

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO

**GABRIELLE GRANADEIRO DA SILVEIRA**

ATIVISMO A PARTIR DA INTERNET: amor, ódio e suas possíveis implicações

RIO DE JANEIRO

2020

Gabrielle Granadeiro da Silveira

ATIVISMO A PARTIR DA INTERNET: amor, ódio e suas possíveis implicações

1 volume

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Comunicação

Orientador: Prof. Dr. Henrique Antoun

Rio de Janeiro

2020

Gabrielle Granadeiro da Silveira

ATIVISMO A PARTIR DA INTERNET: amor, ódio e suas possíveis implicações

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Comunicação

Aprovada em

---

Prof. Dr. Henrique Antoun (PPGCOM/UFRJ)

---

Prof. Dr. José Carlos Messias Santos Franco (PPGCOM/UFMA)

---

Prof. Dr<sup>a</sup>. Suzy dos Santos (PPGCOM/UFRJ)

## RESUMO

SILVEIRA, Gabrielle Granadeiro da. **Ativismo a partir da internet: amor, ódio e suas possíveis implicações**. Rio de Janeiro, 2020. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) - Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2020.

Este trabalho visa avaliar as implicações que o ativismo a partir da internet pode ter para a democracia global a partir de sua conjugação com as novas tecnologias e com o contexto histórico mundial. Ele faz um levantamento de diversas ações ativistas a partir da internet desde seus primórdios e procura explicar o momento atual, que parece focado na polarização e disseminação do ódio. Para isso foram descritas que tecnologias estão embarcadas atualmente na internet, através de que interfaces estão disponíveis, que atores são importantes no atual momento histórico e que agenciamentos estão em jogo. O trabalho conjuga estas informações com estudo de casos mais recentes, como o escândalo da Cambridge Analytica e o recrutamento de jovens para o Estado Islâmico, se aprofundando em analisar a atuação de militantes em prol do então candidato a presidente do Brasil Jair Bolsonaro. Na tentativa de entender como o ativismo se distanciou tanto de sua ideia original, que era a produção do comum, percebe que tal atuação se insere em uma lógica algorítmica de simulação de ativismo através da automatização do trabalho e manipulação psicométrica.

Palavras-chave: algoritmo, ativismo em rede, dados

## ABSTRACT

SILVEIRA, Gabrielle Granadeiro da. **Ativismo a partir da internet: amor, ódio e suas possíveis implicações**. Rio de Janeiro, 2020. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) - Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2020.

This work aims to evaluate the implications that activism through the internet can have for global democracy based on its combination with new technologies and the world historical context. He recalls various activist actions through the internet since its beginnings and seeks to explain the current moment, which seems to be focused on the polarization and spread of hatred. For that, it was described which technologies are currently embedded in the internet, through which interfaces they are available, which actors are important in the current historical moment and which agencies are at stake. The work combines this information with more recent case studies, such as the Cambridge Analytica scandal and the recruitment of young people to the Islamic State, going deeper into analyzing the role of militants for the Brazil's president candidate Jair Bolsonaro. In an attempt to understand how activism has distanced itself so much from its original idea, which was the production of the common, he realizes that such action is part of an algorithmic logic of activism simulation through the automation of work and psychometric manipulation.

Key-words: algorithm, net-activism, data

## **AGRADECIMENTOS**

À meus dindos Marlene e Jorge por me ajudarem cedendo a casa, comida, carinho e compreensão no início desta jornada e à Julia por me fazer companhia.

À meus pais, Luiz Henrique e Neide, por sempre torcerem por mim.

Ao Thiago por aguentar minha ausência, cuidar do nosso lar, me motivar e contribuir financeiramente para as viagens semanais ao Rio.

Ao meu orientador Henrique pelas contestações, conversas e discussões, que me faziam buscar soluções em meio à desesperança.

À Marialva pelas sugestões no início do trabalho e à Suzy e ao Giuseppe pelos encaminhamentos durante a qualificação.

Às amigas Débora, Maria Rita e Roni, que fizeram com que eu me sentisse menos sozinha.

À minha avó Bina, que sempre torceu por mim e a quem eu vou amar para sempre.

Amo vocês, obrigada por tudo.

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
CAPÍTULO I	
A ESPERANÇA NASCE E É ESFACELADA	19
1.1. Ativismo como esperança	20
1.1.1. Ágora inicial	22
1.1.2. Ativismo de PC	27
1.1.3. Militância mobile	37
1.2. Ativismo de ódio?	43
1.2.1. ISIS	45
1.2.2. Trump	49
1.2.3. Bolsonaro	53
CAPÍTULO II	
TRAÍDOS PELO ALGORITMO	58
2.1. A cultura do algoritmo	60
2.2. Algoritmo e inteligência artificial	65
2.3. Algoritmo aplicado pelas empresas	68
2.3.1. Aprofundando no Cambridge Analytica	74
2.4. Aplicativos e os algoritmos nos smartphones	77
2.3.1. Polêmicas envolvendo o WhatsApp no Brasil	83
CAPÍTULO III	
CONTEXTO DE ÓDIO	90
3.1. Um novo tipo de trabalho	99
CAPÍTULO IV	
O ATIVISMO BOLSONARISTA NO BRASIL	107
4.1. Máquina de guerra?	111
4.2. Ativismo ou propaganda?	114
4.3. Legislação e desdobramentos	117

CONSIDERAÇÕES FINAIS	121
REFERÊNCIAS	129
ANEXOS	142
Anexo I - Gráfico da primeira coleta de tuítes	142
Anexo II - Gráfico da segunda coleta de tuítes	143
Anexo III - Páginas de empresas de WhatsApp Marketing	144
Anexo IV - Quadro comparativo de características do ativismo a partir da internet aplicadas ao caso Bolsonaro	145



## Introdução

Em um momento em que vivemos conectados 24 horas por dia, seja através das redes sociais ou através dos aparelhos acoplados em nossos corpos e nossas casas, como aqueles relacionados à internet das coisas<sup>1</sup>, soa piegas falar sobre a importância da internet em nosso cotidiano. Mas é necessário sim lembrar que esta participação se iniciou há poucas décadas e continua constantemente revolucionando nosso modo de viver, de se divertir, de gerir nosso tempo, de relacionar, de fazer política. Essas revoluções continuam acontecendo, como se fôssemos – e talvez sejamos – os ratinhos de laboratório que vão aos poucos tendo contato com as diferentes facetas da internet para que alguém observe como reagimos, como lidamos com cada problema e cada situação.

Mais especificamente falando sobre a política, as primeiras experiências se mostraram significativamente animadoras quanto à radicalização do que se pode chamar de "democratização da democracia" (Clever, 1998, p. 635). As lutas em torno do poder criativo e colaborativo da internet se mostraram evidentes quando uma rede mundial de pessoas se uniu para lutar pelos direitos das mulheres, dos indígenas, revelar os abusos promovidos pelo exército mexicano contra os camponeses do estado de Chiapas e convencer o mundo a ir em sua defesa, obrigando o governo a se retrair na ofensiva armada que estava em curso contra eles e tentar uma negociação. Desde então, pela internet, manifestações anticapitalistas são organizadas no mundo todo, seja para "atrapalhar" reuniões como a da Organização Mundial do Comércio (OMC), exigir medidas mais efetivas no cuidado ambiental ou mesmo discutir políticas de inserção das minorias. Da mesma forma, programadores e hackers começaram a lutar pelo direito de as pessoas terem acesso a programas de computador de forma gratuita, sendo possível inclusive alterá-los para que se tornem melhores.

A democratização do ativismo pela internet, quando pessoas sem conhecimento de programação puderam começar a usar seus computadores nesta atuação política em rede, estando em vários pontos do globo, começou em listas de email, grupos de discussão, fóruns e conferências online, em meados dos anos 1980. A internet se desvinculou do exército e das universidades, cunhou os sistemas

---

<sup>1</sup>Segundo a Wikipédia, rede de objetos físicos com tecnologia embarcada e conexão que permite coletar e transmitir dados, possibilitada pela microeletrônica. O termo foi cunhado pela primeira vez por Kevin Ashton, no final dos anos 1990. Veja mais sobre ela na nota 55.

de quadros de avisos (Bulletin Board Systems – BBS) e seus usuários começaram a criar as primeiras comunidades virtuais, atingindo alguns milhões de internautas já no final da década. Os anos 1990 trouxeram os diários online - os blogs -, que também possuíam uma estrutura em rede, com alguns destes diários indicando outros. Mas nestas páginas, especialmente após os anos 2000, mais que um relato sobre a vida das pessoas, também era possível verificar ações de ativismo político e de um jornalismo alternativo, como o de personagens como a cubana Yoani Sánchez, crítica ferrenha da situação social de Cuba sob os governos dos irmãos Castro. Devido à dificuldade de acesso à internet e a vigilância por parte do governo cubano, ela conseguiu mobilizar uma rede de apoiadores espalhados pelo mundo todo, semelhante ao que já havia sido feito pelos Zapatistas de Chiapas, para que pudesse continuar publicando seus conteúdos.

A restrição do acesso à internet, aliás, não apenas pela questão política, mas também tecnológica, é outra discussão. Isso porque, acessar a internet requer recursos materiais, como Personal Computer, Modem, linha telefônica e programas de computador em um primeiro momento. Ainda que já tenham barateado bastante seus valores, um computador de baixo custo atualmente fica em torno de R\$ 1 mil, dificultando o acesso à internet para aqueles que não têm condição de comprar estes equipamentos. A Organização das Nações Unidas (ONU) apontou, em relatório divulgado em 2016, que 3,7 bilhões de pessoas não possuíam internet no mundo mesmo com a queda nos preços dos serviços. Além disso, entre os países, a penetração da internet também se mostrava bastante desigual: 81% dos moradores de países desenvolvidos tinham acesso à rede mundial de computadores, contra 40% dos emergentes e apenas 15% nos mais pobres. Um grande passo na democratização do acesso foi a possibilidade de ingresso na internet através de aparelhos de telefone celular e smartphones, cujo custo atualmente é, em média, de R\$ 500 – metade do valor do PC. O mesmo relatório da ONU fala que a disponibilidade de internet 2G<sup>2</sup> através de telefonia móvel no mundo está em 95%. No Brasil, por exemplo, era através dos celulares que 70% das casas tinham acesso à internet em 2017. E estes aparelhos também foram cruciais no processo de mobilização política ao redor do mundo.

---

<sup>2</sup> Em 2020 operadoras de telefonia celular já oferecem internet a uma velocidade de 4G e existem estudos sobre o 5G, mas esta não era a realidade de 2016, quando o relatório foi divulgado.

Redes sociais gratuitas que podiam ser acessadas por smartphones, como o Twitter, intensificaram as ligações entre pessoas com interesses comuns. Elas passaram a pautar a imprensa mundial se organizando para "subir" hashtags entre os tópicos mais comentados nesta rede. Como se tratam de textos pequenos – 140 caracteres no início e o dobro posteriormente – conseguiam chamar atenção para assuntos relevantes e convencer outros usuários a lê-los, devido à concisão que os textos exigiam. O Twitter se tornou a principal rede dos militantes. Além disso, a mobilidade dos aparelhos permitiu que as pessoas pudessem participar democraticamente das lutas com as quais se identificassem a qualquer momento e de qualquer lugar. As ruas foram tomadas inicialmente por flash mobs e posteriormente pelas ocupações. Cairo, Madrid, Wall Street e várias cidades do Brasil. Exigências como melhores condições políticas, direito de liberdade de expressão, críticas a reformas econômicas em vigor causadoras de altos índices de desemprego nos países e mesmo a luta contra o aumento nos preços das passagens levaram a experiência democrática além do voto. Mesmo sem estarem próximos fisicamente, pessoas do mundo todo se juntavam a partir de hashtags para dizer que estavam "Indignadas", pedir 20 centavos a menos, descrever o que é a maternidade real, relatar casos de abusos sexuais e morais, denunciar o preconceito racial, homossexual e social.

Esse novo ambiente criou também uma linguagem diferente, outra forma de se comunicar. Primeiro foram as abreviaturas: você virou vc, teclar virou tc, além de toda uma nova etiqueta para impedir que alguns usuários fossem bloqueados por outros, que os espaços de cada pessoa fossem respeitados e que as caixas de emails ou memórias dos aparelhos de telefone celular não ficassem abarrotados. E as linguagens foram ficando cada vez mais visuais, ideogramáticas, permitindo a inserção de cada vez mais pessoas nas ações de militância - inclusive os que não sabiam ler e escrever -, através dos emojis. Os aplicativos e programas permitiam que as pessoas fizessem montagens e elas foram usadas para divulgar mensagens, para demonstrar opiniões políticas, para defender pontos de vista, sempre com ironia. Surgiam os memes que, de tão importantes, já possuem até um museu<sup>3</sup> onde é possível admirar não apenas a concepção artística, mas todo o arcabouço político que está por trás de sua criação. Se os símbolos viraram memes, as bandeiras de

---

<sup>3</sup> Ver em <http://www.museudememes.com.br/>

luta viraram hashtags<sup>4</sup>, permitindo que as pessoas pudessem defender seus direitos do sofá de casa, de dentro do ambiente de trabalho, da rua, do transporte coletivo. O símbolo do jogo da velha começou a ser colocado antes dos termos pelos quais se estava lutando, sendo necessário convencer outras pessoas a fazer o mesmo, de modo que sua popularização permitisse que a bandeira de luta ficasse em evidência na rede por mais tempo.

Mas enquanto alguns grupos se aproximavam ao reconhecerem interesses comuns, outros se uniam para difundir preconceitos, radicalizar políticas identitárias, criticar ações de direitos humanos e direitos políticos que levavam em conta a afirmação da diversidade. Páginas de celebridades e ativistas foram invadidas por enxurradas de críticas daqueles que apoiavam "rivais" ou ideologias contrárias, preconceitos que sabiam-se reprimidos por décadas viam à baila sob a justificativa do mais intenso uso do "direito à liberdade de expressão". Relatos de casos de violência contra a mulher e contra a população LGTB se tornaram cada vez mais frequentes - violência física mesmo, fora das telas - e foi possível perceber que a parte mais povoada da internet, as redes sociais, não estava apenas popularizada, mas também polarizada. O reflexo na política mundial não tardou a aparecer: O grupo extremista Estado Islâmico se utilizava da internet para arregimentar pessoas ao redor do mundo e difundir suas ameaças e ações de violência, o empresário Donald Trump venceu a eleição presidencial norteamericana com campanha feita a partir da divulgação de políticas anti-imigratórias pela internet, o deputado-federal Jair Bolsonaro também conquistou a presidência brasileira se aproveitando de um Brasil dividido entre direita e esquerda (ou entre petistas e anti-petistas) desde o impeachment da ex-presidente petista Dilma Rousseff. Teria o ativismo por direitos humanos a partir da internet sido vencido pelo ódio? Todas as experiências democráticas vividas por essa multidão conectada desde o surgimento da Arpanet, no final dos anos 1960, a ágora virtual criada desde então, teriam sucumbido à intolerância da humanidade que povoa a rede e às guerras em rede?

Fazendo um resgate das últimas décadas é possível perceber que a internet como ferramenta democrática passou por um primeiro momento de furor e esperança, devido aos exemplos de construção do comum e militância colaborativa que suas possibilidades demonstraram ao redor do mundo todo. Os protestos em

---

<sup>4</sup> Hashtag = #

Seattle, em 1999, reuniram entre 40 e 100 mil pessoas e além de influenciarem movimentos semelhantes posteriormente, a reação das autoridades aos protestos impactou diretamente nas eleições posteriores na região e levou, por exemplo, a prefeitura da cidade americana a pagar multas a militantes que haviam sido presos durante os protestos. No Brasil, as Jornadas de Junho de 2013 contaram com mais de 80% de apoio da população e envolveram mais de 400 cidades, mais de um milhão de manifestantes e conseguiram atingir uma de suas principais metas: a redução no valor das passagens de ônibus. Mesmo movimentos mais restritos às redes sociais, como o americano "Me too" e o brasileiro "Mexeu com uma, mexeu com todas", ambos de 2017, demonstraram resultados reais, como o boicote ao diretor Harvey Weinstein e o afastamento e posterior demissão do ator Jose Mayer, respectivamente, os dois acusados de assédio sexual.

Mas este otimismo vem sendo solapado pela emergência de radicalismos identitários e cyberbullying, além de escândalos envolvendo manipulação de humores e opiniões, como nos casos americanos da Cambridge Analytica, em 2016, e, possivelmente, no disparo automatizado de fakenews através do WhatsApp, durante a campanha eleitoral brasileira de 2018. No caso de 2016 - que na verdade foi descoberto em 2018 -, um relatório de 27 páginas aponta que o algoritmo da empresa capturou dados de ao menos 87 milhões de usuários do Facebook e o vendeu a seus clientes, entre eles o então candidato à presidência Donald Trump. Além disso, parte dos "ativistas" favoráveis a Trump eram robôs ou perfis falsos provenientes de contas russas. Ou seja, o ativismo que levou o candidato à presidência norteamericana parecia ter sido "fabricado", não era legítimo. O caso brasileiro foi denunciado pelo jornal Folha de São Paulo e também aponta o uso de empresas especializadas na criação de perfis falsos não apenas de redes sociais, mas do WhatsApp. Essas empresas usariam as contas do serviço de mensagens também para disparar conteúdos - nem todos verdadeiro - vindos muitas vezes de robôs, da mesma forma gerando um ativismo que não podemos considerar totalmente autêntico.

Todos estes episódios levam a um questionamento sobre os benefícios do ativismo virtual, pois eles demonstram que é possível "fabricar" ativismos, em sua maioria voltados para interesses particulares ao invés da construção de um bem estar comum. Além disso, mesmo nos casos em que não há uso de aparatos

técnicos, é possível perceber grupos que se unem para atuar em prol da disseminação do ódio, seja através de correntes ou ações de ataque coordenadas voltadas para perfis específicos, o *swarming*<sup>5</sup>. Por isso, o objetivo principal deste trabalho é tentar entender como se deu o que aparenta ser essa virada na internet, em que a uma primeira vista a intolerância se sobrepõe à produção do comum de forma colaborativa. A pesquisa buscará entender se de fato houve o que entendo como essa virada e, caso a resposta seja positiva, por que ela aconteceu e como seria possível conviver com esse novo momento do ativismo a partir da internet. Caso seja constatado que houve a fabricação destes ativismos não orgânicos, o trabalho tentará compreender com isso foi feito.

O projeto se justifica primeiramente porque o ativismo social a partir da internet vinha se cristalizando como forma de discussão política, fomentando propostas de lei em um modelo de participação mais direta, semelhante ao modelo democrático grego, como no caso do projeto anticorrupção brasileiro. A respeito deste projeto, ainda que sua tramitação esteja parada no Senado, ele foi criado por iniciativa popular com ajuda do Ministério Público e através do ativismo pela internet conseguiu coletar mais de dois milhões de assinaturas, forçando o Congresso a iniciar sua tramitação. A diferença entre a participação direta pela internet e a ágora grega, é que desta vez, a cidadania não estaria ligada ao nascimento ou status social, mas à possibilidade de acesso à internet, ampliando a oportunidade de participação das minorias. Trata-se de uma opção ao modelo democrático ocidental, aparentemente tão desgastado, que não privilegia apenas os consensos, mas que se propõe a abarcar diversas singularidades, levando as possibilidades de comunicação a seu limite.

Além disso, este tipo de ativismo já vinha conseguindo demonstrar resultados concretos, seja através da disseminação de discursos ideológicos, atingindo mudanças sociais e políticas, como demonstrado acima, ou, o que é mais importante, servindo como laboratório de práticas democráticas, tentando demonstrar que "somos capazes de decidir", nos dizeres do espanhol Manuel Castells. Por isso, é importante tentar entender como se dá a militância a partir da internet, quais são os atores envolvidos, se de fato as primaveras "murcham" pelo mundo, o que levou ao desmantelamento deste "florescer" e se é um quadro

---

<sup>5</sup>O conceito de *swarming*, enxameamento ou afluência é trabalhado mais especificamente por Ronfeldt e Arquilla quando falam das guerras em rede. Para mais detalhes ver nota 31 deste trabalho.

reversível ou se de fato estamos marchando rumo a uma nova era de autoritarismos, mas agora virtuais.

Outro ponto importante a ressaltar é que os problemas políticos causados a partir da internet vêm sendo visto como justificativa para uma série de políticas não apenas de regulação, como também de restrição das possibilidades da rede de computadores. A partir do escândalo envolvendo Donald Trump em 2018, o fundador do Facebook foi sabatinado pelo Senado norteamericano, que avaliou as políticas da empresa como perigosas. Pouco tempo depois, a Europa conseguiu criar um Regulamento Geral Sobre a Proteção de Dados (RGPD) e no mesmo ano o Brasil promoveu alterações no Marco Civil da Internet através de uma nova Lei de Proteção de Dados. O candidato a presidente do Brasil pelo PT, Fernando Haddad, que aparenta ter sido prejudicado com o disparo de mensagens falsas em massa por parte de apoiadores de Jair Bolsonaro, no pleito de 2018, chegou a declarar que tinha intenção de processar o WhatsApp, demonstrando que os temores em relação à disseminação de antagonismos na internet podem assustar até mesmo aqueles que afirmam defender a democracia com mais ardor, não importando se estão posicionados à Direita ou à Esquerda. Por isso, é importante entender o funcionamento deste suposto novo momento da internet, de que forma podemos ser afetados por ele e se há de fato necessidade de regular ou restringir o conteúdo ou a forma como o mesmo circula.

Por isso esse trabalho começa fazendo uma genealogia do ativismo a partir da internet resgatando seu surgimento, suas classificações, potencialidades, etapas, com vistas a buscar uma delimitação de quando a internet se tornou este ambiente polarizado, com ativistas buscando defender seus pontos de vista de forma intolerante com relação aos outros. Neste primeiro capítulo do trabalho também serão descritos alguns dos casos que considero que poderiam se enquadrar nesta categoria de ativismo de ódio, como a atuação do grupo ISIS e a militância política em prol dos candidatos Donald Trump e Jair Bolsonaro que os levou à presidência, respectivamente, dos Estados Unidos e do Brasil. Considero que só a partir deste capítulo será possível submeter algum dos casos selecionados - já que, além de não haver tempo hábil para avaliar os três, reconheço algumas semelhanças entre eles - às duas hipóteses que possam ajudar a identificar que fatores contribuíram essa virada na participação cidadã pela internet.

Uma primeira hipótese a ser trabalhada e que será o foco do capítulo dois é que houve sim uma virada entre os ativistas para o lado do ódio, mas que se justifica devido a uma das principais tecnologias empregadas na internet nos últimos anos: o algoritmo. Nesta hipótese, suponho que estaríamos sujeitos a uma manipulação algorítmica, como ficou aparente através dos episódios políticos envolvendo os dados captados pelo Facebook e vendidos a empresas através da Cambridge Analytica. Estas tecnologias estariam não apenas buscando uma humanização do computador, mas uma mecanização do homem<sup>6</sup>, através da construção dos chamados Bots Sociais, especialmente a partir da popularização das redes sociais. Essa possibilidade de manipulação se baseia na interferência que as novas tecnologias possuem em nossa cultura e nas novas linguagens que ela possui, que não ficariam restritas ao ambiente virtual, mas saltariam para nosso cotidiano. Ela vem sendo trabalhada nos últimos anos por autores como Ed Finn, que avalia os algoritmos como a "catedral das ambições iluministas por um sistema universal do conhecimento" (Finn, 2017, p. 8), Adam Greenfield, que acredita na "colonização de nossa vida cotidiana pelo processamento de informações" (Greenfield, 2017, p. 17) e Shoshana Zuboff que afirma que as novas tecnologias algorítmicas "nos torna meros espectadores" (Zuboff, 2015, p. 75) submetidos a uma experiência de puro estímulo-resposta).

Além de um estudo sobre o que é o algoritmo e como ele pode impactar em nossas vidas, este capítulo também oferece alguns exemplos de formas pelas quais o mesmo tem sido utilizado pelas empresas. Em um segundo momento, inseri outra tecnologia neste capítulo, a dos smartphones, mas considere importante tratá-la como parte desta primeira hipótese já que grande parte de seu uso por ativistas atualmente se dá através dos aplicativos, que nada mais são do que programas, algoritmos, que contribuem para que internalizemos as práticas que podem estar atuando em nossa possível manipulação.

Uma segunda hipótese de trabalho atribui a atuação polarizada de ativistas a um contexto histórico de dificuldades e rancores. Por isso, este terceiro capítulo busca compreender qual era o ecossistema social e econômico em que estávamos inseridos quando os ataques através da internet se tornaram mais importantes que

---

<sup>6</sup> Essa constatação de que estamos virando robôs havia sido feita em sala de aula pela pesquisadora Fernanda Bruno, mas verifiquei com este trabalho que a opinião tem sido compartilhada por outros pesquisadores (ver capítulo 3).



utilizá-la para a construção do comum. Para isso serão invocados teóricos como Michel Hardt e Antonio Negri, que nos ajudam a compreender a contemporaneidade, especialmente após a Guerra Fria; Michel Foucault, com suas explicações sobre como se deu o processo de criação do individualismo através do poder pastoral, posteriormente cooptado como um dos pilares do capitalismo; Jonathan Crary, com suas contribuições sobre o trabalho e a produtividade; e Norberto Bobbio, para ajudar a conceituar o que seriam direita e esquerda, já que grande parte desta polarização se dá em tais polos políticos. Como trata-se de um trabalho sobre a internet, também se faz importante tentar analisar de que forma o algoritmo se relaciona com este contexto histórico, por isso nesta segunda hipótese Ed Finn será novamente utilizado.

Embora perceba muitos objetos possíveis, inclusive alguns exemplos já expostos aqui, tomarei como principal os militantes bolsonaristas. Isso devido à proximidade geográfica, já que trata-se de um caso nacional, e também à abundância de fontes, devido ao trabalho desempenhado não apenas por jornalistas investigativos de alguns dos principais veículos de informação do país, especialmente o jornal Folha de São Paulo, mas também por pesquisadores acadêmicos, como o grupo da UFMG que criou um monitor de WhatsApp para extrair parte dos conteúdos de alguns grupos públicos utilizados em algumas campanhas políticas das eleições brasileiras de 2018.

De forma geral, este trabalho parte das pesquisas de diversos exemplos de ativismo a partir da internet, como as pesquisas sobre o Zapatismo empreendidas por Massimo di Felice, que propõe classificar o que ele chama de ativismo em rede em ecologias comunicativas; os movimentos de ocupação das ruas descritos por Manuel Castells em Redes de Indignação e Esperança, que para ele têm como principal objetivo mudar mentes e preparar as pessoas para levar a experiência democrática ao extremo; e o trabalho de Fábio Malini e Henrique Antoun, que além de fazerem um apanhado do ativismo desde os primeiros grupos de discussão até as mobilizações nas redes sociais, ainda introduzem os conceitos relacionados à guerra em rede. Este trabalho também espera se deitar sobre alguns conceitos explorados a partir da trilogia de Michael Hardt e Antonio Negri, na qual desenham o cenário de Império que emerge especialmente no anos 1990 e que prenuncia as

potencialidades do que a dupla considera a multidão que se mobiliza para produzir o comum.

Em um primeiro capítulo espero fazer uma genealogia do ativismo a partir da internet, contando com o apoio dos autores supra mencionados como base e outros que porventura se mostrarem importantes no decorrer da trajetória. Retomar a experiência outrora denominada ciberativista pode ajudar a compreender em que momento a esperança se desfez, por quais transformações o processo de comunicação destes militantes passou para que suas mensagens tenham evidenciado um caráter mais agressivo e intolerante que possam apontar caminhos mais voltados para cada uma das hipóteses a serem trabalhadas nesta dissertação. Nos dois capítulos seguintes farei a prova das hipóteses, bem como se elas podem se interligar criando uma terceira explicação. A partir dos resultados obtidos nesta contextualização, submeterei o caso escolhido como objeto de análise à apreciação e comparação conceitual utilizando como auxílio um quadro comparativo.

A partir da compreensão do primeiro momento de otimismo quanto à atuação a partir da internet - anos 1990 - buscarei entender como pode ter se disseminado este movimento de polarização na internet, principalmente através das redes sociais. Quero tentar captar o que pode ter contribuído para tais características se fizerem presentes: se faz parte do "jogo de poder" ou se é um desvio inesperado, se há alguma forma de resistência a esta polarização e se é possível mitigar seus danos.

## **1 A esperança nasce e é esfacelada**

Para compreender meu questionamento quanto ao momento atual do ativismo social a partir da internet presente neste trabalho, se faz necessário buscar uma genealogia do mesmo. Anunciado por Deleuze como um método criado por Nietzsche, o método genealógico<sup>7</sup> é aquele que investiga "a produção histórico-cultural das 'verdades' que funcionam e são acreditadas em dadas formações históricas" sendo por isso "crucial" para tratar de temas culturais, como nos explica Maria Cristina Ferraz. Ou seja, pretendo fazer um levantamento do ativismo virtual para tentar compreender seus movimentos e condições de existência para, da mesma forma, chegar às mudanças culturais que o trouxeram à condição atual. Sustentando-me em alguns dos autores invocados neste trabalho, dividi tal genealogia em quatro momentos diferentes: três deles acompanham a experiência política baseada na internet como uma esperança de ampliação da participação democrática, chegando ao quarto, onde se encontra minha inquietação, quando a ligação entre política e internet passou a ser vista com desconfiança. Muitas vezes as datas destes períodos se misturam, porque as inovações tecnológicas que os permitiram demoraram a se popularizar, além do fato de não chegarem ao mesmo tempo em todos os pontos do globo, mas a datação foi feita de forma aproximada, levando em conta principalmente os efeitos causados de forma conjunta.

O primeiro destes momentos, que vai do surgimento da internet, ainda na década de 1960, até o início da década de 1980, optei por nomear "Ágora Inicial". Isso porque embora a internet já tenha nascido de forma altamente participativa entre grupos ligados a universidades, bancos e militares, os primeiros participantes não ligados a estes grupos precisavam de um conhecimento técnico mínimo em informática. Cada operação diferente requeria um programa específico para sua leitura - um para ler emails, outro para participar de grupos de discussão - o que obviamente não estava disponível a todos. Esta fase se encerra com a invenção de aplicativos e interfaces mais amigáveis ao consumidor comum, que permitiram não apenas sua inserção nos primeiros grupos de discussão, mas posteriormente ampliaram numericamente a participação destes, já que requeria apenas a existência de um computador pessoal e uma linha telefônica, chegando ao que

---

<sup>7</sup> No primeiro texto de "Nietzsche e a Filosofia" Deleuze afirma que "Genealogia quer dizer ao mesmo tempo valor de origem e origem dos valores. (...) Genealogia quer dizer, portanto, origem ou nascimento, mas também diferença ou distância na origem" (1976, p. 04).

chamei de "Ativismo de PC". Neste período, também de forma colaborativa, começam a surgir algumas ações "offline", o termo "ciberativismo" passa a ser utilizado e estudado, demonstrando o real potencial do ativismo a partir da internet, principalmente após o episódio de Chiapas, no México, em 1994. "Militância mobile" foi o título que escolhi para uma terceira etapa do ativismo político a partir da internet possibilitado pelos investimentos em banda larga, aparelhos de telefone celular e, principalmente, smartphones, fase esta que não acredito que possamos considerar que já foi encerrada. De forma paralela, o quarto momento abordado nesta genealogia chega enfim ao grande questionamento que motivou este trabalho. Pensei em chamar este momento de "Ativismo de ódio", mas como meu orientador me levou a questionar este título, achei por bem inserir uma interrogação nesta denominação, por não saber ao certo se o que considere como ativismo de ódio de fato existe.

### 1.1. Ativismo como esperança

A internet nasceu como uma tecnologia de envio de informações no contexto da Guerra Fria. Em meio ao temor de um provável ataque nuclear, a pergunta que tanto o exército como as universidades tentavam responder era como possibilitar a transmissão de informações caso o mundo – ou ao menos alguns países – esteja completamente destruído? A resposta começou a aparecer já no início do conflito que nunca aconteceu diretamente, em 1947, com a invenção do transistor. Como relata o espanhol Manuel Castells, ele "possibilitou o processamento de impulsos elétricos em velocidade rápida e em modo binário de interrupção e amplificação" (Castells, 2006, p. 76), complementando a invenção do computador programável. Os testes iniciais mostravam que era possível a troca de mensagens entre quatro universidades americanas diferentes, mas era preciso saber se tal comunicação funcionaria em uma escala maior. Foi no final dos anos 1960 que a rede de computadores montada pela Agência de Projetos de Pesquisa Avançada (ARPA), que pertencia ao Departamento de Defesa dos Estados Unidos, conseguiu utilizar a tecnologia de comutação por pacotes desenvolvida por Paul Baran para ligar os "nós", ou seja, computadores que estavam em universidades diferentes, e estabelecer contatos entre eles, formando uma série de linhas de comunicação entrelaçadas, uma rede. Como explicou o próprio Baran, "o sistema tornava a rede

independente de centros de comando e controle, para que a mensagem procurasse suas próprias rotas ao longo da rede, sendo remontada para voltar a ter sentido coerente em qualquer ponto da rede" (Baran apud Castells, 2016, p. 82).

Novas redes de computadores foram sendo formadas baseando-se na rede da ARPA, então chamada de Arpanet e anos mais tarde de Internet. Para permitir que os computadores/nós pudessem "conversar" uns com os outros, também foi necessário criar um protocolo de transmissão compatível com a maior quantidade possível de tipos de redes existentes. No final dos anos 1970, os estudantes e pesquisadores Vinton Cerf e Postel da UCLA e Cohen da USC criaram um protocolo e o dividiram em duas partes: TCP para a comunicação entre os servidores e IP para o contato entre as redes. Devido à sua capacidade de adaptação e diversificação, o protocolo TCP/IP foi o modelo que prevaleceu entre várias outras tentativas.

Também no final dos 1970, dois estudantes de Chicago criaram um programa batizado de Modem que permitia a transferência de arquivos entre seus computadores pessoais e um segundo programa que permitia também o armazenamento de mensagens e liberaram os dois para o domínio público. Estes programas possibilitaram uma rede baseada em um sistema de quadro de avisos (Bulletin Board Systems, ou BBS). No início da década seguinte, Tom Jennings criou seu próprio programa BBS iniciando uma rede que necessitava apenas de um programa Modem, linhas telefônicas convencionais e um computador pessoal (PC). Os computadores pessoais, aliás, foram o resultado de uma acirrada disputa entre as empresas Apple e IBM, também no início dos 1980. A Apple deu o pontapé inicial na ideia de criar microcomputadores, já que os primeiros aparelhos tinham o tamanho de uma sala. Já em 1981 a IBM lançou sua versão de microcomputador e o batizou de PC. O próximo passo seria facilitar a interface do usuário com aparelho, o que foi feito pela Apple, em 1984, através do sistema de ícones.

Embora tenha sido criada como uma parceria entre as forças militares norteamericanas e as universidades, a grande rede mundial de computadores foi se expandindo de tal forma que acabou se desvinculando de sua raiz. Ela se voltou para todas as direções, crescendo de forma descentralizada; não passa por um sistema principal, não tem qualquer autoridade supervisora<sup>8</sup>. Qualquer um de seus

---

<sup>8</sup> Ver Castells, 2006, p. 83.

nós pode e deve se conectar aos outros; ela é múltipla e não é marcada por seus pontos ou posições, mas pelas ligações que pode estabelecer, pelas linhas, que se embrenham para todos os lados. Da mesma forma, as conexões podem ser rompidas ou quebradas em um lugar qualquer e reaparecerem com a mesma instantaneidade segundo algumas das linhas que já lhe eram próprias ou segundo outras linhas, além de possuírem múltiplas entradas.

### 1.1.1. Ágora Inicial

Os primeiros desbravadores de todas as possibilidades da internet, especialmente a possibilidade de fazer dela um espaço de discussão democrático, foram, em alguns casos, seus próprios criadores. Como descreve Castells, a Arpanet foi "prefigurada, deliberadamente projetada e subsequentemente administrada por um grupo determinado de cientistas da computação que compartilhavam uma missão que pouco tinha a ver com estratégia militar" (Castells, 2003, p. 21) e desde o início se baseava "num sonho científico de transformar o mundo através da comunicação por computador, embora alguns dos participantes do grupo se satisfizessem em simplesmente promover boa ciência computacional" (Idem). O autor demonstra que os cientistas se aproveitaram do contexto da Guerra Fria para dispor dos recursos necessários para tirar suas ideias do papel ao mesmo tempo em que levaram para a nova tecnologia as influências da contracultura dos campi universitários da época, ainda que não estivessem diretamente ligados a movimentos sociais ativistas do período. Por isso, a internet foi criada com a ideia de cooperação entre os pares e liberdade individual, simultaneamente. E como a cooperação era "entre os pares", ao menos até meados da década de 1980, somente aqueles que possuíam conhecimento técnico tinham condições de participar da grande rede: os hackers.

