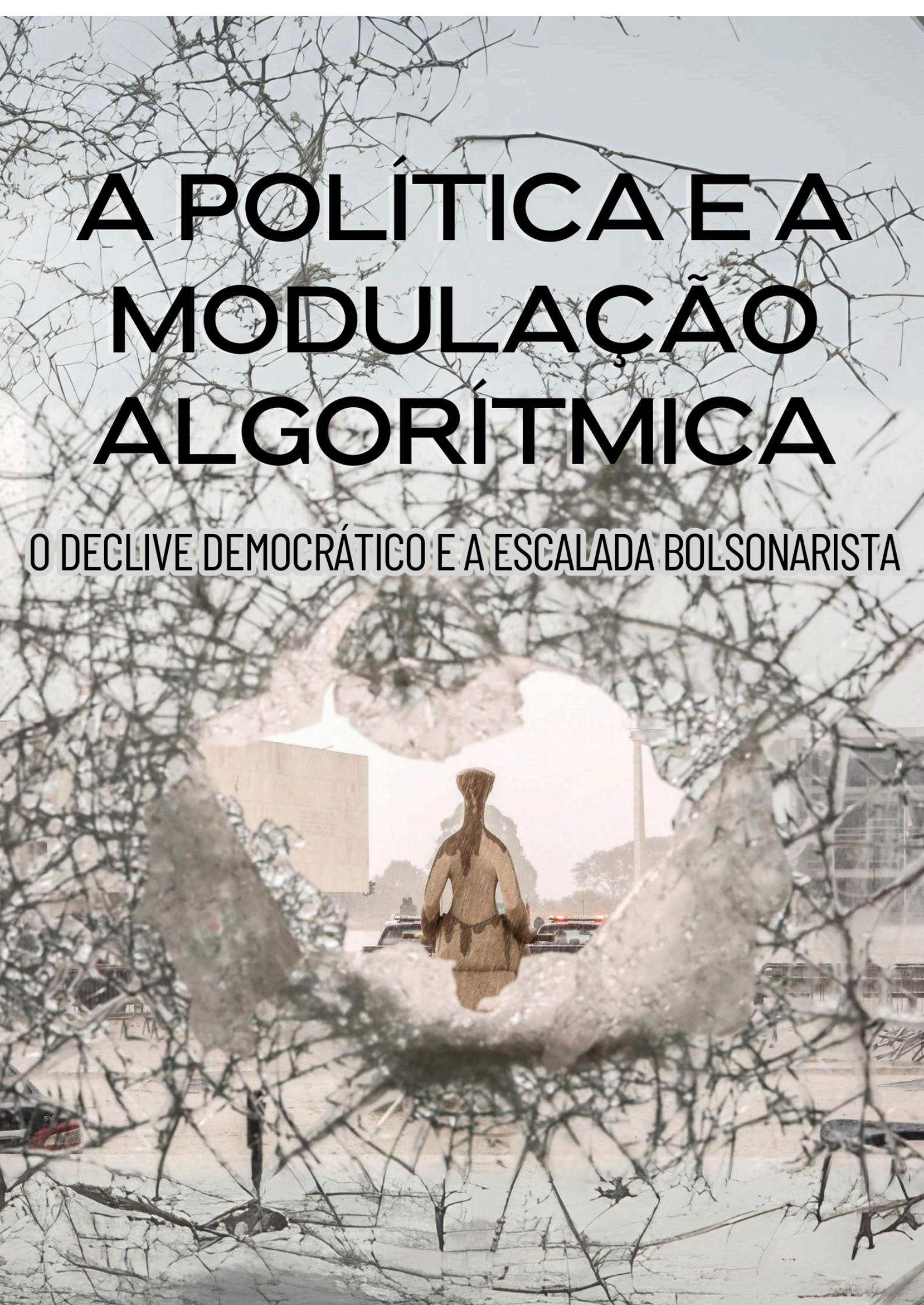


A POLÍTICA E A MODULAÇÃO ALGORÍTMICA

O DECLIVE DEMOCRÁTICO E A ESCALADA BOLSONARISTA



**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO E ARTES
DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES PÚBLICAS, PROPAGANDA E TURISMO**

MARIANA GUELFY OLIVEIRA

**A POLÍTICA E A MODULAÇÃO ALGORÍTMICA:
O DECLIVE DEMOCRÁTICO E A ESCALADA BOLSONARISTA**

SÃO PAULO

2024

MARIANA GUELFY OLIVEIRA

**A POLÍTICA E A MODULAÇÃO ALGORÍTMICA:
O DECLIVE DEMOCRÁTICO E A ESCALADA BOLSONARISTA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo para obtenção de título de Bacharelado em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda.

Orientador: Prof. Dr. Eneus Trindade Barreto Filho

SÃO PAULO

2024

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catálogo na Publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo
Dados inseridos pelo(a) autor(a)

Guelfi Oliveira =, Mariana
A POLÍTICA E A MODULAÇÃO ALGORÍTMICA: O DECLIVE
DEMOCRÁTICO E A ESCALADA BOLSONARISTA / Mariana Guelfi
Oliveira =; orientador, Eneus Trindade Barreto Filho. -
São Paulo, 2024.
62 p.: il.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) -
Departamento de Comunicações e Artes / Escola de
Comunicações e Artes / Universidade de São Paulo.
Bibliografia

1. Algoritmos. 2. Política. 3. Comunicação. 4.
Propaganda. 5. Democracia. I. Trindade Barreto Filho,
Eneus . II. Título.

CDD 21.ed. -

302.2

MARIANA GUELFY OLIVEIRA

**A POLÍTICA E A MODULAÇÃO ALGORÍTMICA:
O DECLIVE DEMOCRÁTICO E A ESCALADA BOLSONARISTA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo para obtenção de título de Bacharelado em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda.

São Paulo, ___ de _____ de _____.

BANCA EXAMINADORA

Julgamento: _____

Assinatura: _____

Julgamento: _____

Assinatura: _____

Julgamento: _____

Assinatura: _____

SÃO PAULO

2024

AGRADECIMENTOS

À minha família, meu bem mais precioso, onde sempre encontro um amor incondicional, o alicerce necessário, liberdade, apoio, carinho e lar(es). Em especial à minha mãe Andrea, de quem não só puxei os lindos traços, mas também a coragem impassível. A primeira uspiã da família e minha eterna fonte de inspiração. Aos meus pais Luiz Marcelo e Stefan, pela paciência, suporte, confiança e por despertarem em mim a paixão pela política, cada um a seu modo. Às minhas irmãs Nicole e Marina e minha prima Giulia que crescem ao meu lado, me trazem o afago mais sincero e me lembram da minha essência - meninas mulheres nas quais eu me vejo e me espelho. À Patrícia, minha madrinha de sangue e mãe de coração. Aos meus avós Olga e Luiz, os primeiros a comemorarem e guardarem o jornal com a 1ª chamada do vestibular. Às avós Zilda e Nara, guerreiras que dedicaram suas vidas às nossas. E aos que chegaram depois, mas com todo o afeto do mundo: Giulia, Ander e Leo.

Às tantas e excepcionais amizades que cultivei durante esses 5 anos, que me fizeram ultrapassar os percalços com muito mais leveza e despertam sempre o que há de melhor em mim. Às antigas, que desde os tempos de colégio me acompanham, sobretudo Vic, Mari e May, com quem pude dividir o lar no apartamento 31, por abraços, lágrimas e os sorrisos mais sinceros. À Yasmin, minha eterna cara metade. Às novas, que felizmente cruzaram meus caminhos pela Prainha e que levarei vida a fora, em especial: Vitória, Mafe, Amanda, Nath, Juju(s), Luana, Lucas, Ane, Bruna, Rapha, Madu, Vivian, Iago, Braz, Diego, Bruno e tantas outras colisões mágicas. É sorte grande poder viver e crescer ao lado de vocês com a certeza dessa companhia e alegria inigualáveis. Saibam que terão sempre em mim um porto seguro e uma amiga fiel.

À ECA Jr., BaterECA e ECAtlética por terem me ensinado tanto também fora de sala, por terem me entregado as melhores memórias, presenteando-me com um senso de pertencimento que eu nunca havia experimentado e com as melhores pessoas que poderia encontrar nessa cidade universitária. Guardarei no lugar mais especial do peito toda essa minha vivência ecana - muito melhor do que eu jamais poderia sonhar. Foi a mais linda história de amor!

À Gigante, o time que me fez novamente me apaixonar pelo esporte, me provou nunca ser tarde pra mergulhar naquilo de que se gosta e que dar o melhor de

si, muitas vezes, é o que vale ouro. Além de eternamente aurirroxa e fanática, serei eternamente grata por tanto.

À USP e à Escola de Comunicação de Artes pelos melhores anos da minha vida e ao meu orientador e professor Eneus Trindade Barreto Filho que contribuiu com meu aprendizado e com meu crescimento acadêmico desde meu primeiro dia como graduanda até o último, com a entrega deste TCC.

A Deus, pai Oxalá e àqueles que me guardam e me guiam por me mostrarem a luz quando tudo que via era escuridão. Aos que me devolverem a força que esqueci ainda morar em mim. A São Jorge/Ogum, escudeiro de paz que me veio em sonho para lembrar de que não estarei nem nunca estive só.

Finalmente, ao tempo e à vida em si por me proporcionar acasos, encontros, ensinamentos e oportunidades tão afortunados e abençoados. Seja eu digna de toda essa sorte um dia.

Obrigada!

A forma inteligente de manter as pessoas passivas e obedientes é limitar estritamente o espectro da opinião aceitável, mas permitir um debate intenso dentro daquele espectro.

Noam Chomsky

A presença de outros que veem o que vemos e ouvem o que ouvimos nos assegura da realidade do mundo e de nós mesmos.

Hannah Arendt

Um passo à frente e você não está mais no mesmo lugar.

Passeio No Mundo Livre - Chico Science & Nação Zumbi¹

¹ Disponível em: <https://youtu.be/EWZNRIZTNLo>. Acesso em: 15 abr. 2024.

RESUMO

GUELFY, O. M. **A política e a modulação algorítmica: o declive democrático e a escalada bolsonarista.** 2024. 62 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2024.

Com a nova era digital e cenário tecnológico, muitas são as transformações geradas, principalmente na relação entre sociedade e comunicação, informação e política. As plataformas digitais, atualmente colonizadas pelas chamadas *big techs* e conduzidas pelos mecanismos de recomendação algorítmica, protagonizam novas relações de poder e influência nos comportamentos políticos dos usuários e cidadãos, que podem ser estudadas à luz de conceitos como polarização, vigilância, governamentalidade, propaganda e da própria modulação algorítmica. A análise, formada por 6 capítulos, discute recentes fenômenos políticos, sobretudo os acontecidos na recente conjuntura brasileira, e as suas correlações com a eficácia preditiva e modular dos algoritmos. Ademais, realizado a partir de uma revisão bibliográfica e teórica respaldada em autores contemporâneos nacionais e internacionais, o trabalho aborda também a reflexão sobre os efeitos do efervescente capitalismo tecnocêntrico, que se serve da coleta e mercantilização massiva de dados e contribui para a construção de novos fluxos de comunicação e novas ameaças para a democracia. O trabalho é concluído com as principais problemáticas e reflexões emergentes dessa nova lógica de conhecimento mecânica.

Palavras-chave: Algoritmos. Comunicação. Informação. Política. Democracia. Propaganda.

ABSTRACT

GUELFY, O. M. **Politics and Algorithmic Modulation: The Democratic Decline and the Rise of Bolsonarism**. 2024. 62 p. Course Conclusion Paper (Bachelor 's Degree in Social Communication with Habilitation in Advertising) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2024.

With the recent digital age and technological landscape, numerous transformations have emerged, particularly in the relationship between society and communication, information, and politics. Digital platforms, currently dominated by so-called big tech companies and driven by algorithmic recommendation mechanisms, play a central role in new power dynamics and influence on the political behaviors of users and citizens. These dynamics can be studied through concepts such as polarization, surveillance, governmentality, propaganda, and algorithmic modulation itself. This analysis, comprising six chapters, discusses recent political phenomena, especially those occurring in the recent Brazilian context, and their correlations with the predictive and modulatory efficacy of algorithms. Additionally, based on a bibliographic and theoretical review supported by contemporary national and international authors, the work also reflects on the effects of the burgeoning technocentric capitalism, which leverages the massive collection and commercialization of data, contributing to the construction of new communication flows and new threats to democracy. The study concludes with the main issues and emerging reflections from this new mechanical knowledge logic.

Keywords: Algorithms. Communication. Information. Politics. Democracy. Propaganda.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 - Prints das páginas “Para Você” do X de diferentes usuários na mesma hora.	27
Figura 02 - Os três tempos da governamentalidade algorítmica.	32
Figura 03 - Modelo de edifício panóptico.	36
Figura 04 - Diagrama sobre escândalo Cambridge Analytica para Donald Trump.	39
Figura 05 - Post na página Palácio do Planalto do Facebook em defesa da Reforma da Previdência.	41
Figura 06 - Gráfico: A derrocada de democracias antes consideradas estáveis (valor total do nível de transformação política).	44
Figura 07 - Extremistas durante a invasão de 08 de Janeiro em Brasília (2023).	47
Figura 08 - Exemplos de posts de apoiadores do ex-presidente convocando os ataques de 08 de Janeiro, dita “Festa da Selma”.	48
Figura 09 - Frame do vídeo em que Bolsonaro clama para “fuzilar a petralhada”.	51
Figura 10 - Post na página do Facebook de Jair Bolsonaro que ofende os direitos humanos.	53

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	11
2. CONSUMO DE INFORMAÇÃO NA SOCIEDADE DAS REDES.....	14
2.1. A colonização das big techs e plataformas digitais.....	15
2.2. A metamorfose de cidadão a usuário.....	17
2.3. O véu maculado por trás das plataformas digitais.....	19
3. A COMUNICAÇÃO E A MEDIAÇÃO ALGORÍTMICA.....	21
3.1. Os Algoritmos.....	22
3.2. Do gatekeeping aos filtros-bolha.....	25
3.3. Algoritmizando o debate político.....	28
4. GOVERNAMENTALIDADE ALGORÍTMICA.....	31
4.1. Três tempos da governamentalidade.....	32
4.2. Vigilância no “capitalismo dadocêntrico”.....	34
4.3. A modulação algorítmica e a política democrática.....	37
5. DEMOCRACIA EM DECLIVE: O BOLSONARISMO E OS ATAQUES DE 8 DE	
JANEIRO.....	43
5.1. A escalada antidemocrática bolsonarista até os ataques.....	43
5.2. Propaganda e fake news: a opinião na era digital.....	49
5.3. Polarização e os discursos de ódio no meio algorítmico.....	50
5.4. O impulsionamento da propaganda desinformativa.....	53
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	56
REFERÊNCIAS.....	59

1. INTRODUÇÃO

Em outubro de 2022, um pai e uma filha discutem sobre os candidatos à presidência do país. A filha argumenta que o meio ambiente, a diplomacia e a tolerância foram abandonados pelo governo Bolsonaro, o qual fez um catastrófico gerenciamento da pandemia da COVID-19 no Brasil, advindo do negacionismo à ciência e que levou a uma mortalidade quatro vezes maior que a medida global². O pai retruca que, apesar dos erros na condução da pandemia e das falas problemáticas, o candidato da extrema-direita, ainda assim, seria o melhor para o crescimento econômico, já que o PIB do país avançou para 5% no ano de 2021 e também pela promessa da agenda de privatizações e de uma “nova política”.

Ambos defendem ideologias diametralmente opostas, personificadas nos líderes populistas Lula e Bolsonaro, e o consenso se torna cada vez mais improvável. Os ânimos se afloram e cada um alcança seu próprio *smartphone* em busca de notícias e informações que embasam seus pontos de vista, a fim de convencer o outro de suas convicções. Nesse movimento, os dois notam que os respectivos *feeds de notícias* ou até os resultados de uma mesma busca no Google entregam respostas profundamente distintas. Observa-se aqui o processo de calcificação tecnológica de um abismo político que, com a expansão das redes, dados e mudanças comunicacionais, impactam diretamente no debate político e na circulação e interpretação das informações (Silveira, 2019).

Já é habitual afirmar que a revolução tecnológica, iniciada no final do século passado, transformou por completo as experiências humanas, sobretudo as relações com a comunicação, informação e política (Castells, 1999). Nesse complexo de fenômenos de nosso tempo, é preciso navegar além da superfície das telas, da internet e das redes sociais para entender o que está por trás dessa dinâmica e diagnosticar suas principais problemáticas, já que “essas redes conectam não apenas computadores, mas pessoas” (Recuero, 2009, p. 17). Dentre as inúmeras transformações ocasionadas pela transferência das práticas sociais para o universo digital, novos padrões de comportamento emergem junto às novas tecnologias, já que as informações e dados se estabelecem como o bem mais valioso na nova sociedade em rede, alterando as dinâmicas de poder (Castells, 1999).

