas e redes sociais digitais tiveram um impacto enorme para os indivíduos, a sociedade e a democracia. Os movimentos de cunho autoritário de extrema-direita atuais são uma reação, em parte, à crescente cooperação internacional relacionada à crise climática (e, portanto, às mudanças exigidas ao sistema econômico quanto à sua lógica de acumulação), às crises do próprio sistema econômico desregulado e financeirizado, não adequadamente refreado pela política considerando a equidade social e preservação ambiental. O apoio se dá também por uma percepção de perda de privilégios por conta da inclusão social e econômica de grandes partes da população antes excluída. Quando partidos e grupos estabelecidos “envelhecem” e não se adaptam a novas circunstâncias, ignorando novas clivagens políticas, novos movimentos surgem para desafiar ou substituir os antigos (Wilson, 1990). Isto pode ocorrer tanto em direção a mais democracia, quanto a menos.

Os defensores da democracia precisam se perguntar quais demandas legítimas não estão sendo contempladas na sociedade, e formular políticas públicas eficazes para resolver problemáticas existentes (como a segurança pública no Brasil, por exemplo). Também precisam aprender a usar a tecnologia a seu favor, regular a tecnologia onde necessário e buscar ter as empresas digitais como parceiras. Sugiro também que se retome um debate mais amplo a respeito da responsabilidade social empresarial como questão estratégica, não apenas como algo a ser feito em tempos de abundância (apesar de abundância em recursos não faltar a estas empresas).²⁴ Uma sociedade não se constrói com “engenharia social”, mas a partir de debates, consensos, definições de normas, negociações. Não há fins bons por meios ruins, de forma que também os agentes democráticos precisam ficar atentos a como lidam com a situação. Por um lado, a regulação precisa de um amplo debate (sério) por parte da política, da sociedade, de especialistas. Por outro, não pode demorar a ser feita. Dadas as recompensas associadas ao comportamento egoísta (seja para os empresários, os pseudopolíticos estridentes ou o cultivo de seguidores e *likes* a qualquer preço) nas redes, o resultado ao qual chegamos parece inevitável. Mas essa trajetória pode ser – e é necessário que seja – alterada, se quisermos continuar vivendo em um contexto de liberdade democrática em busca de uma paz social inclusiva com desenvolvimento para todos.

Referências

- AFP (2018). Austria's far-right unwilling to collaborate with Bannon. The Times of Israel [online], 12 set. 2018. Disponível em: <<https://www.timesofisrael.com/austrias-far-right-unwilling-to-collaborate-with-bannon/>>. Acesso em 05 maio 2024
- Arendt, H. (1962) *The Origins of Totalitarianism*. Meridian ((c) original: 1951)

²⁴ Deveria ser também uma estratégia do Estado, ver Theuer (2013).