Castells demonstra uma visão bastante romântica dos hackers, afirmando que estes especialistas em programação nascem "a partir do ímpeto individual de criar" e que eles divulgam suas criações na expectativa de reciprocidade, devido a um sentimento comunitário. Em um primeiro momento ele faz questão de descrever a diferença entre este grupo e o dos crackers, que seriam irresponsáveis "quebradores" de código rejeitados pela cultura hacker original, e posteriormente os coloca à margem da "cultura hacker rebelde", apontando-os como aqueles que muito

jovens "tentam provar sua perícia, em geral com conhecimento técnico limitado" (Idem, p. 46), uma versão negativa dos anteriores. Em comentário feito durante uma de suas aulas, o pesquisador brasileiro Henrique Antoun contesta esta dicotomia entre hacker e cracker apontada por Castells, apontando que a única diferença entre eles é sua atuação prática: enquanto o cracker é aquele que descobre como invadir sistemas e redes, o hacker vai além e consegue driblar as leis do sistema e compreendê-lo de forma mais integral.

Em livro escrito em colaboração com Fábio Malini, o brasileiro também se apoia em Steven Levy para reconhecer uma alteração na forma de atuação dos hackers, mas baseado no passar dos anos e não em uma categorização, como propõe o espanhol: a primeira geração, dos anos 1960, seria voltada para a exploração das inteligências artificiais e das interações entre usuários e computadores, e uma segunda, nos anos 1970, teria sido voltada mais para a democratização do acesso às máquinas, já que teve participação significativa na construção do computador pessoal, pois levantavam a ideia de que todos deveriam ter um computador deste tipo. Ainda sobre os hackers, Antoun e Malini acrescentam que ele é o personagem que ilustra a passagem do trabalho material para o imaterial, já que sua "relação com o trabalho não se baseia no dever, e sim na paixão intelectual por uma determinada atividade". Ainda assim, muito do que este grupo cria pensando no bem estar coletivo ou em avanços tecnológicos para a humanidade é absorvido pelas empresas e acaba se tornando produto do mercado.

Mas esse repasse das criações intermediado pelo mercado não é a regra no mundo hacker. O ativismo social está presente principalmente sob a bandeira do software livre, a luta para que os programas de computador possam ser distribuídos de maneira gratuita pela internet, melhorados pelos próprios usuários e, posteriormente, redistribuídos. O movimento nasceu da experiência do programador Richard Stallman, que teve problemas ao tentar conseguir o código fonte de um equipamento com defeito para tentar melhorá-lo. Diante da negativa da empresa em fornecer o código, ele criou um sistema operacional que pudesse ser distribuído de modo livre e gratuito e permitisse o aperfeiçoamento por parte dos usuários. Stallman criou a Free Software Foundation e, baseando-se no sistema operacional Unix, até então o mais usado na internet, conseguiu concluir seu projeto em 1984, batizando-o de GNU, nome que também deixava claro seu ativismo (GNU is Not

Unix). O nome de sua fundação não buscava denominar o software como livre no sentido de gratuito, mas livre porque permitia a execução, modificação, adaptação e redistribuição tanto do programa como de suas modificações. Ele ainda propôs que a licença de direitos proprietários presentes através do copyright fosse substituída pelo copyleft, uma licença que determinava que "qualquer pessoa que usasse um software gratuito deveria, em retribuição, distribuir pela Net o código daquele software aperfeiçoado" (Castells, 2003, p.17).

Indo além, as lutas mais técnicas da internet não se restringem à criação de programas que possam ser repaginados ou quebrados. Há também a invasão a páginas em busca de informações ou tentando mesmo derrubá-la, impossibilitar o acesso a ela. Uma das técnicas mais usadas é a do swarming, o enxameamento ou afluência. Ela consiste em uma invasão massiva de determinada página na tentativa de retirá-la do ar ou tornar o acesso a ela por ativistas tão intenso que outras pessoas tenham dificuldades de chegar até o local. Quando as invasões são voltadas para quebra de códigos é possível alterar o conteúdo de uma página, promovendo protestos na mesma – na maioria das vezes, chamando atenção de forma bem humorada. Há também os cypherpunks, que fazem uma abordagem contrária à dos hackers tradicionais. Eles acreditam que estamos todos sob vigilância constante dos governos através da internet e que, por isso, a forma mais eficaz de luta não seria a quebra de códigos, mas, de modo oposto, a disseminação do ensino de encriptação. Ou seja, os usuários da internet deveriam ser capazes de codificar suas próprias mensagens de forma tão eficaz a impedir que seus códigos sejam quebrados por qualquer pessoa, inclusive aquelas ligadas a inteligências militares e governamentais.

Antoun e Malini nomeiam estes ativistas mais técnicos como hackers de código e demonstram que eles fizeram escola influenciando outros tipos de hackeamento de informações, como o hackeamento de narrativas. Enquanto os primeiros se esmeram em burlar os desenvolvedores de tecnologia e buscar meios de tornar a internet cada vez mais livre, os hackers de narrativas seriam aqueles que transformam os grupos de discussão em estruturas de mídia permitindo o vazamento de informações nas mais distintas comunidades virtuais<sup>9</sup>. No fundo, ambos estariam em busca do mesmo objetivo: "a produção de um mundo sem

---

<sup>9</sup> Ver Antoun e Malini, p. 21.



intermediários da cultura" (Antoun; Malini, 2013, p. 22), um mundo em que cada um se torna protagonista ativo de seu cotidiano e não um mero espectador como descrito no trabalho de Guy Debord.

O que é possível perceber é que estes pioneiros da internet criaram toda uma cultura própria que se mantém ainda hoje em outros tipos de ativismo político e social a partir da internet, uma cultura libertária<sup>10</sup>, uma cultura "de convergência entre seres humanos e suas máquinas num processo de libertação. É uma cultura de criatividade intelectual fundada na liberdade, na cooperação, na reciprocidade e na informalidade" (Castells, 2003, p. 45). Por ser descentralizada como a internet, não há uma hierarquia estabelecida por uma entidade superior, ela é estabelecida entre os pares e pode ser alterada a qualquer momento. Isso porque a cultura hacker se baseia na meritocracia, mas esta meritocracia se estabelece dentro de determinados grupos: só um hacker pode apontar quem é um hacker. Digo grupos, porque os hackers não reconhecem as comunidades virtuais como parte da cultura hacker e, como dito anteriormente, só faz parte da cultura hacker o que eles mencionam como tal.

Ainda citando Castells, ele diferencia "cultura hacker" de "cultura de internet". Para ele, a primeira é parte da segunda, que seria formada por quatro camadas: além da cultura hacker, cultura tecnomeritocrática, cultura comunitária virtual e cultura empresarial. Além da perícia em programação, a cultura hacker deve ser criativa, autônoma (sem ligação com corporações e instituições) e de certa forma individual – mas não individualista. Isto porque os hackers atuavam sozinhos em seus computadores pessoais buscando alcançar seus méritos e reconhecimentos entre seus pares, mas produziam tecnologia para a coletividade. Como os programas poderiam ser modificados por outros hackers, podemos dizer que sua produção era colaborativa. Cada um contribui com suas próprias individualizações<sup>11</sup> para criar uma inteligência coletiva<sup>12</sup>. E acima de tudo, a cultura hacker pressupõe liberdade. Liberdade tanto para criar como para se apropriar do conhecimento e redistribuí-lo sob outras formas ou outros canais. De forma geral, Castells acredita que desta cultura hacker, o que ainda permeia as atividades atuais da internet são "a informalidade e a capacidade autorreguladora de comunicação, a ideia de que

---

<sup>10</sup> De defesa intransigente da liberdade como valor supremo. Ver Castells, p. 19.

<sup>11</sup> Ver Gilbert Simondon, 2019.

<sup>12</sup> Ver Pierre Lévy, 2004.

muitos contribuem para muitos, mas cada um tem a própria voz e espera uma resposta individualizada" (Castells, 2006, p. 441).

Antoun e Malini ressaltam ainda outro aspecto importantíssimo da cultura hacker e que mais recentemente vem demonstrando seu valor ao ameaçar grandes potências e culminar inclusive na prisão de vários de seus ativistas<sup>13</sup>: a cultura de vazamentos. O Wikileaks, por exemplo, é uma organização que se destina a obter, muitas vezes de forma anônima, e divulgar documentos secretos de governos e organizações do mundo todo. Eles fazem este trabalho como uma forma de luta pela transparência destes dados e também demonstram que as grandes corporações de internet, como Facebook, Twitter e Google, possuem uma base de dados completa sobre seus usuários, inclusive com conversas, monitoramento este que pode embasar possíveis processos movidos por governos apontando difamação e perigo à segurança nacional causado por usuários que se oponham às suas ideias. O grupo que sustenta o Wikileaks, aliás, é o principal defensor do movimento cypherpunks. Ou seja: Eles utilizam os vazamentos para demonstrar a necessidade de encriptação. Mas os vazamentos na internet não começaram com o Wikileaks. Como aponta a dupla de teóricos brasileira, os vazamentos estão na gênese da cultura hacker porque "a Internet é, antes de tudo, uma mídia de vazamento" (Antoun; Malini, 2013, p. 194).

Muitos destes aspectos da cultura hacker, que alcançaram seu auge no ano de 1984, com os grupos de discussão, permanecem até os dias atuais e foram incorporados em outras criações coletivas percebidas nas fases seguintes pelas quais passou o ativismo a partir da internet. Sendo pesquisadores que adotam uma postura hacker de criação e análise à medida que vão recebendo (ou vivendo) as informações, trabalhando de modo rizomático, Antoun e Malini foram capazes de perceber a transição dos movimentos sociais da internet para uma segunda etapa, que chamei aqui de "Ativismo de PC", após 1984. Eles tomam a data como um marco importante para o início do que alguns pesquisadores passaram a denominar ciberativismo ou net-ativismo<sup>14</sup>. De início, recordam que foi neste ano que os

---

<sup>13</sup> No momento em que este trabalho vem sendo desenvolvido, um dos ativistas de vazamentos mais importantes da atualidade, o programador e jornalista Julian Assange, está sob custódia da polícia de Londres acusado de ter violado as condições de sua fiança, após ter passado sete anos vivendo como refugiado na embaixada do Equador, também em Londres. Ele foi preso acusado de estupro, mas afirma que o processo já foi encerrado e que o real motivo de sua detenção é o vazamento de documentos oficiais de diversos países, através do site Wikileaks, que ele mesmo criou.

<sup>14</sup> Ver sobre Net-Ativismo no próximo tópico deste capítulo, Ativismo de PC.

militares deixaram a Arpanet para criar a MilNet, permitindo que na primeira proliferassem grupos de discussão, muitos deles baseados na rede BBS, que devido à ausência de vínculos militares se mostravam território livre para debate de quaisquer assuntos – inclusive aqueles que pudessem estar à margem da lei. Com a possibilidade de pautar qualquer assunto nos fóruns e grupos de discussão e emails, a Internet deixa de ser um espaço restrito a acadêmicos e pessoas ligadas ao governo e começa a atrair audiências heterogêneas, com inúmeros interesses, inclusive aqueles voltados para o ativismo social, chamado por muitos pesquisadores de "ciberativismo". Para a dupla, 1984 "é o instante de organização de inúmeros grupos ativistas que fundam a noção de ciberespaço" (Idem, p. 19), termo que, aliás, vem do livro *Neuromancer*, de William Gibson, também lançado em 84. Mais especificamente sobre o ciberativismo, este é o ano em que ele surge "como sinônimo de ações coletivas coordenadas e mobilizadas coletivamente através da comunicação distribuída em rede interativa" (Idem, p. 20).

### 1.1.2. Ativismo de PC<sup>15</sup>

Um dos pontos mais importantes para um novo estágio no ativismo a partir da internet foi a democratização do acesso não apenas à grande rede, mas também aos computadores, as máquinas por onde se "entraria"<sup>16</sup> na internet, o que só aconteceu no início dos anos 1990. Sobre este equipamento, não se pode deixar de mencionar os esforços do Home Brew Computer Club, um grupo de pesquisa pertencente à empresa Xerox que fomentava a ideia de que todos deveriam ter um PC, ainda na década de 1970. Para alcançar seu objetivo, eles desenvolveram o teclado, o mouse e o monitor, que posteriormente foram incorporados pelas empresas Apple e IBM na criação de seus hardwares. Na mesma década, Ted Nelson escreveu "Computer Lib" como um anexo de "Dream Machines", ambos livros em que ele defendia que as pessoas precisavam ter um conhecimento profundo dos computadores devido a seu potencial de mídia flexível. Na primeira

---

<sup>15</sup> O termo PC utilizado nesta pesquisa para delimitar o que muitos chamam de web 1.0 ou www não se refere especificamente ao PC desenvolvido pela empresa Microsoft, mas ao conceito de computador pessoal como um aparelho acessível à maior parte da população; algo que elas podem manusear de suas casas.

<sup>16</sup> O termo "entrar na internet" vem sendo questionado por muitos pesquisadores atualmente devido ao fato de que toda nossa vida é permeada pela internet (aparelhos de telefone, relógios e pulseiras, caixas eletrônicas...). Neste caso, já viveríamos na internet e por isso não haveria necessidade de "entrar" em lugar algum. Entretanto, como este tópico se refere ao uso do personal computer, principalmente durante os anos 1990 e início dos anos 2000, não considere anacrônico usar o termo.

obra ele ainda imaginou o hipertexto, um sistema diferenciado e não linear para organizar as informações da internet. Já na década de 1990, Tim Berners-Lee foi o responsável não apenas por tirar a ideia de Nelson do papel, mas também por organizar as interfaces da internet tornando-a mais amigável e contribuindo de forma definitiva para o acesso a ela pelos não-iniciados<sup>17</sup>. Ele criou o software que permite a troca de informações entre quaisquer computadores conectados através da internet; a world wide web (rede mundial de computadores) ou www; e os endereços virtuais das páginas, as URLs, que foram distribuídas gratuitamente pela Organização Europeia para a Pesquisa Nuclear (CERN), criando os primeiros sites. Berners-Lee também contribuiu com Robert Cailliau no desenvolvimento de navegadores. O desenvolvimento da telefonia também foi fator importante, já que o acesso a internet era feito de forma discada até o início dos anos 2000 em várias partes do mundo. Castells recorda que

"o sistema de comunicação em rede nasceu em ampla escala na forma de redes de área local e redes regionais ligadas umas às outras, e começou a espalhar-se por toda parte onde houvesse linhas telefônicas e os computadores estivessem equipados com modems, equipamento de preço bastante baixo." (Castells, 2006, p. 85)

Com essa democratização do acesso à internet, chamada por muitos pesquisadores de web 1.0, uma nova forma de viver começou a ser construída: uma em que as pessoas poderiam escolher quem seriam, de que forma agiriam; foram construídas novas identidades neste ciberespaço. As pessoas começaram a se construir em relação com a internet, ou melhor, em relação com a forma através da qual se comunicavam neste lugar (ou neste não lugar). A comunicação mediada por computador passa a ser "um modo de constituir os seres e não apenas um meio de trocar mensagens" (Antoun; Malini, 2013, p. 65). E nessa constituição de seres se formam novos grupos sociais, novas comunidades, mas comunidades virtuais. Isso não quer dizer que elas não existam, que elas não estabeleçam laços fortes, mas ela existem em uma outra realidade, que é complementar à nossa. Castells invoca Howard Rheingold, estudioso das comunidades virtuais, para explicar que elas são uma "rede eletrônica autodefinida de comunicações interativas e organizadas ao redor de interesses ou fins em comum, embora às vezes a comunicação se torne a própria meta" (Castells, 2006, p. 443). Ele também contesta a não materialidade das

---

<sup>17</sup> O termo não iniciados foi usado por Manuel Castells em "A sociedade em rede" (p. 87).

comunidades virtuais demonstrando que elas não apenas existem de verdade como interação de forma física, em reuniões, festas e, de forma oposta, fornecendo apoio material para as comunidades virtuais (Idem). Já Malini e Antoun se utilizam de Fernback, Thompson e Robert Putnam para questionar a força das comunidades virtuais e o decréscimo da socialização que as mesmas poderiam proporcionar, o que vinha acontecendo desde os anos 1970, com a popularização da TV. As pesquisas são bastante importantes e significativas, especialmente por apresentarem dados empíricos, mas é importante destacar que elas foram apresentadas em meados da década de 1990, quando a internet ainda não havia alcançado a popularidade e capacidade de interação atuais, que cada vez mais mostram seu poder não apenas na criação de laços fortes, como na restauração de laços do mesmo tipo que vinham sendo enfraquecidos<sup>18</sup>, como constatou o próprio Antoun, também em uma de suas aulas mais recentes. Por isso, neste caso, a visão de comunidade virtual adotada neste trabalho se aproxima mais daquela explicitada por Castells e Rheingold.

Mas como essas comunidades se tornaram ativistas? Antes de mais nada é importante compreender que estas comunidades são baseadas na lógica da cultura hacker de produção coletiva: cada participante contribui para os debates com os conhecimentos e informações que já possui, partindo das informações e conhecimentos de outros integrantes com vistas a produzir um novo conhecimento, que por sua vez será reapropriado por toda a comunidade. Trata-se de uma organização em forma de multidão negriana, como destacam Malini e Antoun. Uma organização que se potencializa exatamente por ser formada por singularidades, diferenças, e que exatamente por isso não poderia ser reduzida em uma unidade, mas em um novo tipo de "auto-organização democrática", um "movimento revolucionário pacífico"<sup>19</sup>, uma atividade não apenas social, mas política; não apenas ativa, mas ativista.

---

<sup>18</sup> Na aula em questão, Antoun apontou a força dos laços familiares até o século XIX e, posteriormente, também os laços de trabalho, bem como seus derivados. De acordo com o pesquisador, a internet teria tornado tais relações cada vez mais fracas, a partir dos anos 1980, mas a campanha eleitoral que levou à presidência do Brasil o então deputado federal Jair Bolsonaro, do PSL, em 2018, demonstrou que o WhatsApp pode estar "refortalecendo" os laços familiares e de trabalho. Para mais informações sobre o uso da internet da eleição de Jair Bolsonaro, veja o tópico 1.2.3. deste capítulo e o capítulo 4.

<sup>19</sup> Malini e Antoun, p. 132.

Castells acredita que estas comunidades ou movimentos sociais já existiam localmente, que buscavam novas oportunidades de auto-organização e que apenas passaram a operar online. Os grupos teriam somente se apropriado das possibilidades oferecidas pelas redes de computadores, ainda que tenham também reformulado suas formas de atuação a partir deste novo meio de comunicação que é a internet. Devido a esta reformulação, eles apresentam características específicas, como o fato de se mobilizarem em torno de valores culturais, buscarem ocupar os espaços deixados por organizações formais e também lutarem por um alcance global, "pensando localmente e agindo globalmente"<sup>20</sup>. Ou seja, seu maior valor reside nas ações simbólicas, no trabalho de conscientização das pessoas. O sociólogo italiano Massimo di Felice sugere que o ativismo de forma geral não se descola da internet porque, para ele, qualquer ativismo já acontece em rede. Ele entende ativismo como uma "forma de organização e de ação política direta de base, marcada pela difusão de informações em rede" que tem como objetivos "boicotar o consumo de determinados produtos, realizar ocupações, manifestações e protestos ligados aos direitos humanos, civis e ambientais" (Felice, 2017, p. 137). Os movimentos adquirem sua forma "aberta, reticular e informal" copiando a forma da internet e a lógica hacker, na qual os usuários são os responsáveis pela criação de conteúdos, na maioria das vezes de forma compartilhada, e também por sua difusão e aprimoramento que, da mesma forma, ocorre em grupo. Antoun e Malini percebem o ativismo da mesma forma, porque entendem que "a ação política deve ser ao mesmo tempo eficaz na produção de prejuízos simbólicos e logísticos aos adversários e simpática e convincente para um público que a acompanha" (Malini; Antoun, 2013, p. 57).

Muitas destas comunidades foram fomentadas por ONGs ao redor do mundo, que por suas vez formavam redes de apoio político a grupos que necessitassem. O potencial político destas redes apareceu pela primeira vez para aqueles que ainda não estavam na internet a partir do movimento Zapatista de Chiapas, no México, em 1994. A rede feminista La Neta, que organizava mulheres mexicanas apoiadas pela ONG San Francisco Institute of Global Communication, foi uma das primeiras a liberar informações sobre os abusos cometidos contra as comunidades indígenas e camponesas do estado de Chiapas, que haviam sido encurraladas pelo governo do

---

<sup>20</sup> Castells, p. 118.

México. Na ocasião, integrantes das comunidades com os rostos cobertos haviam tomado sete cidades para exigir direitos básicos e protestar contra a entrada do país no Nafta (Acordo de Livre Comércio das Américas). O governo então promoveu uma ofensiva armada não apenas cerceando o grupo fisicamente, como também omitindo da imprensa notícias sobre o caso. Puxadas pela La Neta, outras redes presentes em grupos de discussão ajudaram a difundir pela internet relatórios que revelavam, por exemplo, estupros e assassinatos cometidos por representantes do lado do governo contra os indígenas e camponeses, forçando o Estado mexicano a tentar uma negociação depois de alguns dias de conflito armado. Os ativistas destas redes estavam espalhados pelo mundo todo e ajudavam a traduzir para várias línguas os relatos que chegavam de Chiapas em poucos minutos e retransmiti-los a amigos jornalistas, checar notícias falsas plantadas pelo governo e ainda organizar congressos e plebiscitos nas aldeias para ajudar na tomada de decisões. Foi através destes plebiscitos que o grupo acertou que sua reivindicação seria "terra, moradia, emprego, comida, saúde, educação, cultura, informação, independência, democracia, liberdade, justiça, paz, segurança, combate à corrupção e defesa do meio ambiente" (Clever, 1998, p. 629).

A disseminação das informações não era feita a partir da própria área ocupada, pois se tratava de uma zona rural sem acesso a eletricidade, especialmente depois que os militantes partiram para a selva Lacandona. Por isso, eram acionados intermediários para esta etapa do trabalho, criando uma rede que transpassava as barreiras eletrônicas e mesclava máquinas e pessoas. Cada ONG que participava acionava outras ONGs, tornando esta rede cada vez maior, ampliando os galhos do rizoma. Malini e Antoun acreditam que os ativistas das ONGs se interessaram pelo movimento porque

"estavam interessados em estimular uma forma de democracia no México na qual os atores da sociedade civil fossem fortes o bastante para contrabalançar o poder dos atores do Estado e do mercado, ganhando um lugar de destaque nas tomadas de decisão da política pública que afetassem a sociedade civil." (Malini; Antoun, 2013, p. 81)

Não havia lideranças neste movimento, mas foi eleito um porta voz: o subcomandante Marcos, que não mostrava seu rosto, podendo por isso ser qualquer um ou mesmo vários. Havia sim uma guerrilha armada, o Exército Zapatista de Libertação Nacional (EZLN), mas o que definiu os rumos do conflito foi a guerra de palavras empreendida pelos militantes que estavam em Chiapas e os que apoiavam

o movimento espalhados pelo mundo todo contra o governo mexicano. O grupo percebeu que não conseguiria combater o exército somente com suas armas, possivelmente em menor quantidade que a de seus oponentes, e investiu na comunicação, para a qual tinha acesso ilimitado. Um dos indígenas, Tacho, chegou a dizer que o objetivo do levante não era tomar o palácio do governo, mas "habitar o coração de cada mexicano". Trocar a comoção pelas balas é uma forma de democratizar a luta, já que o acesso a fuzis, por exemplo, é mais complicado que o acesso à linguagem. Uma das demonstrações de como a estratégia era aplicada aconteceu durante a negociação de trégua. O governo ofereceu o perdão e a anistia aos insurgentes que abrissem mão de suas armas e um comunicado do subcomandante respondeu

"Do que vão nos perdoar? De não morrer de fome? De não calar diante da nossa miséria? De não ter aceitado humildemente a gigantesca carga histórica de desprezo e abandono? De levantarmos em armas quando encontramos fechados os outros caminhos? (...) De ter ido ao combate armados de fuzis no lugar de arcos e flechas? De ter aprendido a lutar antes de insurgirmo-nos? (...) De lutar por liberdade, democracia e justiça? (..) Quem tem de pedir perdão e quem pode outorgá-lo? Os que, por longos anos, saciavam sua fome sentados a uma mesa farta enquanto nós sentávamos ao lado da morte, tão cotidiana e tão nossa que ap rendemos a não ter medo dela?" (apud Hilsenbeck, 2009)

Esse episódio escancara uma das principais características da internet que é permitir que os usuários falem por si mesmos, sem a necessidade de intermediários. Isso porque neste caso, o porta-voz selecionado não está vinculado às ONGs, mas ao próprio EZLN, e o intermediário neste caso se fez necessário apenas devido à indisponibilidade de energia elétrica no local. Sua função não era produzir o movimento ou falar por ele, mas apenas transmitir através dos meios eletrônicos a mensagem que camponeses e indígenas haviam criado. Com a democratização do acesso a estes meios – especialmente onde há eletricidade – cessou a necessidade inclusive destes intermediários. Outro ponto importante é a nova relação voluntária que se cria com o trabalho. Maurizio Lazzarato e Antonio Negri falam que o trabalho se transforma em imaterial, que a força de trabalho se transforma em intelectualidade de massa e que esta pode se transformar em um sujeito social (Lazzarato; Negri, 2001, p. 27) que não se separa da máquina produtiva. Ou seja, à medida que estamos pensando, estamos trabalhando e produzindo; por não pararmos de pensar, não paramos de trabalhar. Já que é assim, o que impede que o trabalho seja revertido para ações de militância? De forma prática, no caso



Zapatista, funcionou da seguinte forma: cada um produz o que tem condições, colabora com seu talento sem pertencer a um cargo hierárquico, dando a contribuição que puder para a construção do bem comum. Havia os que atiravam, os que organizavam, os que redigiam, os que traduziam, os que digitavam... Mesmo os hackers se reinventaram neste processo, gerando programas para ajudar a derrubar uma página web, mostrando novas formas de ativismo político, o hacktivismo.

A partir do episódio de Chiapas, essa nova forma de atuação política e democrática passou a ser chamada de ciberativismo "baseada mais em redes que instituições"<sup>21</sup>, mas não foi o único exemplo. No final da mesma década, em 1999, uma rede semelhante de atuação se organizou em Seattle, durante um encontro da Organização Mundial do Comércio (OMC). Sob bandeiras sociais bastante semelhantes, o grupo se organizou para atrapalhar as reuniões do encontro, deixando clara sua insatisfação com o capitalismo. Ao conseguirem cancelar a sessão de abertura do encontro, manifestantes foram duramente reprimidos pela polícia e guarda oficial, o que foi abafado pela imprensa tradicional. É então que, como uma máquina de guerra<sup>22</sup>, surgem ciberativistas promovendo a cobertura dos protestos. É criado o Independent Media Center (IMC) não apenas para noticiar o que acontecia durante o que foi chamado de Batalha de Seattle, mas também para elaborar as próximas ações dos militantes durante o evento. A segurança do evento principal, organizado pela OMC, tentou intervir impedindo a continuidade das ações dos ciberativistas invadindo o prédio em que supostamente estavam seus computadores, mas a atuação foi facilmente interrompida no local em que estava e transferida para outros locais pelos próprios militantes. Os jornalistas alternativos se tornavam ativistas, se fundindo no mesmo organismo, e produzindo documentários distribuídos pela internet, jornais apresentados no formato PDF e sites com "narrações radicais, acuradas e apaixonadas da verdade"<sup>23</sup>. Na verdade, se pensarmos que o Jornalismo se propõe a ser objetivo, mas não imparcial, o que estes ciberativistas fizeram foi simplesmente declarar de que lado estavam e demonstraram que o Jornalismo corporativo também tem suas bandeiras, apenas não as deixam claras. Os ciberativistas de Seattle criavam uma nova forma de militância, um novo estágio para o midialivismo. De forma semelhante houve

---

<sup>21</sup> Explicação de Paul de Armond (2002).

<sup>22</sup> Conceito de Gilles Deleuze e Félix Guattari, no volume 5 de "Mil Platôs".

<sup>23</sup> Antoun e Malini, p. 138, apud site do IMC.

atuações em Gênova, em 2001, e em Londres, em 2004, sempre de forma não hierárquica, sem lideranças, e reticular, podendo esta rede se expandir ou reduzir no decorrer de cada ação. Como avalia Di Felice, "a falta de uma liderança e a radical descentralização organizacional indicam a incorporação das linguagens da rede, que além de constituírem sua forma, são também sua ecologia e seu lugar de atuação" (Felice, 2017, p. 181).

Outro passo importante do ativismo de PC se deu a partir da popularização dos blogs. Eles nasceram oficialmente em 1997, como um diário virtual, quando o norte Americano Jorn Barger tentou criar um jornal online na forma de um site com hyperlinks para páginas interessantes encontradas na internet. Na prática, era mais uma curadoria de páginas que uma produção de conteúdos. Esta começa de fato em 1999, mas em um primeiro momento se tratava apenas de comentários breves - ainda que muitas vezes estes posts curtos fossem feitos várias vezes ao longo do dia. No mesmo ano, softwares cada vez mais voltados para os não iniciados em programação foram sendo disponibilizados no mercado de forma gratuita e pessoas comuns vão se apropriando dos blogs inicialmente para desabafar, relatar suas experiências, sempre com uma escrita que se assemelha a uma conversação. A lógica de referências de um blog ao outro vai criando redes de blogueiros e quem escreve começa a se esmeirar cada vez mais no conteúdo para que consiga ser cada vez mais linkado. Os blogueiros também estimulam seus conhecidos a escreverem, criarem blogs, para ampliar sua rede, disseminando o que chegou a ser chamado de blogosfera<sup>24</sup>. Para André Lemos, o sucesso dos blogs aconteceu porque eles refletem os desejos de emitir e produzir conteúdo e partilhar experiências, que teriam sido reprimidos pela cultura de massa. Antoun e Malini vão além e dizem que uma das características dos blogs é exatamente se diferenciar da cultura de massa, porque como páginas pessoais eles expressam a singularidade de quem escreveu, ao invés de apresentarem um padrão, como o esperado nas mídias de massa. A dupla acredita que mesmo quando o blogueiro não redige seus comentários, se limitando a filtrar links que o interessam, essa filtragem já expressa parte do que o blogueiro pensa, do que ele é. Eles propõem que o ativismo através dos blogs atravessou um momento importante quando tais páginas passaram a serem vistas como mídia informativa e não apenas diários pessoais, no episódio do

---

<sup>24</sup>Entre 1999 e 2002 o termo foi utilizado primeiro por Brad L. Graham em tom de piada e posteriormente por William Quick. Ver Wikipédia: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Blogosfera>.

ataque às torres gêmeas do World Trade Center, em 11 de setembro de 2001. Na ocasião, os portais dos principais veículos de notícias e as redes telefônicas celulares ficaram completamente congestionados, tornando alguns blogs as mídias mais acessíveis. Eles por sua vez demonstraram seriedade no trabalho de levantamento e apuração de informações corretas e no dismantelamento de informações falsas – algumas inclusive transmitidas pelos meios de comunicação de massa tradicionais, como a TV. A informação, inclusive, é a base do ativismo através dos blogs e da internet, que costumam apresentar discursos bastante diferentes daqueles apresentados pela mídia tradicional. Há casos em que este trabalho de "contrainformação"<sup>25</sup> é realizado pelos próprios jornalistas da mídia tradicional, que usam seu espaço pessoal para apresentar versões conflitantes com aquelas propostas nas empresas em que trabalham, como fazia, por exemplo, o jornalista Paulo Henrique Amorim<sup>26</sup>. Outros blogs apresentam textos que informam sobre o cotidiano de determinados povos ou lugares, como o Generación Y, da cubana Yoani Sánchez. Desde 2007 ela, que se intitula linguista e hacker, descreve seu cotidiano como mulher cubana de forma mais poética e menos objetiva que um texto jornalístico convencional e, embora já tenha sido premiada algumas vezes, tem sua página "filtrada" ou mesmo retirada constantemente do ar pelo governo cubano. Por isso, mantém uma rede de apoio responsável pela disseminação e tradução dos textos em seis idiomas, mantendo no ar o conteúdo do que chama de "jornalismo cidadão contra a violência verbal".

À medida que a internet se consolida como espaço de ação política é natural que surjam pesquisas que tentam classificá-la de acordo com as ações que vão sendo desenvolvidas. Eugênia Rigitano faz um apanhado de algumas destas classificações sobre o ciberativismo, que segundo ela pode ser realizado tanto online como offline (ou na internet e a partir da internet, de acordo com outros autores). As mobilizações online seriam aquelas que se restringem ao ciberespaço, como busca de informações na rede ou ocupações e ataques virtuais. Já quando as

---

<sup>25</sup> Para uma discussão mais profunda sobre o conceito de contrainformação nos blogs, ver o artigo de Paulo Roberto Elias de Souza e Cláudio Luis de Camargo Penteado, cujas referências se encontram no final deste trabalho.

<sup>26</sup> O blog *Conversa Afiada*, de Paulo Henrique Amorim, nasceu de uma proposta do portal Ig, baseado em um programa de TV de mesmo nome, mas era autônomo desde 2008. O jornalista ganhou notoriedade na blogosfera após publicar uma investigação que envolvia uma bolinha de papel jogada no candidato José Serra nas eleições de 2010 e em 2019, semanas antes de morrer infartado, foi suspenso da emissora em que trabalhava por criticar o presidente Jair Bolsonaro na mesma página.

ações partem de uma organização virtual, mas se concretizam em outro espaço físico, se tornam ações offline. As ações online, por sua vez, seriam divididas em três categorias diversas: ações de conscientização/apoio, voltadas para busca de informações, disponibilização e distribuição de informações e denúncias, como os Repórteres sem Fronteiras e os Zapatistas; de organização/mobilização, que faz a coordenação de grupos, intercâmbio de informações e diálogo, mobilização e coordenação de ações, como os protestos de Seattle e Gênova; e ação/reação, onde estão a Desobediência Civil Eletrônica, invasão a sites e alteração de conteúdos, disseminação de vírus e worms, invasão a sistemas e apropriação de informações, ataques contra sistemas que controlam a infraestrutura de uma localidade, ataques a sistemas bancários e desvios de dinheiro, como fazem entre outros os hacktivistas. O artigo foi publicado em 2005, bem antes do apogeu das primaveras<sup>27</sup> pelo mundo, o que pode ter contribuído para que a autora optasse por focar seu trabalho no ativismo online em detrimento do offline. Ainda assim, torna-se importante questionar a classificação de alguns de seus exemplos, como os protestos em Seattle: não apenas a cobertura dos eventos de forma alternativa, mas também a organização dos protestos foram ações ciberativistas, por isso considero questionável restringir à ação dos militantes ao ciberespaço. Da mesma forma, os Zapatistas organizaram congressos em seus acampamentos que se estruturaram de forma física, por isso também seriam interessante transferi-los para a categoria do offline.

Ao tentar propor uma classificação, Massimo Di Felice avalia que o ciberativismo deu um passo a frente ao se transformar em net-ativismo e que todas as etapas anteriores ao que ele denomina como tal seriam uma preparação para esta terceira. A transformação final teria ocorrido na primeira década do ano 2000, com o incremento da banda larga. A internet banda larga nasceu como uma evolução da internet discada e pode ser classificada de tal forma toda internet que consiga uma velocidade de transmissão de dados de mais de 56 Kbps (bits por segundo), o que ultrapassa a disponibilidade dos modems analógicos, até então utilizados para a internet discada. Ainda assim, a banda larga também pode ser transmitida por redes telefônicas, desde que estas utilizem cabos de fibra ótica para a transmissão (ISDN e ADSL). Outras opções são utilizar redes de tv a cabo (Cable

---

<sup>27</sup> Ver sobre primaveras no próximo tópico deste trabalho.