² Disponível em:

<https://www.redebrasilatual.com.br/saude-e-ciencia/sete-erros-bolsonaro-covid-brasil/>. Acesso em: 12 mar. 2024

De que maneira as transformações tecnológicas influenciam a nossa comunicação e política? Quais são as novas relações de poder que emergem? Qual a relação estabelecida entre a democracia e os códigos invisíveis? Quais são as novas dinâmicas e riscos que a ameaçam? Esses são alguns dos questionamentos que este trabalho busca compreender e discutir, de forma a contribuir dentro dos recortes propostos e dos limites cabíveis a partir de uma análise essencialmente teórica.

Dividida em quatro capítulos dissertativos, a análise tem início com uma breve linha do tempo dos avanços e fenômenos tecnológicos e as consequentes implicações da internet como protagonista informativa e comunicacional dentro da intitulada Sociedade em Rede por Manuel Castells (1999) e da Indústria 4.0 (Schwab, 2016), passando pela transformação dos usuário-cidadãos e da influência das *big techs* e plataformas digitais nesse novo ecossistema político-digital (Morozov, 2018). Em seguida, é apresentada a mediação dos mecanismos algoritmos na comunicação dentro da nova lógica capitalista e tecnocêntrica, pautada na mercantilização dos dados, com a discussão da transparência, do poder de modulação nos comportamentos e do debate político.

Já no quarto capítulo, discutem-se os seguintes aspectos: desdobramentos nas relações de poder e controle ditados pelos algoritmos na disseminação da informação; força de uma construção política assimétrica (Gillespie, 2018); o domínio dos usuários a partir de conceitos como a governamentalidade (Andrade, 2022) e a vigilância (Foucault, 2009); e, relação exploratória e controversa entre usuários e plataformas digitais (Morozov, 2018).

Finalmente, no último capítulo, oferece-se uma análise factível dos processos algorítmicos e do complexo universo das redes sociais na comunicação, analisando-os à luz dos efeitos do bolsonarismo, traçando uma breve retrospectiva do cenário político brasileiro, e principalmente dos atos golpistas de 08 de janeiro. Nesse recorte temático, são também levantadas reflexões acerca do fortalecimento e repercussões de fenômenos como a comunicação propagandista, polarização política, *fake news* e discursos de ódio dentro da democracia brasileira.

Referindo-se a um trabalho de conclusão de curso e que, portanto, não consegue abarcar todos os conceitos e desdobramentos relacionados à nova política dentro da modulação algorítmica e os fenômenos que essa provoca, enxergo que outras abordagens e reflexões relevantes - a exemplo o fascismo na era digital,

a aprofundamentos sobre a propaganda desinformativa, a opinião pública nas redes sociais, etc. - poderiam ser partes fundamentais de uma possível continuação do trabalho.

Assim, longe de buscar soluções ou respostas simplórias às problemáticas levantadas, este trabalho busca, essencialmente: refletir com base nos conceitos teóricos apresentados juntamente aos fenômenos tecnológicos e eventos políticos observados; e, a partir disso, contribuir na identificação das complexidades políticas, principais transformações comunicacionais e eventuais riscos para a democracia - objeto qual eu, aluna e autora desta dissertação, tanto prezo e me afeiçoo em no âmbito acadêmico e político.

2. CONSUMO DE INFORMAÇÃO NA SOCIEDADE DAS REDES

Mesmo após três décadas do início da era digital, ou também conhecida como a Quarta Revolução Industrial ou Indústria 4.0 (Schwab, 2016), cientistas, filósofos e acadêmicos em geral ainda buscam entender a profundidade das transformações radicais operadas na sociedade e no cotidiano social com o advento de inúmeras novas tecnologias, hoje completamente permeados pelas redes sociais e plataformas digitais. Caracterizada pelos novos fenômenos cibernéticos como *big data*, robótica avançada, inteligências artificiais (IA), internet das coisas (IoT) e o montante desmesurado de dados e informações, o avanço digital sem precedentes interfere não só nas relações socioeconômicas e políticas, como previsto por Milton Santos (2003) já no processo de globalização, mas também - e profundamente - na forma com que interagimos, nos relacionamos e comunicamos.

Entramos atualmente em contato com o mundo por meio das lentes dessas tecnologias, conectados a tudo, em todo lugar e ao mesmo tempo. A acessibilidade a internet hoje é irrestrita, não há mais fronteiras para a informação e as possibilidades de comunicação são infinitas: estamos todos conectados por meio de uma “sociedade em rede”, onde a tecnologia de comunicação e informação constitui a infraestrutura material da produção, organização e gestão da sociedade (Castells, 1999, p.98).

Nessa nova era, as redes de comunicação mediam nosso cotidiano e relações, tendo como matéria-prima a informação e os dados, tornando-se também transformadoras de instituições-chave e estruturas de poder da nossa sociedade como a economia, cultura e política. Conforme contribui Recuero (2009), as mudanças interferem na sociedade como um todo, desde indivíduos até organizações, visto que exercem dinâmicas e influenciadas por processos sociais como cooperação, competição e conflito.

Sem as fábulas e mitos, este período histórico não existiria como é. Uma dessas fábulas é a tão repetida ideia de aldeia global. O fato de que a comunicação se tornou possível à escala do planeta, deixando saber instantaneamente o que se passa em qualquer lugar [...]. Um outro mito é do espaço e do tempo contraídos, graças, outra vez, aos prodígios da velocidade [...] (Santos, 2003, p. 41-42).

O entusiasmo proveniente dos avanços tecnológicos e digitais assombrosos que vêm acontecendo desde o início da Indústria 4.0 são, em alguma proporção, ingênuos e sem cautela (Morozov, 2018). Isso se dá, pois, mais do que uma

ferramenta que nos auxilia no dia a dia, as redes de comunicação se transmutam como principal fonte de informação e conhecimento, consubstanciando-se em uma janela restrita de novas realidades para os usuários. De acordo com um estudo do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (2010), 92% dos usuários brasileiros buscam informações ao acessar a internet. Em adição, a Pesquisa Brasileira de Mídia 2016, realizada pela Secretaria Especial de Comunicação Social (SECOM) da Presidência da República, revela que 49% das pessoas buscam informações na *web*, uma fatia em rápido crescimento. Confirma-se que o aspecto “instantâneo, acessível e ramificado dessas redes permite que essas informações sejam difundidas de forma quase epidêmica” (Recuero, 2009, p. 116), alcançando uma enorme abrangência tanto no universo *on-line* quanto na vida *offline*.

O ascendente poder das redes sociais de proporcionar debates plurais e conexões antes impossíveis de forma imediata ou até mesmo de amplificar vozes e discussões antes silenciadas em um espaço de grande repercussão, acaba, assim, por cegar os usuários a respeito das evidentes problemáticas comunicacionais. Apesar de romper as fronteiras de espaço-tempo, o universo digital e as redes sociais não são imparciais ou imunes a intencionalidades. Ao revés, é aqui que reside o perigo social e político em entregarmos às mãos invisíveis das plataformas digitais o protagonismo informativo e comunicacional (Morozov, 2018). Isso se dá, principalmente, porque: são monopolizadas pelas grandes companhias neoliberais - as chamadas *big techs*; transformam os cidadãos, primariamente, em usuários e consumidores; e, ocultam despidoradamente sua forma de funcionamento e motivações para filtragem e disseminação das informações.

2.1. A colonização das *big techs* e plataformas digitais

Por mais livre e coletiva que possa parecer, a internet hoje é povoada e controlada por grandes plataformas como Google, Facebook e Twitter, que mediam e segmentam os fluxos, narrativas e dinâmicas pelas quais são permeadas conforme seus próprios interesses privados. Em síntese, ferramentas produzidas e importadas, em sua maioria, do Vale do Silício rompem o sistema, seus limites institucionais e as formas tradicionais de organização social. A Uber, por exemplo, se sobrepõe ao transporte, o Airbnb à indústria hoteleira, o IFood aos restaurantes e mercados, a Amazon às livrarias e assim por diante. Dessa forma, compramos a “retórica do Vale do Silício” (Morozov, 2018) de que todo problema social pode

encontrar soluções em tecnologias mágicas e “gratuitas” e, por consequência, abandonamos seu caráter fundamentalmente político e público.

Há um motivo simples para o debate digital parecer tão vazio e inócuo: definido como “digital” em vez de “político” e “econômico”, desde o princípio o debate é conduzido em termos favoráveis às empresas de tecnologia. Sem o conhecimento da maioria de nós, a natureza aparentemente excepcional das mercadorias em questão - desde a “informação”, passando pelas “redes”, até a internet” - está codificada em nossa linguagem. É essa excepcionalidade oculta que permite ao Vale do Silício descartar seus críticos, chamando-os de luditas, os quais, ao se oporem à “tecnologia” ou à “informação” ou à “internet” [...], também devem ser opositores do “progresso” (Morozov, 2018, p. 29).

Dessa maneira, os objetivos lucrativos das *big techs*, eventualmente aprazíveis e convenientes às vidas dos usuários, criam o que Morozov (2018, p.31) descreve como uma “cerca invisível de arame farpado”, pautada na falsa sensação de liberdade, mobilidade, conectividade, acessibilidade entre outros adjetivos progressistas e tecnológicos. Entretanto, essa dialética moderna esconde, na verdade, a progressiva intencionalidade de controle, vigilância e construção de realidade baseada no modelo de “capitalismo dadocêntrico”, nos fazendo interpretar confinamentos e bolhas como se fossem emancipações.

De acordo com a retórica de que a facilitação das tarefas cotidianas seria uma troca justa pela privacidade dos nossos dados, torna-se quase impossível a não vinculação e dependência dessas plataformas - monopólios digitais - dentro de uma sociedade em rede instituída no capitalismo tecnológico, a qual se transforma em um verdadeiro mercado de extrativismo informacional. Como aponta Romanini e Mielli (2021) “estar ausente desses espaços, hoje, é como deixar de existir. Assim, vamos passando mais tempo no interior dessas plataformas. Nessas redes pesquisamos, nos informamos, compramos, interagimos uns com os outros, namoramos, opinamos e vamos construindo nossas opiniões” (p.150).

Dessa forma, nota-se que todos os perigos denunciados por Milton Santos acerca da globalização, onde seria possível a hegemonização e ainda maior concentração de poder comunicacional em novos monopólios, se concretizam. Como aponta Morozov (2018, p. 15), “a aldeia global jamais se materializou e, no lugar dela, acabamos por nos submeter a um novo capitalismo de domínio feudal, um modelo de negócios social ditado pelas grandes corporações de tecnologia e serviços de inteligência, sem nenhum espaço para o resgate da soberania, proteção ou privacidade popular.” Sendo assim, estabelecida a nova ordem de corrida pelos

dados, cada dia mais se solidifica a crença de que “quem domina a tecnologia mais avançada também domina o mundo” (Morozov, 2018, p. 11).

2.2. A metamorfose de cidadão a usuário

Acompanhando as mudanças na socialização e comunicação entre os indivíduos na era digital, observa-se o fenômeno de que nós (sociedade) passamos a existir e interagir, predominantemente, pelas plataformas digitais. Por meio da internet, nos apropriamos individualmente, construímos e apresentamos nossa identidade e posicionamentos nas interações coletivas, ambos essencialmente alegóricos. Nas redes sociais, portanto, “trabalha-se com representações dos atores sociais, ou com construções identitárias do ciberespaço” (Recuero, 2009, p. 25). Como também discute Silveira (2019), as plataformas não produzem apenas conteúdos, mas direcionam, organizam e disseminam também as produções de seus usuários. Desse cenário deriva nossa ascendente necessidade de visibilidade e exposição pessoal de nossos interesses, opiniões e elementos identitários - dados valiosos e cercados. Logo, é necessário ser visto e lembrado para existir no ciberespaço e, conseqüentemente, na sociedade atual.

Conforme discute o sociólogo Castells (1999), o ser nessa nova sociedade informacional, integrado no mundo pelas redes globais, apesar de gerar comunidades e conexões antes improváveis, tende à construção “da ação social e das políticas em torno de identidades primárias [...], processo pelo qual um ator social se reconhece e constrói significado principalmente com base em determinado atributo cultural ou conjunto de atributos, a ponto de excluir uma referência mais ampla a outras estruturas sociais” (Castells, 1999, p. 58).

Ao aderirmos à internet como espaço não só de acessos a serviços antes públicos, mas também de debate, fonte de informação, de comunicação, nos deixamos transformar em usuários e consumidores dessas plataformas, ao invés de cidadãos. Mesmo que compartilhando e formando coletivos dentro dessas redes, “uma massa compacta, lugar de múltiplas trocas, individualidades que se fundem, efeito coletivo, é abolida em prol de uma coleção de individualidades separadas” (Foucault, 1993 *apud* Castro, 2016, p.151). Além disso, como propõe Castells (1999), uma das questões principais dentro de uma sociedade de redes seria aliar o processo globalizatório com as identidades - relação entre a rede e o ser -, onde

culturas comunitárias são derrocadas diante de tantas tecnologias da informação onde prevalecem a individualidade e autosuficiência.

Nessa nova lógica social individualista, onde os dados e informações pessoais passam a ser mercantilizadas e se transformam na nossa principal moeda de troca, os indivíduos deixam de atuar como cidadãos - com direitos e deveres civis - e passam à posição de usuários e “empreendedores de si”, como descrito por Michel Foucault (2008, p. 311). Optando voluntariamente por esse processo de venda de informações e individualidades, nós cidadãos contribuimos para a criação de um universo em que é permissivo e automático o monitoramento e a monetização de nossos dados, tornando-nos meros consumidores e objetos de consumo das plataformas, portanto, cidadãos inertes e alienados.

Os formuladores de políticas que acham que as leis podem impedir essa mercantilização da informação estão iludidos. Essa mercantilização não se dá à revelia dos cidadãos comuns porque essa é a vontade do cidadão-consumidor comum. [...] Vamos deixar as leis de lado: somente por meio do ativismo político e de uma vigorosa crítica intelectual da própria ideologia do “consumismo da informação” subjacente a essas aspirações poderemos prevenir o inevitável desastre (Morozov, 2018, p. 130).

Isso pode ser confirmado pelas permissivas e nunca bem estudadas políticas de privacidade: o famoso botão “aceite termos e condições de uso” que apertamos sem sequer termos ciência de seu significado com o objetivo de usufruirmos das inovações sedutoras das plataformas digitais, já tão bem incorporadas nesse admirável ciber mundo novo e que prometem nos auxiliar, conectar, informar, etc. Todavia, nas jamais lidas linhas dos “termos de uso” dessas redes se disfarça a completa entrega da autonomia de nossos dados para essas empresas privadas, que passam a ter acesso e realizar decisões e conexões para modulação dos usuários e seus comportamentos.

Como aponta (Romanini; Mielli, 2021): “[...] o Facebook conecta as pessoas que ele considera que devem ser conectadas, o Google decide o que é útil e relevante para cada usuário e o YouTube, quem terá de fato sua voz revelada, tudo a partir da análise do que poderá monetizar mais a plataforma, engajar mais os usuários a mantê-los conectados e ativos” (p.150). Dessa forma, a transparência dos dados dos usuários e o vínculo assimétrico estabelecido com as plataformas digitais colocam em risco a autonomia e a capacidade de atuação dos cidadãos, que passam a ter apenas a condição de usuários e menor liberdade.

2.3. O véu maculado por trás das plataformas digitais

Ao concedermos, sem questionamento, acesso ao uso de nossos dados e ao aderir, sem possibilidade de discussão, às políticas de privacidade, acabamos por aceitar a falta de visibilidade nos processos, decisões e, principalmente, motivações das plataformas quando se trata da captação, gerenciamento e utilização dos nossos dados coletados.

Pouco se sabe e se questiona sobre o *backstage* das redes sociais: quais ajustes são realizados na plataforma, como funcionam os mecanismos de programação e recomendação, como e para que fim nossas informações são lidas e empregadas ou quem são os responsáveis por estabelecer os critérios de seleção. Apesar disso, entregamos às redes e plataformas a responsabilidade de nos informar e, considerando que essa emergente dinâmica comunicacional transforma as práticas de conhecimento e interação humana - social, econômica e culturalmente -, submetemos, então, esses poderes às empresas privadas atuantes sempre com enfoque de lucro.