- Armstrong, M. (2017). Smartphone Addiction Tightens Its Global Grip. Statista, 24 maio 2017. Disponível em: <<https://www.statista.com/chart/9539/smartphone-addiction-tightens-its-global-grip>>. Acesso em: 05 maio 2024
- Associated Press (2024). Former U.S. Treasury Secretary Under Trump Says He'll Put Together Investor Group to Buy TikTok. Billboard, 14 mar. 2024. Disponível em: <<https://www.billboard.com/business/business-news/tiktok-former-us-treasury-secretary-investor-acquisition-plan-1235633283/>>. Acesso em 05 maio 2024
- Barem, M. (2024). O tio Sam está querendo conhecer nosso engajamento. Piauí [online], 24 abr. 2024. Disponível em: <<https://piaui.folha.uol.com.br/redes-sociais-no-brasil-engajamento-vincent-martella/>>. Acesso em 30/04/2024
- BBC Brasil (2022). Elon Musk conclui compra do Twitter por US\$ 44 bi e demite executivos. BBC News Brasil [online], 27 out. 2022. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/internacional-63422571>>. Acesso em: 05 maio 2024
- Castells, M. (1999a). A Sociedade em Rede (A era da informação: economia, sociedade e cultura, Vol. 1). São Paulo: Paz e Terra, 1999
- _____, M. (1999b). O Poder da Identidade (A era da informação: economia, sociedade e cultura, Vol. 2). São Paulo: Paz e Terra
- _____, M. (1999c). Fim de Milênio (A era da informação: economia, sociedade e cultura, Vol. 3). São Paulo: Paz e Terra, 1999
- Da Empoli, G. (2019). Os engenheiros do caos: Como as fake news, as teorias da conspiração e os algoritmos estão sendo utilizados para disseminar ódio, medo e influenciar eleições. São Paulo: Vestígio
- Decker, F. (2022). Etappen der Parteigeschichte der AfD. Bundeszentrale für politische Bildung (bpb), 02 dez. 2022. Disponível em: <<https://www.bpb.de/themen/parteien/parteien-in-deutschland/afd/273130/etappen-der-parteigeschichte-der-afd/>>. Acesso em 03/05/2024
- Frenkel, s. et. al. (2018). Delay, Deny and Deflect: How Facebook's Leaders Fought Through Crisis. The New York Times [online]. 14 nov. 2018. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2018/11/14/technology/facebook-data-russia-election-racism.html>>. Acesso em 05 maio 2024
- GI (2020). Google divulga faturamento publicitário do YouTube pela primeira vez. GI [online], 03 fev. 2020. Disponível em: <<https://gl.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2020/02/03/google-divulga-faturamento-do-youtube-pela-primeira-vez.ghtml>>. Acesso em 05 maio 2024
- Hinsberger, Nils (2024). AfD-Mitglieder als Wahlbeobachter in Russland – Fraktion „lehnt Reise ausdrücklich ab“. Frankfurter Rundschau [online], 15 mar. 2024. Disponível em: <<https://www.fr.de/politik/putin-afd-wahlbeobachter-russland-moskau-wahl-russland-praesident-zr-92892108.html>>. Acesso em 05 maio 2024
- Horowitz, J. (2017). Steve Bannon Carries Battles to Another Influential Hub: The Vatican. The New York Times [online], 07 fev. 2017. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2017/02/07/world/europe/vatican-steve-bannon-pope-francis.html>>. Acesso em 05 maio 2024
- Huntington, S. (1996). The Clash of Civilizations and the Remaking of World Order. Simon & Schuster
- Idoeta, P.A. (2021). Por que algoritmos das redes sociais estão cada vez mais perigosos, na visão de pioneiro da Inteligência Artificial. BBC News Brasil [online], 10 out. 2021.



Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/geral-58810981>>. Acesso em 05 maio 2024

Ingelhardt, R. (2000a). Globalization and Postmodern Values. In: The Washington Quarterly, Winter 2000, p. 215-228

_____, R. (2000b). Modernization, Cultural Change and the Persistence of Traditional Values. In: American Sociological Review, 2000, p. 19-51

Jiménez, M. (2024). Meta marca un récord histórico al revalorizarse 204.500 millones de dólares en un día. El País [online], 02 fev. 2024. Disponível em: <<https://elpais.com/economia/2024-02-02/meta-se-revaloriza-hasta-220000-millones-de-dolares-record-historico-para-una-empresa-en-un-dia.html>>. Acesso em: 05 maio 2024

Lavado, T. (2019). Uso da internet no Brasil cresce e 70% da população está conectada. G1 [online], 28 ago. 2019. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2019/08/28/uso-da-internet-no-brasil-cresce-e-70percent-da-populacao-esta-conectada.ghtml>>. Acesso em: 05 maio 2024

Levitsky, S., Ziblatt, D. (2018). Como as democracias morrem. Rio de Janeiro: Zahar
Lévy, P. (1998). Cyberkultur. Universalität ohne Totalität. In: Bollmann, S., Heibach, C. (Eds.). Kursbuch Internet. Anschlüsse an Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und Kultur. Reinbeck bei Hamburg: Rohwolt Taschenbuch Verlag, 1998, p. 60-87

Lissardi, G. (2022). As diferenças entre avanço da esquerda na América Latina e 'onda rosa' de duas décadas. BBC News Mundo [online], 04 jul. 2022. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/internacional-61989885>>. Acesso em 10/04/2024

Mandel, T., Van der Leun, G. (1998). Einführung. In: Kursbuch Internet. Anschlüsse an Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und Kultur. Reinbeck bei Hamburg: Rohwolt Taschenbuch Verlag

Meta (2024). Meta Reports Fourth Quarter and Full Year 2023 Results; Initiates Quarterly Dividend. investor.fb.com, 01 fev. 2024. Disponível em: <<https://investor.fb.com/investor-news/press-release-details/2024/Meta-Reports-Fourth-Quarter-and-Full-Year-2023-Results-Initiates-Quarterly-Dividend/default.aspx>>. Acesso em 05 maio 2024