Modem); e radio-frequência. Para Di Felice, foi esse desenvolvimento que permitiu a evolução técnica das redes digitais e, conseqüentemente, a disseminação das redes sociais e a passagem do ciberativismo ao net-ativismo. O que foi chamado neste trabalho de *Ágora Inicial* o italiano considera uma etapa preparatória para o net-ativismo, baseada na passagem de uma "mídia alternativa para uma mídia participativa" (Felice, 2017, p. 135) e onde apareceriam os ciberativistas ou cyberpunks; já a etapa que consideramos *Ativismo de PC* seria para ele uma segunda etapa preparatória na qual são experimentadas as primeiras formas de conflitualidade que se difundem a partir da internet e cuja marca principal ele chamou de *neozapatismo*; o net-ativismo então seria aquele ativismo a partir da internet que se dá a partir da web 2.0 e das redes sociais, além de abarcar as formas de conexão móveis e que ele acredita que seja onde explodiu o ativismo global. Embora ele prefira utilizar o termo net-ativismo para classificar a etapa atual, o autor recorda que o mesmo foi criado por Schwatz como uma simplificação de ativismo em rede (*Network-Activism*) já na segunda fase no intuito de ampliar o sentido de ciberativismo. Concordo com a importância das redes sociais para a disseminação do ativismo a partir da internet, embora acredite que as redes formadas por grupos de discussão e blogs também possam serem consideradas redes sociais pela maneira como se organizam. Mas o que de fato acredito transporta a militância em rede para um novo patamar e esse estágio que ele e outros autores consideram como web 2.0 é o desenvolvimento das redes móveis acessíveis através de aparelhos como os smartphones. Eles permitem que o "movimento" seja levado para os ativistas para qualquer lugar literalmente com as próprias mãos; são a materialização perfeita da máquina de guerra, que chega como o destino "sem causa, sem razão, sem respeito, sem pretexto" (Deleuze, Guattari, 1997, p. 10), que tem a mobilidade de um espaço liso. Por isso, a terceira etapa do ativismo como esperança será chamada neste trabalho de *Militância Mobile*.

### 1.1.3. Militância Mobile

Um primeiro ponto a ser considerado é que a mobilidade das ruas não permite leituras longas, como as dos livros, e nem mesmo as dos blogs. Por isso, o ativismo offline, móvel, ou como queira ser chamado demanda uma forma de comunicação mais concisa, mais curta, que ainda assim seja capaz de transmitir sua

mensagem. Na esteira deste pensamento, Jack Dorsey, Evan Williams, Biz Stone e Noah Glass criaram o microblog Twitter, em 2006, com o intuito de que ele fosse uma espécie de SMS da internet. As mensagens transmitidas inicialmente se limitavam a 140 caracteres (desde 2017 esse número passou para 280) e tinham como objetivo responder à pergunta "O que está acontecendo", podendo ser facilmente lidas por quem estava transitando pelas ruas. Já em 2009, o potencial do microblog como instrumento de ativismo foi reconhecido, quando ele foi utilizado durante manifestações políticas que questionavam o resultado das eleições legislativas da Moldávia. No mesmo ano, foi utilizado pelos movimentos de oposição à eleição presidencial do Irã. O Twitter permite interação entre os usuários, formando uma rede social, e uma de suas ferramentas, os "Trending Topics", são uma lista dos assuntos mais discutidos em tempo real nesta rede, organizada a partir do uso de marcadores conhecidos como hashtags. Essa é a ferramenta mais usada pelos ativistas, que se esmeram em pautar assuntos relevantes à sua causa, se organizando para fazer com que suas bandeiras tenham destaque nesta lista. Além, é claro, do uso do Twitter para informar pessoas sobre os acontecimentos e motivações das manifestações (é permitida a inclusão de links com mais detalhes e informações para que pessoas que não estejam necessariamente "em movimento" possam se aprofundar nos assuntos).

A militância que classifiquei como mobile não se destaca somente pela mobilidade, mas pelo uso do corpo como potência, o corpo conectado à internet através dos aparelhos de smartphone surge como uma ferramenta de militância. E é nesse uso do corpo que surgem as flash mobs, movimentos que aparecem e desaparecem de forma muitas vezes espontânea, limitando seu sentido ao durante, ao entre. Rheingold, citado por Mônica Lopes, acredita que as flash mobs são uma forma de distração criada pelos próprios usuários e que eles estão apenas "criando ativamente sua própria diversão de maneira criativa ao invés de apenas comprar uma ficha, ficar na fila, e passivamente experimentar o 'entretenimento enlatado' que lhes é vendido" (Rheingold apud Lopes, 2006, p. 130) . Sem determinar se são uma forma de diversão ou uma manifestação dita séria, José Carlos Ribeiro e Antonio Marcos Pereira descrevem as flash mobs como "uma construção processual, na qual o ato manifesto é apenas o elo final de uma cadeia de procedimentos previamente tencionada e articulada por alguns de seus participantes" (Ribeiro;

Pereira, 2005, p. 211). Entretanto, ainda que eles falem em ato final, é importante perceber que nem sempre as flash mobs têm por finalidade somente o ato organizado, continuando para além do mesmo. Por isso, concordo com os autores sobre pensar o movimento das flash mobs como um todo – organização, reunião e dispersão – e não apenas a ação física e concentrada. Isso porque as flash mobs podem ter uma motivação artística, o ato pelo ato, ou uma motivação política, a ocupação da cidade como estratégia para alguma demanda social. Por exemplo o Vaffanculo Day, em cidades italianas, em 2007, tinha como objetivo proibir a candidatura de políticos que respondessem a processos legais e continuou posteriormente, chegando a se tornar um partido político. Então, é importante pensar o que une os participantes, o que os leva a buscar uma aliança online que vá culminar em uma performance pública.

Mas no que as flash mobs se diferenciam dos protestos de Seattle, por exemplo, já que estes também incluem a organização, reunião de um grupo e sua posterior dispersão? A diferença reside na importância de o corpo simplesmente estar, sem precisar fazer nada. Em Seattle cada militante contribuía com seus talentos para promover uma ação: organizar os protestos, cobrir as ações de forma jornalística e militante simultaneamente, disponibilizar conteúdos pela internet... Cada ator do movimento utilizava seus talentos para contribuir com a atuação do grupo. Nas flash mobs os atores não precisam utilizar suas habilidades para fazerem nada, basta ocuparem o espaço predeterminado pela manifestação. A simples existência do corpo ocupando aquele espaço já é uma manifestação, sem a necessidade de escrever, organizar, falar. A existência do corpo, o existir, passa a ser uma destas "habilidades", democratizando ainda mais os movimentos sociais a partir da internet: afinal, todo mundo que está vivo é capaz de existência. Ser e mostrar que se é, o seu próprio "selfie", também pode ser uma forma de ativismo, especialmente se estamos falando de grupos marginalizados pela sociedade. A filósofa Djamila Ribeiro foi uma das pessoas que se apropriou do selfieativismo para demonstrar a força do feminismo negro. Selfie é o ato de tirar fotos de si mesmo (principalmente com smartphones), que vem se propagando especialmente desde os anos 2000. Em 2013 foi eleita a palavra do ano pelo Dicionário de Oxford, e tem sido utilizado por estas classes para expor sua existência, tornar visível seu ser invisível. Djamila se mostra enquanto mulher e enquanto negra, usa suas redes sociais para

expôr sua rotina e as situações de preconceito pelas quais passa. O mesmo tipo de ativismo tem sido usado por prostitutas, homossexuais, pessoas transgênero. A convergência entre o uso de internet móvel e do corpo se explica porque vivemos em um momento em que ninguém mais entra na internet, as pessoas vivem a internet; nossas vidas são conectadas, logo, nossa atuação política também será e é isso que chamo de militância mobile.

O ápice da militância móvel pelo mundo pode ser atribuído ao fenômeno das primaveras, na segunda década dos anos 2000. Manuel Castells, em seu "Redes de Indignação e Esperança", avalia que "a conjunção de degradação das condições materiais de vida e crise de legitimidade dos governantes encarregados de conduzir os assuntos públicos" (Castells, 2013, p. 127), aliados à sensação de empoderamento promovida pela internet foi o que levou as pessoas a tomarem as responsabilidades democráticas em suas próprias mãos. Essa tomada se deu ocupando importantes centros urbanos de seus países para fazer suas exigências e demonstrando como deveria se dar o fazer democrático: como as decisões deveriam ser tomadas nas sociedades, como a divisão do trabalho cotidiano deveria ser feita, de que forma as pessoas deveriam ser consultadas em termos de posicionamento. Tudo era feito nas ocupações, com o auxílio dos aparelhos que possuíam internet e, retransmitidos em tempo real para o mundo todo. As primaveras começaram na Tunísia, quando um vendedor de frutas cansado de ter sua barraca destruída por se negar a pagar propina colocou fogo no próprio corpo diante de um prédio do governo e foi filmado pelo primo com uma câmera de celular, motivando uma série de ações semelhantes, no final de 2010. Os protestos pediam a retirada do ditador Ben Ali do governo e eleições democráticas no país. Eles tomaram as ruas, levando a família Ali a se refugiar na Arábia Saudita. Em 2011, seis ações de autoimolações no Egito em protesto contra o aumento do preço da comida, levando muitos a passarem fome, foram transmitidos pelo Youtube e levaram dezenas de milhares de pessoas à Praça Tharir e também conseguiram tirar o ditador local, Hosni Mubarak. Outros levantes semelhantes se realizaram em países árabes, como Argélia, Líbano, Jordânia, Mauritânia, Sudão, Omã, Iêmen, Bahrein, Líbia, Kwait, Marrocos, Saara Ocidental, Arábia Saudita e Síria.

Se os ingredientes necessários à explosão destas manifestações são a degradação das condições de vida material, o empoderamento fomentado pela



internet e a crise de legitimidade dos governos tradicionais, parece bem claro que elas tinham tudo para não ficarem restritas aos continentes Asiático e Africano. No início de 2011 as primaveras chegavam à Europa, tendo como porta a Espanha. Lá a fagulha foram cortes orçamentários em setores como Saúde, Educação e Serviço Social e a manifestação começou na Praça Puerta Del Sol, com discussões sobre o que seria a democracia real. Chamados de 15M, devido ao primeiro dia de manifestações (15 de maio) e, posteriormente, de Indignados, os manifestantes ocuparam diversas cidades do país durante meses e as demandas iam aumentando para incorporar sugestões que apareciam à medida que realizavam novas assembleias. Nas Américas, o Occupy Wall Street tomou a dianteira dos protestos depois que o mercado financeiro entrou em colapso devido a problemas envolvendo o mercado imobiliário. Isso explica a escolha do entorno da Bolsa de Valores como local para corporificar os protestos que já ocorriam online. Como já havia acontecido em outros países, assim que a política tentou dissolver o movimento ele se ampliou para outras cidades dos Estados Unidos. No Brasil os protestos começaram em 2013 questionando um aumento de 20 centavos nas passagens de ônibus e tiveram sua agenda ampliada devido ao fato de que o país estava gastando uma fortuna nas obras para a Copa do Mundo de Futebol – sendo que em muitas destas obras havia suspeitas de corrupção e desvio de dinheiro - enquanto a população passava por dificuldades financeiras geradas pela crise econômica mundial. Também no Brasil o protesto se alastrou para centenas de cidades, que também incluíam demandas locais em seus protestos.

Da Tunísia ao Brasil, todas as manifestações foram organizadas por jovens, inicialmente virtualmente – em sua grande maioria, através de eventos no Facebook - e continuavam sendo reestruturadas enquanto os manifestantes já ocupavam as ruas, já que os dispositivos de internet agora se localizavam nos bolsos de cada um. As bandeiras de luta eram marcadas com hashtags e muitas encabeçavam as listas do Twitter (Trending Topics). Toda a cobertura dos eventos era feita com aparelhos de telefone celular, em tempo real, e a maior parte das decisões eram tomadas em meio aos protestos, com assembleias organizadas física ou virtualmente. Cada movimento incluía uma forma de atuação que, posteriormente, era apropriada pelo movimento seguinte, criando uma "cartilha" deste novo tipo de manifestação que nunca era concluída e muitos remetiam a ciberativistas já mortos ou torturados pelos

governos dos países. Houve casos de censura por parte de veículos importantes de comunicação ou tentativas de restringir a internet em alguns países, mas como a rede mundial de computadores atua por viralização, outros nós da rede de apoio ajudavam na manutenção dos conteúdos mais importantes. Javier Toret, um dos manifestantes e organizadores do 15M, diz que estes movimentos são exemplos de Tecnopólitica, que seria uma "capacidade organizativa massiva mediada pela rede e capaz de produzir estados de ânimos empoderados e um padrão de organização política da sociedade rede" (Toret, p. 14) marcada pelo "uso tático e estratégico das ferramentas digitais para a organização, comunicação e ação coletiva" (Idem, p. 20); seria uma forma de ativismo que não se apoia na internet, mas surge através dela. Para o autor ele abarca o ciberativismo, já que este se restringiria ao ambiente online.

Antoun e Malini não classificam este novo momento do ativismo a partir da internet com nenhum termo diferente, mas também percebem diferenças entre as primaveras e movimentos como o de Seattle. Eles partem de Negri que fala em "experimentações de mobilizações ágeis" para constatar, por exemplo, que enquanto Seattle eram corpos em movimento, as primaveras são corpos que acampam, que param. Acredito que seja porque para serem marcantes estes movimentos precisam se opor ao regime social que nos é imposto. Os movimentos de deslocamento se opõem à disciplina, ao que determina posições, aos computadores instalados nas mesas (PC), por exemplo, usados pelos militantes de Seattle<sup>28</sup>. Agora, a oferta de smartphones demonstra que o mercado quer que as pessoas sejam cada vez mais fluidas, estejam em fluxo, se movimentando, e por isso parece emblemático se contrapor a essa exigência ficando parado, acampado. Não se trata de acabar com as movimentações, mas restringi-las à internet como uma forma de questionar todo o sistema em movimento que levou às crises nas quais se basearam as primaveras.

Embora apresentem diferenças, Seattle não ficou completamente esquecida durante as primaveras. A cobertura dos protestos realizados em 1999 foi ressignificada nas manifestações mais recentes, desta vez com o suporte dos smartphones. Nas primaveras foi possível rever um jornalismo não apenas parcial,

---

<sup>28</sup> Os manifestantes de Seattle usavam aparelhos de telefone celular para se comunicarem uns com os outros, mas não smartphone. Por isso foi acentuada esta diferença entre a mobilidade dos dois movimentos.

como ativista, no qual a credibilidade está calcada não em um discurso de verdade, mas em uma comunicação "feita por afetação". O ator deste jornalismo seria o midialivrista, alguém que está lá "não apenas para fazer o registro (ou reportar) dentro de uma relação de trabalho", mas para ser "um corpo da multidão" (Bentes, 2015, p. 14). A grande diferença para esta nova cobertura é o papel central dos aparelhos de smartphone. Eles são responsáveis por transmitir; defender o jornalista-manifestante, já que mostra o que realmente ocorre em tempo real; interagir com sua "audiência", motivando-os a participarem dos protestos em andamento e permitindo suas intervenções durante as transmissões, e modular suas emoções a ponto de motivar sua audiência a integrar os protestos. A prática midialivrista foi amplamente utilizada na primavera espanhola e posteriormente adotada no Brasil, principalmente através da atuação do grupo Mídia NINJA<sup>29</sup> (que além de ter um nome que faça alusão a lutas, afirma que o mesmo também é um acrônimo para Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação).

Todos estes movimentos, seja aqueles restritos aos desbravadores dos grupos de discussão, posteriormente aqueles acessíveis a todos que tivessem acesso à internet e por fim as multidões portadoras de smartphones, pareciam demonstrar que estávamos em uma escalada de sucesso rumo à construção do coletivo de forma democrática. A impressão, principalmente após o episódio das primaveras, que permitiu a percepção física das movimentações que já ocorriam na internet, era de que havíamos enfim descoberto uma nova forma de fazer funcionar a soberania popular, uma forma talvez mais eficiente, em que a pressão se dava de forma física através das ocupações simultaneamente às ações organizadas de forma fluida. A internet parecia ser a potência que nos dá poderes, que nos transforma em super-heróis para lutar por nossos desejos sem afetar de forma negativa os desejos de outras pessoas. Mas então, tudo mudou.

## 1.2. Ativismo de ódio?

O primeiro sinal de que a internet talvez não fosse o espaço seguro de construção do comum, o paraíso da esperança, foi anunciado nos anos 2000, durante um encontro do G8, em Paris. A princípio falava-se de cibercrimes como

---

<sup>29</sup> Embora a mídia NINJA tenha ficado nacionalmente conhecida através dos protestos de Junho de 2013, em todo o Brasil, o grupo já vinha atuando em protestos alternativos de repercussão menos global, como a Marcha das Vadias e a Marcha da Maconha, desde 2011.

vírus e vermes difundidos pela rede para roubar dados. Estes dados permitiam crimes como transferências de dinheiro entre contas feitas virtualmente, roubo de números de cartões de crédito ou de dados confidenciais de empresas, levando-as a investirem bilhões em segurança virtual – semelhante ao que já faziam em seus prédios físicos. O encontro do G8 se esforçou em criar formas de aumentar a vigilância na web na tentativa de ao menos limitar estes cibercrimes, como obrigar os provedores a rastrear as movimentações de seus usuários. Mas a discussão em torno dos "cibercrimes" parecia ainda bastante questionável: até que ponto eles afetam de fato as pessoas comuns? Seriam eles realmente perigosos para a maioria dos usuários ou apenas uma desculpa, uma estratégia para justificar um maior poder de vigilância por parte das soberanias mundiais? Esses questionamentos embasam grande parte da militância cypherpunk, da qual faz parte o jornalista Julian Assange. Em seu livro sobre o tema, Assange et. al descrevem uma "militarização do ciberespaço" devido à grande quantidade de dados a que os governos têm acesso sobre as pessoas e por isso defendem o oposto do que pedem os governos: ao invés de rastrear os usuários e manter as informações governamentais sob sigilo, criptografar os usuários e expôr os governos<sup>30</sup>.

John Arquilla e David Ronfeldt já apontavam o potencial da internet como espaço "perigoso" desde os anos 1990, quando cunharam o conceito de guerra em rede (netwar), como demonstram Antoun e Malini. Segundo a dupla americana, a netwar seria a "luta de baixa intensidade travada de modo assimétrico por um Estado e grupos organizados em rede" baseada na utilização de "novas tecnologias comunicacionais, comunicação distribuída e redes interativas mundiais" (apud Malini; Antoun, p. 68) que se oporia à cyberwar ou guerra do controle, uma "luta de alta intensidade conduzida através de alta tecnologia militar travada por dois Estados" (Idem). Da mesma forma que os ativismos a partir da internet já descritos neste trabalho, a guerra em rede se caracteriza pela ausência de uma liderança, seu formato reticular, a ausência de um campo de batalha delimitado, a afluência<sup>31</sup> como modo de combate e a contrainformação como uma de suas armas. A questão é que a guerra em rede não é utilizada apenas por ciberativistas defensores de bandeiras

---

<sup>30</sup> A máxima Cypherpunk é "privacidade para os fracos, transparência para os poderosos".

<sup>31</sup> A afluência, também chamada de swarming ou enxameamento por alguns autores, é a estratégia de golpear o alvo vindo de várias direções diferentes ao mesmo tempo. Pode ser utilizada de forma literal (como nos embates entre manifestantes e policiais) ou de forma virtual (atacando uma página específica, por exemplo).

democráticas, mas também podem ser utilizadas por redes de terroristas, de traficantes... E essas operações de guerra se transformaram em um modelo de negócio. Malini e Antoun afirmam que, nos últimos dez anos "empresas privadas passaram a vender operações de guerra – guerra do controle (cyberwar), guerra em rede (netwar), guerra da informação (infowar) – para os Estados e as corporações" (Idem, p. 85).

Entre os usuários também começou a crescer um tipo de reação que se opõe completamente à ideia de inteligência coletiva ou construção colaborativa a partir da internet: a atividade dos haters. Como o próprio nome já demonstra, haters são aqueles usuários que se aproveitam da clandestinidade que a internet proporciona para criticar, ridicularizar ou ofender outras pessoas, normalmente sem qualquer critério. Alguns vão além e promovem quase uma campanha de ódio, um linchamento virtual contra outros usuários, praticando o que tem sido chamado de cyberbullying ou assédio virtual. Nos últimos anos, estes grupos têm se esmerado em difundir preconceitos aparentemente superados através da internet, como racismo, machismo, homofobia e intolerância religiosa. Aparentemente não há uma explicação para que algumas pessoas se esforcem tanto para demonstrar sua desaprovação gratuita a outras pessoas ou grupos, mas há alguns autores que tentam entender as motivações destas ações. Sara Ahmed, por exemplo, acredita que "a paixão desses apegos negativos aos outros é redefinido simultaneamente como um apego positivo a um sujeito imaginado" (Ahmed, 2014, p. 43), é como se o fato de odiar o outro me aproximasse de quem o odeia também, formando uma espécie de comunidade, me levando a pertencer a um grupo. "Por amarmos, odiamos e esse ódio nos aproxima", acrescenta a autora quando analisa grupos conservadores, como brancos arianos.

### 2.2.1. ISIS

Chamados de ISIS, EI, Isil ou Daesh, o grupo terrorista Estado Islâmico do Iraque e do Levante, supostamente derrotado em abril de 2019<sup>32</sup>, foi considerado

---

<sup>32</sup> Os Estados Unidos divulgaram que em 2017 haviam apoiado um grupo de militares curdos que tinham conseguido tirar a cidade iraquiana de Mossul e a cidade síria de Raqqa do domínio do grupo terrorista. Em março de 2019, afirmaram que eles haviam perdido o controle sobre a aldeia de Baghouz e que estava oficialmente vencido. No entanto, no final de abril de 2019, o líder do grupo, Abu Bakr al-Baghdadi, apareceu em vídeo prometendo vingança e em agosto os americanos afirmaram que o ISIS ainda não estava completamente superado. No momento em que este trabalho é escrito, a situação sobre o grupo terrorista ainda é de incerteza.

uma das maiores ameaças à paz mundial nos últimos anos. Isso porque além de realizar ataques terroristas no mundo todo, afirmando que o ocidente está cheio de ídólatras a serem exterminados (existem ao menos 15 ataques comprovadamente de sua autoria desde 2015), ele é formado por jovens de muitas nações diferentes que, embora se identifiquem como islamistas radicais, vivem em culturas e países diversos, muitas vezes planejando ataques perto de suas casas. E o que interessa para esse trabalho: grande parte das ações do grupo, do recrutamento de novos integrantes à propaganda, passando pelo financiamento, é feito através da internet. O ISIS nasceu no Iraque, logo após a segunda guerra local, em 2003, como uma dissidência da Al-Qaeda. Em 2014, depois de conquistar um vasto território no país, ele começou a dominar regiões da Síria e se autoproclamou um califado, estabelecendo suas bases nas cidades de Mossul, no Iraque, e Raqqa, na Síria. Seu território chegou a 88 mil quilômetros quadrados e se mantinha (ou mantém)<sup>33</sup> com dinheiro da exploração de petróleo, extorsão, roubo, sequestro, tráfico de bens culturais e comércio virtual de seus materiais (livros, vídeos, áudios). Atua também por meio de execuções sumárias, normalmente decapitações e incêndios das vítimas sequestradas, e divulga tais ações em vídeos e fotografias que circulam pela internet. Levando-se em conta que o terrorismo é uma prática voltada para as pessoas que o assistem e que a internet é atualmente um dos meios mais rápidos e eficazes para se viralizar uma informação, seu uso com tal propósito não surpreende. Um relatório do Escritório das Nações Unidas Contra as Drogas e o Crime (UNODC) de 2012, citado pelo jornalista belga Jean-Paul Marthoz no livro Terrorismo e a Mídia, já mencionava o uso da internet por grupos terroristas. Além de páginas próprias, o documento fala do uso de "sites legais, especialmente redes sociais como Facebook, Youtube e Twitter" (MARTHOZ, 2018, p. 12) e também da "deepweb e a dark web como meios de propaganda, rede de contatos, recrutamento e financiamento" (Idem), uma nova função para o uso da internet e onde sua efetividade mais assusta.

Nessas redes sociais próprias ou terceirizadas (em 2017 foi descoberta uma delas com mais de 2 mil conteúdos extremistas em seis idiomas diferentes), que permitem uma comunicação sem filtros ou mediadores de imprensa ou de governos, são captadas a maioria das crianças e jovens que interessam ao grupo,

---

<sup>33</sup> Ver nota anterior.

especialmente aqueles que, além de serem muçulmanos, têm problemas familiares e vivem em regiões de periferia ou países pobres, o que explica sua grande incidência no Leste Europeu. O relatório da UNODC aponta que mais de 60 por cento dos usuários da internet estavam em países em desenvolvimento em 2012 e que 45 por cento deles tinham menos de 25 anos, exatamente o perfil procurado pelo ISIS. Como relatam vários jovens que já fizeram parte do grupo terrorista, eles assistiam vídeos de mulheres e crianças sírios sendo mortos e eram convidados a defendê-los, lutar por eles. Além disso, também eram oferecidos carros, motos, dinheiro, esposas, cargos e uma vida familiar perfeita, além, é claro, de um sentido para a vida: "Eu só queria estar dentro de alguma coisa", relatou um jovem brasileiro que chegou a ser preso por se alinhar às ideias do grupo. Como descreve o pesquisador Thiago Câmara "a propaganda terrorista pode ser adaptada e direcionada para diferentes públicos, ela pode se dirigir tanto para os adversários como para os adeptos e simpatizantes" (Câmara, 2016, p. 201). Além disso, ela não se baseia exclusivamente na exploração de imagens de violência contra muçulmanos, já que também se utiliza de sentimentos pessoais dos jovens, como "injustiça, humilhação e exclusão" (Idem), passando as mensagens não só de forma convencional, mas também através de desenhos animados e jogos virtuais<sup>34</sup>.

Uma das estratégias usadas pelo grupo para divulgar suas mensagens no Twitter e que foi descoberta é incluir hashtags que estão nos trending topics do microblog, ainda que elas não tenham qualquer relação com seu conteúdo, para facilitar a busca por suas postagens. A tática foi usada, por exemplo, durante a Copa do Mundo de Futebol de 2014, quando o ISIS acrescentava as hashtags #brazil2014 e #WC2014 em suas postagens (ambas estavam nos TTs) somente para deixar seus conteúdos mais acessíveis. Eles ainda criaram um aplicativo para smartphones que atualiza os usuários com notícias sobre o grupo que está diretamente ligado ao Twitter, permitindo que as postagens dos usuários do aplicativo se transformem imediatamente em tweets na plataforma. Várias contas associadas a eles já foram identificadas e excluídas da rede social, o que motivou uma série de postagens incentivando ataques a funcionários do microblog da Europa e dos Estados Unidos. O então CEO da companhia, Dick Costolo, declarou que utilizar o Twitter para

---

<sup>34</sup> Ainda que não especificamente sobre o ISIS, Câmara dá como exemplo o site al-Fateh, criado pelo grupo palestino Hamas, que usa desenhos animados e histórias infantis para disseminar o ódio contra Israel e promover o que considera jihad.

promover o terrorismo vai contra seus termos de uso e que por isso as contas identificadas continuariam sendo banidas. Mesmo assim, Câmara falava em 27 mil contas de apoio ao grupo terrorista em 2014 e mais de 4 milhões de citações a seu nome entre setembro e outubro do mesmo ano. O grupo se mostra preparado para estes ataques das redes sociais mais populares, já que no trabalho realizado em 2016, o autor percebe também um aumento da presença do ISIS em redes sociais menos populares, como Diáspora e VKontakte. Eles também se esforçam para manterem sua presença em locais de acesso menos fácil, como a deep web. Em 2015 a prática foi denunciada por um blogueiro especialista em terrorismo, explicando que havia sido criado um site espelhado da página original do ISIS na página da deep web Tor e que um grupo afiliado estava divulgando um link que explicava como o site poderia ser acessado. Além de conseguir manter seus conteúdos caso a página original do grupo fosse derrubada, o que aconteceu pouco tempo depois, o uso da rede Tor ainda ajuda o visitante a mascarar seu endereço de IP, protegendo sua identidade.

Captados nas redes abertas ou em sites da deep web, os jovens são assistidos em redes sociais de trocas de mensagens privadas, como o WhatsApp, KIK, Surespot, Viber, Skype<sup>35</sup>, onde o trabalho de persuasão levou alguns a planejarem ataques em suas comunidades ou se alistarem no califado asiático, onde eram escravizados e treinados para manejar armas e conviver com a morte de forma mais direta. Marthoz avalia o sistema de comunicação do ISIS como bastante sofisticado, já que "suas mensagens exploram fontes tanto psicológicas quanto religiosas e ignoram em parte – mas apenas em parte – a mídia tradicional" (Marthoz, p. 12). Ele não descarta o papel da mídia tradicional neste sistema de comunicação por acreditar que ela retransmite essa "narrativa sedutora de heroísmo e virilidade (Idem) criada por eles, como demonstram casos de jovens que foram levados ao grupo por seguirem namorados e namoradas". O uso da internet pelo grupo, principalmente no que tange à captação de novos integrantes, parece ter sido bem sucedido: a pesquisadora Joana Cook fala em mais de 40 mil jovens recrutados pelo ISIS em 80 países somente entre os anos de 2013 e 2018. Mas por que muitos destes adolescentes e crianças continuaram se submetendo às ordens do califado quando perceberam que estavam fazendo parte de uma guerra e não de uma

---

<sup>35</sup> Redes sociais elencadas de acordo com a pesquisa de Câmara.



história de super-heróis? Ou que caso estivessem, na verdade se enquadrariam no papel dos vilões? Para Marthoz, uma resposta pode ser o medo:

"O medo é uma das emoções mais fortes e viscerais que existem e pode levar pessoas normalmente abertas e tolerantes para o caminho do preconceito e da discriminação. Esse medo pode ser tão poderoso a ponto de determinar o resultado de eleições e se manifestar em políticas draconianas direcionadas a algumas das comunidades mais vulneráveis dentro das sociedades". (Idem, p. 41).

### 2.2.2. Trump

O uso do medo através da internet não foi a ferramenta de ativismo online escolhida apenas por grupos terroristas orientais, mas também por políticos ocidentais em suas campanhas eleitorais. O medo foi disseminado através de redes sociais como forma de engajamento e, posteriormente, manipulação de humores, como mostram investigações recentes sobre algumas destas campanhas feitas por jornais americanos. O potencial destrutivo e antidemocrático do ativismo a partir da internet ficou claro no início de 2018, quando começaram a surgir informações sobre a campanha eleitoral do empresário Donald Trump à presidência dos Estados Unidos, campanha esta que o fez vitorioso em 2016. O então empresário e showman (foi dono do concurso Miss USA, divulgava sua marca em prédios megalomaníacos, fazia aparições em filmes e séries de TV e até apresentou um reality show) anunciou sua candidatura pelo Partido Republicano em junho de 2015. Em um ano conseguiu derrotar todos os oponentes da sigla, uma lista que incluía até mesmo republicanos tradicionais, e passou a campanha fazendo declarações polêmicas, muitas delas pelo Twitter. Embora fosse um homem da mídia e global, sempre se mostrou alinhado com propostas antiglobalização, como renegociar ou rescindir acordos comerciais e ambientais com outros países, aplicar a lei de imigrações de forma mais rígida – e até proibir temporariamente a imigração de muçulmanos -, e reduzir direitos sociais conquistados pelos americanos, através de propostas como reformar a assistência médica a veteranos de guerra e substituir o Obamacare. Embora muitos de seus atos de campanha fossem acompanhados paralelamente de protestos de ativistas de direitos humanos, se apresentou como um candidato próximo à população, já que se comunicava com ela por redes sociais

como o Twitter e não focava sua campanha somente em programas de TV<sup>36</sup>. O empresário conservador de extrema direita Steve Bannon foi o responsável pela campanha de Trump e, segundo o escritor Henry Alfred Bugalho, teria simplificado sua plataforma em três pilares: atacar a oponente do partido democrata, Hillary Clinton, acusando-a de corrupção; afirmar a grandiosidade americana prometendo romper com outros países e prevendo que tal política isolacionista retomaria vagas de emprego no país; e insistir nas pautas anti-imigratórias, tornando os imigrantes inimigos da nação. Mas como apontaram investigações posteriores, o trabalho de Bannon não se limitou a isso.

O jornal The Guardian teve acesso a um relatório de 27 páginas que descreve todas as estratégias da campanha do americano feitas pela empresa Cambridge Analytica (CA) nas eleições presidenciais. A CA foi criada por Robert Mercer, parceiro de Bannon no site Breitbart (uma página alarmista especializada em espalhar mensagens contra mulheres, imigrantes e homossexuais com base em notícias fabricadas<sup>37</sup>) e com ajuda da SCL, uma empresa que há mais de 25 anos trabalha com mudanças comportamentais para governos e organizações militares. Segundo o relatório, a CA capturou dados de ao menos 87 milhões de usuários do Facebook, através do lançamento de aplicativos e quizz nos quais as pessoas inocentemente liberavam seus dados para a empresa, sem imaginar de que forma eles seriam utilizados. Estes dados foram interpretados e tratados com ajuda de algoritmos de inteligência artificial e ajudaram a criar categorias de eleitores, para os quais eram enviadas propagandas diferentes, direcionadas a seus interesses. Por exemplo, para eleitores de áreas mais propícias a votar em Trump, eram encaminhadas imagens triunfantes do candidato para fortalecer sua tendência de voto; para os que pudessem ser seus opositores ou estarem indecisos, eram enviadas figuras de apoiadores famosos do candidato ou material maculando a imagem de sua oponente, de forma a tentar alterar sua percepção de voto. Só que

---

<sup>36</sup> O uso da internet em paralelo às mídias tradicionais também havia sido utilizado pelo candidato à presidência americana anterior, Barack Obama.

<sup>37</sup> Segundo um vídeo feito pelo youtuber Estevão Slow, com base em artigos de jornais americanos, a Breitbart foi criada em 2005 por Andrew Breitbart, Robert Mercer, que posteriormente se tornou seu maior financiador, e Steve Bannon. Em suas postagens, usava sempre textos apelativos associados a imagens com apelo emocional, além de Fake News e conspirações. Já a Wikipédia fala que a página, descrita pelo The New York Times como "organização com jornalistas ideologicamente impulsionados que gera controvérsias sobre material que tem sido chamado de misógino, xenófobo e racista", foi fundada em 2007. Para este trabalho, salienta-se a importância das relações entre os três fundadores e a página e não especificamente sua data de fundação.

tais propagandas eram enviadas como se fossem informações – muitas delas falsas – e sempre em grande quantidade, alterando os humores dos possíveis eleitores e, principalmente, desestabilizando suas mentes, gerando confusão. De acordo com o relatório, a estratégia foi eficazmente utilizada no Twitter, Facebook e Snapchat, além de um trabalho semelhante feito na ferramenta de buscas do Google (nesse caso, paga) e no Youtube.

Com base em reportagens de jornais internacionais, o youtuber Estevão Slow fez um levantamento da história da Cambridge Analytica desde a emergência da parceria entre Steve Bannon e Robert Mercer até o início das investigações que levaram às descobertas do relatório. Mercer, que é especialista em comunicação entre homem e máquina devido a um trabalho anterior na área, na empresa IBM, criou a CA em 2013, já com a intenção de difundir o pensamento de extrema-direita e investir em políticos alinhados com suas ideologias. Ele e Bannon buscavam criar um novo modelo de campanha eleitoral que pudesse se basear no Facebook, vendendo seus candidatos para um público alvo direcionado da mesma forma que a rede social já permitia que fosse feito com produtos. Como o sistema se tornaria mais efetivo quanto maiores fossem os dados obtidos e o Facebook limitava a liberação de dados sem o consentimento dos usuários devido a suas políticas de uso, teriam tido a ideia de levar os usuários a permitirem tal liberação através dos aplicativos e joguinhos do estilo "Quem você seria no filme X", "Com qual personagem de desenho você se casaria", "Como você seria se fosse do sexo oposto" e etc<sup>38</sup>. Os dados que hoje já se sabe que foram coletados do Facebook foram adicionados aos fornecidos pela SCL para formação de um robusto banco de dados. Acredita-se que eles tenham sido tratados por algoritmos de Inteligência Artificial usados por especialistas e matemáticos da Medallion Funds, empresa de investimentos presidida por Mercer. Posteriormente, a SCL teria entrado com sua expertise em engenharia psicossocial para categorizar os usuários criando gráficos psicológicos e, então, entregar a eles a propaganda direcionada. A estratégia foi testada inicialmente com o pré-candidato a presidência Ted Cruz, mas não apresentou resultado satisfatório e ele acabou sendo derrotado nas prévias. O método foi então revisto fazendo com que Bannon desse um peso maior à

---

<sup>38</sup>Uma matéria do The Guardian, que denunciou o esquema, e o filme "Privacidade Hackeada" confirmam que o aplicativo Thisisyourdigitallife foi utilizado pela CA de acordo com a forma descrita (ver endereço da matéria completa do The Guardian nas referências).

manipulação de humores, já que sua conclusão foi que "tudo se resume a emoções". Eles então optaram por radicalizar os eleitores, criando uma sensação de insegurança e medo para, posteriormente, apresentar um novo candidato como solução – que nesse caso foi Trump. Essa radicalização seria alcançada bombardeando os usuários com conteúdos que mesclam realidade e notícias falsas, o que seria conseguido criando enormes equipes responsáveis não apenas por inventar, mas principalmente enviar tais conteúdos ininterruptamente.