[...] setores politicamente relevantes do sistema das mídias (ou seja, repórteres, colunistas, editores, diretores, produtores e publishers) não podem deixar de exercer o poder, porque eles selecionam e processam conteúdo politicamente relevante e, portanto, intervêm tanto na formação da opinião pública quanto na distribuição dos interesses influentes. O uso do poder das mídias se manifesta na escolha da informação e do formato, na forma e estilo de programas, e nos efeitos de sua difusão – na definição das pautas, ou na preparação e enquadramento das edições (Habermas, 2006 *apud* Romanini, Mielli, 2021, p. 152).

Essa intermediação, antes realizada por humanos - profissionais atuantes dessas empresas ou setores - atualmente é realizada por ferramentas computacionais conhecidas como algoritmos. Esses mecanismos, também invisíveis e imperceptíveis, têm o poder de selecionar e filtrar quais informações têm maior relevância para cada um de nós (Gillespie, 2014), fazendo o feed de notícias ou a nossa prateleira Amazon cada vez mais personalizados e únicos. De outro lado, esconde-se um universo de informações que nunca receberemos, em obediência ao que o algoritmo define ser a opção ideal e mais rentável para o seu perfil de usuário.

Devido a essa natureza invisível e extraordinária do ecossistema digital e dos algoritmos, os usuários, conseqüentemente, criam uma resistência em perceber e experienciar os efeitos desses mecanismos de forma consciente, o que evita o processo de compreensão e responsabilização. Como discutido por Taina Bucher (2016), os encontros diários com o que descreve como imaginários algoritmos

sugerem que o que é experienciado pelos usuários não são as “receitas matemáticas” e seus cálculos, mas sim os humores, efeitos, afetos e sensações que o algoritmo gera - o que dificulta ainda a percepção da sua influência factível.

Portanto, o ecossistema digital legitima a ação algorítmica na comunicação, porém o faz dentro de uma lógica de *marketplace* da informação, na qual cliques, *likes* e compartilhamentos se tornam o crivo da qualidade de um conteúdo, o que acaba por embaralhar os conceitos de informação e propaganda na perspectiva dos usuários.. A exposição dos *users* às mensagens e o consequente espalhamento desses conteúdos seguindo uma seleção obscura realizada pelos mecanismos reconfigura o conceito de propaganda na era digital (Oates, 2021 *apud* Regattieri, 2023), que acaba por aproveitar dessas dinâmicas facilitadas e eficientes de contágio.

Emerge, então, uma comunicação propagandística viralizada com “táticas de persuasão voltadas à modulação da percepção, do recrutamento e da participação da audiência, bem como aos elementos tecnológicos do ecossistema em rede, que permitem ao propagandista distribuir, monitorar e analisar o fluxo de dados no ambiente digital” (Regattieri, 2023, p. 120).

3. A COMUNICAÇÃO E A MEDIAÇÃO ALGORÍTMICA

Dentro de um funcionamento de consumo midiático, comunicacional e informacional, respeitando a lógica comercial das *big techs* e demais plataformas digitais, os algoritmos são criados e atualizados a fim de reter a atenção dos usuários, aumentando as probabilidades de interação e tempo de uso, fornecendo, assim, o que se entende como ideal e interessante a depender do perfil do usuário (Gillespie, 2018). Reforçando o posicionamento dos *users* em nichos cada vez mais específicos e individualizados - bolhas como veremos a seguir (Pariser, 2012) - os usuários tendem a consumir e, conseqüentemente, agir de formas ainda mais polarizadas dentro do aspecto político. Esses mecanismos de aprendizagem de máquina atuam, pois, como novos agentes de intermediação da comunicação.

O consumo de informação e comunicação por meio da mediação algorítmica é um dos temas mais relevantes quando tratamos de analisar a sociedade em rede (Castells, 1999) e a nova configuração de geração e apreensão informacional. Os algoritmos, entendidos como um conjunto de regras que orientam quais informações serão mostradas e para quais usuários, analisam os dados a fim de personalizar todo o conteúdo exibido nas plataformas. Porém, um debate relevante permeia a transparência algorítmica, na qual os detalhes de seu desenvolvimento são mantidos em segredo por seus programadores e são de tamanha complexidade que os observadores não conseguem compreender as conexões e decisões estabelecidas por trás do véu das telas. Esses vieses incorporados nos “algoritmos caixa-preta” (Belli, 2019), opacos à apuração externa, levantam problemáticas não só por ampliar desigualdades e modular comportamentos, mas também por cercear os debates na esfera pública.

Por consequência, o encontro com ideias novas e diversa, informações e debates, se vê cada dia mais complexo diante da nova geração de filtros na internet (Pariser, 2012), já que, ao mostrar apenas um universo de conteúdos pré-filtrados e refinados de acordo com uma teórica e prepotente perfilização do usuário, tais mecanismos agem como moduladores do que gostamos, o que fazemos e o que pretendemos. Em adição, a desinformação enquanto propaganda também encontra nos algoritmos uma infraestrutura que viabiliza e acelera o espalhamento dessas comunicações, valorizando a popularidade em detrimento da qualidade (Regattieri, 2023).

Partimos, então, para o entendimento e aprofundamento mais específico da atuação e do efeito dos algoritmos na comunicação, considerando a criação de filtros-bolha e o quanto essa dinâmica impacta o consumo informacional e, posteriormente, o debate político e a construção democrática.

3.1. Os Algoritmos

Muitas são as criações e inovações que chegam com a promessa de “melhorar” ou “substituir” algo já existente, estabelecendo uma sensação de falsa segurança e de renovação positiva - dentro da retórica tecnológica e progressista. A chegada do cigarro eletrônico foi um exemplo de como a sociedade pode aderir tão facilmente a novas tecnologias desconhecidas que eventualmente podem ser iguais ou piores do que as que já conhecemos e utilizamos³. Os *e-cigarettes*, atualmente proibidos em inúmeros países, conquistaram rapidamente fumantes e, sobretudo, o público jovem por terem diferentes cores e sabores, não deixarem mau hálito, não produzirem bitucas ou muita fumaça. À primeira vista, foi absorvido no mercado como solução para muitos fumantes, já que seria menos tóxico. Todavia, ao longo dos anos, estudos demonstraram que tais dispositivos também são tão ou mais nocivos e viciantes do que o cigarro comum e não apresentam evidências sobre efeitos a longo prazo.

A criação e a inserção dos algoritmos na internet e em mídias sociais teve um caminho bastante similar. Os usuários, habituados às frequentes atualizações das redes em que estão inseridos, aderiram os algoritmos como apenas mais um novo *update*. Definido como “o átomo de qualquer processo computacional”⁴ pelo cientista e pesquisador da computação Roberto Marcondes Cesar Júnior do Instituto de Matemática e Estatística da Universidade de São Paulo (IME-USP), os algoritmos podem ser descritos como uma sequência de cálculos com três etapas de programação: 1) identificação do problema; 2) organização da solução; e, 3) tradução e desenvolvimento. Como explica Cristina Gomes Fernandes, cientista da computação, são sistemas lógicos tão antigos quanto a matemática e que ganharam um novo propósito e aplicação com o desenvolvimento computacional na era digital.

³ Disponível em:

<https://veja.abril.com.br/coluna/letra-de-medico/cigarro-eletronico-intoxica-tanto-quanto-o-comum-ou-ate-mais>. Acesso em: 15 abr. 2024

⁴ Disponível em: <https://revistapesquisa.fapesp.br/o-mundo-mediado-por-algoritmos/>. Acesso em: 15 abr. 2024

Com a promessa de detectar, de forma precisa, características e preferências dos usuários e, a partir delas, recomendar e personalizar os conteúdos a serem consumidos, os algoritmos foram lidos como uma vantagem - conexão rápida com aquilo que se aprecia. Os usuários, então, começaram a ser levados sem esforço por esses mecanismos praticamente invisíveis até novas comunicações, conteúdos, notícias e até a outros usuários que compartilhassem do seu posicionamento ou perspectiva de mundo, além de terem seus objetivos e valores presumidos e arquivados. Segundo um estudo realizado em 2021 pela empresa de dados Locomotiva⁵, notou-se que os brasileiros aprovam as praticidades trazidas pelos algoritmos. A maioria deles - 9 em cada 10 - admite que as recomendações realizadas por meio dos algoritmos pelas plataformas como Netflix, Google e Spotify são melhores do que as que encontrariam por si só.

Esses procedimentos, que têm por finalidade resolver problemas e tarefas específicas em busca de um resultado desejado (Santaella, 2023), permeiam nosso dia a dia, e modulam nossas interações digitais. Tanto em *posts* nos *feeds* de notícias de redes sociais como Instagram, Facebook e TikTok ou também nas recomendações dos serviços de streaming como Spotify, Netflix e Prime Vídeo, nossos encontros com os conteúdos são todos arquitetados de acordo com nossa preferências já mapeadas e catalogadas (Gillespie, 2018). Esses procedimentos calculados, antes feitos manualmente, nos fornecem um fluxo de informação específico e personalizado que, inevitavelmente, passa por uma seleção criteriosa, que avalia o que seria “tendência” ou “relevante” para cada usuário. Por consequência, acabam excluindo outros inúmeros fragmentos de informação também disponíveis nas redes, porém com os quais jamais teremos contato.

Dado que tais sites se sentem confortáveis em oferecer caricaturas dos usuários, as questões que parecem nos classificar de forma suficiente para eles, particularmente em relação às nossas preferências enquanto consumidores, tendem a ganhar relevância como formas de medir o público [...]. Diante desses provedores, somos encorajados a escolher nos menus que eles oferecem uma opção para que sejamos corretamente antecipados pelo sistema e para que ele nos ofereça as informações certas, as recomendações certas, as pessoas certas (Gillespie, 2018, p. 102).

O que define essas antecipações de nossas preferências, ações e possíveis aquisições são todas pegadas digitais que deixamos conforme utilizamos essas

⁵ Disponível em:

<https://veja.abril.com.br/cultura/brasileiro-prefere-nao-ver-manipulacao-por-algoritmos-diz-pesquisador>. Acesso em: 21 abr. 2024

plataformas, como *likes*, compartilhamentos, tempo de visualização e nossos comportamentos anteriores - todos armazenados nessas enormes bases de dados. Nesse sistema de colecionamento de informações e ciclos de antecipação, os algoritmos também são calculados para identificar mudanças de comportamentos, atualizando e incrementando automaticamente buscas e recomendações para manutenção de um retrato fiel dos usuários (Andrade, 2022). Como descreve Pariser (2012), o monitor do seu computador é uma espécie de espelho unidirecional, refletindo seus próprios interesses enquanto observadores algorítmicos apuram o que você clica, a fim de oferecer uma experiência de navegação prestativa e “inteligente”.

Nesse ínterim, a quantidade massiva de dados armazenada, bem como sua mineração e comercialização pelas grandes plataformas se torna protagonista, já que beneficiam muito mais as empresas, que terão seus *assets* cumpridos, do que a vida dos usuários, como muitos imaginam. Como afirma Morozov (2014), não se pode mais enxergar a diferença entre os territórios social e comercial no *feed* de notícias do Instagram, por exemplo, já que nele se misturam tanto conteúdos de contas que de fato o usuário segue, como também comunicações propagandistas, impulsionamentos e anúncios publicitários com base em recomendações algorítmicas e nas preferências mapeadas e internalizadas nos critérios algoritmos de cada *user*. Isso acaba por priorizar interesses dos anunciantes nas plataformas e também incentivar a disseminação de propagandas inócuas e desinformativas sem limitação.

Isso se dá, pois anúncios, propagandas e notícias percorrem o mesmo caminho comunicacional, no qual o critério do algoritmo decide quais, dentre os trilhões de bits informacionais disponíveis, serão os resultados a ser acessados e que melhor vão satisfazer os objetivos presumidos de cada usuário (Gillespie, 2018). Com isso, os usuários acabam por receber e interagir apenas com informações ou propagandas que lhes são pertinentes e que lhes dão “viés de confirmação”, o que tolhe perspectivas diversas sobre certos assuntos, limita possibilidades de construção de opiniões mais amplas, acaba por criar a falsa ilusão de que todos compartilham das mesmas ideias e, por consequência, modifica a forma como nos relacionamos e interpretamos informações.

À medida que esses algoritmos se abrigam na vida das pessoas e nas suas rotinas informacionais, os usuários moldam e rearticulam os algoritmos com os quais se deparam. Os algoritmos também afetam a maneira que as pessoas procuram informações, como elas percebem e pensam sobre os horizontes de conhecimento, e como elas se compreendem no e pelo discurso político (Gillespie, 2018, p. 110).

Uma das transformações mais perceptivas nesse novo modelo de comunicação da sociedade em rede, como notado por Manuel Castells (1999), é o embaralhamento dos papéis de emissor e receptor. Isso se dá, pois dentro do ecossistema digital o usuário que for receptor de uma mensagem poderá respondê-la, compartilhá-la e interagir com o conteúdo apreendido, se tornando um emissor simultâneo dentro do mesmo processo comunicacional. Dessa forma, “a comunicação em redes digitais inverteu a importância dos fluxos de informação e tornou o diálogo improvável: o difícil não é falar, mas ser ouvido” (Silveira, 2019, p. 34)

Seguindo essa lógica, um processo fundamental exercido pelos mecanismos algorítmicos, inevitável conforme seu objetivo, é a criação de bolhas informacionais de acordo com os filtros de recomendação e predição comportamentais, onde os mecanismos tendem a mostrar aos usuários apenas informações que confirmam suas crenças e opiniões preexistentes, reforçando assim seus vieses cognitivos e a manutenção dessas bolhas na esfera pública e política como discutido a seguir.

3.2. Do gatekeeping aos filtros-bolha

Com a reconfiguração tecnológica da dinâmica comunicacional dentro da nova era digital, como debatido anteriormente, “nossos sistemas de crenças e códigos historicamente produzidos são transformados de maneira fundamental pelo novo sistema [...]” (Castells, 1999, p. 414). Uma das mudanças essenciais foi o processo de definição das pautas jornalísticas, antes subjetivamente escolhidas segundo o juízo de valor do jornalista ou chamado *gatekeeper* - o “guardião do portão” que determinava o que entrava e o que ficava fora do jornal, já que antes existiam limites de páginas para cada edição (Silva; Quadros, 2020). Ao longo do tempo, após o impulso tecnológico das mídias sociais, esse conceito não deixou de existir, mas foi ressignificado e agregado a novos mecanismos que interferem da mesma maneira (ou até mais profundamente) na seleção e circulação de informações nos meios de comunicação, a exemplo dos algoritmos.

Considerando-se que se trata de mecanismos fundamentalmente seletores, nota-se que assumem a função dos novos *gatekeepers* do ambiente digital, agindo a fim de designar os conteúdos mais relevantes para cada usuário dentro do “dilúvio de informações” - expressão utilizada por Pierre Lévy (1999) - de acordo com dados armazenados sobre padrões e comportamentos, ou seja, atuando como filtros informacionais (Silva, Quadros, 2020). Assim, como afirmado por Eric Schmidt, presidente da Alphabet Inc., anteriormente intitulada Google, “a tecnologia vai ser tão boa que as pessoas terão dificuldade em assistir ou consumir qualquer coisa que não tenha sido minimamente adaptada para elas” (Schmidt, 2010).

Nessa lógica de comunicação, a mercantilização dos dados se torna, pois, uma via de mão dupla, onde não só os leitores são cercados apenas por pautas que os atraem, como também os assuntos e discussões em foco são escolhidos de acordo com os interesses de quem os consomem - formando um fluxo que se retroalimenta. Dessa forma, “além de modificar nossa experiência com as notícias, a personalização também altera a economia que determina quais matérias são produzidas” (Pariser, 2012, p. 65).