Meta (s.d.). Canaltech.com.br, disponível em: <<https://canaltech.com.br/empresa/meta/>>. Acesso em 05 maio 2024

Microsoft (s.d.). Microsoft buys LinkedIn. News.microsoft.com. Disponível em: <<https://news.microsoft.com/announcement/microsoft-buys-linkedin/>>. Acesso em: 05 maio 2024

Muller, N. (2024). Google divulga balanço de 2023 com receita de \$307 bilhões e lucro recorde. Oficinadanet.com.br [online], 31 jan. 2024. Disponível em: <<https://www.oficinadanet.com.br/google/52226-google-divulga-balanco-2023>>. Acesso em: 05 maio 2024

O'Neil, C. (2020). Algoritmos de destruição em massa. Como o big data aumenta a desigualdade e ameaça a democracia. Santo André: Editora Rua do Sabão

Poder 360 (2022). Dona do Google fecha 2021 com US\$ 76 bilhões de lucro. Poder 360 [online], 02 fev. 2022. Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/internacional/dona-do-google-fecha-2021-com-us-76-bilhoes-de-lucro>>. Acesso em 05 maio 2024



- Poder 360 (2023). Alfabeta lucra US\$ 59,9 bilhões em 2022. Poder 360 [online], 02 fev. 2023. Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/economia/alfabet-lucra-us-599-bilhoes-em-2022/>>. Acesso em: 05 maio 2024
- Rosenberg, M.; Confessore, N.; Cadwalladr, C. (2018). How Trump Consultants Exploited the Facebook Data of Millions. The New York Times [online], 17 mar. 2018. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2018/03/17/us/politics/cambridge-analytica-trump-campaign.html>>. Acesso em 05 maio 2024
- Santino, R. (2021). Google tem recorde de faturamento alavancado pela pandemia de Covid-19. Olhar Digital [online], 03 fev. 2021. Disponível em: <<https://olhardigital.com.br/2021/02/03/noticias/google-tem-recorde-de-faturamento-alavancado-pela-pandemia-de-covid-19/>>. Acesso em 05 maio 2024
- Spagnuolo, S., Martins, L. (2022). Mesmo com crise, lucro do Facebook cresceu 35% em 2021. nucle.jor.br [online], 03. fev. 2022. Disponível em: <<https://nucleo.jor.br/curtas/2022-02-03-facebook-resultados-2021/>>. Acesso em: 05 maio 2024
- Spiegel (2000). W3C: Der heimliche Herrscher des Web. In: Der Spiegel, Nr. 31/2000 de 31/07/2000 (s.A.)
- The Great Hack (2019). Produção e direção: Karim Amer e Jehane Noujaim, Netflix. Disponível em <netflix.com/title/80117542>.
- Theuer, D. (2010). Democratic Participation and the Management of Scarce Resources. The Convergence of Leftist and Neoliberal Approaches. Temas de Administração Pública, Araraquara, v.4, n.5, 2010
- _____, D. (2011). Der partizipative Haushalt und der Wandel, der ihn trägt: Hintergründe, Akteure, theoretische Konzepte. Der Erfolg der partizipativen Kommunalpolitik von Porot Alegre, Brasilien, im Kontext neuer Vorstellungen von Entwicklung und Demokratie. Tübingen: tobias-Lib
- _____, D. (2013). Public Administration and Corporate Social Responsibility: how the State can Promote Better Social Bonds. Cadernos Gestão Pública e Cidadania Vol. 18 Nr. 63, 2013: 290–309
- Verdú, D. (2018). A universidade do populismo que Steve Bannon, ex-assessor de Trump, planeja na Itália. El País (Internacional), 22 set. 2018. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2018/09/20/internacional/1537462031_280140.html>. Acesso em 05 maio 2024
- W3C (s.d.). A Little History of the World Wide Web. Disponível em: <<https://www.w3.org/History.html>> . Acesso em 03/05/2024
- Wilson, F. (1990). Neo-Corporatism and the Rise of New Social Movements. In: Dalton/Kuechler: Challenging the Political Order. New Sociological and Political Movements in Western Democracies: Cambridge. Polity Press, 1990, p. 67-83
- Zerdick, A. (1999). et al. Die Internet-Ökonomie. Strategien für die digitale Wirtschaft. European Communication Council, Berlin u.a.: Springer, 1999
- Zuboff, S. (2019). The Age of Surveillance Capitalism. The fight for a human future at the new frontier of power. Public Affairs, Hachette Book Group