A estratégia de radicalizar possíveis eleitores através da emoção do ódio, construindo um inimigo (que neste caso, embora tenha sido também a oponente Hillary Clinton, foram principalmente os imigrantes), se dá porque o medo e o ódio são as emoções que mais agitam as pessoas, mais as levam para a ação e, no caso americano, onde o voto não é obrigatório, os eleitores precisam serem levados às urnas ou serem convencidos a desistir de votar. Como explica Ahmed, além de o ódio ser uma emoção que opera no nível do inconsciente (Ahmed, 2014, p. 44), ele é uma emoção que "trabalha para animar o sujeito comum, para trazer essa fantasia à vida, precisamente constituindo o comum como em crise, e a pessoa comum como a vítima real" (Idem, p. 43), ou seja, ele associa pessoas que se enxergam como injustiçadas e as movimenta a fim de "combater tal injustiça". Mas se a questão são as emoções ditas "negativas", por que não a raiva ou por que não concentrar o inimigo apenas na própria Hillary? A autora se apoia em Aristóteles para explicar que as opções não se aplicam porque "a raiva é habitualmente sentida apenas para os indivíduos, enquanto o ódio pode ser sentido para classes inteiras de pessoas" (Idem p. 49).

Somente meses depois do rompimento entre Donald Trump e Steve Bannon, no início de 2018, uma antiga funcionária da CA entregou o relatório da campanha presidencial de Trump ao The Guardian e o caso veio à tona. Na época, falava-se em 50 milhões de perfis capturados do Facebook – número que, posteriormente, se mostrou ainda maior. O relatório mencionava ainda na campanha o uso de robôs, os bots, e perfis falsos cujas contas eram baseadas na Rússia, para ajudar a viralizar os conteúdos alarmistas através da internet criando um ativismo não legítimo em defesa de Trump. Diante da repercussão da história, o fundador do Facebook, Mark Zuckerberg, veio a público se desculpar pelo ocorrido e acabou revelando que já sabia do incidente de roubo de dados desde 2013, quando o aplicativo

Thisisyourdigitallife e a CA teriam capturado dados de 300 mil usuários. Na ocasião, ele afirmou que solicitou à empresa e ao criador do aplicativo um certificado de que ambos teriam excluído os dados, já que haviam sido obtidos de forma incorreta, e que aceitou os certificados, mas que agora havia percebido que eles não tinham apagado nada. Ele acrescentou que faria novas mudanças nos algoritmos da rede social na tentativa de proteger melhor os dados dos usuários. A justificativa dada por Zuckerberg não teve repercussão positiva: além de o Facebook perder usuários, teve que depor no Senado e, posteriormente, Congresso Americanos, e recebeu duras críticas sobre as políticas de proteção de dados da empresa. Poucas semanas depois, a União Europeia aprovou um Regulamento Geral de Proteção de Dados (RGPD ou GDPR, na sigla original), uma tentativa de proteger a privacidade de seus cidadãos frente às empresas de internet. Em uma tentativa de retomar parte da credibilidade perdida com o episódio, Zuckerberg afirmou que o Facebook iria aderir ao GDPR. No mesmo semestre, o Brasil também promoveu alterações no Marco Civil da Internet através de uma nova Lei de Proteção de Dados. Em 2019, o Facebook fechou um acordo com a Comissão Federal do Comércio dos Estados Unidos (FTC), se comprometendo a pagar uma multa de US\$ 5 bilhões. Ainda em 2018, a Cambridge Analytica tinha anunciado que fecharia as portas, mas logo após sua falência legal continuou as operações dividida em outras duas empresas, a CA Political e a CA Commercial. Já o presidente Trump, até o momento em que este trabalho é escrito, não sofreu qualquer sanção<sup>39</sup>.

### 2.2.3. Bolsonaro

Se o objetivo de Bannon e Mercer era difundir o pensamento de extrema direita pelo mundo criando um ativismo não orgânico a partir da internet, já podemos afirmar que a estratégia deu resultados não apenas nos Estados Unidos, como também em outros países, entre eles o Brasil. Além de a estratégia de roubo de dados e divulgação de conteúdos direcionados em massa estar sendo investigada porque pode ter sido usada no Brexit, o plebiscito que definiria a saída do Reino Unido da União Europeia, uma estratégia de campanha semelhante à de Trump foi descoberta no Brasil pela jornalista Patrícia Campos de Melo entre o primeiro e o segundo turno das eleições presidenciais brasileiras, no segundo semestre de 2008.

---

<sup>39</sup> Trump passa por um processo de impeachment no Congresso Americano, mas que, a princípio, está ligado a abusos para permitir sua reeleição em 2020 e não às eleições anteriores

De acordo com a matéria publicada pelo jornal Folha de São Paulo, empresários que apoiavam o candidato Jair Bolsonaro – que assim como Trump apareceu como um candidato polêmico e ainda assim conseguiu vencer as eleições – teriam pago R\$ 12 milhões por cada disparo de mensagens em massa feito pelas empresas SMS Marketing, Quick Mobile, Yacows e Croc Services. Nas mensagens, conteúdos contra o candidato do PT, Fernando Haddad, que disputaria o segundo turno com Bolsonaro. Entretanto não foram apenas estes disparos de mensagens que fizeram parte da campanha do atual presidente, mas um esquema muito mais refinado que, acredita-se, tenha a participação de Bannon.

Em agosto de 2018, já depois do escândalo da CA, o filho do candidato a presidente, deputado federal Eduardo Bolsonaro, postou uma imagem em suas redes sociais ao lado do empresário que arquitetou a campanha do presidente americano. Na ocasião, afirmou que não haveria financiamento por parte do empresário, mas que ele teria "ficado de ajudar" na campanha do pai com dicas de internet e análise de dados. No mês seguinte, o Facebook avisou seus usuários brasileiros sobre um novo ataque de roubo de dados que teria acometido a página, desta vez atingindo mais de 30 milhões de contas. Em julho, a empresa já havia identificado e removido 196 páginas e 87 perfis falsos criados com o objetivo de disseminar informações falsas sobre a política brasileira ou mensagens de ódio contra mulheres, gays e comunistas e, na ocasião, o MBL (Movimento Brasil Livre), que publicamente apoiava Bolsonaro, revelou que era responsável por quase todas as páginas. Comparando com a campanha do presidente americano, O escritor Henry Alfred Bugalho diz que a campanha do candidato brasileiro também teria se fundamentado em três pilares: ataques a Haddad, Lula e ao PT como um todo, que neste caso ocuparam o papel que na terra do Tio Sam coube a Hillary Clinton; o pensamento de engrandecimento da nação, patriotismo e nacionalismo exacerbado; e ataques a um suposto kit gay, já que no Brasil a população LGBTQ+ representou o grande inimigo da nação que no caso americano eram os imigrantes. Entretanto, o trabalho de modulação de humores, radicalização e polarização da política brasileira não se resumiu ao Facebook ou redes sociais abertas e nem começou poucos meses antes da eleição. Uma ação muito mais sofisticada de radicalização eleitoral à pautas direitistas já estaria em curso há meses, talvez mais de um ano. E por que ninguém percebeu? Por que ela estava sendo realizada em uma área em que

visualmente a maior parte das pessoas não teria acesso: no bolso dos eleitores. E com que ferramenta isso era alcançado? Com uma das mesmas usadas pelos ISIS, o aplicativo de mensagens particulares WhatsApp.

Antes é preciso compreender a importância de um aplicativo de mensagens como o WhatsApp na realidade brasileira. Como mencionado no trecho sobre a militância mobile, o smartphone foi talvez o último ingrediente que faltava para a democratização da internet. Isso porque, além de ele ser mais barato que um PC, ele não requer uma estrutura para ser armazenado (uma mesa para acomodá-lo em um cômodo específico da casa). Além disso, ele pode ser usado quase ininterruptamente, já que, por ser um telefone, está constantemente ligado e ao alcance das mãos de qualquer pessoa. O WhatsApp é um aplicativo compatível com praticamente todos os smartphones e pode transmitir tanto mensagens de texto, como conteúdos em PDF, além de imagens e mensagens de áudio – possibilitando seu uso mesmo por crianças ou pessoas analfabetas. Ele ainda permite a criação de grupos fechados com até 256 pessoas e as mensagens são criptografadas – ou seja, transformadas em um código que só será quebrado quando chegar a seu destino final, o que dificultaria possíveis investigações. Por fim, não requer uma conexão de alta velocidade de internet e, no Brasil, algumas operadoras de telefonia o oferecem até gratuitamente, na política do zero rating<sup>40</sup>.

Motivados pela denúncia da jornalista da Folha, outros colegas passaram a investigar o uso do WhatsApp durante as eleições brasileiras de 2018 e foram descobertos ao menos 1500 grupos de apoio a Bolsonaro administrados por números de telefone registrados fora do Brasil<sup>41</sup>. Nestes grupos não são tratados apenas assuntos referente ao candidato, mas principalmente são difundidas informações que fortalecem sua plataforma ou prejudicam seus oponentes, como ataques a petistas e homossexuais, enaltecimento da violência e forças militares do país, mensagens contra a corrupção do PT, sendo muitas destas informações falsas. Na maioria deles, um administrador é o único que pode criar conteúdos, os outros participantes só podem recebê-lo e encaminhar, mostrando que há uma

---

<sup>40</sup> Para um estudo mais aprofundado sobre o uso do WhatsApp como estratégia eleitoral, ver artigo de Raquel Rennó nas referências deste trabalho e o próximo capítulo.

<sup>41</sup> Uma das suposições para o registro de chips fora do país deve-se ao fato de que, em julho de 2018, a quantidade de disparos havia sido reduzida de 250 para 20 contatos por vez no país. Como a regra não se aplica a todos os países, acredita-se que as empresas tenham registrado os chips em países nos quais a mudança não entrou em vigor.

assimetria, uma hierarquia entre os grupos, incomum a um ativismo online orgânico. O principal nestes grupos não é ter acesso às mensagens, mas engajar quem as recebe para que as repasse rapidamente ao maior número possível de pessoas. Essa prática de fabricar esse ativismo a partir da internet já tem até nome: WhatsApp Marketing. Na verdade, o WhatsApp Marketing é um modelo de negócios consolidado no país<sup>42</sup>, principalmente como estratégia eleitoral (embora poucos soubessem disso antes), e consiste nesse envio sistemático de informações motivando quem as recebe a viralizá-las, uma técnica muito parecida com a proposta de campanha de Bannon pelo Facebook, mas mais refinada. A forma como os bancos de dados são criados é ainda mais assustadora que o caso americano: além de informações do Facebook, alguns profissionais do ramo de marketing entrevistados nas matérias jornalísticas falam em dados do Governo Federal tanto públicos como sigilosos<sup>43</sup>, de empresas de análise de créditos e de empresas de telefonia. Da mesma forma que no caso americano, os dados são avaliados por inteligência artificial, categorizados, e mensagens são enviadas aos eleitores de forma a alterar suas percepções de voto. Aqui reside outra mudança fundamental no caso brasileiro: os disparos de mensagens não são feitos apenas por equipes contratadas, mas por máquinas ligadas a chips de celulares, as chamadas fazendas de celulares, o que permite um bombardeamento ainda mais intenso de informações. Como elas são sempre em tom alarmista, quem as recebe é motivado a repassar sem verificar "antes que os comunistas e a grande mídia a tirem do ar". Essa postura também ajudava a criar um distanciamento do jornalismo tradicional e o WhatsApp se tornou uma forma alternativa de imprensa para muita gente, embora não fossem notícias produzidas por jornalistas. Além de algumas mensagens de áudio – às vezes feitas pelo próprio Bolsonaro para criar uma sensação de proximidade ainda maior que a já estabelecida pelo Facebook –, e imagens, eram disponibilizados muitos links de sites criados em formato jornalístico. O objetivo é que as notícias falsas transmitam credibilidade e gerem caos, desinformação, para que as pessoas se sintam perdidas e procurem o salvador para ajudá-las: nesse caso, o candidato a presidente oferecido. A política do zero rating também contribui,

---

<sup>42</sup> Ver detalhes sobre WhatsApp Marketing nos próximos capítulos.

<sup>43</sup> Dentre as investigações empreendidas por jornalistas, descobriu-se que outro candidato, Henrique Meirelles, utilizou dados do Programa Bolsa Família do Governo Federal, uma informação que deveria ser sigilosa e à qual ele tinha acesso privilegiado por fazer parte do governo do então presidente Michel Temer.



porque muitos dos planos permitem que o WhatsApp seja gratuito, mas não a internet, impedindo a checagem dos links recebidos por quem não tem dinheiro para pagar a internet. A maior parte da população jamais poderia imaginar que os produtores primários dos conteúdos eram especialistas em marketing e manipulação de humores, acreditando tratarem-se apenas de militantes, ativistas pró-Bolsonaro. Os próximos a terem acesso ao conteúdo já viralizado o fazem através de amigos e parentes e, por isso, confiam nas informações recebidas, sentindo-se motivados a repassá-las. É nesse sentido que Antoun fala sobre o refortalecimento de laços familiares e de trabalho feito pelo WhatsApp<sup>44</sup>.

Essa união em prol de uma causa sempre foi um fator de esperança em relação ao uso que se fazia da internet, reunir mentes e corações para construir o comum. Mas este novo uso ativista que vem se fazendo dela, especialmente após o ano 2000, militância de valores que pregam o ódio, seja a outras religiões, outras etnias, outros sexos, outros modelos familiares, tem demonstrado que o potencial da internet vai além da construção do comum, pode ser responsável também por sua destruição. Como a internet, que aparentava ter como promessa a contribuição coletiva para sua melhoria e construção do comum virou esse ringue político tão polarizado? Este trabalho pretende procurar entender esta aparente virada que a internet deu a partir dos anos 2000 e, principalmente, buscar que papel os veículos de comunicação - também as mídias tradicionais, mas principalmente aquelas a partir da internet - tiveram neste novo momento "militante" da internet.

---

<sup>44</sup> Ver referência 18.

## 2 Traídos pelo algoritmo

Um primeiro aspecto a ser observado nas mudanças empreendidas a partir dos anos 2000 é o aspecto tecnológico. Um personagem que passou a ter bastante destaque a partir de tal década foi o algoritmo. Não que ele tenha aparecido ou sido criado do nada, mas suas potencialidades – especialmente as encobertas – passaram a ser questionadas ou mesmo supervalorizadas no período. O algoritmo passou a ser considerado uma peça tão importante quanto o próprio ser humano no mundo da internet. O American Heritage Dictionary, citado por David Leavitt em "O homem que sabia demais", descreve o algoritmo como "um processo de solução de problemas passo a passo, especialmente um procedimento computacional recursivo estabelecido para a solução de um problema num número de passos finito" (Leavitt, 2011, p. 58). Seria uma espécie de receita, manual, para se resolver um problema, uma operação. E esse manual tem sido usado para captar, organizar e redistribuir as informações presentes na internet. Levando-se em conta que, de acordo com os pesquisadores Gustavo Padovani e João Carlos Massarolo, entre 2014 e 2015 haviam sido produzidos 90% de todas as informações da História da humanidade<sup>45</sup>, o papel dos algoritmos em organizar tais dados não é algo que passe despercebido.

O termo algoritmo deriva do nome do matemático persa Abū ‘Abdallāh Muḥammad ibn Mūsā al-Khwārizmī, que também originou as palavras algarismo e álgebra. Na época, foi usado para denominar o processo através do qual se calculavam os numerais hindo-arábicos e, posteriormente, foi apropriado como conceito por matemáticos gregos, como Eratóstenes de Cirene e Euclides de Alexandria. Sua introdução na ciência da computação se deu no início do século XX, pelo matemático Alan Turing, que formalizou o conceito de algoritmo.

As contribuições de Turing para compreendermos o momento atual da internet, aliás, vão além da formalização do conceito de algoritmo. Turing, o inventor do código binário, partiu do algoritmo para criar sua Máquina de Turing e então a Máquina Universal, que seria o protótipo do que conhecemos hoje como computador. Ele acreditava que não bastava dispor das informações, mas torná-las acessíveis, mais até que aquelas que estavam em livros, o que poderia ser feito por tais operações matemáticas. Então pensou inicialmente em uma máquina que a partir de um algoritmo – uma receita, um passo a passo – realizasse uma

---

<sup>45</sup> Informação consta do artigo "Ativismo de dados: novas formas de mobilização dos usuários nas plataformas", publicado em 2018.

determinada operação sozinha, como computar os cálculos até então feitos manualmente por pessoas, ou organizar os dados e informações disponíveis. A diferença é que a operação seria realizada ininterruptamente pela Máquina de Turing, sendo reiniciada a cada conclusão. Já a Máquina Universal seria uma sucessão de Máquinas de Turing, realizando diversas operações diferentes ininterruptamente, sendo "capaz de imitar o comportamento de qualquer outra Máquina de Turing, não importa qual algoritmo esteja projetada para realizar" (Idem, p. 92). Portanto, o computador nada mais seria que uma máquina que realiza procedimentos obedecendo a algoritmos.

O que vem despertando interesse dos estudiosos nas últimas duas décadas é saber como o algoritmo funciona ou, mais especificamente, quais são as instruções, os comandos previstos nestes "manuais". Muitas empresas conseguiram enriquecer nos últimos anos criando diferentes algoritmos, alterando-os, aprimorando-os, mas, muitas vezes, não ficam claros que comandos, que problemas estes devem solucionar ininterruptamente. Uma das estudiosas do algoritmo é a pesquisadora Shoshana Zuboff, que analisa a aplicação de alguns algoritmos sobre o "Big Data", dados armazenados no computador das pessoas ou produzidos por elas, dados disponíveis na rede ou nos arquivos dos computadores das empresas e pessoas. Como ela explica, os "dados são adquiridos, arquivados, resumidos, agregados, analisados, embalados, vendidos, analisados mais profundamente e vendidos novamente" (Zuboff, 2015, p. 79). Como a internet é um mercado que se baseia no quantitativo de informações, "quanto mais os usuários produzem, maior a saída, o que aprimora o valor preditivo das análises e resulta em leilões mais lucrativos" (Idem, p. 79). Ou seja, quanto mais dados, informações são fornecidas, maior a capacidade de os algoritmos das empresas situadas na internet preverem o que os usuários vão buscar em suas próximas pesquisas, o que vão desejar, e oferecer os conteúdos antes mesmo de eles serem solicitados.

É este poder preditivo um de seus questionamentos já que, segundo ela, os algoritmos não são meros receptáculos de nossas memórias e conhecimentos, mas eles também guiam nossas decisões ou nos tornam, como acredita Zuboff, meros espectadores, submetidos a uma experiência de puro estímulo-resposta. Um aplicativo nos mostra por onde passar de carro, mas será porque as estradas são melhores, porque o tráfego está menos intenso, ou para que passemos em frente a

determinada loja? Outro nos mostra com quem devemos sair ou namorar com base em nossas características, mas isso não sublimaria a possibilidade de um relacionamento entre pessoas diferentes, que pode levar a uma gama maior de conhecimentos de outras formas de viver e pode dar certo? Há ainda as páginas que nos mostram opções de busca na pesquisa e como sabemos que somos preguiçosos, vamos sempre escolher as primeiras opções, deixando muitas vezes de conhecer uma abordagem nova sobre determinado assunto porque ela não está bem ranqueada no Google.

Zuboff também apontava a má relação destas empresas baseadas na seleção algorítmica com a lei – algo que ficou evidente nos últimos anos após escândalos como o da Cambridge Analytica, mas que até então ficava restrito ao ambiente acadêmico. Em trabalho no qual avalia documentos do executivo do Google Hal Varian, a pesquisadora comentou sobre a indefinição das fronteiras públicas e privadas entre as autoridades da lei e as empresas de alta tecnologia. Ela relembra episódios do Google Street View<sup>46</sup> para tentar entender como funciona o modus operandi da empresa e conclui que este é "a incursão em territórios privados indefesos até que a resistência seja encontrada" (Zuboff, 2015, p. 78). Ou seja, a empresa atua e só então verifica se sua atuação está de acordo com a lei. Por isso ela avalia como alarmante esse desempenho corporativo e, ainda que o executivo do Google o descreva como novas formas de celebrar contratos, ela acredita que esta relação com a legislação seja, na verdade o fim destes contratos, ou "uma nova forma de poder na qual os contratos e regras da lei são suplantados por recompensas e punições de um novo tipo de mão invisível" (Idem, p. 82). Deste ponto de vista, o algoritmo passa a ser um vilão contra o qual não há defesa, nem mesmo a da lei.

## 2.1. A cultura do algoritmo

Mais que apenas povoar as páginas de papers e livros científicos, a discussão acerca do algoritmo também ultrapassou as paredes das academias e chegou a ser

---

<sup>46</sup> Goggle Street View é um serviço de mapas online da Google que utiliza fotos em 360 graus e frequentemente é acusado de violação de privacidade, já tendo enfrentado processos na Suíça, França e Israel, tendo chegado a paralisar a atualização de suas imagens na Alemanha, em 2011, após um processo movido por uma cidadã local. No ano anterior, antes de entrar no país, mais de 220 mil alemães já haviam solicitado que suas casas ficassem irreconhecíveis no sistema. Ver detalhes em matéria do jornal O Globo "Google vai paralisar atualização do Street View na Alemanha".

coabrada como tema de redação do Enem (Exame Nacional do Ensino Médio), no Brasil, em 2018. Alguns pesquisadores, como Jonathan Roberge e Robert Sevfert falam em uma cultura algorítmica, na qual estaríamos inseridos. De acordo com a dupla, os algoritmos

"agora povoam nossa vida cotidiana, da ordenação das informações em motores de busca e novos feeds até a predição de preferências pessoais e desejos para revendedores online, até a encriptação de informações pessoais em cartões de crédito, e o cálculo de trajetos mais curtos em nossos dispositivos de navegação". (Roberge; Sevfert, 2017, p. 1)

Ed Finn, outro entusiasta do algoritmo como alteração cultural, nos lembra que as raízes deste não são meramente baseadas na lógica matemáticas, mas também nas tradições filosóficas da cibernética, da consciência e da magia da linguagem simbólica, salientando a importância de entender o algoritmo também do ponto de vista semântico. Ele argumenta que, ainda que sejam referentes a máquinas no sentido mecânico, essas fórmulas estão operando como máquinas culturais que estão alterando por completo as formas de reflexividade humana. Até perceber isso é difícil, porque a "leitura algorítmica é uma estrutura conceitual complexa que contém camadas de processos, abstrações e interfaces com a realidade" (Finn, 2017, p. 52). Essa dificuldade de percepção é dificultada pela forma como o discurso acerca do algoritmo é construído, sempre materializando-o enquanto estrutura não simbólica:

"De fato, o conjunto que prevalece entre as metáforas [acerca do algoritmo] parece ser aquele do código como estrutura: plataformas, arquiteturas, objetos, portais, entradas. Isso serve tanto para despersonalizar o software, diluindo a noção de seu agenciamento (construções são passivas; são os arquitetos, engenheiros e usuários que agem), como para reificar o código como uma construção objetiva, como um prédio que existe no mundo" (Idem, p. 6).

Por isso, ele centra suas análises no "gap", o espaço ou lacuna que fica entre o sistema computacional implementado e aquele que seria o ideal. Para ele, essa lacuna é o que há de mais importante a respeito dos sistemas algorítmicos e também aquilo que mais nos confunde. Podemos entender esse espaço como aquele da cultura que nos liga ao algoritmo e nos modifica a partir dele, mas também como tudo aquilo que há de desconhecido ou perigoso a respeito destes códigos, aquilo que precisamos conhecer mais profundamente para aproximar nossas vidas desta tecnologia que vem sendo ofertada.

Outro ponto trabalhado por Finn diz respeito à religiosidade que envolve o algoritmo. Isso porque, a arquitetura do código depende tanto da organização lógica dos bits, quanto de uma estrutura de crenças. Partindo do pressuposto que a função dos algoritmos é resolver problemas, nós enxergamos a internet como a "catedral das ambições iluministas por um sistema universal do conhecimento", como uma religião. Da mesma forma como depositamos nossa fé nos santos ou entidades religiosas, transferimos para os algoritmos o papel de fazer o "trabalho racional em nosso lugar, seja o da fábrica automatizada ou o da ciência automatizada" (Idem, p. 8). O poder milagreiro de "solvente universal que pode desembaralhar qualquer sistema complexo, da consciência humana ao próprio universo" (Idem, p. 8) se assemelha àquele das divindades religiosas, em que basta solicitar – orando ou digitando – e aguardar a resposta divina, que neste caso pode aparecer na tela em poucos segundos. O autor declara que "nós ocultamos as realidades materiais do algoritmo por trás de uma noção mística da computação como verdade universal" (Idem, p. 9). E como toda adoração religiosa que é praticada de maneira acrítica, a fé nos algoritmos também pode trazer seus riscos. Essa fé e crença nos algoritmos também foi mencionada por Tarleton Gillespie. Citado por Roberge e Sevfert, ele lembra que algoritmos também são "estabilizadores de confiança, garantias práticas e simbólicas de que suas avaliações são justas e precisas, livres de subjetividade, erro ou tentativas de influência" (Gillespie apud Roberge e Sevfert, 2017, p. 8). Mas Shintaro Miyazaki destroi essa subjetividade ao afirmar que não vivemos somente em uma cultura algorítmica, mas em um ecossistema algorítmico, formado por "humanos e não humanos, respectivamente não-máquinas e máquinas, trocando constantemente sinais entre si, mas também com seu meio ambiente e seus objetos, processos, materiais e corpos" (2017, p. 128). Ou seja, ele aponta não apenas a subjetividade humana, mas sugere que as próprias máquinas interagem entre si neste sistema.

Partindo do pressuposto de que, embora muitas pessoas acreditem na "imparcialidade" do algoritmo ela possivelmente não existe, há pesquisadores que têm centrado sua análise na exploração da inteligência/conteúdos que os seres humanos produzem nas redes. Outros, atuam na questão do controle das operações de organização dos dados e sua manipulação. Matteo Pasquinelli, por exemplo, ao analisar o algoritmo do PageRank, usado pela empresa Google, critica o rentismo

que a envolve. Para ele, a Google seria "um aparelho parasitário de captura do valor produzido pela inteligência social geral comum de todos" (Pasquinelli, 2010, p. 3). De forma mais detalhada, ele parte do pressuposto de que somos uma inteligência coletiva pra evidenciar que, embora sejamos capazes de produzir conhecimento de graça, ele não se reverte para nós com a mesma gratuidade. Ele é explorado, valorado, e revendido:

"Se cada link da web contém uma pequena porção de inteligência humana, todos os links combinados contêm grande quantidade de inteligência (...) não é simplesmente aparelho de vigilância e controle, mas também uma máquina para capturar o tempo e trabalho vivos e transformar a inteligência geral social em valor de rede (...) inteligência pressupostamente coletiva, que só aparentemente é livre e aberta." (Idem, p. 1).

Depreende-se desta fala que, da mesma forma que o capitalismo fordista se apropriava de nossa força de trabalho, o capitalismo cognitivo<sup>47</sup> se apropria da nossa força de pensamento, da nossa inteligência. Só que é uma exploração ainda mais cruel, pois produzimos pensamento o tempo todo – inclusive nos momentos de lazer – e temos que pagar tanto para ter acesso à internet, onde nós colocamos nossa produção intelectual, como para desfrutar do que é produzido por outras pessoas. Ou seja, pagamos para trabalhar e depois mais outras duas vezes para "recolher" o resultado do nosso trabalho. Ao mesmo tempo, ao nos encontrarmos no espaço virtual, estamos sempre revelando quais seriam nossos desejos – de compra, de informação – facilitando a venda do produto final. É como se estivéssemos atrelados a um colonialismo intelectual 2.0.

Avaliando a mesma empresa, Pasquinelli também reflete sobre a organização de dados e sua manipulação ao dizer que ela se apropria dos conteúdos produzidos pelos usuários, hierarquiza esses conteúdo e depois os redistribui segundo seus interesses. Ainda assim, ele lembra que a informação não pertence à empresa, ela apenas é "proprietária da mais rápida ferramenta para recolher e mensurar a inteligência geral coletiva que produziu aquela informação" (Pasquinelli, 2010, p. 5). Sem entrar no mérito sobre a quem pertencem os dados que estão colocados na internet, Adam Greenfield, que também centra parte de suas pesquisas na manipulação dos dados, questiona a opacidade do algoritmo porque ela não nos deixa ver que interesses estão por trás das opções que nos são disponibilizadas. Ele

---

<sup>47</sup>Capitalismo cognitivo seria a fase atual do capitalismo em que nos encontramos e se baseia nas mudanças tecnológicas a partir da internet. Consideramos mais adequada tal denominação, embora alguns autores o denominem de outras formas (mais detalhes na nota 52).

afirma que em toda nossa vida fomos apresentados a opções limitadas de escolha em uma bandeja e a internet o faz de forma tão sedutoramente facilitada que, geralmente, mal ouvimos a segunda alternativa e já apontamos para a primeira. Greenfield chama esse processo de "colonização da vida cotidiana pelo processamento de informações" (Greenfield, 2017, p. 17), porque, enquanto colônias, estamos sempre limitados às opções que a metrópole nos dá. Além de reconhecer que somos reféns de decisões que não são nossas – pois podemos dizer que nossas escolhas são baseadas em uma pré-seleção feita por outrem –, e que são baseadas em dados disponibilizados por nós, também precisamos questionar quem seria este outro, quem toma as decisões por nós, quem "manda" no algoritmo. Como alerta o próprio Greenfield,

"estamos envolvidos por forças invisíveis, mas poderosas, que nos monitoram a partir de dispositivos dispersos ao longo de nossas casas, até mesmo localizados em nossos corpos, e essas forças estão ativamente compilando detalhados dossiês de cada um de nós. Eles passam o conteúdo desses dossiês para obscuros e incontáveis intermediários, que usam tudo o que eles aprenderam para determinar a estrutura das oportunidades oferecidas a nós – ou o que pode ser pior, não oferecidas" (Idem, p. 73).

É difícil encontrar um nome de "quem manda" no algoritmo, mas perceber que a web é um negócio pode facilitar nosso trabalho de compreendê-la um pouco melhor. Ela abandonou as características caseiras que tinha no início de sua história e passou a obedecer à ordem corporativa em que atua neste momento. Por isso, cada algoritmo atua da forma que for mais conveniente à empresa que o desenvolveu e não há uma forma unificada através da qual o algoritmo oferece suas opções. Ainda assim, grande parte deles parece obedecer a uma "seleção prescritiva de valor atribuído para um público em particular, com todas as valências morais e políticas correspondentes" (Robert; Sevfert, 2017, p. 9). Não é difícil supor que este grupo que está por trás de grande parte dos algoritmos é aquele que obedece aos valores dominantes das sociedades ocidentais - que também descreve grande parte dos técnicos que fizeram sucesso com a internet: homens brancos, heteronormativos, possivelmente cristãos e de classes sociais mais abastadas. Mas os autores ressaltam que essa manipulação dos sujeitos pelos algoritmos não é uma imposição necessariamente obrigatória. Para eles, há uma permissividade para que o algoritmo faça as escolhas de nossa vida, "Ativamos e desativamos os algoritmos para governar nossa vida cotidiana" (Robert; Sevfert, 2017, p. 17). Dominique



Cardon concorda, mas ressalta que esta permissividade só acontece porque há todo um trabalho prévio para "desacreditar a sabedoria e a relevância do julgamento humano", afirmando, entre outros fatores, que os humanos "não têm discernimento", "são guiados por suas emoções, são facilmente influenciados uns pelos outros", além de não possuírem "senso de probabilidade bem desenvolvido" (Idem, p. 102).

## 2.2. Algoritmo e inteligência artificial

Além da discussão acerca dos algoritmos, outra tecnologia retomada nos últimos 20 anos foi aquela sobre Inteligência Artificial, um assunto que também conta com o pioneirismo de Turing. A ideia do que seria e como se chegaria à Inteligência Artificial sofreu uma série de alterações no decorrer dos anos e até os anos 2000 a figura dos seres humanos como únicos capazes de inteligência sempre era a referência. Por isso, grande parte dos filmes que tratava sobre o assunto remetiam a robôs com aparência humana e o questionamento ético se dava geralmente em cima da possibilidade de tais máquinas desenvolverem sentimento: "Metrópolis" de 1927 é sobre uma robô inteligente com aparência humana que visa criar discórdia entre integrantes do movimento operário; "Westworld - onde ninguém tem alma", de 1973, descreve robôs programados para perder duelos com humanos que devido a uma falha na programação decidem perseguir tais pessoas; "Blade Runner", de 1982, é a respeito de robôs que querem viver mais tempo que o determinado; "O homem bicentenário", de 1999, fala de um robô capaz de desenvolver sentimentos; "Inteligência Artificial", de 2001, parte de um menino robô para discutir o processo de humanização destas máquinas... Não à toa, tais robôs são sempre interpretados por atores que, muitas vezes, nem possuem caracterização que os assemelha a máquinas - ou quando a tem, ela não perpassa o filme todo.

Entretanto, quando Turing se referia a Inteligência Artificial, ele não aparentava pensar em seres humanos artificiais, mas em Matemática, em pensamento lógico. Embora o termo só tenha sido proposto no título de um artigo de 1948 - "Intelligent Machinery" - a inteligência a que o pesquisador se referia nada mais era que um desdobramento das Máquinas de Turing e da Máquina Universal, com cujas ideias ele já vinha trabalhando desde a década anterior. Como, para ele, bastava um comando algorítmico para que a máquina realizasse determinadas

operações, ele pensou que poderia existir um comando que fizesse a máquina deduzir qual seria a próxima ordem com base naquelas recebidas anteriormente. Ele chegou a se encontrar com o pioneiro da Ciência da Computação Claude Shannon para verificar a possibilidade de as máquinas reproduzirem o comportamento do cérebro humano - de quem obteve resposta positiva - e antes de concluir seu artigo já havia sugerido em palestras que a máquina computadorizada que ele descrevia seria capaz de crescer "da mesma forma como uma criança amadurece em resposta aos estímulos sociais e à educação" e "aprender com a experiência" (Leavitt, 2011, p. 216). No artigo, mais especificamente, ele descreveu que era possível fazer máquinas "capazes de imitar qualquer pequena parte do homem" (Idem, p. 238), explicou que tanto as instruções que alimentariam a máquina quanto seus resultados poderiam ser visualizados em telas construídas com a ajuda de tubos de raios catódicos e questionou algumas objeções que poderiam ser feitas a tal tecnologia - como a resistência a admitir que a humanidade pudesse ter um rival intelectual (ainda que construído por ela mesma).

Essa ideia de Turing de uma inteligência artificial baseada no aprendizado da máquina e na predição dos próximos passos com base nas operações executadas anteriormente é que vem sendo resgatada nos últimos anos, principalmente desde os anos 2000. Uma forma de visualizar essa virada de percepção em nossa cultura pode ser através do cinema, por exemplo quando se comparam os filmes "O homem bicentenário", de 1999, e "Ela", de 2013. Ambos relatam romances entre Inteligências Artificiais e seres humanos, mas no segundo caso não há nenhum robô que represente a Inteligência Artificial em questão, apenas uma voz, um software, mais especificamente. O tal software é uma assistente pessoal comprada por um homem solitário de meia idade que, a partir das interações com ele, desenvolve uma paixão pelo mesmo e é correspondida. A abordagem aqui se assemelha mais com a ideia do matemático: o software capta os gostos e desejos do homem através da interação entre ambos, que é mediada por uma tela, e devolve para ele o que entende que ele precisa - no caso uma paixão. Mesmo o filme "Ex-Machina", que também tem um robô feito por uma atriz no enredo, similar aos filmes mais antigos, trata a Inteligência Artificial como um software, uma parte do robô, e não a máquina propriamente dita. Mas o que estes filmes deixam claro é que, próximo aos anos 2000, a ideia de Inteligência Artificial vai se afastando de humanos artificiais e se

aproximando de processos através dos quais a máquina pode aprender sozinha, resgatando Turing, o que é chamado por muitos pesquisadores de "Machine Learning".

Adam Greenfield explica que esse "aprendizado da máquina é o processo pelo qual algoritmos são ensinados a reconhecerem padrões no mundo, através da análise automatizada de uma grande quantidade de dados disponibilizados" (Greenfield, 2017, p. 66). Cardon aprofunda que este processo

"tem como objetivo personalizar cálculos baseados nos traços deixados pela atividade online para encorajar os usuários de internet a agir de uma forma e não de outra, como mostram sistemas de recomendação empregados pela Amazon e Netflix. Essas técnicas preditivas foram adicionadas à maioria dos algoritmos que medem popularidade, autoridade ou reputação, através dos quais eles aprendem comparando o perfil de um usuário com outros que agiram ou decidiram de maneira semelhante. Com base na probabilidade, o algoritmo adivinha que uma pessoa pode fazer algo que ainda não fez, porque aqueles com padrões de comportamento online semelhantes já o fizeram antes. O futuro possível do usuário é previsto com base nas ações passadas de usuários semelhantes." (Cardon apud Roberge; Sevfert, 2017, p. 102.