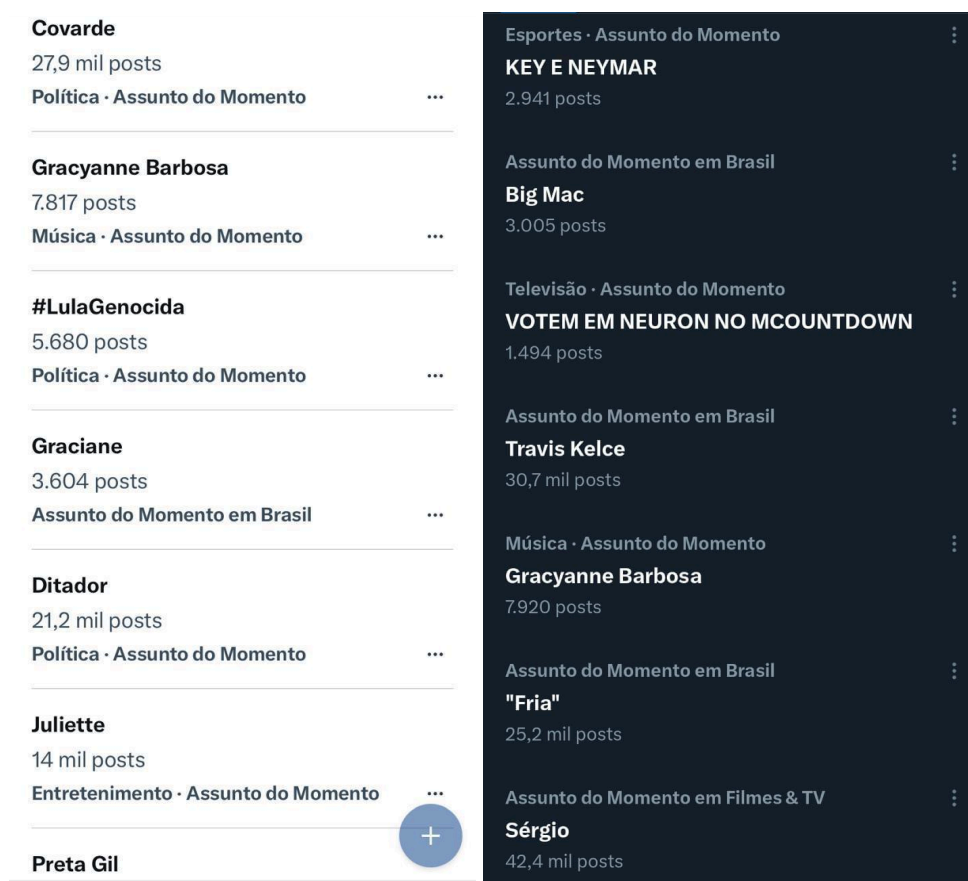
Os jornais, abençoados por não saberem quão impopulares eram alguns de seus artigos, podiam correr o risco de publicar histórias enfadonhas, mas publicamente relevantes [...]. Agora, como cada clique é contabilizado e previsto de antemão, não há como se arriscar: até mesmo as decisões editoriais são tomadas com um olho na lógica do mercado (Morozov, 2018, p. 69).

Essa personalização informacional extrema pode ser claramente observada, por exemplo, com a organização da *timeline* do antigo Twitter, atual X de Elon Musk - a famosa plataforma de notícias fundada em 2006. Nele as notícias são divididas, inicialmente, em duas abas: “Para você” e “Assuntos do Momento”. Na primeira, os *tweets* são automaticamente selecionados com base nas curtidas e compartilhamentos anteriores do usuário, bem como em contas e tópicos já seguidos.

Para além dela, as ditas recomendações do X permeiam as demais abas como “Entretenimento”, “Esportes”, “Notícias”, entre outras, com conteúdos personalizados de acordo com a atividade do usuário, interesses e até geolocalização.⁶ Para as redes sociais e internet, como um todo, somos e geramos documentos de análise quando navegamos, e o recebimento de informações ocorre sob condições de relevância devido a esses documentos (Arruda, 2016).

⁶ Disponível em: <https://help.twitter.com/pt/rules-and-policies/recommendations>

Figura 1 - Prints das páginas “Para Você” do X de diferentes usuários na mesma hora.



Fonte: X (2024)

Definidas as caricaturas digitais e consequentes filtros apropriados individualmente, os algoritmos passam a confinar cada vez mais os usuários em suas próprias bolhas, ou seja, suas respectivas zonas de conforto, onde prevalecem apenas os assuntos, informações e perspectivas que satisfazem suas já existentes convicções (Silva; Quadros, 2020), se transformando nos chamados filtros-bolha conceituado por Pariser (2011). Dessa forma, a adivinhação e o reforço preciso dos algoritmos sobre valores ideológicos e culturais dos usuários os mantém em um estado de isolamento intelectual, e os torna mais suscetível a propagandas que enrijecem e radicalizam esses posicionamentos, o que acaba por dificultar o debate político, que deveria ocorrer de forma não polarizada nas redes e plataformas digitais a fim do exercício democrático.

A menos que os jornais conseguissem se enxergar como empresas de dados comportamentais cuja missão era obter informações sobre as preferências de seus leitores – em outras palavras, a menos que conseguissem se adaptar ao mundo personalizado da bolha dos filtros –, eles iriam naufragar (Pariser, 2011, p.26).

Para além do jornalismo, a atuação dos filtros-bolha também interfere claramente no processo de modulação oriundo da comunicação propagandística, visto que o direcionamento preciso pelo algoritmo para bolhas de pessoas com predisposição a concordar e engajar com as mensagens ditas facilita sobremaneira a efetivação da propaganda (Machado, 2018). Dentro desse ambiente restrito e controlado, gerado pelos filtros-bolha, os sujeitos confirmam suas concepções e são incitados, por meio do afeto e do viés de confirmação, a permanecerem conectados, interagindo, e, sobretudo, a darem continuidade na disseminação dessas propagandas e narrativas, agora também como emissores e perpetuadores.

Nesse passo, assistimos uma nova dinâmica de “debate digital” e construção da política, onde o principal meio de troca e compartilhamento passa a ser as redes e mídias sociais. Porém, essa transformação sem limites e o fascínio demasiado pelas inovações tecnológicas acaba por obscurecer nossa avaliação crítica (Maia, *et al.*, 2016) e nos leva a um grande entrave político, já que essas ferramentas conseguem, por si só, ampliar ou atenuar, viabilizar ou inviabilizar certos temas sociais e econômicos, limitando as possibilidades de articulação política dos usuários.

3.3. Algoritmizando o debate político

Nessa realidade onde delegamos as lógicas de conhecimento e a própria construção das identidades a cálculos e recomendações algorítmicas, permitimos também que, a partir de um senso de reconhecimento e validação convincentes, sejamos politicamente influenciados por processos de seleção que pouco conhecemos. Como argumenta Pariser (2011), quando chegamos a esse nível de personalização dos serviços de informação algorítmica, a diversidade do conhecimento público e do diálogo político pode ser minada. Isso se dá, principalmente, pelo fato de que transferem-se o julgamento humano, os debates sociais e os valores associados a escolhas arquitetadas por uma máquina, projetada para sempre continuar fora do alcance dos usuários a respeito do seu funcionamento e impacto (Gillespie, 2018).

Não obstante, não se pode somente olhar ingenuamente para os algoritmos como os únicos responsáveis nessa relação, já que, por mais invisíveis que sejam, os usuários tendem a saber de sua existência e força de interferência no ciberespaço, apesar da tendência de criarem um imaginário (Bucher, 2016) que os

distancia do real entendimento sobre procedimentos e motivações. Ademais, ao continuarem clicando, curtindo e engajando em certos conteúdos, os usuários também criam vínculos por meio dos quais afetam e reforçam de volta os algoritmos que criam aqueles resultados em primeiro lugar, aprimorando e retroalimentando seu sistema e também suas falhas.

Se nós quisermos entender o poder social dos algoritmos, então, criticar seu funcionamento não é suficiente. Embora os algoritmos certamente façam coisas com as pessoas, as pessoas também fazem coisas com os algoritmos. O poder social dos algoritmos – particularmente, no contexto do aprendizado de máquina – decorre das “relações de força” recursivas entre pessoas e algoritmos (Bucher, 2016, p. 42).

A algoritmização do debate político também pode ser analisada à luz de dois conceitos discutidos por Gillespie (2018): a promessa da objetividade algorítmica e a produção de públicos calculados. Sobre a primeira perspectiva, a facilidade de moldar os valores e juízos do usuário deriva do senso de confiança e segurança criado com “garantias práticas e simbólicas de que suas avaliações são justas e precisas, livres de subjetividade, erro ou tentativas de influência” (Gillespie, 2018, p.106). A manutenção dessa aparente e falsa imparcialidade dos algoritmos pelos provedores, também alimentada pelos usuários, evita que entendamos as milhões de filtragens, avaliações e seus motivos (Bucher, 2016), mesmo sabendo que é impossível uma criação humana ser isenta de interferências e parcialidades cuidadosamente postas. Isso preserva o poder social e a legitimidade da ferramenta no fornecimento de informações para o debate político.

Acerca do segundo conceito, a “produção de públicos calculados” também interfere na consequente fabricação de debates que agregam comunidades de usuários unidos nas mesmas bolhas, estruturando públicos onde imperam a afinidade de valores e a similaridade das opiniões, minando, assim, a diversidade de conhecimento público e diálogo político (Pariser, 2011 *apud* Gillespie, 2018). A aproximação de públicos estimados e delineados por seus rastros digitais, em obediência à lógica de serem homogêneos ou compatíveis, traz como consequência o contato dos usuários apenas com o que “querem” ou “deveriam querer” conhecer, tolhendo a possibilidade de navegarem sobre os pontos que de fato os conectam.

Finalmente, quando nós somos os dados, o que devemos fazer com as associações que os algoritmos afirmam identificar sobre nós enquanto sociedade - o que não sabemos ou que talvez não queremos saber? [...] assim como devemos examinar os algoritmos que fazem esse tipo de associações, também devemos investigar os “algoritmos culturais” que essas associações representam [...] (Gillespie, 2018, p. 116).

Considerando-se que o total de usuários ativos nas redes sociais atualmente já ultrapassa a marca de 5 bilhões⁷, equivalente a 62,3% da população mundial total segundo o levantamento realizado pela Kepios, vemos que as sociedades em sua maioria já se organizam de acordo com uma lógica comunicacional fundamentada nas ferramentas e trocas digitais e, sobretudo, na lógica algorítmica de consumo informacional e construção identitária. Por ser uma máquina, mesmo que o algoritmo não faça a associação ou inferência correta, as interferências dele permanecem nítidas e efetivas, assim como a modulação dos usuários (BUCHER, 2016). Com isso, os dados se transformam em *commodity* essencial para as articulações sociais, políticas e também governamentais, já que as estruturas de poder começam a se basear na mineração e controle de dados e na onipresença das tecnologias e plataformas digitais.

⁷ Disponível em:

<https://www.correiobraziliense.com.br/tecnologia/2024/01/6795728-redes-sociais-passam-dos-5-bilhoes-de-usuarios-revela-kepios.html>. Acesso em: 30 abr. 2024

4. GOVERNAMENTALIDADE ALGORÍTMICA

Como já previsto por muitos pesquisadores e filósofos como Schwab (2016), com a chegada da revolução tecnológica os desdobramentos e mudanças comunicacionais, culturais e sociais aconteceram em escalas imprevisíveis e aceleradas como nunca antes visto. Dentre essas tantas transformações, o autor defende que a principal delas surgiria a partir de uma única força: o empoderamento, por exemplo, como os governos se relacionam com seus cidadãos. Logo, essa nova estrutura de poder exigiria “que os atores capacitados reconheçam que eles são parte de um sistema de poderes distribuídos que requer formas mais colaborativas de interação para que possa prosperar” (Schwab, 2016, p. 24).

Isso posto, o fenômeno que vemos da condução e poderio sobre os comportamentos e ações dos usuários por meio das ferramentas das plataformas digitais pode ser intitulado “governamentalidade algorítmica”. Esse conceito, cunhado pela filósofa Antoinette Rouvroy na conferência “Algorithmic Governmentality and the End(s) of Critique”⁸ (2013), aparece para definir e explicar “uma espécie de racionalidade (a)normativa e (a)política que repousa sobre a coleta, agregação e automação de dados em quantidade massiva de modo a modelizar, antecipar e afetar, por antecipação, os comportamentos possíveis.” (Rouvroy e Berns, 2015, p. 42 apud Andrade, 2022, p. 52).

Fundamentado no conceito de governamentalidade antes concebido por Michael Foucault, notadamente no seminário “Segurança, Território, População” (1977-1978), o autor descreve procedimentos e cálculos ou uma “física de poder” que tem por objetivo a vida de uma população. Para a governamentalidade, o organismo não atua como suporte do produto - como visto no poder disciplinar -, mas sim em um fluxo de funções determinadas e atualizadas pelos algoritmos. A não conformidade com os valores estabelecidos, seja por desvio ou inatividade, é considerada como “falha”, nutrindo os dados do algoritmo e reajustando os fluxos assim que a “realidade” é capturada pelas máquinas. Nesse sistema de controle e vigilância, a falha se dissipa ao ser interpretada e reintegrada, tornando-se um elemento para aprimorar a modelagem de perfis e comportamentos dos usuários no universo digital.

⁸ Disponível em: <https://www.are.na/block/270103>. Acesso em: 09 mai. 2024.

Com a releitura desse conceito no âmbito algorítmico, nota-se que ele não se impõe sobre as regras do Estado, mas sim sobre a massiva quantidade de dados, pegadas e rastros digitais armazenados que constroem estatísticas de comportamentos e atitudes no universo digital. Como descreve Andrade (2022), as estatísticas da governamentalidade algorítmica se diferenciam das tradicionais dado que não são criadas hipóteses sobre a realidade baseadas em quantificações, convenções e categorizações preexistentes, mas sim sobre um conjunto de métodos tecnológicos sofisticados que permitem gerar critérios de classificação a partir dos dados coletados e gerenciados nas redes.

4.1. Três tempos da governamentalidade

Para entender a lógica de funcionamento da governamentalidade algorítmica, na qual a vida digital herda um aspecto de esfera pública, porém gerenciada por interesses particulares com base na coleta de dados, podemos dividi-la em três tempos ou etapas como detalhado por Andrade (2022) e demonstrado na figura abaixo: 1) a coleta de dados (*dataveillance*); 2) a correlação das informações (*datamining*) e 3) a geração de perfis (*profiling*).

Figura 2 - Os três tempos da governamentalidade algorítmica.



Fonte: Andrade (2022).

Na primeira etapa, o *dataveillance*, temos a coleta e armazenamento da quantidade massiva de dados gerados pelas ações digitais dos usuários e extraídos nas redes, a depender das políticas estabelecidas por cada plataforma - quais são os dados coletados e para quais fins podem ser retidos, analisados e utilizados. Ou seja, nesse primeiro processo nota-se o fenômeno da vigilância e do monitoramento

- discutidos à frente - das atividades reais e virtuais para fins de coleta, podendo também ser lido como uma mineração ou colonização, já que na maioria dos casos são dados tomados sem total clareza ou anuência dos usuários. (Andrade, 2022, p. 55)

O *datamining*, por sua vez, significa a coleta de dados - que nem sempre são hierarquizados e classificados - e sua intersecção, a fim de elaborar novos saberes, hipóteses e práticas de governo de forma totalmente autônoma pelo algoritmo. Nesse segundo processo, vemos hipóteses estatísticas, uma vez que os conhecimentos já estabelecidos não são utilizados, porque a única fonte de “saber” dos mecanismos são os aprendizados de máquina já registrados e nunca a interpretação ou a subjetividade humana. Ou seja, essa forma automatizada dos algoritmos acaba por criar conhecimentos com base na relação dos dados coletados sem avaliações éticas e de critérios sociais, os quais serão moduladores dos mecanismos de recomendação (Gillespie, 2018), por exemplo.

Finalmente, na última etapa de *profiling*, vemos a criação de perfis de usuários a partir das correlações feitas durante o *datamining*, que geram, assim, previsões de comportamento humano e a união de usuários similares em bolhas e grupos estigmatizados (Pariser, 2011) e muitas vezes alegóricos, já que não apreendem a totalidade dos sujeitos em rede. Com esse processo de perfilização e catalogação dos sujeitos no universo das redes sociais e plataformas, todos passam a ser apenas um dentro da multidão, sem alteridade ou singularidades compreendidas nesse retrato digital enevado.

[...] em uma livraria online, um determinado livro é recomendado a você, com base no histórico de outras clientes com gastos similares ao seu, e, você pode sentir que pertence a uma comunidade; no entanto, é uma comunidade que você jamais terá como encontrar. O sujeito está, portanto, fragmentado em quantidades de perfis que se relacionam, todos, a “ele mesmo”, às suas propensões, aos seus desejos presumidos, suas oportunidades e seus riscos (Andrade, 2022, p. 57).

Ao final dessas três etapas, temos uma lógica eficaz de transformação das probabilidades em realidades factuais no universo digital exercida pela chamada governamentalidade algorítmica, eliminando as imprecisões e tornando todos os dados e usuários cada vez mais categorizados e, portanto, vigiados e segregados. Esse processo, assim como a governamentalidade apresentada por Foucault, tem por objetivo “submeter o indivíduo a redes contínuas de obediência, ajudando a conduzir suas condutas por meio da modulação de condições estruturais” (Andrade,

2022, p. 59), além de aumentar radicalizações políticas, a influência de comunicações políticas propagandistas e até manipulação de comportamentos em massa, como veremos nos capítulos seguintes.