Greenfield acrescenta que esse aprendizado pode se dar de forma supervisionada por seres humanos, quando são oferecidos exemplos com seus padrões correspondentes através de treinamento, ou não supervisionada, o chamado "clustering". Neste caso, o algoritmo começa a desenvolver uma percepção de que dados são significativos em seu ambiente e vai aumentando este aprendizado por meio do acréscimo das informações que podem ser consideradas importantes. Quer dizer, "a premissa das tecnologias algorítmicas não é meramente que elas detectem padrões, mas que elas nos ajudem a reconhecê-los, e isso por sua vez implica a existência de algo semanticamente significativo para nós que é identificado" (Greenfield, 2017, p. 72) por estas tecnologias. De que forma se dá esse aprendizado da máquina e onde ele poderia nos levar era o que preocupava alguns pesquisadores. Isso porque, além de as empresas guardarem essas informações como tesouros, segredos escondidos e mantidos como as caixas pretas dos aviões, Finn relata que até os engenheiros de alguns dos algoritmos mais bem sucedidos, como os das empresas Google e Netflix, "admitem que compreendem apenas alguns dos comportamentos que seus sistemas exibem" (Finn, 2017, p. 16). Ou seja, como resume Fernanda Bruno,

"A camada algorítmica alimenta-se da visibilidade de nossas ações, informações e corpos e ao mesmo tempo intervém naquilo que vemos (selecionando, por exemplo, o que cada um deve ver preferencialmente,

sugerindo trajetos, cliques, links, likes, alertas etc.). Enquanto se alimenta de nossa visibilidade e nos oferta um mundo visível personalizado, a camada algorítmica é praticamente invisível” (Bruno, 2015, p. 118).

Essa "caixa preta" começou a ser aberta publicamente em 2018, com demonstrações de como o uso dessas inteligências artificiais estavam incidindo sobre algumas democracias ocidentais, e ficou claro para os afetados que os temores dos pesquisadores não eram gratuitos.

### 2.3. Algoritmos aplicados pelas empresas

Não é exagero dizer que a maior parte das caixas de email da maioria das pessoas fica lotada principalmente devido a anúncios de produtos. Livros, roupas, cursos... Muitos destes anúncios são enviados porque as pessoas compraram em determinados lugares, se cadastraram em determinados sites ou mesmo porque foram parar na lista de emails de alguém. Mas até então não há grandes novidades, já que o mesmo acontece no mundo físico: em um passeio por qualquer rua uma pessoa normal vai receber muitos panfletos, ver vitrines de muitos produtos, outdoor com promoção... O que inicialmente diferencia o comércio virtual é que nele a venda pode se fazer de forma direcionada: se você comprou os produtos X e Y, é bastante provável que você compre o Z e não o A, então te mandarei o anúncio de Z e não do A. Mas quem garante que a pessoa não vai gostar do A? Essa é a preocupação exposta pelo correspondente do El País na Itália e Vaticano, Daniel Verdú, em um artigo no qual ele comenta sobre como os algoritmos de plataformas streaming, como Netflix e Spotify, podem reduzir a diversidade cultural entre as pessoas. Isso porque, ao se basearem nas preferências anteriores demonstradas através das escolhas de seus usuários para propor novas opções musicais ou de vídeo, esses algoritmos reduzem as possibilidades de o usuário se deparar com algo novo que possa também agradar e se transformar em uma nova preferência. Como ele diz, "o algoritmo, sustentam seus críticos, nos torna chatos, previsíveis, e empobrece nossa curiosidade por explorar o acervo cultural" (Verdú, 2016).

Esse mesmo princípio dos streamings é aplicado a plataformas de redes sociais como o Facebook: seu algoritmo nos oferece opções com base em escolhas previamente feitas ou nas opiniões dos contatos com os quais a pessoa mais frequentemente se relaciona. O problema é que, no caso das redes sociais, o usuário fica restrito a um ambiente de opiniões que não é plural, passando a falsa

impressão de que suas opiniões são compartilhadas por todos os outros usuários da mesma rede. É o chamado filtro bolha. Entrevistada por Verdú, a crítica tecnológica Joana Moll recrimina essa aplicação algorítmica, lembrando que filtrar a informação em redes como Facebook ou Google pode configurar a maneira de pensar das pessoas, ainda que o algoritmo apresente a ilusão da liberdade de escolha: "Você age com base no que é apresentado a você, no que vê. Esse é seu mundo. Mas na realidade ele determina um padrão de consumo que o levará a determinados lugares" (Idem), comenta ela. É uma técnica de comunicação muito simples, baseada na teoria da Espiral do Silêncio, proposta por Elisabeth Noelle-Neuman, ainda nos anos 1970, que diz que temos uma tendência a omitir nossa opinião quando ela é conflitante com a maioria, muitas vezes adotando outra postura, por medo de exclusão social naquele ambiente. Quando estamos em um espaço que nos parece seguro para nos expressar devido a outros presentes compartilharem das mesmas ideias, a expomos claramente e até a reforçamos. O doutor em psicologia clínica Contardo Calligaris deu o exemplo do ódio nas redes sociais em uma reportagem da BBC. Não é que esse sentimento não exista nas pessoas, mas a segurança de ambientes como os criados pelo algoritmo através dos filtros bolha aumenta suas proporções e os permite direcionar a outros. De acordo com o pesquisador, "nas redes sociais, é possível expressar o seu ódio, dar a ele uma dimensão pública, receber aplausos pelos seus amigos e seguidores, e se sentir de alguma coisa validado", a validação de uma forma que era "muito mais difícil antes de elas existirem e se tornarem tão importantes na vida das pessoas" (Calligaris apud Pereira, 2017). Entretanto, o filtro bolha, de acordo com os pesquisadores, poderia não apenas nos enclausurar em um destes ambientes seguros, mas também simular que estamos em um deles, levando-nos a adotar determinados posicionamentos. Ou seja, não há apenas uma predição com base nos dados apresentados, mas o filtro bolha pode agir também como uma forma de manipulação.

Em 2014, nas eleições brasileiras, a BBC Brasil demonstrou essa manipulação através de filtro bolha em uma outra reportagem. O texto falava de uma empresa carioca cujo trabalho é gerenciar perfis falsos de redes sociais e identificou ao menos 13 candidatos destas eleições entre os beneficiados. A empresa contratava pessoas para gerenciar uma série de perfis de pessoas que não existiam

com nomes, fotografias e rotinas falsificadas com o intuito de manipular a opinião pública, melhorando a imagem de alguns candidatos e prejudicando a de concorrentes. Algoritmos ajudavam a gerenciar vários perfis ao mesmo tempo. Só que, além de pessoas, também é investigada a participação de "bots", robôs cujo trabalho é curtir determinadas páginas, impulsionar outras, neste caso sem a interferência humana. Isso mostra que o usuário pode estar imerso em uma bolha que sequer é real, pode estar moldando sua visão de mundo com base até em mentiras, simplesmente para se sentir incluído entre "pessoas" que, muitas vezes, nem existem.

Essas técnicas de manipulação são adotadas pelo marketing e mesmo algumas religiões há décadas e possuem até nome. A Arquitetura da Escolha, por exemplo, é a prática de manipular os contextos nos quais as decisões são tomadas, como explicam Anthony Nadler e Lee McGuigan. É semelhante àquela prática de colocar doces nas filas do caixa das lojas na altura das crianças ou palavras cruzadas e revistas próximo aos adultos para estes queiram comprar tais produtos enquanto aguardam para pagar a compra. Também é quando líderes religiosos percebem pessoas chorando, as acolhem em seus templos, dizem que sabem que elas estão sofrendo, que tem problemas e oferecem curas milagrosas para resolvê-los. Os autores citam Stole para lembrar que essa "coleta clandestina de dados sobre os consumidores para possibilitar que os anunciantes os manipulem melhor não é um produto da internet; está profundamente enraizado na própria natureza da publicidade moderna" (Stole apud Nadler; McGuigan, 2017, p. 10). Portanto eles não questionam o uso destas técnicas aplicadas ao comércio virtual, apenas destacam que é importante que elas sejam utilizadas de forma transparente, uma vez que a internet permite uma captação muito mais minuciosa dos dados dos usuários e, conseqüentemente, uma manipulação muito mais efetiva. Desta vez baseando-se em Calo acrescentam que

"a digitalização do comércio altera drasticamente a capacidade das empresas de influenciar os consumidores em nível pessoal... [As empresas] serão cada vez mais capazes de desencadear irracionalidade ou vulnerabilidade nos consumidores. Tal vulnerabilidade não é uma característica duradoura exclusiva de indivíduos ou grupos específicos (por exemplo, crianças, idosos, etc.); é uma condição contextual de impotência que surge em situações de consumo." (Calo apud Nadler; McGuigan, p. 11)

Quando Turing imaginou a Máquina Universal operando através de Inteligência Artificial e "aprendendo" sozinha ele se ateu aos dados, às informações

lógicas, e não às emoções, tanto que seu biógrafo explica que "a máquina interpreta o que quer que lhe seja dito, e de uma maneira muito definitiva, sem nenhum senso de humor ou senso de proporção" (Leavitt, 2011, p. 2017), mas os economistas baseiam grande parte de seu Marketing nas emoções, na impulsividade, então parece natural que o comércio virtual siga os mesmos exemplos. Mas como demonstrar para um computador que emoções se está sentindo? Muitas técnicas têm sido utilizadas para se chegar a tal perícia, como a análise do discurso de textos postados pelos usuários nas redes sociais e também a possibilidade de expressar as emoções com imagens, gifs animados e emojis. Luke Stark fala em psicométricas algorítmicas, ou seja, medidas do estado psicológico das pessoas que são feitas - com algum objetivo comercial, obviamente, afinal estamos em um sistema capitalista - utilizando-se recursos algorítmicos.

Em artigo de 2018, Stark começa descrevendo um teste feito pelo Facebook em 2012 com o intuito de manipular o estado emocional dos usuários da rede social. Os conteúdos dos feeds de notícias de 689.003 pessoas foi alterado de forma proposital e foram aferidas as reações das pessoas expostas a tais conteúdos através das postagens que elas faziam depois de terem contato com os feeds alterados. O estudo percebeu que havia uma correlação entre a positividade e a negatividade<sup>48</sup> à qual tais pessoas foram expostas e o que elas postavam depois, que as pessoas submetidas a mensagens mais positivas aparentavam pelas postagens um estado mais depressivo posteriormente, e que as que mais interagem com o site também aumentavam seus níveis de insatisfação pessoal. A polêmica em torno da pesquisa é que ela manipulou as emoções de usuários de forma deliberada sem o consentimento delas, já que a pesquisa foi realizada sem que nenhuma das "cobaias" soubesse<sup>49</sup>. Stark parte deste exemplo para confirmar que houve uma virada comportamental no comércio digital, principalmente após os anos 2000, e que Facebook é apenas uma das muitas empresas que exploram este tipo de manipulação. Outras formas de medir os humores ou emoções dos usuários são as

---

<sup>48</sup> As categorias de quais tipos de postagens seriam consideradas positivas ou negativas, critérios bastante subjetivos, foram selecionadas pela própria empresa que realizou os testes.

<sup>49</sup> Em outro momento do artigo, o autor salienta que essa falta de consciência "é essencial para garantir que usuários comuns continuem contribuindo com dados comportamentais" (Stark, 2018, p.211), não apenas pela questão do aceite ou não do uso de seus dados, mas também para garantir que as informações sejam orgânicas e espontâneas. Cardon também menciona algo semelhante em seu texto quando diz que os algoritmos preditivos são mais confiáveis que as pessoas porque "eles não respondem ao que as pessoas dizem que querem fazer, mas ao que realmente querem fazer, sem dizer isso" (Cardon apud Roberge; Sevfert, 2017, p. 103).

interações de forma geral, como os likes que elas dão ou não nestas plataformas, os quizzes e joguinhos de personalidade, enquetes ou "teste A/B", mudanças em status, como os de relacionamento, emojis, emoticons e gifs animados, tudo aquilo que possa revelar "o verdadeiro eu secreto, oculto ou distorcido" (Stark, 2018, p. 215) de cada consumidor em potencial. Mesmo com toda a estrutura apelativa de muitos aplicativos, há sempre aquelas pessoas que se negam a interagir com máquinas. Para estas pessoas foram criados os bots sociais, algoritmos robôs criados para agir como se fossem pessoas reais. Muitas vezes são perfis criados em redes sociais agindo como se fossem usuários para manipular as pessoas, outras vezes são programados por empresas para responder a determinadas perguntas feitas com mais frequência simplesmente como um meio de informar seus clientes. Ainda assim, alguns pesquisadores consideram seu uso desonesto, já que o usuário que interage com estes bots não sabe que está conversando - ou sendo influenciado - por um robô. Como lembra Oliver Leistert,

"Esses bots fora do regime são então lembretes de que a promessa feita por companhias como Facebook, de oferecer uma rede em uma versão segura e limpa do ambiente da perigosa e aberta internet, é impossível de realizar enquanto ela permanecer como um esforço neoliberal radical conduzido por interesses capitalistas." (Leistert, 2017, p. 160).

Há bots sociais de diversos tipos, como classifica o próprio autor: os "chatter bots", usados para atividades que precisam ser executadas, mas são vistas como entendiantes pelos humanos, como passar informações iniciais; os "governor bots", que buscam alcançar uma certa uniformidade nos grupos, impondo regras aos recém chegados, por exemplo; os "review writing bots", que como o nome já diz são responsáveis por produção de conteúdos; os "recommendation bots", que buscam ligar possíveis compradores interessados a determinadas mercadorias, os bots dos algoritmos de recomendação; os "fame enhancing bots", que são aqueles usados para seguirem usuários, fazendo parecer que eles são mais populares que na verdade são; os "malicious bots", que tentam inserir códigos nos aplicativos dos usuários para redirecioná-los para os sites desejados, normalmente armadilhas, os "phishing sites"; e os "sock puppet bots", que tem como objetivo influenciar debates em andamento. Para testar os perigos deste último tipo, um grupo de quatro pesquisadores brasileiros de Minas Gerais criou dois bots sociais e os colocou para interagir no Twitter por 90 dias. O objetivo era tentar testar o poder de influência que estes falsos usuários podem alcançar. Eles conseguiram interagir perfeitamente com



outros usuários, inclusive celebridades, receberam respostas deles quando se manifestaram a respeito de tópicos populares da rede e um deles chegou a ter níveis de popularidade comparáveis ao de famosos em programas classificadores de influência. Isso é uma grande ameaça, porque esses algoritmos inseridos em debates "interrompem a possibilidade de discussões contínuas e trocas de opiniões" (Idem, p. 164), fazendo com que um único discurso seja continuamente reproduzido e se mantenha. Leistert acredita que os bots funcionem bem porque partem dos dados humanos, isto é, copiam práticas humanas nestas redes sociais, de forma semelhante ao que fazem outros tipos de algoritmos. Ao mesmo tempo, nossa interação nestes ambientes vem sendo automatizada, somos levados a agir como máquinas, "precisamos ser treinados a agir como máquinas" (Idem, p, 161), o que dificulta discernir quando se está falando com uma pessoa que se tornou uma máquina ou com um robô simulando o comportamento de uma pessoa. Para o mercado, a produção e utilização destes robôs é um sucesso, que começou com a venda de seguidores em grande quantidade em troca de alguns dólares e, posteriormente, tem atuado principalmente nesta manipulação de opiniões e discussões, que também pode ter um baixo custo. Sobre a proibição destes bots, o autor se mostra pessimista e acredita ser inviável, pois, como ele reforça, "as próprias plataformas produziram usuários humanos que fornecem a compatibilidade necessária para que os robôs ressoem como eles" (Idem, p. 169).

As consequências da inserção dos bots em discussões políticas são gravíssimas, possivelmente afetando as democracias de vários países, inclusive o Brasil. Para quem duvida, alguns centros de pesquisa demonstram dados preocupantes sobre as eleições de 2018. Um vídeo do youtuber Estevão Slow cita uma pesquisa da Fundação Getúlio Vargas (FGV) que monitorou o Twitter e descobriu que mais de 5 milhões (5.415.492) de tuítes haviam sido feitos por contas automatizadas/robôs entre junho e julho de 2018, sendo 22,17% deles beneficiando candidatos e pautas de esquerda, 21,96% de direita e 16,18% do centro<sup>50</sup>. Na semana dos debates políticos, em setembro, ela avaliou um universo menor (406.742 tuítes também feitos por robôs), mas percebeu que o equilíbrio demonstrado na pesquisa anterior já não existia mais. Desta vez, os robôs de um único candidato, Jair Bolsonaro, que acabou vencendo as eleições, respondia por

---

<sup>50</sup> Ver Anexo I

68% dos assuntos do Twitter, sendo responsável por mais tuítes (276.767) que a soma dos bots dos outros 12 candidatos juntos<sup>51</sup>. Esta segunda coleta demonstrou que todos os candidatos à Presidência da República utilizaram tuítes automatizados em sua campanha, mas que a diferença na quantidade de seu uso muito possivelmente teve reflexos no resultado final.

Ainda falando sobre manipulação de opiniões e emoções, Shoshana Zuboff faz um estudo semelhante, mas baseando-se no Google como modelo de negócios e em como passamos o tempo todo disponibilizando nossos dados e comportamentos a ele para que tais dados possam ser vendidos a empresas e estas, por sua vez, nos manipulem para que consumamos seus produtos ou as ideias que elas querem incutir na sociedade. No capitalismo em que vivemos, que ela chama de Capitalismo de Vigilância<sup>52</sup>, ao invés de serem um fim em si mesmos os usuários se tornaram "a fonte de matéria-prima gratuita que alimenta um novo tipo de processo de fabricação" (Zuboff, 2015, p. 6). Ou seja, páginas como as redes sociais não são gratuitas porque seus criadores são comunistas e querem que todos tenham acesso a todos, mas porque o usuário não é o cliente, mas o produto que, posteriormente, é vendido às empresas. Estas podem escolher públicos mais gerais ou mesmo os segmentados, já que os usuários foram medidos e classificados algorítmicamente em categorias que revelam até seus estados psicológicos (perfis psicométricos) e como eles podem ser alterados.

### 2.3.1. Aprofundando no Cambridge Analytica

O caso Cambridge Analytica ganhou novos contornos com o lançamento do documentário "Privacidade Hackeada", em julho de 2019, disponível pela plataforma Netflix<sup>53</sup>, mostrando que a atuação da empresa era voltada para Marketing Eleitoral. No documentário, ex-funcionários da empresa descrevem abertamente alguns dos pontos que poderiam estar presentes no relatório que o The

---

<sup>51</sup> Ver Anexo II

<sup>52</sup> Alguns autores questionam o uso do termo Capitalismo de Vigilância proposto por Zuboff. Henrique Antoun, por exemplo, acredita que a vigilância não condiz com a atual fase do capitalismo porque o capitalismo se insere em um modelo de liberdade, oposto ao de vigilância. Para Antoun, se há uma forma de denominar a fase atual do capitalismo em que vivemos seria mais adequado utilizar Capitalismo Cognitivo, proposto por Antônio Negri, já que a principal diferença desta fase para as anteriores seria a predominância do conhecimento como um dos produtos mais importantes.

<sup>53</sup> Ironicamente, o documentário que fala sobre captação de dados de usuários de internet com vistas a manipulá-lo foi exibido por uma plataforma que atua em cima da captação de dados de usuários para oferecer conteúdos que possam interessá-lo, algoritmos preditivos.

Guardian teve acesso e que não teriam sido utilizados somente nas campanhas de Donald Trump e no Brexit, mas no mundo todo, como as da Tailândia em 2007, Trinidad e Tobago em 2009, Índia em 2009, Colômbia em 2011, Itália em 2012, Malásia e Quênia em 2013... Eles chegam a descrever como se deu a estratégia de campanha de Trinidad e Tobago: o país era dividido entre indianos e afrocaribenhos e a campanha era para favorecer os primeiros. Como os jovens já eram apáticos e preguiçosos, eles aumentaram sua apatia com a campanha "Faça algo: não vote", oferecendo vídeos com dancinhas e gestos de engajamento a todos os jovens. Como os jovens indianos seriam obrigados pelos pais a votar, a campanha só atingiria os afrocaribenhos - que de fato não foram às urnas, gerando um percentual 40% menor de comparecimento e contribuindo para a vitória dos indianos.

De acordo com o filme, os tais dados a que a empresa afirmavam ter acesso sobre cada eleitor norte-americano passavam de 5 mil pontos. Eles não haviam sido coletados somente dos usuários do Facebook que fizeram os testes de personalidade, mas também de todos os seus contatos e pessoas que interagiam com eles através de curtidas, atualizações de status e até mensagens privadas. O trabalho de persuasão e modulação de humores se concentravam naqueles que eles consideravam indecisos - chamados pelos funcionários da C. A. de persuasíveis - e não era realizado apenas pelo Facebook, mas em todas as plataformas em que pudessem ter acesso, principalmente com vídeos digitais de alta tecnologia. Como relatou Britany Kaiser, uma das principais ex-funcionárias da C. A. entrevistada para o documentário, na campanha de Trump "nós os bombardeamos através de blogs, sites, artigos, vídeos, anúncios, todas as plataformas que você pode imaginar. Até que eles viram o mundo do jeito que nós queríamos e votaram em nosso candidato".

Como mostrado na apresentação da empresa para possíveis clientes, a C. A. se apresentava não somente como uma máquina completa de propaganda, mas como uma agência de mudança de comportamentos líder em dados: "A personalidade influencia o comportamento e o comportamento influencia como você vota", explicou Chris Willie, um ex-funcionário da empresa. Segundo ele, a doutrina de Steve Bannon, que o filme apresenta como vice-presidente da empresa, é "Se você quiser mudar finalmente a sociedade, primeiro tem que destruí-la e somente depois de quebrá-la pode remodelar os pedaços segundo sua visão de sociedade",

o que era feito de forma personalizada segundo cada padrão psicográfico. A repórter do The Guardian que havia feito as denúncias, Carole Cadwalladr, lembrou que a SCL, que deu origem à Cambridge Analytica<sup>54</sup>, nasceu como uma empresa militar voltada para guerras de comunicação. Ela treinava militares para convencer adolescentes do Afeganistão e Iraque a não entrar para a Al-Qaeda. O trabalho de manipulação é feito de forma tão automática que outra funcionária, Brittany Kaiser, afirmava que a escolha era dos eleitores e que não tinha percebido que poderia estar tirando os sentidos de autonomia e liberdade dos indivíduos. Posteriormente, Kaiser começou a perceber que esta mudança de comportamento poderia ser considerada uma arma e acrescentou que o valor de empresas como Google e Facebook estavam no fato de possuírem dados pessoais de pessoas do mundo inteiro - já que dados podem chegar a valer mais que petróleo, no mercado atual.

O filme também menciona a disseminação de FakeNews como uma das estratégias de alteração de comportamentos. Embora não se aprofunde muito no assunto, mostra que muitos dos conteúdos falsos disseminados foram feitos por Russos - mostrando que a estratégia é global -, que a campanha de Trump foi baseada majoritariamente em críticas contra Hillary Clinton e que FakeNews chegaram a serem usadas para incitar um genocídio em Myanmar. A estratégia de difamação também é usada pela empresa contra aqueles que tentam denunciá-la, como foi feito com Willie e, de forma mais incisiva, Cadwalladr.

Em janeiro de 2020 a própria Kaiser divulgou uma série de emails trocados pela empresa entre 2016 e 2017 com vistas a trazer uma braço da C. A. ao Brasil para atuar nas eleições de 2018. De acordo com os emails, um representante da companhia visitou o Brasil para prospectar novas estratégias de negócios e oferecer o serviços a possíveis candidatos, além de verificar a que dados poderiam ter acesso para executar o serviço. A própria funcionária fez contato com alguns publicitários do país com vistas a convencê-los a se aliar à empresa para a qual trabalhava, já que a C. A. acreditava precisar de um parceiro nacional para entrar no mercado brasileiro, que seria o segundo maior mercado do mundo em gastos com marketing político. Um dos contatos seria um publicitário chamado André Toretta, que deveria ser responsável pela captação de dados dos brasileiros. Estas informações dividiriam os brasileiros entre seis a 12 perfis psicográficos para atuar

---

<sup>54</sup>Ver capítulo 1.

na modulação de humores. Os emails afirmam ainda que a empresa chegou a fazer contato com quatro prefeitos brasileiros, mas não há informações sobre se contratos chegaram a serem firmados.

#### 2.4. Aplicativos e os algoritmos nos smartphones

Adam Greenfield afirmou que o smartphone é o artefato de assinatura de nossa era, aquele que melhor nos representa. Ele talvez tenha sido o primeiro objeto – ou um dos primeiros – que compõe aquele grupo de tecnologias que atualmente denominamos Internet das Coisas (IOT)<sup>55</sup>. Embora seja considerado um desdobramento do telefone celular, este aparelho em muito supera seu antecessor, já que por convergir o sistema de telefonia com a internet - especialmente após o advento da banda larga - permite uma série de outras possibilidades e por ser móvel é possível que o mesmo seja utilizado em qualquer lugar. Não à toa o smartphone foi apropriado por ativistas do mundo todo<sup>56</sup> já desde os fins dos anos 1990 e se tornou não apenas meio de comunicação, mas também objeto indispensável dos cidadãos da atualidade, principalmente nas civilizações ocidentais<sup>57</sup>. Sendo um objeto vinculado à internet que pode ser carregado para todo lugar, também possui algoritmos que atuam na manipulação de comportamentos das pessoas de forma ainda mais aguda, já que acompanham fisicamente as pessoas onde quer que elas estejam.

Marshall McLuhan já havia estudado as formas como os meios de comunicação incidem diretamente sobre a maneira como nos comunicamos criando novas individualidades afirmando que "as consequências sociais e pessoais de qualquer meio (...) constituem o resultado do novo estalão introduzido em nossas vidas por uma tecnologia ou extensão de nós mesmos" (McLuhan, 1964, p. 16). Ao falar sobre as extensões técnicas do homem através dos meios de comunicação, se apropria do mito de Narciso para comentar que, de início, tais extensões causam

---

<sup>55</sup> Internet das coisas seria essa rede na qual objetos físicos de forma geral – não somente o smartphone – "são instrumentalizados com sensores e ganham capacidades infocomunicacionais (p. 11)" nos dizeres de Marquesa e Lemos, ou, de forma mais apocalíptica, objetos que representam "a colonização de nossa vida cotidiana pelo processamento de informações (2017, p. 24)", segundo a visão de Adam Greenfield.

<sup>56</sup> Mais detalhes sobre o uso de smartphones por ativistas no capítulo anterior.

<sup>57</sup> Embora experiências de convergência entre internet e aparelhos de telefone celular já estivessem sendo realizadas desde a década de 1990, como descreve a Wikipédia, considere sua massificação após os anos 2000 devido a três lançamentos que ocorreram na primeira década deste milênio: o lançamento do primeiro smartphone da Blackberry em 2002, do Iphone em 2007, e do sistema Android em 2008.

admiração: "Homens logo se tornam fascinados por qualquer extensão de si mesmos em qualquer material que não seja o deles próprios (Idem, p.42)", lembrando o furor que os primeiros aparelhos de smartphone causaram, sendo acessíveis apenas por pessoas muito ricas entre a década de 1990 e a primeira década dos anos 2000. Passada esta fase de admiração os smartphones foram se tornando uma tecnologia acessível, popularizada (em 2013 superaram pela primeira vez as vendas dos aparelhos de telefonia celular tradicionais) e rapidamente alteraram nossa cultura – obviamente ancorado nas transformações provocadas pela própria internet -, reprocessando o velho de forma tão rápida quanto um dia a TV reprocessou o cinema, nos dizeres do teórico profeta.

Mais recentemente, André Lemos e Daniel Marquesa retomaram a questão da manipulação de emoções pelos algoritmos que atuam nos sistemas dos smartphones declarando a obviedade da situação uma vez que "o mercado da IOT é um dos grandes impulsionadores do que Silveira (2017a) chama de biopolítica da modulação de comportamentos (MARQUESA; LEMOS, 2018, p. 12)". Ou seja, de acordo com a dupla os comportamentos não somente são alterados pelos objetos que compõem a IOT como suas reações são propositalmente manipuladas através da captação de dados e posterior alteração algorítmica, que é o que eles chamam de sensibilidade performativa. Deleuze e Guattari discordam de um objeto manipulando os hábitos das pessoas, já que para eles "não é a ferramenta que define o trabalho, mas o inverso. A ferramenta supõe o trabalho (DELEUZE; GUATTARI, 1997, p. 65)". Ainda assim, eles não descartam a manipulação das ações, mas ao invés de ser feita por objetos ela seria feita pelos agenciamentos que o determinam:

"A máquina é primeira em relação ao elemento técnico: não a máquina técnica que é ela mesma um conjunto de elementos, mas a máquina social ou coletiva, o agenciamento maquinico que vai determinar o que é elemento técnico num determinado momento, quais são seus usos, extensão, compreensão... (...) Os agenciamentos são passionais, são composições de desejo. O desejo nada tem a ver com uma determinação natural ou espontânea, só há desejo agenciando, agenciado, maquinado (Idem, p. 65 a 67)".

Se ainda houver qualquer dúvida sobre a atuação de algoritmos de captação de dados através dos sistemas dos smartphones, trabalhos como o realizado pelos jornalistas do New York Times, Stuart A. Thompson e Charlie Warzel, podem mostrar que aplicativos de smartphone não apenas apreendem dados da população

de forma completamente insegura como os revendem a empresas interessadas. A reportagem escrita pela dupla se baseou em um arquivo recebido por eles que continha mais de 50 bilhões de pontos de localização de mais de 12 milhões de americanos moradores de cidades como Washington, Nova Iorque, São Francisco e Los Angeles. O curioso é que os dados, captados entre 2016 e 2017, haviam sido adquiridos de uma fonte ligada a uma empresa de geolocalização e não uma telefônica ou alguém ligado ao governo. Os jornalistas mostraram como tais informações, extraídas através dos aplicativos muitas vezes sem o consentimento das pessoas, possibilitam que qualquer pessoa tenha seus hábitos monitorados e seja identificada através deles. Eles escolheram alguns usuários da lista e rastreando os dados recebidos conseguiram descobrir que um deles se tratava de uma cantora que prestava serviços à Casa Branca, que outro era um militar que participou de um protesto pelos direitos das mulheres e que um terceiro era um executivo da Microsoft que fez uma entrevista e passou, indo trabalhar na Amazon. Todas estas pessoas "identificadas" foram ouvidas pela reportagem e se mostraram assustadas com a forma como estavam sendo monitoradas. Como explicaram os jornalistas na matéria,

"para muitos americanos, o único risco real que eles enfrentam ao expor suas informações seria constrangimento ou inconveniência. Mas para outros, como sobreviventes de abuso, os riscos podem ser substanciais. E quem pode dizer que práticas ou relacionamentos qualquer indivíduo pode querer manter em sigilo, ocultar de amigos, familiares, empregadores ou governo?" (Thompson; Warzel, 2019),

questionaram acrescentando que na busca encontraram centenas de pessoas localizadas em mesquitas, clínicas de aborto e outros espaços passíveis de preconceito na sociedade norteamericana. Outro fator que chamou atenção na reportagem foi que muitas empresas que trabalham com geolocalização, especialmente as pequenas, assumiram que vendem os dados que conseguem captar. Mas como é caro desenvolver aplicativos para captar informações e, muitas vezes, a empresa não vai conseguir um público razoável que justifique o investimento, elas acabam inserindo seus programas de rastreamento em aplicativos de empresas maiores. São os chamados S. D. K. (Software Development Kits, ou Kit de Desenvolvimento de Software, em português). Essas empresas menores pagam de US\$ 2 a US\$ 20 por mil usuários mensais para os aplicativos para que possam inserir seu SDK e, de acordo com a reportagem, não são casos

isolados, mas padrão de quem atua no ramo de marketing. Um funcionário do setor de anúncios online relatou que "todo aplicativo está potencialmente vazando dados para cinco ou dez outros aplicativos. Cada S. D. K. está pegando seus dados e combinando-o com outros dados para saber mais sobre você" (Idem).

Além da vigilância, há ainda a manipulação de dados e mostras do que este tipo de algoritmo pode fazer vem sendo investigado por alguns pesquisadores após a descoberta do WhatsApp Marketing, um modelo de negócios vendido não somente a empresas mas a candidatos a cargos eletivos no mundo todo. Sua existência ficou evidente durante as eleições brasileiras de 2018<sup>58</sup>, mas sua utilização - ao menos no país - parece ser bem anterior. O publicitário Alessandro Santana, da empresa Atmosfera Publicidade, por exemplo, anunciou 2015, em uma entrevista concedida ao site Infomoney, que havia criado o conceito de WhatsApp Marketing no Brasil no ano anterior após ter sentido necessidade de oferecer algo mais aos candidatos que ele havia assessorado na eleição anterior. Descreveu a criação de uma ferramenta própria, um aplicativo que disparava WhatsApp personalizados em massa. Como o WhatsApp já possuía um detector e bloqueador de spams, ele explicou que burlava a fiscalização do aplicativo de mensagens comprando linhas de telefones comuns e colocando no software que havia criado. Este, por sua vez, fazia com que a mensagem chegasse com o nome do cliente, permitindo uma taxa de aceitação de 95%. "A empresa consegue enganar o sistema ao usar não apenas um, mas diversos números de telefone legalmente contratados ao mesmo tempo", acrescentava a matéria. Na época, Santana disse ter oferecido o produto tanto a grandes empresas, como Boticário e Harley Davidson, quanto a clientes pequenos, como "a lojinha da esquina", fazendo com que sua agência tivesse uma procura de mais de 300% e crescesse 12% ao mês.

Mas embora o publicitário tenha se considerado o criador do conceito no país, o modelo de negócios já estava em curso. Atualmente várias empresas<sup>59</sup> oferecem o mesmo tipo de serviço no país e, segundo o site da Receita Federal, algumas delas foram registradas em 2002<sup>60</sup>, como a LinkWS, de Recife, que oferece a ferramenta "LinkV", e a Yacows, de São Paulo, que embora tenha sido registrada em

---

<sup>58</sup> Ver sobre investigação do WhatsApp Marketing nas eleições brasileiras no capítulo anterior.

<sup>59</sup> Ver lista de algumas empresas relacionadas neste trabalho no Anexo III.

<sup>60</sup> Obviamente, como o WhatsApp só foi lançado em 2009, essas empresas provavelmente faziam um trabalho de disparo de mensagens em massa voltado apenas para mensagens de SMS, ainda sem um algoritmo mais refinado.



2011, é detentora da ferramenta "Bulk Services", que possui um registro próprio desde 2003, no qual consta que é uma "empresa domiciliada no exterior". Depois de 2010 a oferta ficou ainda maior e há tanto aquelas que oferecem ferramentas terceirizadas, como a mineira Quick Mobile, fundada em 2013, que oferece a ferramenta Acert, como as que já desenvolveram seus próprios softwares, caso da SMS Market, registrada em 2012, em Bauru, que diz ter "solução própria" para o disparo de mensagens.

A maioria das empresas oferece a possibilidade de enviar qualquer tipo de conteúdo, seja ele texto, imagem, áudio e vídeo e elas oferecem planos diferenciados relacionados à quantidade de mensagens entregues e à rapidez. A Speed Market, por exemplo, pede um prazo de 48 horas para entregar as mensagens de WhatsApp, mas detalha os valores dos planos que oferece e permite pagamento através do PagSeguro, tanto no boleto como parcelado no cartão em até 15 vezes. Outras empresas oferecem bases de dados segmentadas com mais de 200 milhões de telefones, como a Namosca Mobi e a Bulk Services, que promete perfis selecionados por "Sexo, Idade, Cargo, Estado, Cidade, Bairro, Renda, Classe Social e muito mais", demonstrando os algoritmos de "microtargeting"<sup>61</sup> em plena ação. A SMS Marketing oferece planos com Chatbot, o robô para respostas automáticas. A Croc Services vai além e oferta, além das listas, já a criação de grupos no aplicativo. Mas a mais ousada das empresas avaliadas foi a VBMarketing, que declarou abertamente no período eleitoral que vendia chips e que possuía mais de 30 máquinas simultâneas para fazer os disparos, sendo por isso mais ágil que as concorrentes. Atualmente ela se considera a número um do mercado. Algumas empresas deixaram claro em suas páginas que estavam voltadas para as campanhas eleitorais de 2018, como a Quick Mobile, que diz que é homologada pela Anatel e anunciava que "Um SMS pode valer um voto" e sugeria ao cliente "Fale com seu eleitor a qualquer momento"; a Atmos Envios – "Trabalhamos como canal de comunicação entre candidatos e possíveis eleitores, integramos o relacionamento dos mesmos de maneira informativa e esclarecedora para o público selecionado"; e

---

<sup>61</sup> De acordo com a Wikipédia, microtargeting, ou microsegmentação, "inclui técnicas de datamining de marketing direto que envolvem segmentação preditiva de mercado (também conhecida como análise de cluster). (...) O termo microsegmentação foi cunhado em 2002 pelo consultor político Alexander P. Gage, "já que embora seja uma estratégia de marketing é comumente mais utilizado como estratégia de campanha política"."

a Bulk Services, que fez diversas postagens em seu blog ensinando a usar a ferramenta nas estratégias de marketing eleitoral.

O modelo de negócios, aliás, inclui estratégias de ensino e aprendizado também. Por isso muitos sites oferecem blogs com dicas sobre como produzir os conteúdos que serão disparados através das ferramentas ou cursos rápidos sobre como utilizar os aplicativos disponibilizados nas páginas. Por isso, várias das empresas oferecem blogs informativos para seus clientes, acessáveis das próprias páginas iniciais das empresas. Em outras, os publicitários e empresas interessados podem se cadastrar para receber alguns conteúdos do tipo por email, contribuindo ainda mais para enriquecer a lista de números de telefones que possam receber os disparos. E há as empresas que oferecem apenas os cursos – em sua maioria voltados para o marketing eleitoral –, sugerindo a contratação de outras ferramentas de disparo de mensagem. O site "Presença Online", por exemplo, oferecia em 2018 um curso a distância de uma hora sobre "WhatsApp para Campanhas Eleitorais" pelo valor de R\$ 200, que abrange desde o formato dos conteúdos produzidos, até a contratação de empresas de disparo e informações sobre a legislação eleitoral de 2018. Atualmente oferece também por R\$ 99 outro de duas horas sobre "Como usar Chatbot na Comunicação Política"<sup>62</sup>.

A maior parte das empresas que já oferece esse tipo de serviço no mercado pede que o cliente faça contato através de email e peça um orçamento desta forma, sendo que algumas oferecem testes gratuitos do serviço por prazos curtos, como a Croc Services e a SMS Marketing. Mas outras especificam os pacotes que têm a oferecer – com e sem os preços especificados –, como a Namosca Mobi, cujos pacotes variavam de 20 mil a 150 mil envios nas últimas eleições. A Bulk Services fala em pacotes de até 5 mil créditos com relatório de envio e suporte e outros de até 10 mil créditos, que além dos outros serviços inclui prioridade no envio. A Speed Market é uma das poucas que declaram seus valores, cobrando de 20 centavos por mensagem no pacote de 500 mensagens (R\$ 100) a 12 centavos no pacote de 200 mil mensagens (R\$ 24 mil). Para envios acima de um milhão de mensagens, a empresa pede para ser consultada por email. Osmar Lazarini, da agência de publicidade Trampo, diz que os pacotes de um milhão de mensagens ficam entre R\$ 35 mil e R\$ 85 mil reais, dependendo da empresa. Em 2015, a Atmosfera

---

<sup>62</sup> Ver em <https://presencaonline.com/cursos/ead/>

Publicidade cobrava entre 14 e 27 centavos por disparo, mas em entrevista concedida em 2018, Alessandro Santana afirmava que seu negócio não foi o que ele esperava e que não trabalhava mais com WhatsApp Marketing. A LinkWS vende só o acesso ao aplicativo LinkV, sem mailing, e por isso cobra R\$ 49,90 como taxa permanente, já inclusos o suporte e a manutenção. E uma terceira forma de cobrança foi demonstrada em matéria do portal Intercept, e se baseia não nas mensagens, mas nos contatos: cada contato varia de 9 a 25 centavos, dependendo do grau de segmentação.

#### 2.4.1. Polêmicas envolvendo o WhatsApp no Brasil

O aplicativo de mensagens WhatsApp foi criado por Brian Acton e Jan Koum, que já possuíam a expertise do Yahoo, e tiveram um crescimento exponencial logo nos primeiros anos de existência<sup>63</sup>. As principais características que permitiram o crescimento da ferramenta foi sua compatibilidade com praticamente todos os sistemas para telefones e smartphones existentes na época de seu lançamento (Android, BlackBerry OS, iOS, Symbian, Windows Phone e Nokia), além da possibilidade de, além das mensagens, enviar imagens, vídeos, documentos em PDF e até mesmo fazer ligações se houver internet disponível. Em novembro de 2014, nove meses após ter sido comprado pelo Facebook, passou por uma avaliação de segurança e marcou apenas dois de sete pontos possíveis, devido à possibilidade de acesso às mensagens por terceiros. Depois disso, lançou mão de várias medidas de segurança, entre elas a encriptação total de mensagens, em 2016, que impedia que a mensagem pudesse ser interceptada antes de chegar ao receptor. No Brasil, atualmente são mais de 120 milhões de usuários.

A pesquisadora Raquel Rennó, do projeto "Our Data Our Selves", fez um estudo sobre o uso do WhatsApp em campanhas políticas e elencou algumas das razões pelas quais a ferramenta tem sido tão importante no marketing eleitoral, especialmente nos países do Sul, como o Brasil, e naqueles com amplas áreas rurais, onde o acesso à internet é limitado e feito comumente mais através de smartphones. Entre os motivos estão a possibilidade de criar comunidades de contatos fechados com até 256 pessoas; o fato de que as pessoas sentem que as mensagens são pessoais por as estarem recebendo através de um aplicativo

---

<sup>63</sup> Na Ásia, por exemplo, a Wikipédia fala em um salto de dois bilhões para dez bilhões de mensagens circulando por dia em apenas quatro meses.

supostamente fechado, “aproximando” o eleitor e o candidato; a rapidez com que a mensagem chega podendo criar um clima de urgência para repassar alguns dados e fomentando sua viralização; o fato de penetrar em comunidades isoladas que não têm acesso a outras plataformas; também pode ser utilizado para grupos pequenos e fechados para organizar um planejamento; não permite a checagem das informações dos links, pois para isso é necessário que todos tenham uma internet mais robusta, o que nem sempre é o caso; a comunicação é encriptada, ou seja, as informações não podem ser interceptadas antes de chegar ao destinatário; e é barato ou até gratuito. Para 2020 ainda está prevista mais uma novidade: uma atualização com um novo método de agendamento que permite que as mensagens se excluam automaticamente em tempo previsto pelo usuário que varia de uma hora a um ano, impedindo possíveis investigações sobre conteúdos disponibilizados pela plataforma.

Sobre o ponto que trata sobre os custos do aplicativo, repousa uma das polêmicas envolvendo seu uso: a política do zero-rating. Trata-se de uma prática das empresas de telefonia que oferecem pacotes de dados através dos quais o cliente não precisa pagar pelo uso de plataformas como o WhatsApp e o Facebook. De acordo com Rennó, em 14 dos 15 países em que a política é praticada ela está ligada às duas plataformas. Com isso, o usuário de locais com pouca cobertura de internet, não podendo checar as informações que recebe, muitas vezes repassa o link só com base no título. Outra questão, é que se ele tem acesso a estes serviços gratuitamente, acaba ficando desestimulado a ir para outras páginas de internet quando pode, já que teria que consumir seu pacote de dados nestes endereços. Além de todas estas razões, a autora diz que especialistas em marketing concordam que "a informação difundida via WhatsApp tem maior impacto do que as de outras plataformas porque tem maior penetração e parece ter vindo de uma fonte conhecida ou confiável" (Rennó, 2018).

Outra polêmica séria envolvendo este modelo de negócios é a da formação dos bancos de dados utilizados. Como as empresas de disparos de mensagens conseguem os bancos de dados que possuem? Normalmente, as empresas que trabalham com assessoria de imprensa possuem um mailling list próprio com contatos dos jornalistas ou compram de empresas especializadas. No entanto, como os jornalistas também estão interessados em receber estas informações, eles

próprios se cadastram nos maillings das empresas especializadas ou ao menos são consultados sobre suas informações. Mas neste caso, estamos falando de pessoas comuns, que muitas vezes sequer sabem que seu número está em um banco de dados para recebimento de spams. Algumas empresas consultadas, especialmente as de publicidade e que possuem blogs, afirmam ter criado seu banco de dados através de ofertas de produtos como ebooks e cursos gratuitos. Eles oferecem o produto e em troca o usuário tem que colocar contatos de email e telefone. Mas embora alguns candidatos ofereçam dados de apoiadores que os disponibilizaram voluntariamente, a maioria das empresas afirma que se utiliza de dados públicos, alguns coletados de redes sociais e outros obtidos pelo governo de forma legal e mesmo ilegal, e de dados comprados de empresas de crédito e telefônicas. E embora nesta pesquisa isso não tenha sido detectado, não se deve descartar a possibilidade de estas empresas também usarem S. D. K., da mesma forma das que trabalham com geolocalizadores.

Ainda que os dados só tenham sido retirados das fontes apontadas pelas empresas, já é bastante informação obtida sem o consentimento das pessoas. Em 2017, por exemplo, o marqueteiro André Toretta<sup>64</sup> mostrava como era possível obter 750 informações sobre cada indivíduo mesclando informações do banco de dados do Governo Federal e da empresa Serasa Experian, que analisa dados para decisões de crédito e apoio a negócios:

"Os bancos de dados do Brasil estão sendo construídos agora. Temos bons e ruins bancos de dados públicos. O Governo deve ter no mínimo de 500 a 700 pontos de informação da gente, o IBGE deve ter uns 250 pontos, não pessoal, mas da microrregião onde você mora. (...) Já temos então 700 pontos de informação de cada brasileiro. O Serasa deve ter mais uns 40 pontos de informação" (TORETTA, 2017).

Uma pesquisa da Coding Rights, citada em uma matéria do site Intercept, também fala em um mix de dados públicos, como os do Censo, com outros comprados não apenas da Serasa – que possui dados de 67% dos brasileiros -, mas também da empresa telefônica Vivo e de empresas que rastreiam as contas de redes sociais, como o Facebook, em busca de números de telefone. Neste caso, existem algoritmos que captam os números de telefone já segmentando os do público desejado, através do uso de palavras-chave, reunindo quase mil números de

---

<sup>64</sup> O mesmo que havia sido procurado pela Cambridge Analytica. Ele confirmou ter trabalhado com ela e disse ter proposto à empresa que utilizasse o WhatsApp, mas assegurou ter rompido a parceria em março de 2018.

telefone em menos de dez minutos e dez cliques. É possível encontrar vídeos no Youtube ensinando a usar os programas que contém estes algoritmos, embora a extração de informações pessoais sem o consentimento destas pessoas seja ilegal e viole as regras de uso de dados do Facebook. Entre os dados conseguidos junto ao Governo Federal, há denúncias de que estejam os de 13 milhões de famílias atendidas pelo programa Bolsa Família, outro dado sigiloso, sob responsabilidade do Ministério do Desenvolvimento Social. Neste caso eles teriam sido usados como destinatários de propaganda eleitoral feita pela empresa Deep Marketing, a pedido do candidato a presidência Henrique Meirelles, do MDB, poucos dias antes do primeiro turno das eleições.

Além de as pessoas não saberem que foram ou como foram parar nestes bancos de dados, já que muitas das informações são até mesmo furtadas de companhias telefônicas, seus comportamentos são analisados como se estivessem em um laboratório científico para que as empresas possam direcionar as campanhas para seus perfis. Como comentava Toretta, se cada candidato tem cerca de 50 discursos em um programa de governo, aquele que será direcionado a cada possível eleitor do banco de dados vai ser escolhido de acordo com as preferências das pessoas. Estas se tornaram conhecidas a partir das "750 informações" obtidas nos bancos de dados. Segundo ele, não se trata de uma enganação, mas de "entregar" o que o consumidor/eleitor quer ver.

A manipulação algorítmica através do WhatsApp voltada para a política, como aponta o estudo de Raquel Rennó, tem sido feito com as mesmas motivações de Buzz Marketing dos spams através de emails ou SMS em eleições de outros países, para "moldar diálogos políticos" e "espalhar desinformação ou informação difamatória". Esta possibilidade já havia sido aventada na eleição brasileira de 2014, quando uma mensagem que prejudicava a candidata Dilma Rousseff foi enviada a eleitores na manhã do segundo turno das eleições presidenciais; e também no primeiro semestre de 2018, durante as eleições da Malásia, quando o partido de oposição conseguia difundir suas mensagens através de 991 grupos de WhatsApp por dia – atualmente o aplicativo permite que cada pessoa, ou seja, cada número de telefone, crie até 9.999 grupos em sua conta. No Brasil, o uso de empresas para disparos de mensagens em massa através da plataforma veio à tona já no segundo turno das eleições de 2018, após uma matéria do jornal Folha de São Paulo que

apontava que empresários que apoiavam o candidato Jair Bolsonaro estavam pagando para estas empresas fazerem disparos que prejudicavam seu opositor, o candidato Fernando Haddad (PT). Cada disparo – que teria sido feito pelas empresas SMS Marketing, Quick Mobile, Yacows e Croc Services - teria custado cerca de R\$ 12 milhões e, se levamos em conta os valores de algumas empresas mencionados neste trabalho, podemos imaginar que é bem significativa a quantidade de usuários para os quais a mensagem foi destinada.

Quando o WhatsApp foi criado cada chip de celular poderia disparar mensagens para 250 contatos por vez, mas desde julho de 2018 este número foi reduzido em vários países, inclusive o Brasil, para 20<sup>65</sup>. Por isso, os chips a partir dos quais os disparos eram feitos tinham os números modificados para códigos de área estrangeiros através de sites como o TextNow. Obviamente, eram escolhidos países onde não vigorava a restrição de 20 mensagens, permitindo que cada chip as encaminhasse aos 250 contatos por vez permitidos anteriormente. Outra prática do Brasil em relação aos chips é o uso das "Fazendas de celulares", que no passado eram aparelhos de celular ligados ininterruptamente disparando mensagens. Atualmente, os aparelhos não são mais necessários, e algumas empresas – como diz o anúncio da VB Marketing, por exemplo -, conseguem disparar somente com os chips em máquinas com algoritmos especializados que são capazes até de fazer um rodízio entre os chips na tentativa de "enganar" o sistema do WhatsApp e fazer parecer que não se trata de spam. Uma matéria do Uol<sup>66</sup> descreve outra estratégia para fazer os números dos chips receberem mensagens e não demonstrarem comportamento de robô, só fazendo disparos: eles colocam seus números em propagandas falsas de jornal com preços baixos para enganar consumidores que, interessados, vão mandar mensagens e "esquentar" o número perante os sistemas do aplicativo de mensagens. Quando a matéria da Folha foi divulgada, vários números de celulares ligados às empresas que teriam prestado o serviço aos empresários foram bloqueados. Por isso, segundo um funcionário de uma delas, a Yacows, a empresa comprou novos chips e registrou em nome e CPF de ao menos

---

<sup>65</sup> Em janeiro de 2019 o número de contatos foi reduzido de 20 para 5, como já pediam alguns pesquisadores da área. Na ocasião, o presidente do Brasil, Jair Bolsonaro, criticou a mudança e afirmou que estava sendo "censurado" pelo WhatsApp. Apesar da mudança, esta dissertação se refere ao uso da plataforma até 2018, por isso vamos considerar o número de 20 contatos.

<sup>66</sup> Detalhes em <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/como-telefones-de-usuarios-do-facebook-foram-usados-por-campanhas-em-disparos-em-massa-no-whatsapp.shtml>

10 mil pessoas com idades entre 65 e 86 anos, que obviamente sequer sabiam que estavam em um banco de dados.

Mas além dos disparos em massa, as empresas também vendem serviço de monitoramento e ajustamento da operação, que é onde se encontra uma das partes mais importantes da operação. Isso porque os contatos são incluídos em grupos junto com funcionários de agências de publicidade responsáveis pelas campanhas eleitorais sem que saibam que há profissionais de Marketing no ambiente. Estes funcionários lançam comentários ou posts para testar a reação dos participantes dos grupos. As reações destas pessoas são analisadas e classificadas como negativas, positivas ou neutras. As pessoas que reagiram de forma neutra passam a receber conteúdos contrários ao adversário do candidato que contratou o serviço. As que apoiaram a postagem continuam recebendo conteúdos semelhantes. E as que tiveram reação negativa passam a receber informações que agridam seus valores pessoais – já detectados entre os dados disponibilizados – para que criem uma rejeição ao candidato adversário. Definidos os perfis, as pessoas continuam a receber mensagens em massa, que podem ser verdadeiras ou falsas, mas desta vez com conteúdo mais "adequado" a elas, como explicava a estratégia de Toretta. O esquema é bastante semelhante ao usado na Campanha de Donald Trump, mas neste caso os dados haviam sido coletados e redirecionados principalmente pelo Facebook.

A maior parte das empresas de disparo em massa pelo WhatsApp que divulgam seus portfólios em páginas da internet demonstram que sua clientela se baseia em grandes empresas, e apenas uma delas, a Namosca Mobi, revela já ter prestado serviços à Caixa Econômica Federal, uma empresa pública, e aos partidos PT, PSDB e PMDB. Mas nas matérias que abordaram o caso de compras de disparos na campanha eleitoral de 2018 é mencionado o uso do produto pelo candidato a presidente Henrique Meirelles (MDB), que contratou os serviços da Deep Marketing; o candidato a governador de Minas Gerais pelo Novo Romeu Zema, que contratou a Croc Services por R\$ 200 mil e pode ter tido apoio do partido através de outro contrato com a mesma empresa de mais R\$ 165 mil; e os candidatos a deputada federal Flávia Rita, do PMB, e deputado estadual João Leite, do PSDB, ambos de Minas Gerais, que contrataram a Kiplix. A Kiplix e a Deep Marketing, de São Paulo, pertencem aos empresários Lindolfo Antonio Alves Neto e



Flávia Alves, também donos da Data Stone, Red Telecom e Yacows. Esta última foi subcontratada pela AM4, empresa que recebeu ao menos R\$ 650 mil para conduzir a campanha de Jair Bolsonaro, sendo R\$ 115 mil só pra alimentar e administrar grupos no aplicativo de mensagens. Um dos sócios da AM4 chegou a criticar o disparo de mensagens em massa, mas assumiu que a Yacows usou sua plataforma – Bulkservice – para disparar 8 mil mensagens de WhatsApp que, segundo ele, não constituem disparos em massa.

### 3 Contexto de ódio

Também é importante compreender em que contexto histórico se deram essas mudanças entre os usuários da internet a partir dos anos 2000. Um dos primeiros acontecimentos políticos marcantes a nível mundial a partir desta data foi o ataque às torres gêmeas de Nova Iorque. O prédio do World Trade Center, um centro de negócios, foi atingido por dois aviões, na manhã do dia 11 de setembro de 2001. Outro avião foi jogado contra o Pentágono, o centro de inteligência de guerra americano que ficava próximo a Washington, e um quarto caiu em um campo na Pensilvânia. Os aviões haviam sido sequestrados por 19 pessoas que, posteriormente, foram identificados como ligados ao grupo terrorista Al-Qaeda, do Afeganistão. Eles esfaquearam os tripulantes e alguns passageiros dos vôos, que eram comerciais, para tomar o controle das aeronaves e provocar os ataques. O quarto avião, que voava em direção ao Capitólio, não chegou a seu objetivo porque alguns passageiros souberam dos outros ataques e tentaram retomar o controle da aeronave. Ao todo, morreram 2.993 pessoas, segundo matéria da revista Superinteressante, e outras 6.200 ficaram feridas. Os ataques foram televisionados, sendo que a segunda torre foi atingida ao vivo, já que repórteres estavam no local cobrindo o avião que havia batido na primeira torre. As escolhas dos alvos dos ataques não foram aleatórias: o WTC representava um dos principais pilares financeiros norte-americanos, o Pentágono sua base militar e o Capitólio sua base política. Rubens Antônio Barbosa, que era embaixador do Brasil nos Estados Unidos na época dos ataques, acredita que os Estados Unidos foram selecionados porque representavam uma potência mundial semelhante à descrita por Michel Hardt e Antonio Negri em "Império", não no sentido de conquista territorial, mas como "aparelho de descentralização e desterritorialização do geral que incorpora gradualmente o mundo inteiro dentro de suas fronteiras abertas e em expansão" (Hardt; Negri, 2001, p. 12). Ou seja, o país tem o maior poder econômico, tecnológico, militar e, principalmente cultural do planeta, ainda que não tenha domínio político formal sobre outras nações. Ele aponta como outros povos devem viver, de acordo com sua própria cultura, principalmente devido a seu poderio cinematográfico. Diferente do imperialismo presente até o século XIX, quando havia uma presença física do planeta dominante, o "Império não só administra um território com sua população mas também cria o próprio mundo que ele habita" (Idem, p. 15).

Para o brasileiro, os terroristas afegãos e, de forma geral, os muçulmanos do oriente, representam os bárbaros, aqueles que estão à margem do Império, sendo por isso uma das motivações do ataque "a exclusão de boa parte do mundo da prosperidade do Império"(Barbosa, 2002). Era como se uma parte do mundo estivesse querendo mostrar que a Globalização não era total e que os que estavam fora dela estavam dispostos a lutar por sua individualidade.

Outro embaixador do Brasil na época, mais precisamente na Itália, Rubens Ricuperro, fez uma análise ainda mais profunda sobre os ataques de 11 de setembro, também a partir de Império. Para ele, todo o século XX foi uma disputa entre o modelo democrático capitalista e o socialismo, tendo a guerra fria começado de fato em 1917, junto com a Revolução Russa. O mundo estaria vivendo a ilusão de que, com o fim da União Soviética e a queda do Muro de Berlim essa disputa chegaria ao fim, trazendo a globalização de mercados e culturas como um consenso e com ele a paz. No entanto, aqueles que viviam tal ilusão não haviam percebido que tanto as forças globalizadoras quanto as tecnológicas "trariam os bárbaros cada vez mais para dentro, para o coração mesmo do sistema, ainda que como inimigos" (Ricuperro, 2003). Por isso, os ataques atuariam como desencadeadores da "perda da inocência", quebrando esta ilusão de paz que vigorava há 12 anos. Em contraponto à queda do muro de Berlim, o episódio de 2001 seria

"o retorno da heterogeneidade, após um breve interlúdio de convergência. (...) É a imagem da reconstrução dos muros: os físicos, como o que pretende separar Israel dos palestinos, reeditando o Muro de Berlim; os político-jurídicos (as restrições na Europa, nos Estados Unidos, no Japão, contra imigrantes pobres e refugiados); os econômicos (as barreiras protecionistas agrícolas ou outras contra países em desenvolvimento); e, em particular, os muros mentais, os que edificamos para não ver esses problemas" (Idem).

De fato, houve sim um aumento do individualismo, do medo, não apenas nos Estados Unidos, mas no mundo todo. É importante falar em acirramento, porque o individualismo é uma característica do sistema econômico capitalista e, embora tenha ficado mais forte, não surgiu devido ao ataque às torres gêmeas. Segundo Foucault o individualismo já vem sendo inserido na sociedade desde a contra-reforma como um mecanismo alienante, através do controle das práticas sexuais das pessoas, que se deu inicialmente de forma individual, posteriormente de forma social e por fim chegando ao isolamento. Ele descreve que o mesmo começou quando a Igreja impôs "regras meticulosas de exame de si mesmo" (Foucault, 1999,

p. 23) e "atribui cada vez mais importância (...) a todas as insinuações da carne" (Idem, p. 23), criando então uma "superdiscursividade" das práticas sexuais. Essa "superdiscursividade" da sexualidade atuou como mecanismo opressor da mesma, impondo regras de conduta e determinando que cada sujeito seria responsável por se autoexaminar e se adequar às regras impostas como sendo as da sexualidade "normal", tentando suprimir quaisquer anomalias. Só que a sexualidade é diferente para todas as pessoas, então com essa supervalorização do discurso da carne, houve uma subvalorização do discurso da mente. Isto é, por passarem tanto tempo preocupados com essa adequação, com esse pensar sobre as potencialidades do corpo e com suas possíveis perversões que deveriam ser obliteradas, deixou-se de pensar nas potencialidades da mente e em suas possibilidades criativas. O ser humano é naturalmente curioso, questionador; se está questionando sua sexualidade, está voltado para si mesmo, então não vai questionar a sociedade.

Um segundo movimento após esse processo de interiorização e alienação foi o controle social. Houve uma construção do homem como um animal confessor, que se punha em posição de inferioridade ao outro que ouve a confissão. Isto porque a "(...) instância da dominação não se encontra do lado de quem fala (pois é ele pressionado) mas do lado de quem escuta e cala; (...) discurso de verdade adquire efeito, não em quem o recebe, mas sim naquele de quem é extorquido" (Idem, p. 62). O homem se sentia tão inferior como pecador, que provavelmente buscava calar toda a criatividade e toda a novidade que havia em sua mente, fosse ela sexual ou intelectual, e como "o que deve ser calado encontra-se banido do real como interdito por excelência" (Idem, p. 82), ele não se via como ser capaz de produzir conhecimento. Enfim chega-se ao terceiro movimento: o isolamento. "É através do isolamento, da intensificação e da consolidação das sexualidades periféricas que as relações de poder com o sexo e o prazer se ramificam e multiplicam, medem o corpo e penetram nas condutas" (p. 48). O homem se isolava para realizar o exame de si mesmo, para não dividir suas perversidades com os outros e porque o outro poderia ser ainda perverso. Essa biopolítica desagregou os grupos sociais e tornou a todos vigilantes, vigilantes de si e vigilantes dos outros. Instaurou um sistema constante de desconfiança devido a esse excesso de vigilância. Nesse isolamento não havia construção conjunta de conhecimento, não poderia haver inteligência coletiva.

Simultaneamente à questão da individualidade posta acima, o capitalismo ainda impregnou nossa sociedade da necessidade constante de produtividade, contribuindo ainda mais para o processo de alienação. Ancorado neste modo de vida e com o apoio de tecnologias surgidas posteriormente, houve a disseminação de certa apatia entre a população. Jonathan Crary escreveu 24/7 para demonstrar de que forma essa exigência por produtividade pode se tornar ainda mais aguda e lá ele revela como a televisão contribuiu para essa passividade, primeiramente como mecanismo disciplinador: "Como as normas disciplinares dos locais de trabalho e escolas perderam sua efetividade, a televisão foi transformada em uma máquina de regulação, introduzindo efeitos previamente desconhecidos de sujeição e supervisão" (Crary, 2013, p. 81); e criando um laço que unia a todos, sem que necessariamente culminasse em uma conexão mental: "A televisão rapidamente redefiniu o que é ser membro da sociedade. Até mesmo a pretensa valorização da educação e participação cívica diminuíram, como a cidadania foi suplantada pela audiência" (Idem, p. 79) . Por isso, a escolha por não realizar os ataques de forma simultânea, para que houvesse tempo hábil para que ao menos um deles fosse transmitido pela televisão, foi tão importante. Todos que o tivessem assistido, ainda que de forma isolada, cada um em sua casa, partilhariam do mesmo sentimento de medo<sup>67</sup> - e posteriormente, grande parte dos expectadores, acabaram partilharam dos mesmos rancores e preconceitos contra os orientais.

Mais especificamente em relação aos Estados Unidos, o país passou a destinar cada vez mais dinheiro a seu setor militar e com isso deixou de investir na polícia local, o que aumentou os níveis de violência do país, também contribuindo para o aumento do medo. Mensagens de emails de toda a população eram cada vez mais grampeadas e fiscalizadas pelo governo na tentativa de evitar novos ataques terroristas. O controle do tráfego aéreo se tornou maior: alguns aeroportos começaram a utilizar um scanner corporal que permite visualizar até a pessoa sem roupas para evitar que elas levem bombas presas ao corpo, pessoas de alguns países começaram a serem bloqueadas nas fronteiras. Nas prisões militares o uso da tortura passou a ser permitido. O preconceito, especialmente contra muçulmanos e orientais de forma geral também aumentou, já que os Estados Unidos empreenderam uma campanha "contra o terror" que atacou não apenas supostos

---

<sup>67</sup> Como lembra Jean-Paul Marthoz citando Brian Jenkins, "o terrorismo é dirigido às pessoas que o assistem, não às suas reais vítimas" (Marthoz, 2018, p. 11)

terroristas afegãos ligados ao ataque, mas também suspeitos de praticarem o terrorismo no mundo todo. Foi nesse momento que surgiram movimentos de resistência como o ISIS<sup>68</sup> que, posteriormente, se transformaram em grupos terroristas. Mas um dos desdobramentos do ataque que mais teve impacto sobre a forma como vivemos atualmente foi a chamada crise do subprime<sup>69</sup>, em meados de 2007.

Assim que o ataque aconteceu a Bolsa de Valores de Nova Iorque fechou e o governo norte americano então injetou US\$ 300 bilhões no mercado financeiro para tentar evitar uma crise econômica. Meses depois destinou mais uma verba bilionária para obras de reconstrução em Nova Iorque e aumentou em 25% o Orçamento das forças militares, mas nenhuma destas medidas foi capaz de fazer a economia girar, já que os investidores estavam com medo de novos ataques. O governo então baixou os juros para financiamentos imobiliários, as pessoas começaram a procurar os bancos em busca deste tipo de financiamento e a economia não chegou a entrar em crise naquele momento. Até mesmo quem já tinha casa ou não tinha condições de pagar aderiu aos financiamentos, já que as parcelas iniciais eram pequenas, o que gerou uma desvalorização dos imóveis. Além disso, os bancos revendiam financiamentos entre eles para tentar fugir da regulamentação internacional imposta pelo acordo de Basileia, que exigia transparência em todas as operações, e aderiam a outras instituições financeiras (como bancos de investimentos independentes). O esquema era chamado de Global Shadow Banking System e estava funcionando bem, até que as pessoas começaram a ter dificuldades de pagar os financiamentos. Algumas chegaram a pegar novos financiamentos para pagar as casas que já estavam hipotecadas, criando uma dívida sem fim. Como os bancos estavam todos interligados entre eles, devido às trocas de financiamentos, houve uma crise em cadeia. O governo americano injetou dinheiro nos bancos, para que eles pudessem se recuperar, mas então foi o governo que ficou em dificuldades financeiras e começaram a ter dificuldades em honrar seus compromissos com outros países. O economista Simão Davi Silber, consultado na matéria da revista Superinteressante, afirmou que "fazia todo sentido os EUA responderem ao ataque terrorista com uma era de crescimento, mas a crise imobiliária só surgiu porque havia crédito em

---

<sup>68</sup> Ver mais detalhes no capítulo 1.

<sup>69</sup> Subprime são as hipotecas americanas de alto risco. A crise recebeu este nome porque foi desencadeada por financiamentos imobiliários.

excesso e um espírito de reconstrução nos EUA" (Silber apud Cordeiro; Garattoni, 2016). Fazendo sentido ou não, a crise se espalhou pelo mundo todo falindo vários bancos, gerando desemprego e provocando grande recessão, principalmente no mundo ocidental.

Talvez como uma resposta à crise econômica que abarcou o mundo praticamente todo, começaram a emergir em todo o globo movimentos de extrema-direita<sup>70</sup>, grupos conservadores e reacionários, ou seja, tradicionalistas. Polônia, Hungria, Áustria, Itália, Espanha, Alemanha, Estados Unidos e Brasil são apenas alguns dos países com governos que se identificam como de direita, mantém ligações com estes grupos ou possuem maioria de integrantes destes partidos em cargos privilegiados. Há ainda a discussão do Brexit, que pede a saída do Reino Unido da União Europeia devido, entre outros fatores, ao excesso de imigrantes permitidos no país, o que tem desagradado grupos mais conservadores. Estes grupos defendem pautas discriminatórias contra imigrantes, muçulmanos, socialistas e liberais no caso europeu e ainda homossexuais e negros/ seguidores de religiões de matriz africana, no caso brasileiro. Para Carapanã<sup>71</sup>, estes partidos "ocupam os espaços deixados por partidos socialistas ou comunistas", já que em grande medida entraram para substituir muitos deles. Para Ferréz, que estuda o crescimento do conservadorismo nas periferias brasileiras, nem todos os adeptos destas pautas querem realmente tudo o que defendem. Segundo ele,

"Quando um caminhoneiro sobe no caminhão parado pelo protesto e grita pela intervenção militar, ele não quer viver rodeado de tanques e pedir licença para ir trabalhar. Quer sim poder pagar suas dívidas, seu aluguel, alimentar seus filhos e seguir sua vida, mas o caminho que acha para isso é pedir essa mudança. Nenhuma mulher periférica de fato quer que a polícia saia matando geral, ela pede segurança para não ter o celular roubado enquanto espera no ponto de ônibus, para poder ir lavar, cozinhar, educar o filho da elite, enquanto em casa seu filho não terá nada disso." (FERRÉZ, 2018, p. 63)

Ou seja, Muitas vezes se trata apenas de um posicionamento desesperado para demonstrar que precisam de uma mudança. Mas o que é exatamente direita? É natural pensarmos no termo como sinônimo de Nazismo ou Fascismo, ou de

---

<sup>70</sup> O termo emergência foi utilizado aqui no sentido de visibilidade, pois, como nos lembra Luis Felipe Miguel, a direita nunca esteve ausente. Norberto Bobbio complementa que se existe a esquerda, tem que existir a direita.

<sup>71</sup> Carapanã é o pseudônimo usado por um ciberativista anônimo atuando nos blogs Eh Várzea, nos podcasts Viracasacas e Anticast e no Twitter. Mesmo tendo sua identidade desconhecida, um de seus artigos, "A nova direita e a normalização do nazismo e do fascismo" foi incluído no livro organizado por Esther Solano Gallego, uma das referências deste trabalho.

conservadorismo, mas Norberto Bobbio acredita que tais definições, além de trazerem em si um juízo de valor possivelmente a partir de uma visão de esquerda, já que provavelmente poucos considerem de fato fascismo e nazismo como positivos, e que estas características definiriam apenas um tipo de direita, quando na verdade existem várias. Além disso, extremos ou moderados podem ser os dois lados, por isso essa "díade", como ele chama, não serviria para qualificá-los. Para o autor, os posicionamentos direita e esquerda transpassam o campo das ideias, eles não estão ligados aos métodos políticos, mas às finalidades, aos valores, ou em suas palavras

"indicam programas contrapostos com relação a diversos problemas cuja solução pertence habitualmente à ação política, contrastes não só de ideias, mas também de interesses e de valorações a respeito da direção a ser seguida pela sociedade, contrastes que existem em toda sociedade e que não vejo como possam simplesmente desaparecer." (Bobbio, 1995, p. 33)

Que critério de valor político então melhor definiria o que é esquerda e, conseqüentemente, o que é direita? Para o Bobbio o que muda é a postura diante da igualdade. Ele começa explicando que não se refere ao igualitarismo, a "igualdade de todos em tudo", por entender que todos os seres são diferentes, mais à doutrina igualitária, que seria a tendência a "reduzir as desigualdades sociais e tornar menos penosas as desigualdades naturais" (Idem, p. 100), portanto para ele,

"o elemento que melhor caracteriza as doutrinas e os movimentos que se chamam de 'esquerda', e como tais têm sido reconhecidos, é o igualitarismo, desde que entendido, repito, não como a utopia de uma sociedade em que todos são iguais em tudo, mas como tendência, de um lado, a exaltar mais o que faz os homens iguais do que o que os faz desiguais, e de outro, em termos práticos, a favorecer as políticas que objetivam tornar mais iguais os desiguais" (Idem, p. 110).

Portanto, a direita seria formada pelas pessoas que partem do pressuposto que "as desigualdades são naturais e, enquanto tal, inelimináveis" (Idem, p. 105), portanto a política deveria servir para acentuar as diferenças. O que também não quer dizer que todas as diferenças precisem ser conservadas, alerta o autor, apenas que há uma disposição maior em manter muitas delas maior que na política empreendida pelos movimentos de esquerda, o que acaba a tornando mais exclusiva que inclusiva. Talvez também devido às experiências Fascista e Nazista, muitas pessoas tenham tendência a confundir a classificação de direita ou esquerda como aquele sistema em que há menos liberdade no primeiro caso e mais no segundo, o que Bobbio considera incorreto. Ele explica que "não existe a liberdade em geral, mas



apenas liberdades singulares, de opinião, de imprensa, de iniciativa econômica, de reunião, de associação", sendo por isso "sempre necessário, conforme as situações, especificar a qual delas se deseja referir" (Idem, p. 114), mas que, de forma geral, a liberdade é individual, é um status da pessoa, e a igualdade é social, é uma relação entre dois ou mais entes. Por isso, mais uma vez, a díade liberdade-ditadura está ligada a método e não a fim, não podendo também ser utilizada para descrever esquerda e direita.