4.2. Vigilância no “capitalismo dadocêntrico”

Para além do aspecto da governamentalidade e as já constatadas mudanças nas relações simbólico-culturais a partir do início do que intitulamos “sociedade em rede”, são alterados também nosso modo de relacionamento e de comunicação enquanto sociedade ao passo que as tecnologias avançam. Como já discutido acima, essas mudanças envolvem também as experiências políticas: como somos governados, como interpretamos as comunicações, como dirigimos nossas ações por meio dos complexos mecanismos algorítmicos e de que forma isso interfere nas nossas experiências de debate e democracia. Nessa perspectiva, um dos conceitos-chave para o entendimento dessa influência e de novas dinâmicas de poder está na vigilância.

Além das já mencionadas problemáticas que concernem à concentração da esfera de debate em bolhas e o agravamento da alienação e polarização conforme essas bolhas vão sendo reforçadas, a alta vigilância e monitoramento dos usuários conforme as dicas dadas nos seus comportamentos - *likes* e *dislikes*, compartilhamentos e seguidores - cria um enorme banco de armazenamento informacional, os dados, que podem ser definidos como o maior e mais poderoso *commodity* dos tempos atuais, que sustenta as mais valiosas companhias do mundo e que a sociedade já não se enxerga vivendo sem⁹.

Movendo as principais e poderosas *big techs*, a perfilização e mineração dos dados é o modelo de negócio perfeito para companhias como os titãs Alphabet, Meta e ByteDance - conhecidas como Google, Facebook e TikTok, respectivamente. Nessa nova ordem, o termo “capitalismo dadocêntrico” descrito por Morozov (2018) surge para explicar esse novo sistema governamental e econômico, no qual os dados além de serem os principais meios de exploração e lucro para essas companhias por meio da vigilância, se tornam as principais fontes de referência - falsamente objetivas e imparciais - e podem guiar decisões políticas sem

⁹ Disponível em:

<https://www.economist.com/leaders/2017/05/06/the-worlds-most-valuable-resource-is-no-longer-oil-but-data>. Acesso em: 15 abr. 2024.

considerações propriamente humanas dentro dos parâmetros éticos e democráticos. O conceito que estuda a união dessas perspectivas é intitulado “capitalismo de vigilância”.

Esse conceito, conhecido como “Capitalismo de vigilância” (Zuboff, 2021), tem como ponto de partida a evolução histórica do capitalismo e a transformação de sua lógica com o digital e as chamadas big techs. A sociedade, via ação dessas empresas, foi direcionada a criar uma relação de forte dependência com tais tecnologias ao adotar rapidamente dinâmicas comunicacionais e informacionais que são transformadas em uma quantidade de dados comercializável sem precedentes [...] (Trindade, Pompeu, Sato, 2024, p. 89).

Definida como “a observação de informações pessoais, de forma proposital, rotineira e sistemática para fins de controle, direitos e legitimidade, gestão, influência ou proteção” (Wood, 2006, p. 4 *apud* Lott, Cianconi, 2018, p.120), o conceito de vigilância na sociedade atual adapta-se conforme as novas interfaces e possibilidades advindas das tecnologias, e pode ser utilizada para descrever o fenômeno das redes sociais como mediadoras do processo de armazenamento e gerenciamento de dados e comportamentos a fim de identificar padrões e definir perfis. Dentre essas ferramentas estão, por exemplo, os sistemas de geolocalização, *webcams*, mecanismos de busca, sistemas de autenticação e reconhecimento, etc.

Ao utilizar a teoria metafórica proposta por Foucault (2009) para explicar o poder disciplinar na sociedade contemporânea, podemos relacionar a teoria do panóptico com a vigilância dos dados na era digital. A arquitetura circular com uma torre central, utilizada para demonstrar um dispositivo que permite vigiar de forma constante sem que necessariamente se tenha conhecimento de estar sendo observado, demonstra que, com a internalização da sensação de vigilância constante, os indivíduos passam a modular e regular seus comportamentos de acordo com normas e expectativas do meio. Na sociedade digital, mesmo sem que percebamos o alcance e o poder da vigilância das redes sociais, temos nossos dados constantemente coletados e analisados dentro dessas plataformas conforme o uso progressivo, o que nos influencia a ter comportamentos e ações em conformidade com o sistema e seus valores ou que se amoldem aos padrões comportamentais das bolhas e recomendações em que estamos inseridos.

Quem está submetido a um campo de visibilidade, e sabe disso, retoma por sua conta as limitações do poder; fá-las funcionar espontaneamente sobre si mesmo; inscreve em si a relação de poder a qual ele desempenha simultaneamente os dois papéis; torna-se o princípio de sua própria sujeição (Foucault, 2009, p. 192).

Figura 3 - Modelo de edifício panóptico.



Fonte: WordPress, 2013¹⁰.

Portanto, além do controle e usufruto sem limites dos dados pessoais pelas plataformas digitais, como já visto anteriormente, nosso fetiche pela inovação como facilitadora e solucionadora de problemas tanto sociais quanto individuais nos sujeita ao controle e à vigilância permanentes. Isso é dizer, aceitamos a visibilidade, a coleta e o controle de nossos dados em troca dos parcos benefícios proporcionados pela tecnologia, o que transforma as redes sociais em singelas e discretas instituições panópticas, porém demasiadamente eficazes, concretizando os processos de governamentalidade e vigilância.

Diante desse cenário capitalista e “dadocrata”; o montante avassalador de dados gerados gratuitamente para as empresas pode ser visto como mercadoria produzida pelos usuários, já que gera valor e lucro diante da comercialização desses dados para anunciantes dentro das plataformas. Na perspectiva de Karl Marx (2004), abordada nos seus manuscritos econômico-filosóficos, nota-se que, da mesma forma que o trabalhador se transforma em mercadoria ao passo que produz mais bens, colocando a si mesmo em condição de objeto, a mercantilização do próprio usuário também se intensifica nessa dinâmica. Isto significa, “o trabalhador se torna uma mercadoria tão mais barata quanto mais mercadorias cria.” (Marx, 2004, p. 80). Acompanhando essa lógica, os usuários das plataformas se tornam trabalhadores, cuja função é a geração constante de dados.

¹⁰ Disponível em: <https://panoptismomidiatico.wordpress.com/>. Acesso em: 24 abr. 2024

A apropriação do objeto tanto aparece como estranhamento (Entfremdung) que, quanto mais objetos o trabalhador produz, tanto menos pode possuir e tanto mais fica sob o domínio do seu produto, do capital. (Marx, 2004, p. 80-81).

Ao exercerem um trabalho sem remuneração e sem real percepção de tal circunstância, firmes na crença de que apenas auferem benefícios e facilidades das plataformas digitais, os usuários são gratuitamente explorados enquanto seus dados são armazenados de forma a especializar ainda mais o user que será vendido aos anunciantes. Reforça-se, assim, a máxima: se você não estiver pagando pelo produto, você é o produto. Nesse sistema de recompensas rápidas criado pela dinâmica das plataformas, onde a enorme quantidade de notificações e ferramentas de validação atraem constantemente a nossa atenção e nos presenteiam com gratificações rápidas¹¹, nos vemos cada vez mais reféns do uso das redes sociais, com relação à dependência, embora sem a percepção da exploração e da comercialização de dados.

Uma política apolítica não significa uma política sem controle ou gerenciamento. Como observa O'Reilly em seu ensaio, "as novas tecnologias permitem diminuir a quantidade de regulamentação, aumentando simultaneamente a quantidade de supervisão e a produção de resultados desejáveis" (Morozov, 2018, p. 92).

Ainda a respeito dessa problemática, os usuários no capitalismo "dadocêntrico", além de terem seus dados utilizados para fins que pouco compreendem, concordam voluntariamente pela doação das suas informações em troca do mero usufruto das plataformas (Morozov, 2018), e, logo, deixam flácida a pressão que deveria ser exercida nas companhias sobre compromisso, responsabilidade, ética e transparência - como e para que fins esses dados são gerenciados -, inflando ainda mais o debate político que descentraliza responsabilidades e polariza cidadãos-usuários na sociedade em rede.

4.3. A modulação algorítmica e a política democrática

Haja vista o grande poder de reconfiguração de realidades, criação de comunidades/usuários artificiais e da influência e modulação comportamental pelos algoritmos, vemos que a esfera de debate público e de construção política também

¹¹ Disponível em: <https://jornal.usp.br/radio-usp/gratificacao-rapida-e-um-dos-fatores-que-podem-explicar-a-dependencia-das-redes-sociais/>. Acesso em: 06 mai. 2024.

sofrem muitas alterações com a chegada e crescimento desses novos mecanismos, que são a maior *commodity* da sociedade atual. As ideologias políticas continuam a comandar a tecnologia. Negar a clara influência desses mecanismos nos recentes e inéditos fenômenos políticos, sob a influência também das novas forças sociais como o Facebook e Google, seria invisibilizar ingenuamente o impacto dos algoritmos sobre a nova construção política, seja debates, manifestações, campanhas e até eleições (Andrade, 2022).

A título de exemplo, o documentário “The Great Hack”, na versão portuguesa “Nada é Privado: o escândalo da Cambridge Analytica”¹², vemos uma das situações onde o conceito idealizado da aldeia global hiperconectada, a qual fortaleceria a pluralidade e a democracia com a maior disponibilidade informacional e o fácil compartilhamento de ideias e opiniões, é completamente abalado. A produção norte-americana da Netflix traz à luz o escândalo Cambridge Analytica (CA), uma “empresa de comunicação orientada por dados” que provou como a análise e utilização eficaz e direcionada dos dados de usuários - nesse caso provenientes do Facebook - pode ser uma estratégia política imbatível, sorrateira e, por vezes, antiética.

Competindo incessantemente pela atenção de seus usuários, essas empresas geralmente têm pouco ou nenhum interesse em regular a circulação de informações em suas plataformas, razão pela qual esses ambientes são insuficientemente mediados em termos de controle de conteúdo, possibilitando, inclusive, a apropriação de ferramentas algorítmicas (como o micro direcionamento) como arma política (Andrade, 2022, p.131).

No documentário, é possível ver esse fenômeno de forma prática: como dados dos usuários estadunidenses, na época potenciais eleitores ainda indecisos, foram comprados, filtrados e organizados a fim de converter votos a favor de Donald Trump nas eleições presidenciais de 2016 por meio de redes sociais como o Facebook¹³. Na época, o então CEO Alexander Nix chegou a afirmar que a Cambridge Analytica recolheu aproximadamente cinco mil pontos de dados a respeito de cada indivíduo norte-americano por meio dos resultados de um teste de personalidade realizado Facebook - o “Big Five”¹⁴. Mediante a análise desses dados, estima-se que cerca de 87 milhões de pessoas, a empresa concluía quais eram os

¹² Disponível em: <https://www.netflix.com/br/title/80117542>. Acesso em: 02 mai. 2024.

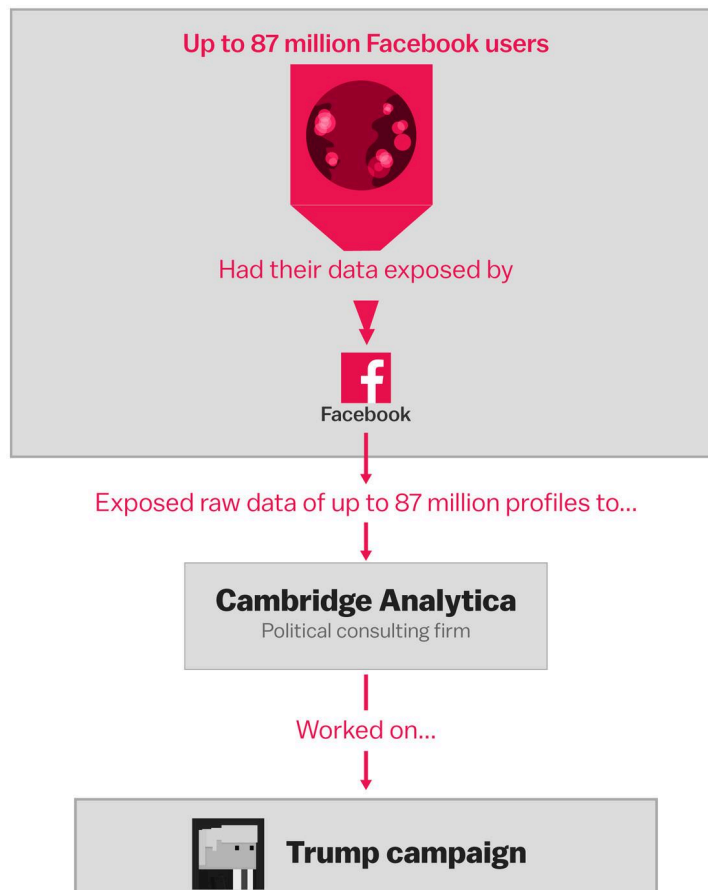
¹³ Disponível em: <https://www.nytimes.com/2018/03/17/us/politics/cambridge-analytica-trump-campaign.html>. Acesso em: 08 mai. 2024.

¹⁴ Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-43705839>. Acesso em: 08 mai. 2024

“públicos” mais influenciáveis e manobráveis para votar no republicano e, a partir disso, bombardeá-los com propagandas políticas em seu favor.

A partir desse mapeamento, o trabalho da companhia começava com a criação e veiculação assertiva, diária e rápida de milhares de anúncios, campanhas e imagens estratégicas pensadas para influenciar esses públicos-alvo, considerando suas personalidades e posicionamentos extraídos pelos testes. A estratégia de micro direcionamento para fins eleitorais compreendia o uso dos mecanismos algorítmicos para a leitura e interpretação dos dados em massa coletados, de modo a “esquadrinhar perfis virtuais e encaminhar mensagens a determinados grupos de eleitores” (Andrade, 2022, p. 154). O interessante é notar que os dados utilizados para filtragem não eram de natureza cadastral como de costume, mas sim traços comportamentais como, por exemplo, propensões políticas, eventos e lugares frequentados e até mesmo traços e vulnerabilidades psicológicas.

Figura 4 - Diagrama sobre escândalo Cambridge Analytica para Donald Trump.



Fonte: Vox, 2018¹⁵.

¹⁵ Disponível em:

<https://www.vox.com/policy-and-politics/2018/3/23/17151916/facebook-cambridge-analytica-trump-diagram>. Acesso em: 08 mai. 2024.

Para além da influência na eleição do ex-presidente Trump nos EUA, a empresa já tinha no currículo grandes eventos desfechos políticos, onde também foram utilizados dados e informações para “mudança comportamental”, a exemplo, o referendo no Reino Unido, a favor da saída da União Europeia (Brexit), e também em períodos eleitorais de países como Nigéria e Trinidad e Tobago.¹⁶ Esse foi um dos mais evidentes eventos em que houve a massiva fragmentação política proveniente da manipulação e captação de dados, além da utilização dos algoritmos para o gerenciamento das campanhas eleitorais e utilização públicos pré-traçados “ideais” como *targets*. Como questiona a jornalista britânica Caroline Cadwalladr, responsável pela denúncia do caso: podemos mesmo confiar na origem da mensagem no outro lado do ecrã ou estamos a ser só manipulados através dos nossos dados?¹⁷.

No cenário brasileiro, temos dois claros exemplos de eventos em que a governamentalidade algorítmica teve efeitos políticos diretos no comprometimento do debate público e a evidente tentativa de modulação das condutas com a finalidade de reorientar o comportamento político e a opinião pública (Silveira, 2019, p. 37). Como se sabe, nas eleições de 2018 o uso de redes sociais como Facebook, Youtube e WhatsApp para se informar sobre política foi um dos maiores responsáveis pela eleição de Jair Bolsonaro. A pesquisa publicada na Revista Dados em 2022¹⁸ comprovou que esse novo ecossistema midiático beneficiou Bolsonaro e a amplitude de sua campanha mais do que a mídia tradicional. Dentre os usuários que consumiram os conteúdos produzidos pelo Facebook, as chances de voto em Bolsonaro aumentaram 62% e, pelo Whatsapp, aumentaram 97%.

Anteriormente, ainda no governo Temer, durante a tentativa de aprovação da impopular Reforma da Previdência, as lideranças do Google foram procuradas para realizar o redirecionamento das buscas acerca do assunto, com a finalidade de aumentar a aceitação do projeto. O objetivo era colocar em primeiro lugar nas

¹⁶ Disponível em:

<https://pt.linkedin.com/pulse/great-hack-como-seus-dados-se-tornaram-uma-mercadoria-thiago-bor-b>. Acesso em: 08 mai. 2024.