Ainda que pareça bastante atual, o livro de Bobbio foi escrito na década de 1990, em um momento em que a direita se fortalecia na Itália depois de muitos anos de governos de esquerda. Na ocasião, Sílvio Berlusconi ganhou a eleição, o que o autor já previa meses antes quando disse que "Ao lado da velha direita<sup>72</sup>, derrotada, surgiu com desejo de revanche uma 'nova direita'" (Idem, p. 63). O termo usado por ele na ocasião - nova direita - tem sido apropriado mais recentemente pelos autores que tratam do fenômeno vindo à tona após a crise do subprime de 2008. Um deles, no entanto, Carapanã, compara essa nova direita ao que Bobbio considerava a velha direita. Para este, a nova direita seria "um aglomerado ideológico mais ou menos coeso (...) na qual misturam-se ideais do conservadorismo, do libertarianismo e do reacionarismo" (...), além da "apologia do eugenismo e da segregação racial" (Carapanã, 2018, p. 36) e anticomunismo. O grupo ainda "flerta com ideias do nazifascismo e, consciente ou inconscientemente, contribui para normalizá-las. Quando são criticados por esses aspectos se refugiam em questões de 'liberdade de expressão' e de uma suposta 'hegemonia da esquerda'" (Idem, p. 41), ataca os direitos sociais e até o Estado, mas somente quando este concede "direitos demais" ou os faz aos grupos "errados" (Idem, p. 37).

Atrelado a esse crescimento do conservadorismo, mais especificamente no Brasil, esses grupos se uniram a fundamentalistas evangélicos, ajudando a ampliar sua penetração no país. Segundo matéria divulgada na Folha de São Paulo, desde o início do anos 1990 já se percebia uma queda no número de católicos no país e um crescimento no número de evangélicos, mas esse movimento se acelerou após 2010. José Eustáquio Alves, um pesquisador de demografia consultado para a matéria, chegou a projetar que se as taxas atuais se mantiverem, em 2032 os

---

<sup>72</sup> Ao falar de velha direita, ele se referia aos remanescentes do Fascismo, já que depois que o Fascismo foi derrubado no país, em 1945, os governos seguintes até 1994 se identificavam todos como de esquerda.

evangélicos ultrapassarão os católicos em número no país, como já acontece na Coreia do Sul. Ele credita os dados ao ativismo evangélico, à passividade católica e à maior interação entre as igrejas evangélicas e à política. Outro pesquisador consultado, Clemir Fernandes, que é sociólogo e pastor Batista, acredita que isso se deva um pouco à redemocratização de 1988, já que o Estado passou a ser laico e constitucionalmente exigir o respeito a outras religiões; ao fato de a pregação evangélica ser mais individualista e a católica mais coletivista, fazendo com que a primeira se encaixe melhor no contexto atual; e à diversidade oferecida atualmente principalmente pelas denominações neopentecostais, já que a igreja católica é mais homogênea. Luis Felipe Miguel também fala em investimento das igrejas neopentecostais na eleição de seus pastores, que teria transformado o fundamentalismo religioso em uma forma de força política, e que ele teria acontecido a partir dos anos 1990, o que vai ao encontro dos números apresentados pela matéria. Entretanto, ele prefere usar o termo fundamentalismo religioso ou fundamentalismo cristão porque acredita que, embora o movimento seja de maioria evangélica, ele não descarta segmentos da igreja católica. Parte deste fortalecimento se deu através do controle de emissoras de rádio e TV, nos quais além de pregações os líderes religiosos defendem valores como a família tradicional brasileira. Esta entraria no lugar do Estado nas tarefas de proteção social, assim como as igrejas, transformando assim os líderes religiosos nos "novos coroneis da política brasileira" (Miguel, 2018, p. 20). Henrique Vieira tenta esclarecer que há um risco à democracia, aos direitos e diversidades humanos e ao Estado laico, mas que ele não reside em evangélicos ou católicos, nem mesmo cristãos como Miguel faz questão de salientar, mas nos fundamentalismos e extremismos<sup>73</sup>. O fundamentalismo religioso constroi sua visão de mundo a partir do que está escrito em seu livro sagrado, sem interpretações, sem questionamentos, e a incorpora como a verdade absoluta e universal. Como explica o autor,

"dentro dessa perspectiva, a doutrina não é passível de questionamento, pois é tida como a expressão da vontade de Deus. Questioná-la seria questionar o próprio Deus. Constrói-se assim um ambiente em que a dúvida é tomada como falta de reverência, temor e fé (...) O fundamentalismo, portanto, acaba alimentando a intolerância, pois não consegue estabelecer

---

<sup>73</sup> De acordo com o autor, o extremismo se difere do fundamentalismo porque o extrapola, vai além da visão de mundo para uma radicalização que pode culminar em "ações truculentas e projetos de poder" (p. 96-97). Portanto, embora a intolerância seja uma característica de ambos, quando se fala em ações violentas ou retirada de direitos de setores considerados inimigos, o certo seria falar em extremismo religioso.

pontos de contato e de diálogo com outras manifestações religiosas, dimensões culturais e visões de mundo." (Vieira, 2018, p. 95-96).

Além disso, no caso brasileiro, ambos se acoplam à repressão sexual e ao racismo estrutural, se colocando contra mulheres e homossexuais, que em sua visão poderiam levar os crentes ao pecado, e às religiões de matriz africana, que além de serem do diabo são consideradas religiões de negros.

### 3.1. Um novo tipo de trabalho

A crise de 2007/2008, que gerou um exército de desempregados; o medo e o crescimento do individualismo, que enclausura cada vez mais as pessoas tanto socialmente quanto fisicamente; os avanços tecnológicos, que contribuem para eliminar postos de trabalho; e algumas ideias disseminadas por partidários da direita, como a redução dos direitos sociais e a meritocracia; têm levado muitas pessoas a buscar novas formas de trabalho a partir da internet. São algoritmos capazes de unir pessoas que estão buscando determinados tipos de serviço com pessoas que podem atender a tais demandas, uma "reinvenção algorítmica do trabalho", como diria Ed Finn, chamada por muitos de Uberização, já que tem no aplicativo de transportes seu principal exemplo. Luis Felipe Miguel acredita que para o sucesso dessa "moda" o discurso da meritocracia foi fundamental, principalmente para a classe média, que precisava manter sua diferença em relação aos mais pobres. Ainda assim, ele acrescenta mais dois fatores que podem explicar o fenômeno: o declínio da atividade sindical e o discurso do empreendedorismo, que para ele teriam sido

"feitos sob medida para dissolver a solidariedade de classe. O trabalhador - em particular o trabalhador precarizado, despido de vínculo empregatício - é instado a ver a si mesmo como um capitalista em formação. (...) O efeito 'simbólico' é um efeito sobre a percepção na própria hierarquia social e, portanto, do sucesso ou fracasso como indivíduo." (Miguel, 2018, p. 22-23)

Devido à necessidade de distinção social, para o autor "um componente central das sociedades contemporâneas", o trabalhador se embrenha no mundo do empreendedorismo pensando que a possibilidade de consumir mais e se tornar "empresário", não ter chefe, fará dele uma pessoa tão poderosa quanto seus patrões. Cocco e Cava, quando descrevem o Brasil dos últimos anos, falam em uma "empresarialização social, uma pervasividade da prática empresarial em todas as atividades, deslocando a lógica do emprego e seu salário unitário para a da empregabilidade e de um salário em variação contínua" (Cocco; Cava, 2018, p. 35).

Ao mesmo tempo, a necessidade de conseguir uma renda motiva o "novo capitalista" a investir em um negócio próprio ou a aderir a estes aplicativos, onde "será seu próprio chefe" e "fará seus próprios horários". A mídia ajuda a reforçar o discurso com casos de empreendedores de sucesso, pessoas que abriram seu próprio negócio ou se aliaram aos aplicativos X e Y e estão ganhando muito dinheiro. Em um pesquisa feito através do Google, por exemplo, pelo termo "empreendedores falidos", nenhuma das dez primeiras páginas apresentadas relatam casos de pessoas quebradas ou que se sentem exploradas de tanto trabalhar, somente dos que faliram e conseguiram se reerguer. São títulos como "De falido a milionário: 5 dicas de empreendedores de sucesso", "Veja casos de empresários que fracassaram, mas deram a volta por cima", "Empreendedorismo: veja histórias de quem já faliu e hoje fatura milhões", "Estes empreendedores transformaram o fracasso em negócios milionários". É ou não motivador? A vantagem dessas plataformas de trabalho é que o empreendedor não precisa ter um nome para começar um negócio e nem mesmo investir tudo o que tem em franquias, basta se cadastrar e esperar que seus clientes os procurem.

Embora pareça simples, Ed Finn diz que na verdade esses empreendedores em potencial, assim como todos nós, já vinham sendo treinados para trabalhar nestas plataformas através de joguinhos virtuais, principalmente os de redes sociais. É um processo que ele chama de "gameificação", a "ideia de usar mecanismo de causa e efeito inspirados por jogadores para encorajar comportamentos particulares", a criação de "uma superestrutura de métricas e objetivos arbitrários ligados a comportamentos culturais" (Finn, 2017, p. 114), neste caso com objetivos comerciais. Ele analisou jogos como o FarmVille e o Cow Clicker, todos criados após os anos 2000, e avaliou que eles são um "escapismo marcarado de eficiência", porque a pessoa tem que plantar semente, contruir impérios, completar tarefas, esperar online e vai sendo premiada por isso. O que o jogador não percebe é que estes jogos estão adestrando pessoas disciplinadas e produtivas para o trabalho e viciando-as nisso. Foucault, em *Vigiar e Punir*, descrevia a disciplina como uma tecnologia de fabricação de "indivíduos úteis" (Foucault, 1999, p. 174), um poder que "se exerce tornando-se invisível: em compensação impõe aos que submete um princípio de visibilidade obrigatória" (Idem, p. 156). A obrigação de visibilidade, neste caso, é exercida pelos próprios algoritmos, à medida que captam as informações

das pessoas e as adestram simultaneamente. O texto sobre a gameficação ainda descreve o caso de Ian Bogost. O criador do Cow Clicker fez o jogo seguindo a fórmula de "problemática interseção do engajamento social, compulsão pessoal e design interativo" (Finn, 2017, p. 118), com o intuito de parodiar jogos como o FarmVille, mas se surpreendeu quando seu jogo se tornou um sucesso. Finn acredita que a experiência de Bogost revela que esta inversão do conceito de diversão mostra o "poder dos sistemas algorítmicos em reordenar nossas vidas e formas tradicionais de significado e pertencimento" (Idem, p.122), indo além das interações sociais e redefinindo até nossas estruturas de trabalho. Para ele, assim como estes jogos disciplinam a pessoa para o trabalho, as startups que criam os aplicativos do trabalho estão trazendo os jogos para o mundo real, transformando as experiências nestes aplicativos quase que em um joguinho (ele descreve, por exemplo que o trajeto do carro feito pelo Uber lembra o trajeto de carro do jogo de videogame GTA). Hardt e Negri já haviam anunciado que "as formas de trabalho intelectual, afetivo e cognitivo que estão assumindo o papel central na economia contemporânea não poderiam ser controladas" (Hardt; Negri, 2016, p. 293) pela mesma forma de disciplina que as empregadas nas fábricas, só não imaginavam que as empresas enredariam "seus funcionários" de forma tão hábil, que eles mal perceberiam o nível de exploração a que seriam submetidos.

O primeiro argumento usado por estas empresas é o de economia do compartilhamento, usar recursos que estão sobrando: se você tem um quarto sem uso em sua casa, alugue; vagas em um carro, alugue também. Em seguida vem a propaganda - para quem disponibiliza o serviço e para quem o compra - que é toda feita mostrando pessoas realizadas, bem vestidas, felizes oferecendo "uma nação de CEO's independentes trabalhando onde, quando e como preferirem" (Finn, 2017 p. 126), e como as interfaces parecem realmente joguinhos, a pessoa vai ficando presa ali por horas e nem se dá conta. Com a desculpa de poder curtir o momento, fazer seu horário e ainda assim fazer sua riqueza, a pessoa vai ficando por ali, e como foi disciplinada a fazer aquilo por muito tempo, nem percebe que pode estar sendo explorada. Isso porque embora a pessoa "seja seu próprio patrão", não é ela que define as taxas destes aplicativos. No Uber, por exemplo, o motorista sequer sabe quando vai custar a corrida quando sai para buscar um passageiro e nem sempre sabe quanto vai ser repassado para a plataforma. Quando ele começa a

operar em uma cidade, por exemplo, o aplicativo oferece condições diferenciadas, preços melhores aos passageiros e percentuais maiores para os motoristas, que posteriormente vão se alterando. Em média, 25% do valor fica para a Uber<sup>74</sup>, que ainda economiza com a manutenção dos meios de produção, já que o desgaste do carro, a gasolina, o smartphone são todos do motorista. Em uma entrevista de TV, por exemplo, um ex-técnico, que havia abandonado o emprego para ser empreendedor e faliu, aderiu ao Uber e conseguia tirar R\$ 6 mil brutos mensais. No entanto, para isso, precisava trabalhar 14 horas por dia. Se o Uber tira 25% do faturamento, na verdade ele estava recebendo R\$ 4.500 para trabalhar 14h. Se trabalhasse as oito previstas em lei, só ganharia R\$ 2.500, isso sem contar a gasolina, visitas ao mecânico, IPVA (Uber exige carros como no máximo dez anos de uso, de quatro portas, cinco lugares e ar condicionado)...

Essa conta não costuma ser feita pela maioria dos 500 mil usuários brasileiros porque a plataforma se esmera em manter o motorista no aplicativo pelo maior tempo possível, cobrando produtividade sem que ele perceba. Segundo as explicações de Hardt e Negri, "para capturar o valor excedente, o capital precisa alienar as singularidades produtivas, apoderar-se do controle da cooperação produtiva, neutralizar o caráter imaterial e excedente do valor e expropriar o comum que é produzido" (Hardt; Negri, 2016, p. 299). Algumas técnicas do Uber para dar início a esse processo de alienação são receber a chamada para uma nova corrida antes de terminar a anterior. Para se apoderar do controle da cooperação produtiva, ele avisa o motorista de que ele está próximo de atingir o objetivo do dia quando aperta o botão de desconectar do aplicativo e o ameaça de suspensão ou desligamento da plataforma caso rejeite muitas corridas. Além disso, o motorista deve seguir sempre alguns padrões estabelecidos pela empresa e manter a sua avaliação em 4,6 (de cinco pontos possíveis) para se manter ativo na plataforma. Ou seja, a ameaça de desligamento é constante e, embora qualquer pessoa possa aderir à plataforma, não é garantido que ela possa permanecer por lá, demonstrando que o motorista é tão refém da plataforma quanto qualquer trabalhador fabril. Finn lembra que alguns motoristas acreditam que "A camada de interface atua como um defletor ou amortecedor, difundindo barreiras socioeconômicas comuns como

---

<sup>74</sup> De acordo com a pesquisa de Franco e Ferraz, a tarifa de 25% se aplica aos carros comuns (UberX), que são maioria no aplicativo. Sobre os de padrão mais elevado e mais novos (UberBlack), a parte que cabe ao aplicativo é de 20%.

classe, gênero e raça" (Idem, p. 130). Americanos negros, por exemplo, relatam dificuldades em conseguir corridas como taxistas e acreditam que o aplicativo ajudaria a mitigar este problema. No entanto, ao menos nas versões mais recentes, é possível ter acesso a uma foto do motorista e mesmo negar a corrida antes que ele chegue, então, atualmente essa crença cai por terra. Além disso, os taxistas tradicionais estão sendo obrigados a aderir ao aplicativo, já que não conseguem competir com os preços que eles praticam. Ou seja, se estes empreendedores são levados a cumprir extensas jornadas de trabalho, obedecer a determinadas regras e padrões, não tem poder sobre a valoração de seu trabalho e sofrem ameaças de "desligamento", eles não são empreendedores, são simples trabalhadores vendendo sua força de trabalho, ainda que não tenham se dado conta disso. No entanto, ainda mais explorados que os das empresas convencionais devido à ausência de direitos trabalhistas, pois como lembram Franco e Ferraz,

"Sem qualquer vínculo empregatício, os motoristas da Uber trabalham como profissionais autônomos e assumem diversos riscos para oferecer o serviço, detendo quase a totalidade dos meios de produção necessários à execução da atividade e por eles integralmente se responsabilizando." (Franco; Ferraz, 2019).

Se a Uber é a empresa em que este tipo de relação de trabalho se torna mais evidente, chegando a ser avaliada em US\$ 70 bilhões em 2017, não é a única. Outros aplicativos que vem crescendo em prestação de serviço, principalmente no Brasil, são os de entrega de comida como o Uber Eats, que pertence à Uber e pode ser utilizado através do mesmo cadastro que o feito para transportes, e o iFood, que é o líder brasileiro no setor. Se o aplicativo não possui em todas as cidades uma interface similar às dos joguinhos - em algumas cidades é possível acompanhar o caminho que o entregador de comida faz, mas em outras não - as imagens de comida passando pela tela permitem que os usuários escolham o que vão comer da mesma forma com que escolhem seus avatares nos jogos. Por isso, os "empreendedores" do iFood precisam investir nas fotografias que colocarão nos aplicativos, muitas vezes pagando profissionais para fazê-las para que elas possam lhes dar algum retorno. Embora, neste caso, a plataforma também seja utilizada por restaurantes e não apenas empreendedores individuais, ela se coloca como prioritária no caso de todos eles, já que determina o tempo que o usuário tem para produzir o alimento. A partir do momento em que o pedido é feito, o entregador recebe uma rota traçada para pegar os alimentos nos produtores e entregá-los ao

cliente final. Os produtores, por sua vez, precisam estar com tudo pronto assim que o motoboy chegar a seu estabelecimento, fazendo com que ele priorize as entregas e não os pedidos do estabelecimento físico, no caso de restaurantes. Embora o preço final dos produtos seja determinado por quem faz a comida, ele também pode ser alterado pelo aplicativo, que estabelece promoções como a gratuidade do frete. No caso do iFood, a taxa descontada dos produtores de alimento é ainda maior: 27%. E assim como o Uber, há uma avaliação da empresa para que ela se mantenha no aplicativo que neste caso é de 4,5 dos 5 pontos possíveis. É possível especificar o motivo de cada nota baixa (se a qualidade do alimento ou a demora na entrega), portanto estão sob vigilância neste aplicativo tanto quem fez a comida quanto o entregador.

Ainda no esquema de trabalho Uberizado há os aplicativos em que as pessoas não pagam pelo produto ou serviço, mas pelo direito de usá-lo, como a Fitfly e o Gympass, voltados para a prática de modalidades esportivas. No Gympass<sup>75</sup> os clientes pagam planos que variam de R\$ 69 a R\$ 600 mensais pelo direito de usar determinadas academias inscritas na plataforma. Quando ele for a uma delas, é só sinalizar que está no local e a academia vai receber pela aula, não pelo mês inteiro. Já o "empreendedor" que se cadastra, com a promessa de ter seu negócio divulgado, não é informado sobre as taxas praticadas pelo aplicativo, apenas que receberá por aula e que uma parte ficará com o Gympass. Só que o repasse feito pela plataforma às academias pode chegar a 30% do valor praticado nas mensalidades convencionais. Além disso, como o usuário não pagou a mensalidade inteira, ele pode ir um dia apenas na aula de uma determinada modalidade e não voltar mais, fazendo com que o valor seja menor ainda. Há também plataformas de contratação de cuidadores de cachorros (DogHero), chefes de cozinha para eventos particulares (Chefex), fretes feitos por caminhoneiros (Sontra Cargo), textos e trabalhos jornalísticos ou produção de conteúdos de forma geral (RockContent)... Todos eles exigindo que os "empreendedores" tenham um determinado padrão de qualidade avaliado sempre pelos usuários/clientes e se denominando porta-vozes da "sharing economy", ou "economia de compartilhamento". Se aproveitam do individualismo exacerbado após os ataques de 2001 para dizer que estão querendo "juntar" as pessoas. Ainda assim, como

---

<sup>75</sup>Ver em [www.gympass.com/](http://www.gympass.com/)



reforçam Franco e Ferraz, se tratam apenas de terceirizações, da "própria venda da força de trabalho - ainda que a aparência imediata não deixe explícita tal relação econômica" (Franco; Ferraz, 2019).

Mesmo quando há uma contratação direta, as empresas que atuam com intermediação algorítmica demonstram que trabalham na lógica da exploração. O livro de Finn cita também o caso dos "pegadores" ou "coletores" nos armazéns em nuvem de empresas como a Amazon. São pessoas emcarregadas de selecionar os objetos comprados pela internet e enviá-los aos clientes. Como a empresa atualmente vende quase todo tipo de mercadoria e promete prazos rápidos de entrega, esses trabalhadores precisam percorrer os enormes corredores destes armazéns o mais rápido possível, de forma que encontrem os produtos em caixas organizadas aleatoriamente e os conduzam ao transporte final. Normalmente são trabalhadores com contratos temporários, que trabalham em turnos os quais muitas vezes só descobrem quais serão poucas horas antes de começar - podendo ser a qualquer momento, já que estes armazens funcionam 24 horas por dia - e possuem objetivos de produtividade para atender calculados em segundos, passos e unidades enviadas. Eles também trabalham em condições desumanas de temperatura<sup>76</sup>, além de a empresa punir atrasos e excesso de conversa durante o expediente. As pessoas têm que trabalhar como os algoritmos, como se fossem máquinas, e ainda convivem com a ameaça de serem trocadas por elas. Como diz o autor, a Amazon já realiza testes com braços robôs e sistemas automatizados que possam substituir os pegadores. E se alguém duvida da possibilidade de estes braços funcionarem como os humanos, é só visitar a loja que a Huawei, empresa chinesa do setor de tecnologia, abriu na China. A loja não possui funcionários, somente três braços robóticos para pegar os smartphones e acessórios vendidos aos consumidores, que podem tanto comprar direto na loja como comprar pela internet e retirar no local. Seguindo a tendência que a Amazon já emprega nestes armazens, a loja da Huawei funciona 24 horas por dia, 7 dias por semana. É por isso que tantas pessoas, especialmente aquelas sem muita especialização se submetem a estas condições de trabalho: porque não sabem até quando terão acesso mesmo a estas "oportunidades de exploração". Como lembram Cocco e Cava, "do mesmo modo

---

<sup>76</sup> Finn relata, por exemplo, que durante um verão com fortes ondas de calor, um dos armazens da Amazon considerou mais rentável contratar ambulâncias que instalar ar-condicionado em uma das plantas.

que o trabalho assalariado não é a superação do trabalho escravo" há uma "normalização da escravidão sob a forma de trabalho assalariado" (Cocco; cava, 2018, p. 66).

#### 4 O ativismo bolsonarista no Brasil

Depois de compreender as tecnologias que estavam disponíveis a partir dos anos 2000 e de que forma elas vem sendo utilizadas e de entender em que contexto histórico elas se inserem, podemos partir para uma análise de um dos casos de ativismo de ódio mencionados no primeiro capítulo. Como este trabalho está sendo realizado no Brasil, torna-se mais simples a captação de dados referentes ao caso Bolsonaro e este foi o escolhido como objeto de análise deste trabalho. Os ativistas que apoiaram a campanha de Bolsonaro através dos grupos de WhatsApp parecem ter surgido do nada e acabaram sendo avassaladores, pois surpreenderam e alcançaram seu objetivo, pois já no primeiro turno ele teve 46,03% dos votos contra 29,28% de Fernanda Haddad, concorrente com o qual disputou o segundo turno. Havia desde empresários de grandes redes a pessoas mais carentes, sofrendo com a violência e os percalços das últimas crises financeiras mundiais, ateus que defendem o direito de a população se armar e religiosos – especialmente evangélicos – buscando combater o que acreditam serem ameaças à família, como as liberdades da população LGBT. Ainda assim o resultado espantou, pois, além de opiniões polêmicas, que seguiam na contramão dos Direitos Humanos defendidos ao redor do planeta, o candidato tinha pouquíssimo tempo de TV<sup>77</sup> e realizou sua campanha praticamente toda pela internet. Dias antes do segundo turno, a jornalista Patrícia Campos Mello, da Folha de São Paulo, começou a desvendar um esquema de comunicação através do WhatsApp utilizado pelo candidato -, neste caso financiado por empresários -, que pode ser considerada a espinha dorsal da campanha<sup>78</sup>. Através do aplicativo de mensagens particulares eram fomentadas conversas e discussões entre os eleitores, repassadas informações que deveriam circular pela internet, dadas orientações quanto à produção de novos conteúdos e posturas que os eleitores deveriam adotar junto a suas famílias para arregimentar mais votos e assim alcançar a cadeira presidencial para Bolsonaro.

---

<sup>77</sup> Quanto ao tempo de TV, ele não foi dispensado na campanha de Bolsonaro. Além de conquistar espaço em telejornais através de declarações polêmicas, o candidato levou uma facada durante uma ação de campanha em setembro de 2018, um mês antes da eleição, conquistando grande parte dos noticiários de todas as emissoras de TV em todos os dias seguintes. Entretanto, como este trabalho se destina a analisar o ativismo a partir da internet, ele não vai se aprofundar na campanha empreendida pelo candidato em outras mídias.

<sup>78</sup> Ver matéria completa em <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/empresarios-bancam-campanha-contr-o-pt-pelo-whatsapp.shtml>

O que se descobriu a respeito de grupos públicos de WhatsApp criados por seus apoiadores, com base em pesquisas realizadas por jornalistas e pesquisadores que se infiltraram em alguns deles, é que neles circulavam informações a respeito do candidato, mas, principalmente, contra seus principais adversários. Os grupos também compartilhavam e criavam memes irônicos em relação aos rivais e reforçando posições defendidas por Bolsonaro. Além disso, era alta a taxa de circulação de notícias que reforçavam alguns dos pilares sustentados por ele, como as privatizações, apoio aos militares, criminalização de movimentos sociais, apoio a família tradicional, questionamento de direitos da população LGBT, religiosidade. Os militantes destes grupos sociais não eram motivados a produzir notícias e relatórios e nem a checar sua veracidade, mas repassá-los para o maior número possível de pessoas antes que "a grande mídia" os tirasse do ar. Da mesma forma, os poucos conteúdos produzidos pelos ativistas, em grande parte montagens com imagens e memes, precisavam passar pelo crivo de administradores dos grupos antes que fosse autorizada sua circulação. A origem da maior parte deste material era desconhecida e fornecida pelos gestores da campanha. Além disso, como foi noticiado entre os dois turnos da eleição, empresários financiaram o disparo de mensagens em massa contrárias ao candidato que disputaria o segundo turno com o presidente eleito, acrescentando um ator novo – o financiamento de empresários – a este possível ativismo em rede. Os grupos também não tinham uma única liderança, embora defendessem um candidato específico, mas deixavam claro que havia uma hierarquia entre seus participantes e que nem todos os nós da rede tinham o mesmo valor.

Quanto aos conteúdos, os Bolsonaroistas reproduziam notícias parciais ou falsas, chamadas popularmente de "Fake News"<sup>79</sup>, e sua produção se baseava em montagens e memes baseados nestas notícias falsas. Elas eram produzidas apenas por fontes diretamente ligadas à campanha do candidato ou pelo que chamarei aqui de nós mais importantes da rede. Pode-se dizer até que havia um certo terrorismo em tais notícias, alarmando os militantes para que eles difundissem as notícias

---

<sup>79</sup> Que eram difundidas porque a checagem era desmotivada. A estratégia de difusão de Fake News foi utilizada tanto por Bolsonaro como por seu adversário, Fernando Haddad, ainda que em diferentes proporções. Um trabalho feito pelas agências de checagem Lupa, Aos Fatos e Fato ou Fake, citado por Slow, analisou 123 notícias falsas durante 70 dias, todas elas desmentidas pelo grupo. Segundo as agências, 104 notícias caluniavam Haddad (84,5%) e somente 19 (15,5%) eram contra Bolsonaro, ou seja, um número cinco vezes menor. Ficou claro que todos os lados abusaram da desinformação, mas o vencedor o usou com mais energia.

falsas, criando desinformação, como a de que o candidato de oposição iria legalizar a pedofilia. Essa estratégia de disseminação das notícias através do alarme das pessoas com vistas a fazê-las disseminar o conteúdo se aproxima do Marketing Viral. São mensagens direcionadas a um público alvo considerado "suscetível de infecção" e ao ser "infectado" tem maiores chances de "infectar outros usuários suscetíveis", tal qual a atuação de um vírus. Podem ser mensagens motivadoras, engraçadas, pornográficas, mas sempre chamando a atenção. A estratégia foi muito difundida inicialmente através dos emails, devido à facilidade da internet de alcançar grande número de pessoas. Mas estes emails a princípio indesejáveis acabaram sendo classificados como "spams" e as empresas que forneciam contas de email às pessoas conseguiram estratégias para que este conteúdo ficasse ao menos restrito a um local específico nas caixas de email. O sociólogo Bernardo Sorj acredita que o marketing viral é o fundamento do e-marketing político e é por isso que ele não deixa de ser utilizado nas campanhas. Mas a disseminação de conteúdos virais com o objetivo não apenas de disseminar uma mensagem, mas de criar uma espécie de caos, chamar atenção, "provocar reações no público, boas ou ruins, assumindo até o risco de gerar reações controversas", como explica o publicitário Hugo Rocha, recebe outro nome: "Buzz Market". Uma das primeiras vezes que o uso de Buzz Market chamou atenção nas campanhas eleitorais foi durante as eleições alemãs de 2004: algumas pessoas receberam emails com notícias racistas, inflamatórias, em uma tentativa de propagar a mensagem da extrema direita, como analisou o escritor Alan Connor. As mensagens foram disparadas em massa por uma variante de vírus de computador chamada Sober, conhecida desde o ano anterior, que sequestrava o computador das pessoas difundindo ainda mais as mensagens de ódio. O envio de spams para criar esse caos como tática de campanha eleitoral foi largamente utilizado nos pleitos seguintes ao alemão em países como Espanha, Hungria e Índia, só que desta vez os envios eram feitos para aparelhos de telefone celular, através de mensagens SMS, e obviamente a técnica chegou ao Brasil. Já nas eleições de 2010 jornais apontavam queixas de eleitores sobre o abuso do recebimento de mensagens que pudessem favorecer determinados candidatos nas campanhas eleitorais<sup>80</sup>. Nas eleições seguintes, em 2014, o recebimento de mensagens

---

<sup>80</sup>Na ocasião, aparentemente foi usado o banco de dados da empresa telefônica Claro, como mostra a matéria do site Vio Mundo: <https://www.viomundo.com.br/denuncias/claro-a-servico-da-candidatura-de-jose-serra.html>

contrárias a candidatos – desta vez através do SMS e também do WhatsApp, que havia sido lançado em 2009 - passou a ser alvo de novas reclamações, mas como a Justiça Eleitoral havia proibido apenas os serviços de telemarketing na campanha, a maior parte das representações feitas contra os candidatos não foi adiante<sup>81</sup>.

O que difere estes disparos já realizados em eleições anteriores e o modelo de negócios que as empresas denominaram WhatsApp Marketing é seu refinamento. Não se trata de um simples disparo de mensagens em massa, mas de todo um trabalho de captação de telefones de usuários, classificação e avaliação destes usuários segundo suas personalidades, envio de mensagens personalizadas, e constante monitoramento dos envios e feedbacks, permitindo engajamento quase total às mensagens recebidas, de forma muito parecida à estratégia da Cambridge Analytica<sup>82</sup>. Percebendo a possibilidade de negócio que já estava em curso, o aplicativo ativou uma versão especialmente voltada para este nicho de mercado, o WhatsApp Business, em janeiro de 2018. Como o próprio aplicativo explica, ele "foi desenvolvido para atender as necessidades de uma pequena empresa" e "facilita a interação com os clientes, fornecendo ferramentas para automatizar, classificar e responder rapidamente a mensagens"<sup>83</sup>. Ele também permite criar uma mensagem automática para responder os clientes em caso de ausência do usuário, bem como toda a parte de monitoramento das mensagens entregues e lidas. No entanto, como o negócio de disparos de mensagem já estava cristalizado em janeiro de 2018, quando a plataforma de negócios chegou ao Brasil, ela já não correspondia ao modelo de negócios que havia sido implantado. Além disso, parte da estratégia é fazer com que as informações sejam repassadas entre pessoas conhecidas, em grupos pessoais e familiares, por isso, as empresas que oferecem o serviço de disparo de mensagens o fazem a partir de números particulares, criando a ilusão de que se tratam apenas de pessoas físicas e não de uma propaganda comercial. Analisando a greve dos caminhoneiros, no início de 2018, que também se organizou

---

<sup>81</sup>Mais detalhes na matéria do portal Terra: <https://www.terra.com.br/noticias/eleicoes/eleitores-reclamam-de-sms-justica-rejeita-irregularidade,4403f6cc17259410VgnVCM5000009ccceb0aRCRD.html>

<sup>82</sup> De acordo com os dados obtidos de cada pessoa, são traçados perfis psicológicos delas e para cada perfil é enviado o tipo de mensagem que vai afetar emocionalmente determinado padrão de pessoa. Afetadas pelo conteúdo - que pode ou não ser real - a pessoa se sentirá impelida a reenviar aquele conteúdo sem fonte a seus conhecidos e familiares, fazendo com que ele circule ainda mais rápido que com os disparos iniciais feitos pelas empresas e robôs. Ao mesmo tempo, os últimos que recebem os conteúdos os considera verdadeiros, porque foram recebidos de uma pessoa conhecida (já que a fonte inicial é desconhecida) e então continua replicando-os.

<sup>83</sup> Fonte: [https://www.whatsapp.com/business/?lang=pt\\_br](https://www.whatsapp.com/business/?lang=pt_br)

através do WhatsApp, a pesquisadora Yasodara Córdova já havia alertado sobre os perigos no uso deste aplicativo durante as eleições:

"O Twitter e o Facebook são como uma via pública, uma praça, onde você abre uma banquinha e as pessoas podem te ver e interagir com você. Já o grupo de WhatsApp é como a sala de jantar da sua casa, não entra todo mundo. Por restringir o acesso às informações, o WhatsApp permite que as pessoas se organizem de maneira que outras não fiquem sabendo. Foi exatamente por ter essa característica que as autoridades tiveram dificuldade na hora de identificar quem eram os líderes da paralisação dos caminhões para negociar uma trégua" (CÓRDOVA, 2018).

#### 4.1. Máquina de guerra?

Uma das formas pelas quais alguns pesquisadores reconhecem ações ativistas que causam grande surpresa e, muitas vezes, geram mudanças é através do conceito de Máquina de Guerra,<sup>84</sup> criado pelos filósofos Deleuze e Guattari. O trabalho da dupla se inicia conceituando os dois tipos de Estado, o soberano e despótico, representado pelo "rei-mago", e o jurista e democrático, representado pelo "sacerdote-jurista". Isto é feito, primeiramente, para demonstrar que embora pareçam opostos, os dois tipos de Estado são complementares, "necessários um ao outro" e se alteram, e posteriormente para confirmar o primeiro axioma do texto: "A máquina de guerra é exterior ao aparelho de Estado". Na verdade, ela não apenas é exterior ao Estado – a qualquer tipo de Estado –, como também se opõe a ele – seja um Estado em formação, como também aquele que já está em vigor. Por não se enquadrar no Estado, quando este tenta capturá-la, ela se converte em algo negativo, como descreve o texto:

"a cada vez que se confunde a irrupção do poder de guerra com a linhagem de dominação de Estado, tudo se embaralha, e a máquina de guerra passa a ser concebida unicamente sob a forma do negativo, já que não se deixou nada de fora do próprio Estado" (Idem, p. 11).

Talvez em uma tentativa de se enquadrar no ativismo, tal qual uma máquina de guerra, o movimento bolsonarista afirmava não estar ligado a ideologias tradicionais, como Direita e Esquerda, mas a objetivos específicos. Embora suas pautas fossem bastante próximas daquelas normalmente de grupos de direita, afirmavam que buscavam apenas a vitória de Bolsonaro como presidente do Brasil,

---

<sup>84</sup> Em "A internet e a rua", Fábio Malini e Henrique Antoun chegam a usar o termo "máquina de guerra" ao falar de alguns dos primeiros exemplos de ativismo em rede. No entanto, eles classificam a internet como um todo como máquina de guerra e não especificamente alguns movimentos ciberativistas. Entretanto, considere o conceito como chave importante para empreender a análise deste objeto específico e o mantere na análise.

reunindo por isso diversos grupos sociais e não apenas os que se consideram especificamente de Direita. Assim como ocorre na emergência de máquinas de guerra, nasceu a partir de uma crise política e econômica do país e permitia alguma forma de participação popular.