¹⁷ Disponível em:

<https://www.dn.pt/cultura/the-great-hack-o-documentario-que-vai-mostrar-lhe-o-poder-dos-dados-que-oferece-as-empresas-11139410.html/>. Acesso em: 29 abr. 2024

¹⁸ Disponível em:

<https://www.cartacapital.com.br/politica/facebook-e-whatsapp-impulsionaram-voto-em-bolsonaro-e-m-2018-diz-pesquisa/>. Acesso em: 08 mai. 2024.

buscas na plataforma os resultados que fossem em prol do projeto do governo, em forma de anúncios patrocinados. A publicidade, extremamente segmentada e com caráter completamente persuasivo e não explicativo ou educativo, foram alvo de críticas e questionadas, inclusive judicialmente. Como afirma o professor da ESPM Fabro Steibel, “os recursos são usados em nome de uma política de governo, e não de uma campanha. O foco não pode ser o político. Tem que ser o público”¹⁹.

Está cada vez mais evidente que a sociedade informacional pode tornar a democracia mais transparente e os processos políticos mais controlados por segmentos da sociedade, mas isso não depende dos computadores e softwares. A decisão política dos gestores, a vontade política dos setores sociais e o nível de conectividade de cada grupo e classe social são tão relevantes quanto a tecnologia disponível (Silveira, 2019, p. 37).

Figura 5 - Post na página Palácio do Planalto do Facebook em defesa da Reforma da Previdência.



Fonte: Reprodução/Facebook, 2018.

Com a tendência de disseminação das informações cada vez mais avançadas e a obscuridade do potencial algoritmo para filtrar e direcionar mensagens, o ambiente digital se torna terreno fértil para a difusão também das famosas *fake news* e notícias fabricadas, exageradas e mentirosas, com o objetivo real de manipular a opinião, porém disfarçadas de liberdade de expressão - um velho clamor liberal-conservador conforme descrito por Silveira (2018). Ademais, o fato de as redes sociais serem um terreno de enfrentamento opinativo e de visões de mundo que se chocam (Silveira, 2018, p. 42), é positivo para a inovação e desenvolvimento, além de também criar outro relevante aspecto: o potencial preocupante e complexo de como intervém na construção democrática.

¹⁹ Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-42866668>. Acesso em: 10 mai. 2024.

Não se trata, entretanto, da mesma visão dicotômica de antes. Estamos agora sob o signo da ambiguidade, da complexidade e do paradoxo, de modo que causas e efeitos se intercambiam, elogios e críticas se compensam, havendo a necessidade de se pensar essas novas possibilidades tecnológicas por diferentes perspectivas, com distintas abordagens teóricas (Trindade; Pompeu; Sato, 2024, p. 87),

Embarcando nessa perspectiva mais complexa e menos combativa dos fenômenos emaranhados da política digitalizada, partimos para o último capítulo com o objetivo de não somente obter uma análise crítica de alguns dos eventos políticos brasileiros mais recentes e relevantes, incluindo principalmente os ataques às sedes dos Três Poderes em 8 de janeiro de 2023.

Assim sendo, a partir de um apelo prático dos fenômenos emergentes oriundos da modulação algorítmica, poderemos compreender melhor não só os paradoxos e complexidades no consumo comunicacional e informativo com finalidades políticas por meio das novas plataformas, mas também onde se estabelecem os limites saudáveis e precavidos para a construção democrática que hoje se serve, inevitavelmente, do uso de dados massivos e das estratégias algorítmicas.

5. DEMOCRACIA EM DECLIVE: O BOLSONARISMO E OS ATAQUES DE 8 DE JANEIRO

Para compreender a trajetória dos acontecimentos recentes e os atos golpistas do dia 8 de janeiro, é preciso visitar a conjuntura política brasileira que já vinha sendo construída antes mesmo da eleição de Jair Bolsonaro. O evento não concretizou apenas uma simples insatisfação com o resultado das eleições de 2022 por seus apoiadores, como também evidenciou um projeto autoritário de poder marcado por intolerância, propagandas de desinformação, discursos de ódio, fanatismo político e a ascensão da extrema-direita dentro da polarização política, o que já se fazia presente desde as eleições presidenciais de 2018. Nesse cenário, assistimos a gradativa e assustadora substituição dos valores democráticos pelos princípios extremistas e a cega lealdade ao “Messias”, que personificou a escalada autoritária da velha política do país.

Como elucidam os cientistas políticos americanos Steven Levitsky e Daniel Ziblatt (2018), a erosão democrática sempre acontece silenciosamente e sem alarde, geralmente em sistemas e contextos onde a radicalização extrema está instaurada e onde políticos afastam-se de linhas éticas, valores democráticos, tolerância e do respeito pelas instituições estatais. Observamos claramente esse retrocesso democrático realizado por Bolsonaro e sua base, os quais também aprenderam a dominar de forma eficiente o poder das tecnologias a favor de sua propaganda e na obtenção de apoio político, usufruindo também dos mecanismos dissimulados dos algoritmos e da internet nessa tentativa de declínio democrático.

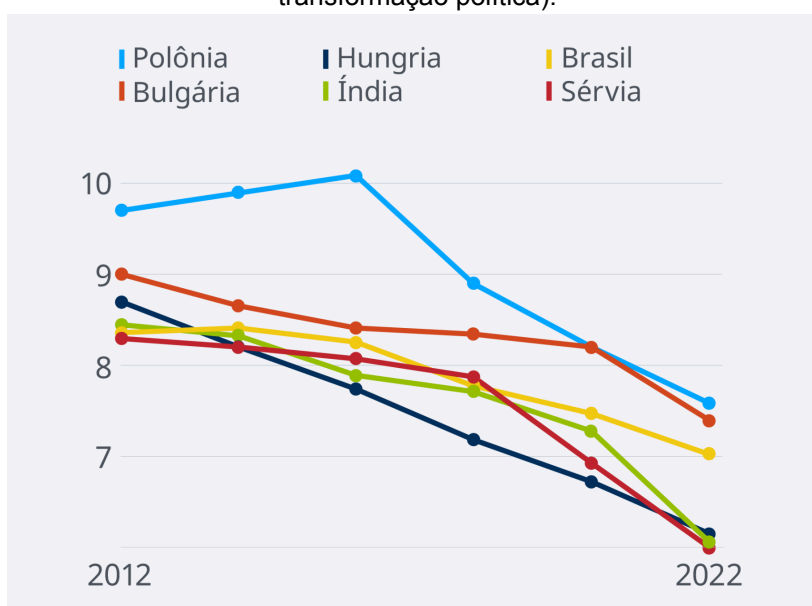
5.1. A escalada antidemocrática bolsonarista até os ataques

Acompanhando uma tendência global notada por inúmeros levantamentos, é sabido que a democracia brasileira perde força para ondas de autoritarismo e neofascismo nos últimos tempos, sendo uma das nações “que mais se afastou da democracia em 2020”, conforme relatório *Variações da Democracia (V-Dem)*, instituto ligado à Universidade de Gotemburgo na Suécia²⁰. O percentual populacional que vivia sob regimes considerados não democráticos de 2010 para 2020 aumentou de 48% para 68%, retornando ao mesmo patamar marcado em 1990. Outro estudo realizado na Alemanha pelo BTI (Índice de Transformação

²⁰ Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-56724695>. Acesso em: 10 mai. 2024.

Bertelsmann) também comprova a trajetória desgastada da democracia no Brasil, país que até poucos anos era considerado uma democracia estável e, em 2022, é classificado enquanto “democracia defeituosa” devido à polarização e ao “populismo de direita agressivo do presidente Jair Bolsonaro”, conforme afirma o estudo²¹. Além disso, pela primeira vez a pesquisa registra mais Estados autocráticos do que democráticos no mundo.

Figura 6 - Gráfico: A derrocada de democracias antes consideradas estáveis (valor total do nível de transformação política).



Fonte: DW/ Fundação Bertelsmann, BTI 2022.

Embarcando nesse declínio que reforça uma tendência de deterioração democrática global (Andrade, 2022), o sucesso do “bolsonarismo” foi reflexo de um cenário muito maior que o ex-presidente. Em síntese, o fenômeno do “mito” foi potencializado pelo crescimento da nova extrema-direita, do antipetismo e do autoritarismo (Brum, 2019) e, sobretudo, instrumentalizado pelo terreno digital fértil onde os discursos de ódio, polarização dos debates em bolhas, *fake news* e desinformação encontram caminhos. É nesse cenário em que se dá a eleição de Jair Bolsonaro em 2019, quando o país se dividia entre esquerda e a ascendente extrema-direita e onde discursos a favor da desburocratização do Estado e privatização de serviços públicos, somados à negligência e ao negacionismo governamental em relação à pandemia de COVID-19, que matou aproximadamente

²¹ Disponível em; <https://www.dw.com/pt-br/estudo-aponta-brasil-como-exemplo-de-piora-global-do-estado-da-democracia/a-60890702>. Acesso em: 15 mai. 2024

700 mil brasileiros. Essas foram algumas das principais marcas deixadas pelo governo.

Ainda em 2020, durante seu segundo ano de mandato e o mais crítico período da pandemia, Bolsonaro participava de um ato em Brasília defendendo medidas inconstitucionais, como o fechamento do Supremo Tribunal Federal (STF) e do Congresso Nacional, participando de aglomerações e as fomentando sem a utilização de máscara - o que inclusive contrariava o decreto estabelecido no DF até então²². Além desses, outras infindáveis comprovações durante e após o governo do “Messias” evidenciaram o agravamento do fascismo brasileiro consubstanciado no movimento bolsonarista (Amaral; Silveira, 2023) que, sob sua ótica ideológica distorcida, revalida ataques aos valores democráticos, discursos de ódio e a “liberdade” para ultrapassar qualquer limite em nome de “Deus, pátria e família”.

Bolsonaro acabou sendo reconhecido por seus seguidores como mais um brasileiro supostamente refém do politicamente correto, vítima dos direitos das mulheres e das minorias, impedido de exercer o direito à liberdade de expressão que, sob esse prisma, autorizaria manifestações de cunho racista, machistas ou LGBTQIA+fóbicas (Brum, 2019, p. 228). O “Mito” foi reconhecido como alguém que lutaria contra um sistema que supostamente beneficiava apenas as elites e os esquerdistas, mesmo que, na realidade, ele fosse um “político profissional” de longa carreira e estivesse sendo bancado pelos setores economicamente mais abastados (Amaral; Silveira, 2023, p. 68).

Nesse mesmo período também se via uma intensa onda de *fake news* na internet com propagandas desinformativas acerca do coronavírus, liderada e orquestrada pelo próprio presidente, seus aliados e sua família, como concluiu o relatório final da CPI da Pandemia que salienta a gravidade dessa campanha que poderia ter salvado cerca de 120.000 vidas²³. O relatório aponta que “não apenas os órgãos públicos de comunicação se omitiram em sua missão de combater boatos e a desinformação, mas participaram ativamente do processo de criação e distribuição” dessas *fake news*. Esses conteúdos foram também impulsionados por influenciadores contratados por agências pagas pela Secretaria Especial de Comunicação (SECOM), a qual não realizou campanhas favoráveis ao uso de máscaras ou distanciamento social.

²² Leia mais em

<https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/05/31/manifestantes-fazem-ato-em-brasilia-em-apoio-a-bolsonaro-e-em-defesa-de-medidas-inconstitucionais.ghtml>. Acesso em: 15 mai. 2024

²³ Leia mais em

<https://brasil.elpais.com/brasil/2021-10-20/bolsonaro-e-lider-e-porta-voz-das-fake-news-no-pais-diz-relatorio-final-da-cpi-da-pandemia.html>. Acesso em: 16 mai. 2024.

Considerando-se o fato de os algoritmos dessas redes se utilizarem de métricas como curtidas para parametrizar o que seria “bom e válido”, esses conteúdos não deixavam de ser disseminados, mesmo que atentassem contra a saúde e interesse público. Como analisado pelo pesquisador Camilo Aggio da UFMG²⁴, a desinformação travestida de notícia foi utilizada como propaganda estratégica durante a pandemia e na construção da figura política do “mito”, utilizando-se principalmente do ataque à mídia e à imprensa tradicional, das *fake news* em plataformas de baixa verificação como Whatsapp e mecanismos de disparo de conteúdos em massa - descentralizados e, conseqüentemente, irrefreáveis. A título de exemplo o professor cita “a quantidade de conteúdos técnicos disparados pelo presidente, em demonstração de apoio ao uso da hidroxiquina no combate à COVID-19, algo que já foi refutado pela comunidade científica internacional”.

Exemplo disso é uma postagem do ex-deputado federal Roberto Jefferson, que, antes de sua conta no Twitter ser tirada do ar, publicou que as vacinas contra essa doença poderiam mudar o DNA das pessoas: “Os globalistas preparam uma vacina para mudar nosso DNA, que nos foi dado por Deus”, disse na mensagem que teve 34.000 compartilhamentos. A disseminação desse tipo de mentira chegou a fazer com que indígenas, entre os mais vulneráveis na pandemia, se recusassem a receber os imunizantes (EL PAÍS, 2021)²⁵.

O processo de acirrada polarização política que culminou na eleição do ex-capitão não foi interrompida com esse processo, mas sim acentuado ao longo dos quatro anos com a intensificação do apelo moral e antissistêmico do governo, do conservadorismo e da intolerância, alicerçados na ideologia sincrética de extrema-direita denominada “fascismo”. O movimento criado por Benito Mussolini durante a 2ª Guerra Mundial, representa, em síntese, “o nacionalismo extremo, a xenofobia, o racismo, o machismo, a aversão ao debate democrático, o ódio ao comunismo e à política” (Amaral; Silveira, 2023, p.60,61). Essa fusão no cenário político brasileiro, aliada à forte propaganda desinformativa bolsonarista, culmina, então, nos ataques às sedes dos três poderes no fatídico 8 de janeiro.

O atentado golpista promovido por extremistas de direita e apoiadores de Bolsonaro em janeiro de 2023 - que faz paralelo à invasão ao Capitólio, ocorrida dois

²⁴ Leia mais em:

<https://ufmg.br/comunicacao/noticias/desinformacao-estrategica-do-governo-bolsonaro-prejudica-o-combate-a-covid-19>. Acesso em: 20 mai. 2024.

²⁵ Leia mais em

<https://brasil.elpais.com/brasil/2021-03-25/chip-do-diabo-e-medo-de-ser-cobaia-afastam-indigenas-da-vacina-contra-a-covid-19.html>. Acesso em: 20 mai. 2024.

anos antes em Washington (EUA) - representou um fenômeno de clara deslegitimação e ataque à ordem democrática e às instituições que a compõem. Foi um ato sem precedentes na história do país e que causou vultosos prejuízos para o Estado. Insatisfeitos com a vitória do atual presidente Lula, o objetivo era que o governo instituisse uma GLO (Garantia de Lei e Ordem), uma operação militar, para conferir às forças armadas o poder de realizar uma intervenção militar²⁶, legitimando-se no discurso de que as urnas eletrônicas brasileiras não eram seguras como insistentemente Bolsonaro defendia desde o início de seu mandato.

Figura 7 - Extremistas durante a invasão de 08 de Janeiro em Brasília (2023).



Fonte: Agência Brasil/Marcelo Camargo, 2024²⁷.

Para planejar os ataques, os grupos bolsonaristas utilizaram o código “Festa da Selma” em alusão à saudação militar “Selva” para propagar e convocar apoiadores via redes sociais como Facebook, Twitter e Whatsapp - peça chave que permitiu a invasão. As falhas na segurança e o acampamento em frente ao Quartel General (QG) do Exército (BBC, 2023)²⁸ também foram fatores que contribuíram para o sucesso da empreitada. As estimativas apontam que o número de pessoas

²⁶ Leia mais em

<https://www.ihu.unisinos.br/categorias/631363-como-uma-rede-internacional-de-desinformadores-ajudou-a-tentativa-de-golpe-no-brasil>. Acesso em: 19 mai. 2024.

²⁷ Veja mais em

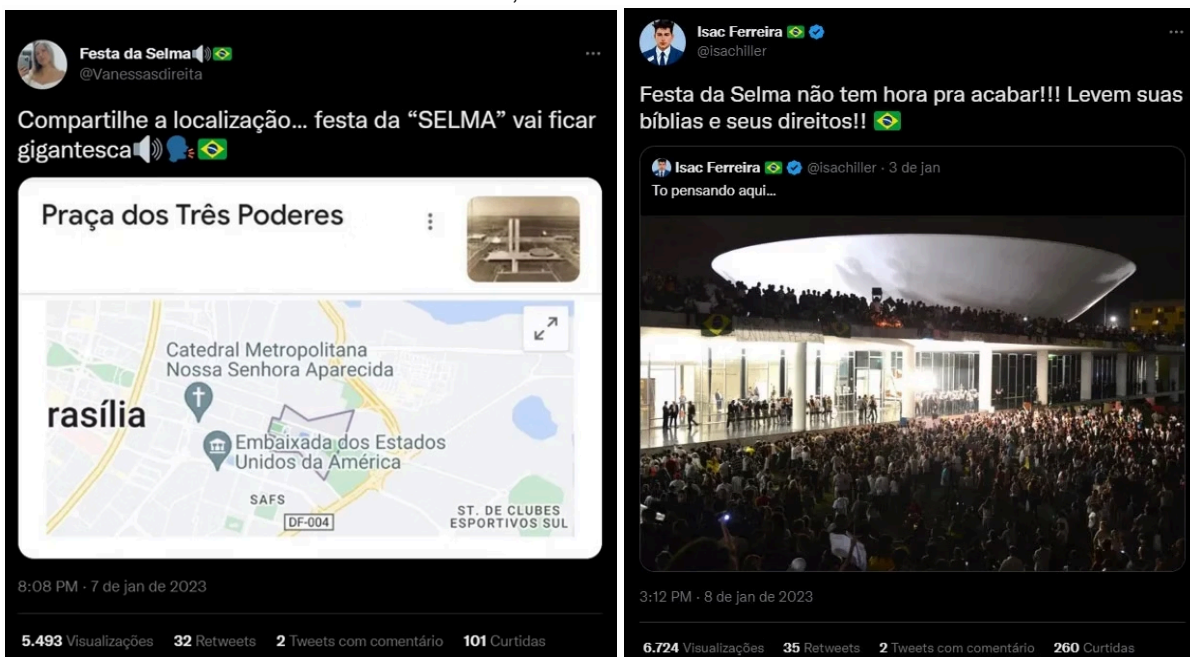
<https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2024-01/camara-inaugura-exposicao-para-marcar-u-m-ano-dos-ataques-de-81>. Acesso em: 20 mai. 2024.

²⁸ Leia mais em <https://www.bbc.com/portuguese/articles/cye7egj6y1no>. Acesso em: 20 mai. 2024.

envolvidas chegaria a 20 mil, sendo que pelo menos 4 mil já estavam acampadas no QG da capital federal. Como apontado em matéria da BBC,

Ainda que a operação Lesa Pátria da Polícia Federal indique que há evidências de que houve financiamento da estrutura que possibilitou os ataques e de que grupos específicos os fomentaram, sem as redes sociais não haveria plataforma que permitisse a organização difusa dos atos (BBC, 2023).

Figura 8 - Exemplos de posts de apoiadores do ex-presidente convocando os ataques de 08 de Janeiro, dita “Festa da Selma”.



Fonte: Reprodução/ Metrôpoles, 2023²⁹.

Tais acontecimentos são evidência da intrínseca relação entre a consolidação do fenômeno bolsonarista e dos processos antidemocráticos com as redes e plataformas digitais, que ainda vêm sendo descortinadas pelos levantamentos e operações judiciais (Amaral, Silveira, 2023). A personificação da extrema-direita e do conservadorismo político carrega hoje também a utilização das tecnologias digitais, sobretudo algorítmicas, para a disseminação de campanhas desinformativas e polarizantes recheadas de discursos de ódio, onde há a prevalência da objetividade algorítmica, das bolhas auto-otimizadas e a consequente supressão da crítica, das imprevisibilidades e da pluralidade de narrativas - essenciais à democracia (Andrade, 2022).

²⁹ Veja mais em

<https://www.metrololes.com/distrito-federal/na-mira/festa-da-selma-entenda-codigo-usado-por-extr-emistas-para-planejar-8-1-em-brasilia>. Acesso em: 16 mai. 2024.

5.2. Propaganda e *fake news*: a opinião na era digital

Dentro da perspectiva política, não é de agora que inverdades e obscuridades nebulam os debates e a comunicação humana. As atuais *fake news*, oriundas da epidemia de desinformação veiculada com o surgimento das plataformas digitais e da sociedade em rede (Castells, 1999), no passado já se manifestavam na dissimulação dos discursos políticos e em mentiras e omissões na tentativa de manipulação da verdade. Como defende Bucci, “a função de localizar e apontar a verdade, bem como a função de difundi-la, não tem seu lugar no domínio político” (2018, p. 24), já que a verdade dos fatos costuma esconder-se dos olhares politicamente engajados e influenciados. Todavia, vê-se progressivamente a tendência de a política tornar-se inquilina do domínio da imprensa e, sobretudo, do ecossistema controverso das redes e plataformas digitais, onde a liberdade de expressão se mistura com a verdade dos fatos em debates artificialmente moldados.

Nessa toada, o contexto político-comunicacional completamente inserido no universo digital se torna ainda mais dificilmente regulável no que diz respeito à pluralidade, independência e prevalência da verdade. Isso porque não são claras nem a forma nem as motivações que determinam a operação dos mecanismos tecnológicos algorítmicos (Romanini, Mielli, 2021). Dessa forma, a ação fundamental para restabelecer os avanços da sociedade democrática não seria discriminando ou combatendo a existência dos algoritmos ou os culpando pela propulsão de conteúdos que, na realidade, apenas refletem a própria dimensão política, mas sim na compreensão de suas intangibilidades de forma a regular essas tecnologias antes de regular os comportamentos e relações humanas, a governamentalidade (Andrade, 2022).

Ao colocar sobre as plataformas a responsabilidade de identificar conteúdos dos tóxicos (desinformação, discurso de ódio e outras violações) e decidir o que pode ou não circular em cada rede,, a sociedade está mirando nos efeitos e não na causa, que - como procuramos demonstrar aqui - está exatamente no fato de estarmos conferindo aos algoritmos o papel de “editores”, de “curadores” dos conteúdos que são exibidos para cada usuário com base em seus interesses. (Romanini, Mielli, 2021, p. 159).

Da mesma maneira, a falsa atribuição ao algoritmo do poder consensual da informação, baseada em dados frábil e parcialmente interpretados, pode também provocar a retomada de muitas premissas e vieses simplistas sobre assuntos como cultura e sociedade, o que pode ser ainda mais perigoso do que a simples notícia falsa (Morozov, 2018, p. 179). Como discute o pesquisador, a ameaça democrática

atual não reside apenas na inegável problemática das *fake news*, mas sim na “velocidade e na facilidade e de sua disseminação” (Morozov, 2018, p. 184), dada principalmente pelo modelo de negócios da “dadocracia” e o utopismo digital que também rentabiliza com essa crise, concretizando, pois, a ascensão dos dados e a morte da política.

Essa promessa da objetividade algorítmica como descreve Gillespie (2018), além de tornar esses mecanismos medidores confiáveis de que os conteúdos, além de relevantes ao usuário, terão também mensagens “justas e precisas, livres de subjetividade, erro ou tentativas de influência”, legitimam qualquer discurso ou propaganda política intitulando-se apenas como “resultados”, “tendências” ou até “notícias”. Logo, essa esfera pública automatizada criada pelas empresas privadas e *big techs*, por meio das plataformas e seus códigos algoritmos, têm o poder de controlar o debate público sem que se tenha consciência, agindo como “distribuidor de conteúdos, como filtro das expressões, informações e opiniões” (Silveira, 2019, p. 52); acentuando de forma drástica a radicalização e os discursos de ódio, como será abordado no próximo tópico.

5.3. Polarização e os discursos de ódio no meio algorítmico

Além do fenômeno problemático e tendenciosamente antidemocrático das *fake news*, a radicalização e polarização política também são eventos impulsionados em níveis inéditos pela governamentalidade algorítmica, tendo em vista o exemplo do recente cenário brasileiro. Também já existentes antes do surgimento da internet, as notícias falsas são atualmente potencializadas com a crescente inscrição dos indivíduos nos filtros-bolha (Pariser, 2011), nos quais as informações são cada vez mais personalizadas e restritivas. Essa construção prende o usuário em um ambiente onde imperam apenas conteúdos que se assemelham a seus interesses e satisfações, tornando os grupos políticos cada vez mais distantes e intolerantes à divergência de ideias, o que pode “obstruir a pluralidade de opiniões e narrativas, de extrema relevância para o debate democrático e a participação política” (Andrade, 2022, p. 193).

Como já mencionado anteriormente, os algoritmos por meio dos filtros-bolha provocam um isolamento intelectual dos indivíduos inseridos nas redes (Pariser, 2011), o que torna o ambiente digital mais propenso à polarização política. Ouvindo cada vez mais alto suas próprias vozes e opiniões, os usuários são mecanicamente

envolvidos em debates com outros indivíduos que têm posicionamentos parecidos, o que mantém e reconstrói suas opiniões, crenças e ideologias de forma ainda mais extrema e radical, tornando-se assim o fenômeno denominado como “polarização de grupo” (Friedkin; Johnsen, 2011).

Essa polarização de ideias e posicionamentos políticos diametralmente opostos foi vista, por exemplo, durante todo o mandato de Bolsonaro e, sobretudo, no período eleitoral, onde os comportamentos extremistas romperam as barreiras digitais e políticas, transcendendo a vida cotidiana. Como exemplo, temos o infame vídeo do até então candidato à presidência Jair Bolsonaro, durante uma manifestação com apoiadores do Acre, sobre um trio elétrico, brada a frase: “Vamo fuzilar a petralhada aqui do Acre!”³⁰. O vídeo de 2018 retornou a circular nas redes sociais em julho de 2022, após um apoiador de Bolsonaro invadir uma festa em Foz do Iguaçu, no Paraná, e assassinar o aniversariante: o guarda municipal e tesoureiro do PT Marcelo Arruda³¹.

Figura 9 - Frame do vídeo em que Bolsonaro clama para “fuzilar a petralhada”.



Fonte: Veja/2022³².

³⁰ Disponível em:
<https://veja.abril.com.br/coluna/radar/em-2018-bolsonaro-defendeu-fuzilar-a-petralhada>. Acesso em: 21 mai. 2024.

³¹ Disponível em:
<https://veja.abril.com.br/coluna/radar/bolsonarista-invade-festa-de-petista-os-dois-trocam-tiros-e-morrem/>. Acesso em: 21 mai. 2024.

³² Disponível em:
<https://veja.abril.com.br/coluna/radar/em-2018-bolsonaro-defendeu-fuzilar-a-petralhada>. Acesso em: 21 mai. 2024.

A calcificação dessa dissonância e polarização entre políticos e seus apoiadores transforma adversários em inimigos que devem ser exilados, ignorados e até eliminados. Recentes levantamentos realizados pela Genial/Quaest em outubro de 2023 mostra que 75% dos entrevistados não se arrependem de ter brigado por discordâncias políticas e mais da metade, 51%, conhece alguém que rompeu relações com pessoas próximas por esse mesmo motivo³³. Assim, os chamados discursos de ódio se amplificam; a tolerância e o debate cedem espaço à repulsa, ao ódio e, muitas vezes, à violência.

O ex-presidente Bolsonaro é um claro exemplo de político que se apoia nos discursos de ódio, provocando e nutrindo uma identificação de seu público eleitor pautado na conexão da raiva e aversão ao campo adversário. Além dos gestos simulando “fuzilar a petralhada”, o político já proferia narrativas similares, por exemplo, dizer que preferia um filho morto a um filho gay, utilizar a arma como símbolo de sua campanha ou exaltar o general Carlos Brilhante Ustra responsável pela implementação do AI-5 durante o período ditatorial, entre outras narrativas agressivas e intolerantes³⁴. Bolsonaro trazia isso não só como uma opinião pessoal, mas também como discurso oficial e posicionamento de governo durante seu mandato, o que espelhava suas propostas políticas. A exemplo os constantes *posts* em suas páginas nas redes sociais defendendo, por exemplo, a morte de condenados à prisão.

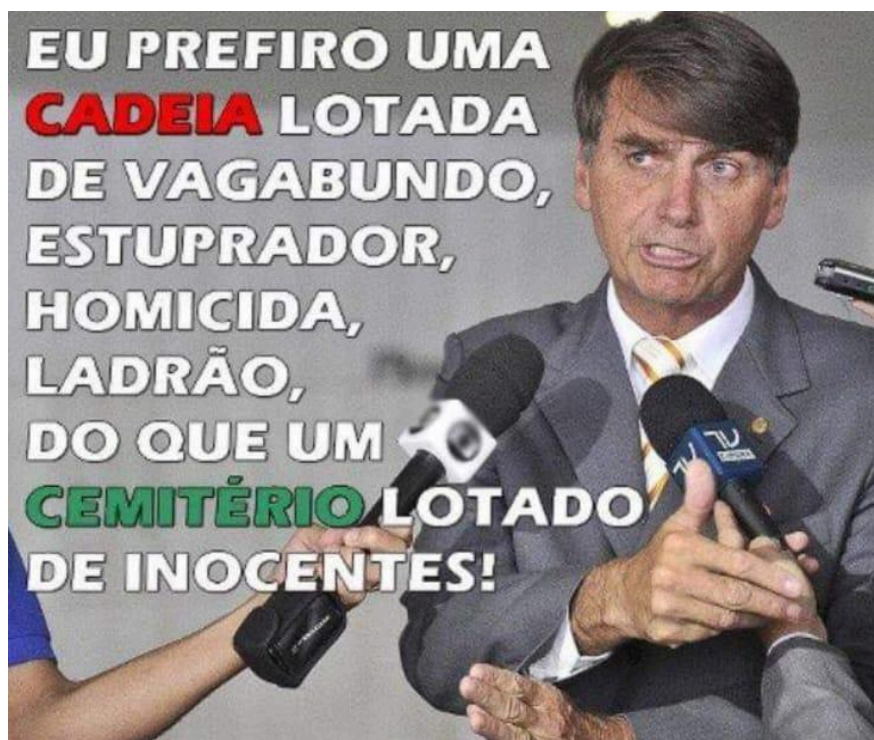
Figura 10 - Post na página do Facebook de Jair Bolsonaro que ofende os direitos humanos.

³³ Leia mais em:

<https://veja.abril.com.br/brasil/polarizacao-politica-alcanca-novo-patamar-a-calcificacao-de-ideias>. Acesso em: 30 abr. 2024.

³⁴ Leia mais em

<https://www.cartacapital.com.br/opiniaio/jair-bolsonaro-traz-discurso-de-odio-como-fala-oficial-da-pr-esidencia/>. Acesso em: 08 mai. 2024.



Jair Messias Bolsonaro

Direitos Humanos para Humanos Direitos.

Fonte: Facebook/ Reprodução.

Além disso, os ataques de 8 de janeiro podem ser vistos como consequência e coroação de anos de acúmulo dos discursos de ódio, desinformação e do sentimento antidemocrático cultivado durante as eleições, ao longo do mandato e em campanhas em prol de Bolsonaro. Como bem coloca Arendt (2010), a impotência do poder incentiva o surgimento de atos violentos, proporcionando a extinção da política. Revoltados com o resultado das eleições e, por consequência, a vitória do “inimigo” rival, a base bolsonarista extrema, movida pela intolerância, apresentou durante os atos golpistas a forma mais nítida de violência e hostilidade não só contra as ideias e projetos do presidente Lula e a democracia em si, mas também contra todos aqueles que creem nas premissas opostas fora de suas bolhas, os quais, portanto, devem ser eliminados (Dantas, 2017) juntamente com o debate político democrático simétrico.

5.4. O impulsionamento da propaganda desinformativa

Conforme contextualizado ao longo do escrito, o bolsonarismo embebido nas ideologias fascistas do século passado - uma dinâmica social e psicológica com

objetivo de controle dos desejos e afetos mais do que apenas um sistema político autoritário (Deleuze; Guattari, 2012) - se perpetua com ainda maior facilidade quando considerado o ambiente digital. Diferentemente do que ocorria no séc. XX, com a comunicação de massa padronizada e homogênea (Adorno; Horkheimer, 1985), hoje o desejo fascista e a propaganda política se beneficiam dos mecanismos tecnológicos que permitem a sua eficiente individualização e veiculação assertiva. Os resultados do rápido processamento de dados e a personalização das mensagens permitem um direcionamento exorbitantemente mais preciso e, por consequência, maior engajamento, persuasão e controle social.

Os algoritmos que operam nos mecanismos de busca da internet organizam os resultados de uma consulta conforme a análise do perfil de quem a realizou, mas também podem definir a ordem dos resultados de acordo com o interesse de quem comprou os chamados *links* patrocinados. Supondo que, de fato, todos os *links* que se originaram de um patrocínio fossem identificados com um aviso, isso não assegura que todas as pessoas perceberão que se trata de propaganda paga. (Silveira, 2019).

Ademais, a lógica publicitária e propagandista dos discursos políticos que se veem cada vez mais presentes no ambiente digital se beneficiam do aperfeiçoamento dos mecanismos algoritmos que micro direcionam as mensagens, criando uma sofisticada rede de disseminação e reiteração da propaganda dentro das bolhas criadas nessa mesma dinâmica com públicos já pré-dispostos a concordar e assimilar de forma eficaz (Gillespie, 2018).

É oportuno destacar que o conceito de vigilância, o armazenamento de dados e o mapeamento profundo dos usuários e seus comportamentos, agora “perfilizados” a partir da análise e gestão da governamentalidade, promovem um ambiente ainda mais propício para que as propagandas sejam efetivas e atraentes a cada um dos *targets*, já que os algoritmos modulam e possibilitam a veiculação de conteúdos baseados em preferências, expectativas e ideologias já conhecidas de cada público.

É necessário reconhecer que o sucesso da propaganda antidemocrática produzida pelas tecnologias algorítmicas não é assegurado exclusivamente pelo seu direcionamento aos indivíduos inclinados a assimilá-la. O imenso potencial ostentado por elas reside no fato de atuarem mediante a modulação psicológica dos usuários, processo diverso da velha manipulação operada pelos veículos de informação tradicionais objetos da análise de Adorno. Resumidamente, pode-se afirmar que a modulação funciona pelo enquadramento emocional, por inúmeros artifícios que instigam o usuário a participar ativamente desse processo. (Amaral, Silveira, 2023, p. 85).

Portanto, vemos que a atual lógica comunicacional da sociedade em rede, pautada na mercantilização dos dados e do monopólio das *big techs*, transformou a internet e as plataformas digitais em um *marketplace* de propaganda (Regattieri, 2023). O engajamento dita a validade de uma informação, cliques e usuários podem ser comprados e vendidos e, sobretudo, a propaganda se reconfigura no universo *on-line* servindo-se das fortes dinâmicas de contágio das redes sociais e da modulação estratégica das narrativas políticas a partir dos aprendizados algoritmos sobre afetos, comportamentos e dinâmicas modulatórias dos usuários.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nessa nova conjuntura onde a democracia tenta se arraigar - dentro da lógica do “capitalismo dadocêntrico” que tem como principal ativo a mercantilização de dados e usuários (Morozov, 2018) - imaginar que construções políticas e fluxos comunicacionais consigam fugir da influência das novas tecnologias e, por conseguinte, dos mecanismos algorítmicos é, no mínimo, incauto. O eixo de discussão sobre os embates criados nesse contexto, portanto, deve focar-se não na repressão tecnológica, caindo na infrutífera e ultrapassada tendência tecnofóbica (Trindade, Pompeu, Sato, 2024). Ao revés, devemos, enquanto sociedade, compreender de forma crítica as novas dinâmicas desse sistema, sua relevância e complexidade na influência social e política e, posteriormente, reavaliar a problemática dos algoritmos serem concebidos como uma “lógica de conhecimento confiável” na sociedade atual (Gillespie, 2018, p. 116).

Como já posto anteriormente, os algoritmos não são apenas uma concatenação de simples códigos, mas também mecanismos que espelham construções sociais e, sobretudo, os interesses extrativistas das *big techs* e suas eficazes tecnologias preditivas e de recomendação (Morozov, 2018). Por isso, conclui-se que revelar o funcionamento complexo desses mecanismos e, em especial, analisá-los à luz dos novos estudos e crítica de mídia, sociedade, comunicação e propaganda se tornam imprescindíveis e inevitáveis para assimilarmos, em sua totalidade, os efeitos na construção política devido à inevitável modulação de comportamentos e remodelação de fluxos informacionais acima demonstrados.

Como resultado dos enfoques apresentados no presente trabalho, vê-se que os portões digitais (*gatekeepers*), filtros-bolha (Pariser, 2012) da internet e o direcionamento e modulação eficazes dos usuários pelos algoritmos certamente nos cercam de comunidades segregadas que se polarizam ainda mais intensamente dentro de si, produzindo isolamento político e intelectual, e, como sequela, nos afastam de uma esfera pública de discussão e enfraquecem as instituições e valores democráticos (Andrade, 2022). Limitando nossa perspectiva enquanto usuário-cidadãos imersos dentro das telas, acabamos por nos aproximar de uma lógica cada vez menos política e mais propagandista dentro da comunicação, onde novas relações de poder e governamentalidade imperam com força e onipresença,

fortalecendo, pois, discursos de ódio, radicalização e *fake news* - todos pilares constituintes do fenômeno bolsonarista e dos atos golpistas do 8 de janeiro.

Mesmo que existam diferentes conceitos e aplicações do sistema democrático, uma das condições indispensáveis e comum a todos é o estabelecimento de “oportunidades equivalentes para expor suas ideias e proposições diante dos coletivos decisórios, seja em assembleias, seja por sufrágios universais” (Silveira, 2019, p. 51), ou seja, a manutenção de uma comunicação e debate simétricos nos quais os valores democráticos possam ser espelhados. Dessa forma, com os debates políticos cerceados, mecanizados e agora modulados pelos algoritmos “caixa-preta” sem auditabilidade, a comunicação e construção democrática são flanqueadas por novas fronteiras invisíveis e incontroláveis. Logo, “os algoritmos só poderão servir à democracia se forem transparentes e governáveis” (Silveira, 2019, p. 83).

Tanto a ideia de democracia quanto a de exercício de liberdades não devem sofrer restrições que as reduzam à existência de mecanismos que garantam mínimos de participação na vida pública. [...] Não é apenas votando nos representantes políticos da sociedade civil que é possível dizer que haja liberdade democrática de ser cidadão. (Saldanha, Saldanha, 2019 , p. 59)

É importante destacar também nessa amarração conclusiva que, o atual cenário brasileiro discutido é um exemplo que ilustra nitidamente a propaganda desinformativa como parte do projeto de desmantelamento democrático, juntamente com a intensificação do bolsonarismo e polarização política - hoje potencializadas por meio das tecnologias algorítmicas (Regattieri, 2023). A forte resistência do bolsonarismo na esfera político-governamental, a concretização dos atos golpistas e a disseminação progressiva de discursos de ódio só confirmam a potência da extrema-direita e a contundente ameaça antidemocrática, já que uma significativa parcela da sociedade do país passou a almejá-la e construí-la dentro e fora do universo digital.

Dentre os debates levantados neste trabalho, nenhum é inédito dentro do campo da comunicação, porém todos consolidam a relevância dos objetos de estudo trazidos na perspectiva de transformação do cenário político e comunicacional rumo a uma democracia de resistentes alicerces. Não é precipitado afirmar que as novas dinâmicas e mecanismos tecnológicos afetam de forma essencial os pilares políticos, produzindo um efeito potencialmente antidemocrático dentro do

ecossistema digital. Isso se dá, pois essa remodelação comunicacional mina o debate público para dentro de bolhas, intensifica a polarização e a disseminação da desinformação e, por fim, enrijece a influência das propagandas políticas a partir da modulação e vigilância comportamental pelos códigos e narrativas algorítmicas.

Dessa maneira, ao passo que as tecnologias algorítmicas se atualizam, os entraves políticos e democráticos tendem a se agravar. Por isso, se coloca necessária uma nova ordem de poder e governamentalidade algorítmica, onde sejam desenvolvidas estratégias e maior compreensão dos algoritmos que permitam controle e asseguuração democrática. Como assertivamente afirma Arendt (1988), “o revolucionário mais radical se torna um conservador no dia seguinte à revolução” (p.137). Em outras palavras, a liberdade política e democrática deve sempre ser sinônimo de ação constante e conjunta conforme as transformações tecnológicas surgem. Ademais, se ainda existem formas e meios para que os algoritmos sirvam positivamente à democracia e à comunicação, este parece um momento oportuno para que haja questionamento, responsabilização e debate a respeito dessas novas dinâmicas de poderes na sociedade atual.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, T. W; HORKHEIMER, M.. A Indústria Cultural: o esclarecimento como mistificação das massas. **Dialética do Esclarecimento - fragmentos filosóficos**. Tradução: Guido Antônio de Almeida. Rio: Zahar, 1985.
- AMARAL, A. J., & SILVEIRA, F. L. Bolsonarismo e o fascismo na Era Digital. **Revista Brasileira de Estudos Políticos**. Belo Horizonte, n. 127, pp. 55-94, jul./dez. 2023.
- ANDRADE, Otávio Morato de. **Governamentalidade Algorítmica: democracia em risco?**. Brasil, Editora Dialética, 2022.
- ARENDT, Hannah. **Da revolução**. Trad. Fernando Dídimo Vieira. Brasília: UnB, 1988.
- BELLI, Luca. Inteligência artificial: abrir a caixa preta dos algoritmos é necessário. 32ª edição do **Seminário Internacional da ABDTIC**, organizado pela Associação Brasileira de Direito das Tecnologias da Informação e das Comunicações, São Paulo, 2019. Disponível em <https://repositorio.fgv.br/items/9a3d0d30-a36c-4398-9a93-2958fb59865b>. Acesso em 18 maio 2024.
- BOURDIEU, P. **A distinção: crítica social do julgamento**. 2ed. São Paulo/ Porto Alegre: Edusp/ Zouk. 2007.
- BRUM, Eliane. **Brasil: Construtor de ruínas. Um olhar sobre o país, de Lula a Bolsonaro**. Porto Alegre: Arquipélago Editorial, 2019.
- BUCCI, Eugênio. **Existe democracia sem verdade factual? Cultura política, imprensa e bibliotecas públicas em tempos de fake news**. Barueri: Estação das Letras e Cores. Acesso em: 02 maio 2024. , 2019
- BUCHER, Taina. The algorithmic imaginary: exploring the ordinary affects of Facebook algorithms. **Information, Communication & Society**, 20:1, 30-44, DOI: 10.1080/1369118X.2016.1154086. Routledge, 2016.
- CARNEIRO, Raquel. 'Brasileiro prefere não ver manipulação por algoritmos', diz pesquisador Leia mais em: <https://veja.abril.com.br/cultura/brasileiro-prefere-nao-ver-manipulacao-por-algoritmo-s-diz-pesquisador/>. **Veja**, [S. l.], 2 jul. 2021. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/cultura/brasileiro-prefere-nao-ver-manipulacao-por-algoritmo-s-diz-pesquisador/>. Acesso em: 7 jun. 2024.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- CASTRO, Julio Cesar Lemes de. **Das massas às redes: comunicação e mobilização política (De Reinvenção comunicacional da política: modos de habitar e desabitar o século XXI)**. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2016.

DANTAS, Bruna Suruagy do Amaral. **O ódio e a violência na democracia.** (De Ensaio sobre o ódio). São Paulo: LiberArs, 2017.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **Mil Platôs. Capitalismo e esquizofrenia 2.** Vol. 3. 2. Ed. Tradução de Aurélio Guerra Neto, Ana Lúcia de Oliveira, Lúcia Cláudia Leão e Suely Rolnik. São Paulo: Editora 34, 2012.

FOUCAULT, Michel. **O nascimento da Biopolítica:** curso dado no Collège de France (1978-1979). São Paulo: Martins Fontes, 2008.

_____. **Vigiar e punir: nascimento da prisão.** 36ª ed. Petrópolis: Vozes, 2009.

_____. **“Segurança, Território, População.** Curso dado no Collège de France (1977-1978)”. Tradução de E. Brandão. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

FRIEDKIN, Noah E.; JOHNSON, Eugene C. **Social Influence Network Theory: A Sociological Examination of Small Group Dynamics.** Cambridge: University Press, 2011.

GARCIA, Nelson Jahr. **Propaganda: ideologia e manipulação.** Rocket Edition, EBooksBrasil, p. 1-90, 14 ago. 1999.

GILLESPIE, Tarleton. **A relevância dos algoritmos.** São Paulo, Brasil, v. 6, n. 1, p. 95-121, jan./abr. 2018.

Invasão ao Congresso: entenda o fato que marcou a história do país. Politize. 2023. Disponível em: <https://www.politize.com.br/invasao-ao-congresso/>. Acesso em: 16 mai 2024.

LEVITSKY, Steven; ZIBLATT, Daniel. **Como as democracias morrem.** Rio de Janeiro Zahar, 2018.

LOTT, Y., & CIANCONI, R. **Vigilância e privacidade, no contexto do big data e dados pessoais:** análise da produção da Ciência da Informação no Brasil. Revista Eletrônica Perspectivas em Ciência da Informação, 23 (04), oct./dec. 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1981-5344/3313>. Acesso: 05 de maio 2024.

MACHADO, Débora. A modulação de comportamento nas plataformas de mídias sociais. In: Souza, Joyce; Avelino, Rodolfo; Silveira, Sérgio Amadeu da. **A sociedade do controle.** Manipulação e modulação nas redes digitais. São Paulo: Hedra, 2018.

MARX, Karl. **Manuscritos econômico-filosóficos.** Tradução de Jesus Ranieri. São Paulo: Boitempo, 2004.

MIELLI, R.; V. ROMANINI, A. (2021). A comunicação dominada pelas “big techs” digitais: Superabundância informativa, espetáculo, alienação e fabricação sentido no mundo algorítmico. **Revista Eletrônica Internacional De Economia Política Da Informação Da Comunicação E Da Cultura**, n. 23 (1), 142–161. 2021.

MOROZOV, E. **Big Tech: A ascensão dos dados e a morte da política**. São Paulo: Ubu, 2018.

PACETE, Luiz Gustavo. Sites e redes sociais lideram na busca por informação.

Forbes, [S. l.], 30 mar. 2023. Disponível em:

<https://forbes.com.br/forbes-tech/2023/03/o-que-diz-a-carta-assinada-por-musk-e-mil-hares-contra-experimentos-de-ia/>. Acesso em: 7 jun. 2024.

PARISER, E. **O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você**.

Tradução: Diego Alfaro. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução: Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Ed. 34, 1999. 272 p.

POMPEU, Bruno. O mundo mediado por algoritmos. **Pesquisa FAPESP**, [S. l.], n. 266, 5 abr. 2023. Disponível em:

<https://revistapesquisa.fapesp.br/o-mundo-mediado-por-algoritmos/>. Acesso em: 7 jun. 2024.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

REGATTIERI, Lorena. A Propaganda Desinformativa no Projeto de Destruição Nacional Bolsonarista: A desinformação como estratégia de governo na agenda socioambiental durante a presidência de Jair Bolsonaro (PL). **Revista Eco-Pós**, 26 (01), 105–139. Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, 2023.

SACCHITIELLO, Bárbara. Sites e redes sociais lideram na busca por informação.

Meio & Mensagem, [S. l.], 10 ago. 2022. Disponível em:

<https://www.meioemensagem.com.br/midia/sites-e-redes-sociais-lideram-na-busca-por-informacao>. Acesso em: 7 jun. 2024.

SALDANHA, Alexandre. H. T; SALDANHA, Paloma M. **Desenvolvimento de uma cultura democrática na internet pelo princípio da autodeterminação informativa**. Rev. Dir. Desenvolvimento da Unicatólica; v. 2, n. 2, Jul-Dez; 2019.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. 10. ed. Rio de Janeiro: Record, 2003.

SCHWAB, Klaus. **A quarta revolução industrial**. Tradução: Daniel Moreira Miranda. São Paulo: Edipro, 2016.

SCHOLZ, Jaqueline. Cigarro eletrônico intoxica tanto quanto o comum (ou até mais) Leia mais em:

<https://veja.abril.com.br/coluna/letra-de-medico/cigarro-eletronico-intoxica-tanto-quantoo-comum-ou-ate-mais>. **Veja**, [S. l.], 31 maio 2023. Disponível em:

<https://veja.abril.com.br/coluna/letra-de-medico/cigarro-eletronico-intoxica-tanto-quantoo-comum-ou-ate-mais>. Acesso em: 7 jun. 2024.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. **Democracia e os códigos invisíveis: como os algoritmos estão modulando comportamentos e escolhas políticas**. Brasil, Edições Sesc SP, 2019.

THE ECONOMIST. **The world's most valuable resource is no longer oil, but data**. 6 de mai. 2017. Disponível em: <https://www.economist.com/leaders/2017/05/06/the-worlds-most-valuable-resource-is-no-longer-oil-but-data>. Acesso: 15 de abr. 2024.