Entre os elementos presentes na máquina de guerra estão o segredo, a velocidade e o afeto. O segredo pode ser visto no caso apresentado aqui na organização dos grupos de WhatsApp dos bolsonaristas, cuja grandiosidade e extensão só foi descoberta às vésperas do segundo turno da eleição presidencial, em grande parte devido ao fato de utilizarem um aplicativo de troca de mensagens criptografadas, dificultando interceptações. A velocidade de difusão das informações também está presente e se deve à imensa rede criada pelo grupo, apesar da desmotivação em checá-la - o que é incomum em militâncias em rede - usando como argumento a possibilidade de esta sair do ar "devido às grandes mídias". As relações com a grande mídia, aliás, foram conturbadas e os afetos quanto a elas eram contraditórios: ao mesmo tempo em que os militantes eram incentivados a ignorar as mídias tradicionais e se informar apenas pelas informações difundidas em suas redes de compartilhamento – ainda que muitas das notícias presentes ali não fossem verdadeiras, Bolsonaro estava sempre buscando espaço mesmo que de forma indireta, principalmente através de declarações polêmicas.

Mas é exatamente ao analisar as características dos casos de ativismo em rede<sup>85</sup> mais reconhecidos pelos pesquisadores que o bolsonarismo se distancia do que seria essa máquina de guerra. Para facilitar o trabalho foi feito um quadro comparativo<sup>86</sup> entre algumas das características do ativismo em rede, elencadas no primeiro capítulo deste trabalho, de forma sintética, e características encontradas no movimento bolsonarista. A respeito do ativismo em rede, Massimo di Felice se apoia em Manuel Castells para explicar que esta não atua simplesmente como veículo de difusão de informações, mas os movimentos adquirem sua forma "aberta, reticular e informal", ou seja, eles se organizam copiando a forma da internet. Os usuários são os responsáveis pela criação de conteúdos, na maioria das vezes de forma compartilhada, e também por sua difusão e aprimoramento que, da mesma forma, ocorre em grupo. Por isso, o próprio Castells costuma mencionar que os movimentos

---

<sup>85</sup> Para uma análise mais profunda do ativismo em rede ou como se desenvolveu o ativismo a partir da internet desde seu nascimento até os anos 2000 ver capítulo 1, "A esperança nasce e é esfacelada".

<sup>86</sup> Ver anexo IV



a partir da internet têm como seu principal objetivo "aumentar a consciência dos cidadãos em geral, qualificá-los pela participação nos próprios movimentos" (CASTELLS, 2013, p. 139), mudar mentes. Henrique Antoun e Fábio Malini, que focam sua análise nos ativismos feitos a partir das redes sociais, vão além e frisam que "a ação política deve ser ao mesmo tempo eficaz na produção de prejuízos simbólicos e logísticos aos adversários e simpática e convincente para um público que a acompanha" (MALINI; ANTOUN, 2013, p. 57). Enquanto que, como já mencionado neste trabalho, o ativismo a partir da internet é baseado em protestos ligados a direitos humanos, civis e ambientais, a maior parte dos apoiadores do Bolsonarismo defende preceitos machistas, critica tanto a demarcação das terras indígenas como de reservas ambientais e demonstrou adesão aos Estados Unidos, já tendo recebido tanto apoio em sua campanha eleitoral quanto visitas do Conselho de Segurança Americano após o resultado da eleição. A rede de apoio formada também difere da feita pelos ativista em rede: embora aparentasse ter muitos militantes nos grupos de smartphone, fora da internet o brasileiro teve dificuldades para formar alianças antes das eleições – como ficou evidente na dificuldade do então candidato Jair Bolsonaro até mesmo para conseguir alguém que se dispusesse a ser seu vice – e teve rejeição de diversas entidades e celebridades mundiais. Além disso, enquanto em redes como a Zapatista, por exemplo, os apoios angariados eram com serviços - pessoas que se dispuseram a digitar os comunicados, traduzi-los e enviar para o maior número possível de pessoas - e financiamento coletivo; na rede brasileira houve financiamento de empresários para ajudar na difusão dos conteúdos produzidos, conteúdos estes que não poderiam ser produzidos por todos os nós e quando eram, precisavam de autorização superior para circular, demonstrando uma hierarquização que não se vê normalmente em redes ativistas. Os grupos de WhatsApp da militância mais recente não apresentavam liderança, mas como defendiam a candidatura de Jair Bolsonaro, ele se tornou o próprio porta-voz da causa e mandava vídeos aos grupos com orientações e informes para ajudar a criar uma aproximação maior. Embora aparentemente Bolsonaro não tenha buscado apoio da TV em sua campanha<sup>87</sup>, havia se tornado uma figura conhecida através dela e não com o movimento que culminou em sua vitória política. Mas é a relação com o Estado uma das mais

---

<sup>87</sup> Ver referência 77.

importantes para comprovar que o ativismo Bolsonarista não pode ser considerado uma máquina de guerra. Ainda que defendessem a bandeira da corrupção e da família, fizeram toda sua movimentação tentando – e conseguindo – eleger um candidato à Presidência da República, cuja atuação política partidária já estava em vigor há 20 anos. Então ele não pode ser exterior ao Estado, já que buscou se incorporar a ele.

Como vimos em seu primeiro axioma, a máquina de guerra é exterior ao Estado, como confirmam, em suas proposições, a mitologia, a epopéia, o drama, os jogos, a etnologia, a epistemologia, a noologia. Ela não apenas é exterior ao Estado, mas está dirigida contra ele. As críticas ao Estado por parte dos militantes Bolsonaristas foram claras o tempo todo: criticavam a corrupção, questionavam o processo eleitoral apontando que ele poderia ter irregularidades, defendiam menor participação do Estado através da defesa das privatizações. Mas ainda assim, além de se candidatarem nas eleições presidenciais, divulgaram vídeos anunciando que não aceitariam a derrota e propondo ao exército um golpe de Estado no caso de não vencerem nas urnas. Com isso, demonstraram que não se opunham ao Estado de forma geral, mas apenas àquele que estava em vigor. Além disso, Deleuze e Guattari deixam claro que "a guerra só produz Estado se uma das duas partes ao menos é um Estado prévio" (DELEUZE, GUATTARI, 1997, p. 101). Se já havia Estado, não há como ser exterior a ele; logo, mesmo que apresente características semelhantes às da máquina de guerra, como o movimento é contrário a seu principal axioma e proposições, não é possível considerar a militância Bolsonarista como pertencente a este conceito.

#### 4.2. Ativismo ou propaganda?

Vimos que os ativismos atuam como máquina de guerra, mas que os bolsonaristas não se enquadram na categoria de máquina de guerra. Por que este caso seria diferente? Segundo a definição de ativismo apresentada por Massimo Di Felice porque a atuação dos eleitores dos grupos de WhatsApp não pode ser considerada ativismo em rede. Primeiramente devido às pautas, já que o grupo tinha entre suas bandeiras pautas exatamente opostas às ligadas aos direitos humanos, civis e ambientais, que caracterizam ações ativistas. Malini e Antoun reforçam que as estratégias de ativismo são usadas em defesa de movimentos feministas e

ambientalistas, além de descreverem como modus operandi do ativismo em rede (embora não usem o termo ativismo em rede) a política de vazamentos como forma de disseminar informações<sup>88</sup>. Entretanto, grande parte dos conteúdos disseminados por estes eleitores eram falsos, então é questionável classificá-los como informações, já que estas são normalmente verdadeiras. Ativismo é uma guerra pela informação e não contra ela, como parece ser este caso. Em um ativismo convencional, que segue a lógica dos hackers, pouco importa a identidade dos militantes, mas os bolsonaristas sempre fizeram questão de frisar que eram pessoas em grande parte tradicionais, que defendiam os valores cristãos e da família. A relação com a cultura também é ditada por intermediários neste movimento, quando em ativismos em rede cada um pode ter sua própria definição de cultura. A relação com o trabalho também é diferenciada: enquanto os ativistas a partir da internet possuem uma relação baseada na paixão, voluntária - cada um faz o que sabe quando quer e se tiver vontade - os bolsonaristas que recebiam as mensagens eram motivados a repassá-las rapidamente para outras pessoas e proibidos de repassar seus conteúdos sem autorização, o que não deixa de ser uma forma de imposição. Mas os dois pontos mais importantes para desqualificar o movimento destes grupos de WhatsApp como ativismo em rede são a assimetria entre os "nós" participantes<sup>89</sup> e a adesão dos militantes. Como explica Clever, "as decisões devem ser democráticas no sentido em que todos têm voz e as questões de todos são levadas em conta" (Clever, 1998, p. 626), ou seja, o ativismo em rede não pressupõe hierarquia. Todos os nós devem ter a mesma importância em todos os sentidos, já que o movimento é feito com a participação de todos. Por isso, a atuação se dá sem uma chefia centralizada e não há necessidade de anuência dos companheiros para repassar um conteúdo adiante. O ativismo em rede defende uma democracia mais direta, plebiscitária, uma "democratização da democracia" (Idem, p. 635), que não foi encontrada nos grupos de WhatsApp mencionados. Sobre o apoio dos militantes, se estas pessoas foram colocadas em grupos após terem seus dados captados não se sabe de que fontes, tiveram seus humores modificados algorítmicamente e de certa

---

<sup>88</sup>De acordo com a dupla, "A Internet dos grupos de discussão vai inaugurar a política do vazamento como modus operandi para fazer chegar aos diferentes usuários de todo o mundo as informações privilegiadas sobre a situação social de regimes políticos fechados, a crítica a poderes econômicos e militares num contexto de bipolaridade mundial, ou mesmo ser a base de sustentação da articulação política de movimentos feministas, ambientalistas e estudantis" (p. 20).

<sup>89</sup>Para uma análise mais aprofundada sobre redes, ver o trabalho de Raquel Recuero, "Redes Sociais na internet".

forma manipulados para repassar determinados conteúdos, não se pode dizer que houve uma adesão orgânica. Por isso, embora tivesse a aparência de uma militância em rede, toda esta atuação não pode ser considerada ativismo em rede.

Mas então, se não é um ativismo de ódio, a que estamos nos referindo quando falamos destes grupos? Segundo Raquel Rennó, nada mais é do que Marketing Político. Ela descreveu que o WhatsApp é atualmente a principal ferramenta de envio de mensagens políticas em países do Sul, cujo acesso à internet se dá prioritariamente pelo smartphone. Como muitos destes países, inclusive o Brasil, aplicam a política do zero-rating para WhatsApp e Facebook, se torna ainda mais fácil convencer as pessoas a não checar a veracidade dos conteúdos, já que muitas vezes sua internet é ruim, dificultando o acesso a outras páginas onde seria possível confrontar a informação. Ela cita a pesquisadora Ciara Long, da USP, para acrescentar que, além disso, o WhatsApp "também oferece a oportunidade de compartilhamento anônimo, significando que uma possível reação ao compartilhamento de notícias falsas continua particular, ao invés da vergonha pública se o mesmo acontecesse em plataformas como Facebook e Twitter" (2018). O que difere esta campanha eleitoral de outras é que aqui os próprios clientes/eleitores estavam trabalhando para persuadir outros clientes/eleitores e não apenas a empresa vendedora do produto/candidato.

Ela se insere em toda a estrutura de mecanização algorítmica já mencionada neste trabalho: além de o algoritmo captar nossos dados e os trabalhar com vistas a nos manipular - especialmente das pessoas mais suscetíveis ou com tendência mais próxima de alguma das pautas defendidas pelo candidato - nós vamos nos tornando robôs, máquinas, e simplesmente obedecemos aos comandos sem pensar criticamente sobre eles, repassando a informação para frente como nos foi solicitado ("antes que a grande mídia a tire do ar"). Outra contribuição importante para que a estratégia funcione é a ausência de espaços orgânicos de discussão: ao mesmo tempo que o individualismo e o medo nos isola, evitando encontros físicos onde poderiam acontecer debates interessantes, somos jogados em ambientes virtuais onde discussões autênticas também não têm espaço devido à inserção de robôs conduzindo os assuntos ou atacando posicionamentos diferentes e envoltos algoritmicamente em bolhas que nos encapsulam em grupos em que todos parecem pensar da mesma forma que nós, inclusive lançando mão dos mesmos argumentos.

Como já haviam antevisto Maurizio Lazzarato e Antonio Negri ao analisarem uma campanha da marca Benetton: "O sucesso já não é mais a publicidade trabalhando para o mercado, mas o mercado triunfante trabalhando para a publicidade" (apud Daney, 2001, p. 62). Paul Virílio também já havia sido invocado por Deleuze e Guattari para falar sobre a mesma estratégia quando cita que a guerra aparece "quando capta a força do animal caçado para entrar com o homem numa relação inteiramente diferente, que é a da guerra" (1997, p. 62) e que "a economia da violência não é a do caçador no pecuarista, mas a do animal caçado" (idem).

Giuseppe Cocco e Bruno Cava tentaram descrever a história da economia mundializada como o trabalho das linhas. As linhas seriam caminhos impostos por alguém – ou algo – que definem o andamento de determinadas etapas do capitalismo. Na visão da dupla, o algoritmo é a linha que rege a economia das redes. Da mesma forma que um dia os vencedores foram aqueles que dominaram o mar, desta vez os vencedores serão aqueles que conseguirem melhor compreender o mar de dados, trabalho que por enquanto vem sendo feito pelos algoritmos – que por sua vez nos entregam a água controlada, sem ondas e embrulhada em uma garrafa (ou bolha). Mas é importante lembrar que, embora os ibéricos tenham sido os primeiros a se lançarem ao mar, não foram eles os vencedores das grandes navegações. Foram os piratas ingleses que, mais espertamente, encontraram brechas no controle dos espanhóis e portugueses, conseguiram roubar o ouro que eles haviam extraído do novo mundo, construíram navios mais potentes que os de suas vítimas e chegaram ao domínio mundial de forma mais efetiva. Atualmente, o comando algorítmico está sendo feito por empresas que controlam os dados (os ibéricos), tanto que grande parte dos militantes sequer percebia que fazia parte de uma estratégia de campanha e que sua insatisfação com a gestão governamental atual estava sendo usada contra eles: o militante sempre quer ser resistência e no Bolsonarismo foi levado a pensar que era. No entanto, assim como no caso dos mares, os autores acreditam que os piratas podem retomar esse controle, e ninguém sabe ainda quem vai assumir essa posição de pirata, quem vai por fim dominar o algoritmo.

#### 4.3. Legislação e desdobramentos

O caso bolsonaro gerou uma série de questionamentos sobre se as práticas utilizadas durante a campanha eleitoral de Bolsonaro poderiam ser consideradas ilegais ou se apenas eram imorais. Analisada como sendo como uma ação de propaganda eleitoral, foi verificado que, na Resolução 23.551, que dispôs sobre a propaganda eleitoral brasileira em 2018, não há qualquer menção específica ao WhatsApp, entretanto, no que tange a endereços eletrônicos, ela é bem explícita no artigo 23 ao declarar que a propaganda deve ser realizada "para endereços cadastrados gratuitamente pelo candidato, pelo partido político ou pela coligação". Em outro parágrafo do mesmo artigo acrescenta que "Não é admitida a veiculação de conteúdos de cunho eleitoral mediante cadastro de usuário de aplicação de internet com a intenção de falsear identidade". Ou seja, por associação, aplicando a regra do endereço eletrônico não somente a emails, mas também aos números de telefone que utilizam o WhatsApp, é possível considerar que tanto a utilização de bancos de dados de terceiros quanto a extração de dados do Facebook, por exemplo, através de aplicativos pela internet são ilegais. Poderíamos ir além e interpretar que a utilização dos chips que adquirem números estrangeiros com o auxílio de aplicativos como o TextNow também não é permitida, já que falseia a identidade do emissor da mensagem. O artigo 26 proíbe que entidades de utilidade pública, sindicatos, órgãos de administração pública direta e indireta e similares utilizem, doem ou cedam "cadastro eletrônico de seus clientes, em favor de candidatos, de partidos políticos ou de coligações". Também por associação, neste caso, a ilegalidade seria relacionada ao uso de dados dos beneficiários do programa Bolsa Família, que teriam sido alvo de disparos em massa da campanha de Henrique Meirelles. No mesmo artigo, aliás, é proibida a "venda de cadastro de endereços eletrônicos". O candidato beneficiado pode ser punido com multas que variam de R\$ 5 mil a R\$ 30 mil mesmo que não seja o autor da propaganda – o que pode ter acontecido no caso dos empresários que fizeram disparos em nome de Jair Bolsonaro. O financiamento de campanha por pessoas jurídicas, aliás, foi proibido nesta campanha eleitoral. Outro ponto que pode dar margem à ilegalidade na prática do WhatsApp Marketing se refere aos prazos. Isso porque, de acordo com a resolução, a campanha deveria ter começado no dia 16 de agosto de 2018. Portanto, qualquer propaganda eleitoral antes disso – inclusive pela internet -, também incorre em ilegalidade. Apesar dos apontamentos, o Tribunal Superior

Eleitoral (TSE) declarou, em matéria ao portal de notícias UOL, que não há legislação eleitoral específica para o WhatsApp e que suas práticas de utilização deveriam ser avaliadas segundo o Marco Civil da Internet, que rege a utilização de serviços da internet como um todo no país. O artigo sétimo do Marco Civil ressalta a importância da inviolabilidade e sigilo do fluxo das comunicações do usuário pela internet, que é um fator que favoreceria as empresas que efetuam disparos pela internet, mas ele também prevê o não fornecimento de dados pessoais a terceiros, "salvo mediante consentimento livre, expresso e informado ou nas hipóteses previstas em lei". Além disso, o usuário precisa ser informado quando seus dados forem "coletados, utilizados e armazenados", e estes só podem ser utilizados para finalidades que justifiquem sua coleta, quando houver consentimento e precisam estar "especificados nos contratos de prestação de serviços ou em termos de uso de aplicações de internet", demonstrando mais ilegalidades nas estratégias de marketing eleitoral de 2018.

O desconhecimento quanto às regras de uso dos aplicativos é outra discussão que vem à tona quando se discute o abuso dos dados de usuários da internet. É que os documentos de Termos de Uso são longos, nem sempre claros e a maioria das pessoas não os lê. Só os Termos de Uso do WhatsApp<sup>90</sup> por exemplo, transferidos para um documento Word, fonte Times New Roman, tamanho 12 e espaçamento simples, têm dez páginas. Fora a Política de Privacidade, Política de Propriedade Intelectual, informações referentes aos Cookies... Quem precisa instalar um aplicativo de mensagens rapidamente, muitas vezes com acesso ruim à internet, não vai parar para ler com atenção o documento completo, somente aceitar e seguir adiante com a instalação. Nos Termos de Uso do aplicativo, aliás, está escrito que não é permitido criar contas usando meios não autorizados ou automatizados e nem coletar informações sobre os usuários de maneira não permitida ou autorizada, mas não fica clara qual é a sanção no caso de descumprimento da regra. Possivelmente seja o banimento das contas, estratégia utilizada pela plataforma entre o primeiro e segundo turno eleitorais de 2018. Na ocasião, o WhatsApp afirmou que centenas de milhares de conta haviam sido banidas, que possuía tecnologia de ponta para detecção de spams e que estava tomando medidas legais imediatas para impedir o envio de mensagens em massa através da plataforma, inclusive banindo contas

---

<sup>90</sup>Documento completo disponível em <https://www.whatsapp.com/legal/#terms-of-service>

associadas a empresas que prestavam este tipo de serviço. O Facebook, de onde grande parte dos dados utilizados para os envios, inclusive números de telefone, haviam sido extraídos, também se posicionou criticando a coleta automatizada de dados. A empresa disse que a prática não era permitida em sua plataforma, que levava o caso muito a sério e que ele estava sendo investigado.

Somente em dezembro de 2019, mais de um ano após as eleições, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) publicou uma resolução proibindo os disparos em massa de mensagens instantâneas em campanhas eleitorais realizadas pela internet e especificando que candidatos, partidos e coligações têm o dever de checar os conteúdos utilizados na campanha, mesmo que tenham sido produzidos por terceiros, podendo serem punidos em caso de divulgação de notícias falsas. Em novembro do mesmo ano, durante a CPMI (Comissão Parlamentar Mista de Inquérito) das Fake News, o TSE já havia determinado que o WhatsApp informasse se havia feito disparos em massa durante o período eleitoral de 2018 e relatasse que medidas havia tomado para coibir a prática. Em audiência pública, no mesmo mês, um representante da empresa já havia mencionado a necessidade de se fazer a distinção entre impulsionamento de mensagens - uma atividade contratada mediante pagamento e permitida pela legislação eleitoral, mas que não é executada pelo WhatsApp - e os disparos em massa - que segundo o representante da empresa são proibidos através dos termos de uso da plataforma. Na ocasião, ele se juntou a representantes do Facebook, InternetLab e SaferNet, pedindo que a legislação proibisse expressamente o envio de mensagens em massa - o que aconteceu no mês seguinte -, e explicou que havia banido 400 mil contas de usuários durante o período eleitoral, como forma de tentar combater a prática. Além disso, a plataforma pede que os usuários denunciem quando forem inseridos em grupos grandes os quais não tiverem solicitado para entrar.



## **Considerações finais**

Este trabalho partiu de uma genealogia do ativismo a partir da internet ou ativismo em rede para tentar compreender em que momento o ativismo até então voltado para a produção do comum se tornou um instrumento de disseminação de ódio e polarização. Retomando o surgimento da internet falou sobre como esta se tornou uma revisitação da ágora grega, se mostrando como espaço de discussão democrático, conceituou e explicou o que alguns teóricos entendem que são os hackers e que lutam os movem. Posteriormente revisitou a atuação dos ativistas de PC, momento em que as interfaces da web começaram a se tornar mais amigáveis e que pessoas sem acesso a códigos de programação puderam também partir da internet para militar em prol de suas demandas. Surgiram as lutas identitárias/guerras de informação que mostraram o potencial das redes, como o Zapatismo, e, na mesma linha, as lutas antiglobalização, como o episódio de Seattle. Dando um passo adiante a militância se torna móvel, com o advento dos telefones celulares e smartphones e então foi possível perceber que essa virada ao ódio e a polarização que me inquietaram e levaram a esta pesquisa se deu após os anos 2000.

O passo seguinte foi compreender que tecnologias estavam em atuação desde este momento e como nos relacionávamos com elas, chegando à conclusão que os anos 2000 iniciaram o protagonismo do algoritmo. Ele foi criado para obedecer a determinados padrões que os usuários apresentam e responder a eles, só que devido ao aprimoramento da inteligência artificial chegam a oferecer respostas aos questionamentos que ele acredita que o usuário terá (predição). Assim, se tornaram os responsáveis por moldar nossa vida, nossos hábitos, as formas como fazemos escolhas e, obviamente, foram cooptados pelo capitalismo como uma forma de explorar o trabalho dos usuários - muitas vezes sem que eles percebessem - e partindo de informações sobre sua personalidade alterar seus comportamentos. Esse aprofundamento se fez necessário porque uma das hipóteses do trabalho era de que o ativismo de ódio teria emergido devido a uma manipulação algorítmica, daí o título do capítulo: traídos pelo algoritmo.

Outra tecnologia considerada importante para compreender o contexto atual do ativismo em rede foi o smartphone, pois como já mencionado por Adam Greenfield, ele é o artefato que melhor caracteriza nossa era. A tecnologia móvel já

havia sido apropriada por ativistas desde os aparelhos de telefone celular, mas é possível dizer que ao convergi-los com a internet o smartphone deu um passo adiante. Por isso, embora o assunto tivesse sido introduzido quando se falou da militância mobile, neste terceiro capítulo e ele foi aprofundado e feito um cruzamento entre seu hardware - o aparelho propriamente dito - e seu software - sua versão algorítmica, no caso os aplicativos. Um destes aplicativos, o WhatsApp, teve destaque especial por ser um dos mais utilizados pelos militantes de ódio mencionados no primeiro capítulo.

Uma segunda hipótese teria sido a de que o ativismo a partir da internet respondeu a um contexto que o levou a atuar em prol de discursos de ódio e não de uma produção do comum. Para verificá-la foi importante compreender em que contexto político e econômico - já que estes dois fatores não podem ser analisados separadamente - se encontrava o mundo a partir dos anos 2000. E o acontecimento que marcou esta era foi o ataque feito a prédios importantes para a economia, a política e o contexto militar dos Estados Unidos por terroristas afegãos. Este ataque aumentou o individualismo mundial, o medo, o preconceito e afetou diretamente a economia, sendo a raiz da crise do subprime de 2007.

Este terceiro capítulo demonstrou como o individualismo, que já era uma característica do sistema capitalista em que vivemos, foi elevado e se conjugou com os altos níveis de desemprego pós-crise do subprime e com os preconceitos e medos pós ataques terroristas fazendo com que fossem incluídos dois pontos de vital importância para a compreensão do mundo atual: a emergência de movimentos de Direita na cena política mundial e a criação de uma nova forma de exploração do trabalho toda permeada pela lógica algorítmica.

A partir de toda esta contextualização, o quarto capítulo selecionou um dos três casos de ativismo de ódio mencionados no capítulo 1 - o ativismo bolsonarista no Brasil - para submetê-lo a uma análise um pouco mais profunda e tentar compreender de que forma ele se cruza com toda a contextualização que foi feita. A conclusão é que o contexto histórico pós anos 2000 e as tecnologias empregadas pelo mercado desde então se fundiram para criar uma lógica de Marketing que se assemelha à atuação dos ativistas, ou melhor, transveste a propaganda de ativismo. Aproveitando-se do distanciamento entre as pessoas, dos medos e dificuldades provocados também por crises econômicas e dos novos hábitos empregados pelos

algoritmos, principalmente aqueles presentes nas redes sociais e nos aplicativos de smartphone, algumas pessoas são levadas a acreditar estarem inseridos em um meio de pessoas que pensam da mesma forma e assim escancarar determinados posicionamentos que poderiam ser vistos como polêmicos antes dos anos 2000. Ao mesmo tempo, a alienação sobre a possibilidade de estarem sendo manipuladas aliada à ausência de um espaço de discussão orgânico as leva a cometer determinados atos sem pensar sobre eles, como repassar conteúdos de origem desconhecida e mesmo brigar com pessoas de seu convívio por apresentarem um posicionamento diferente do seu e de todas as outras pessoas do mundo - do seu mundo - graças aos filtros-bolha. Portanto, os marketeiros de plantão se aproveitam do conhecimento que tem acerca das pessoas para fazer essa manipulação algorítmica, levando-as trabalhar gratuitamente a seu favor, como se estivessem jogando um joguinho, se divertindo em um momento de lazer ou militando por uma causa ou alguém. As pessoas são convencidas a comprar de tudo, inclusive candidatos, e a tentar vendê-los a outras pessoas.

Mesmo assim, muitos autores acreditam que não há motivos para temer a internet. Castells acredita que "a Internet não é um instrumento de liberdade e, nem tampouco a arma de uma dominação unilateral" (Castells, 2003, p. 135) e que a própria liberdade é em si mesma "uma luta constante". Por isso é necessário armar os usuários para essa luta, para que consigam usar a internet para promover democracia, para se posicionar e não para ampliar as disparidades entre ricos e pobres. Malini e Antoun já destacavam o caráter ambíguo das tecnologias da informação que construíram a internet quando explicaram que

"elas foram projetadas e desenvolvidas para permitir tanto a condução e a articulação de forças aliadas num ambiente caótico de confronto termonuclear, exprimindo os interesses do Departamento de Defesa norte-americano, quanto a colaboração no desenvolvimento acentrado de projetos de grande porte por parceiros dispersos geograficamente, exprimindo os interesses da comunidade científica." (Antoun; Malini, 2013, p. 61).

A questão é que o problema não está no algoritmo em si, mas em seus usuários que, como diz Zuboff, se tornaram meros espectadores. Na tentativa de ter acesso a todo o conhecimento do mundo, estamos nos permitindo sermos dominados, estamos dando acesso a um nível de visibilidade através de nossos dados que facilita a lógica da manipulação. Temos que subverter esta lógica e tomar as rédeas do aparato tecnológico.

Estamos sendo dominados pelo algoritmo do Facebook, pelo algoritmo da Netflix, pelo algoritmo do Spotify e por isso a partir de agora sentimos que não temos outra opção senão ver os blackbusters que nos serão indicados, manter nas paradas de sucesso as músicas que já estão lá e viver dentro de uma bolha que nos afasta da diversidade. No entanto, um dos grandes estudiosos do poder, Michel Foucault, via o poder de uma forma diferente desta estrutura de dominação. Para ele, o poder era uma relação que poderia ser visualizada em todos os microcampos de nossa vida, seja na família, na escola, no trabalho. Só que, como se tratavam de relações e não se estruturas, elas possuíam um desequilíbrio, sendo "portanto, móveis, reversíveis e instáveis" (Foucault, 2014, p. 270). Isso quer dizer, por exemplo, que um pai ou mãe tem autoridade sobre um filho recém nascido, mas quando o bebê começa a chorar de fome exigindo alimentação e os pais correm para dar de mamar à criança, é a criança que está dominando a família. Para Foucault, as relações de poder nada mais são que uma tentativa de condução do outro e, como tal, pressupõem que seus participantes sejam livres. Se a relação de poder está desequilibrada permanecendo a dominação do lado dos algoritmos das grandes corporações da internet e somos livres, porque não podemos promover um novo desequilíbrio, desta vez a nosso favor?

Uma destas tentativas de promover um desequilíbrio a favor do usuário pode partir do próprio usuário através do que alguns autores chamam de ativismo de dados. Como explicam Padovani e Massarolo, se trata de uma forma de mobilização ligada à cultura participativa que emerge das redes. O que difere esta forma de atuação das outras formas de ativismo social e político a partir da internet é que, além de ser exclusivamente uma militância online, ele se baseia unicamente na lógica do algoritmo, atua a partir de seu funcionamento. Os autores utilizam uma citação de Stefania Milan e Lonneke van der Velden para explicar que

"a mobilização aqui abarca ambos eventos discretos – atos individuais e coletivos de apropriação de dados, mas também a dissidência, subversão e a resistência à coleta de dados – e todo o processo que se subentende a emergência do ativismo de dados –denominando, o crescimento de uma consciência popular sinalizando uma mudança fundamental na perspectiva e na atitude em relação a dataficação que está lentamente emergindo na sociedade civil"<sup>91</sup> (Milan; Velden apud Padovani; Massarolo, 2018, p. 581).

---

<sup>91</sup> Diferente da maior parte das traduções contidas neste trabalho, feitas pela própria autora, a desta citação foi feita por Padovani e Massarolo.

Um dos exemplos deste tipo de militância foi dado pelos próprios autores: uma foto de Nick Ut sobre a guerra do Vietnã foi censurada pelo algoritmo do Facebook por considerar que a criança nua da foto pudesse "violiar as políticas morais do usuário" (Padovani; Massarolo, 2018, p. 582). A atitude gerou uma leva de protestos dos usuários, feitos através de comentários da página, e o Facebook voltou atrás e não censurou a foto. No Brasil houve também vários casos deste tipo de ativismo, principalmente entre os movimentos feministas. Nos últimos anos, estes movimentos têm conseguido colocar em pauta uma série de questões pertinentes a mulheres simplesmente fazendo o uso de hashtags de protesto nas redes sociais. Além de trazer as questões para a discussão, a divulgação destas hashtags motiva mulheres a fazerem denúncias através da internet que, muitas vezes, desembocam em processos judiciais, como, por exemplo, o "meu primeiro assédio" e o "meu amigo secreto". Nestas manifestações usuárias das redes sociais eram motivadas a relatarem casos de abuso e machismo sofridos em algum momento da vida e ao perceberem que o abuso era algo sofrido também por outras mulheres, algumas tiveram coragem de denunciar seus casos à polícia. Outro exemplo foi o "mexeu com uma, mexeu com todas", que apoiou uma figurinista da Rede Globo após ela denunciar ter sido assediada pelo ator José Mayer e, somente fazendo uso desta hashtag, conseguiu que a emissora afastasse o ator de suas produções. O mesmo tem acontecido em Hollywood, em que diretores, produtores e atores suspeitos de abuso estão sendo demitidos. Kevin Spacey, por exemplo, foi escolhido através de fórmulas algorítmicas para ser o protagonista de House of Cards, primeira produção independente da Netflix – e afastado após cinco temporadas por ter sido acusado de assédio sexual, sendo que muitas das denúncias foram feitas através da internet.

Outra forma de atuação ainda na linha do ativismo de dados é deixar de participar de algumas páginas de redes sociais ou mesmo reduzir as formas de interação. Quando o escândalo da Cambridge Analytica começou<sup>92</sup> a vir à tona, em 2018, muitas pessoas desfizeram seus perfis no Facebook como forma de demonstrar sua desaprovação à plataforma. O porta-voz da empresa veio a público se desculpar pelo caso e, ainda que não tenha cumprido uma vez que se trata do principal modelo de negócios da empresa, anunciou que faria mudanças em seu

---

<sup>92</sup> Usei a palavra começou porque aqui me referia à matéria do The Guardian que falava sobre a venda de dados de usuários. O documentário Privacidade Hackeada, que mencionava a manipulação em campanhas eleitorais, só foi lançado no meio de 2019.

algoritmo como forma de estimular a proteção de dados. Poucas semanas depois do escândalo, entrou também em vigor a General Data Protection Regulation (GDPR) na União Europeia. Trata-se de uma lei de proteção geral de dados para proteger a privacidade dos usuários da internet. Embora a legislação seja voltada apenas a empresas que atuam com dados de cidadãos europeus, empresas como Microsoft, Facebook, Spotify, Apple e WhatsApp enviaram notificações a seus usuários de outros países anunciando que pretendem estender as mudanças a todos os seus usuários. Elas não fizeram isso por serem "boazinhas", mas devido à pressão sofrida desde que o escândalo das semanas anteriores tinha levado usuários a refletirem sobre o que pode ser feitos com os dados capturados nessas redes com o auxílio dos algoritmos.

Os cypherpunks são outro grupo de ativistas que focam sua atuação na questão dos dados. Eles acreditam que a manutenção dos dados são uma forma de dominação de um grupo sobre outro e que não é à toa que os governos mantêm tantos dados sobre seus cidadãos e possuem setores de inteligência para atuar sobre estes dados. Usando a lógica do medo e do terrorismo, eles convencem as pessoas a disponibilizar estas informações, mas muitas vezes a contrapartida não é a mesma. Por isso, o lema do grupo é "máxima privacidade para os fracos e transparência para os poderosos". Eles acreditam que o cidadão comum precisa ter acesso a um software livre que seja compreensível a todos e que lhes permita controlar que informações serão disponibilizadas aos governos; criptografar as informações pessoais que desejarem de forma que elas não sejam acessíveis, por exemplo, a empresas; e compreender "o que será feito com a tecnologia" (Jérémie, 2013, p. 79). Além disso, defendem que sejam traçados "limites para a supervisão das autoridades judiciais" (Idem, p. 63.). Por outro lado, os governos devem abrir todos os seus dados para a população de forma que ela possa monitorar suas ações. Manuel Castells chegou a mencionar ideias parecidas quando ainda escrevia sobre as potencialidades da internet, no início dos anos 2000. Na ocasião disse que "a interatividade torna possível aos cidadãos solicitar informação, expressar opiniões e pedir respostas pessoais a seus representantes. Em vez de o governo vigiar as pessoas, as pessoas poderiam estar vigiando o seu governo" (Castells, 2003, p. 128).

As ideias dos cypherpunks parecem muito boas, mas excluem grande parte da população, pois mesmo que os softwares de criptografia sejam livres e gratuitos,

é utópico pensar que todos terão recursos intelectuais para criptografar seus dados: a maioria da população se manterá vulnerável. Entretanto, a questão da transparência dos governos não só se mostra muito interessante como já está em curso em alguns países, ainda que muitos não saibam disso. No Brasil, por exemplo, a Lei de Acesso à Informação (Lei 12.527/2011), sancionada pela presidente Dilma Rousseff após pressão de ativistas, determina em seu artigo quinto que "é dever do Estado garantir o direito de acesso à informação, que será franqueada, mediante procedimentos objetivos e ágeis, de forma transparente, clara e em linguagem de fácil compreensão". Na prática, muitos dos artigos, como o que prevê que todos os órgãos públicos nacionais precisam já dispôr de alguns dados em suas páginas<sup>93</sup>, sem que seja solicitado (artigo 8º), e o próprio artigo 5º quando fala em "procedimentos ágeis e objetivos" para ter acesso à informação, não são cumpridos. Ainda assim, a lei é um passo importante para que os cidadãos tenham acesso aos dados dos sistemas de governo de seus países.

Mas além do ativismo de dados há uma outra linha de pensamento que vai ao encontro da Educação, tanto a Educação de forma geral, para gerar pensamento crítico, quanto uma Educação voltada para o uso da internet, chamada de Media Literacy ou letramento digital. Castells, por exemplo, acredita que as duas devem ser conjugadas. Para ele, uma educação mais crítica e menos passiva, como a comumente vista em áreas mais pobres, e o letramento digital – ainda que, na ocasião, não tenha usado este termo, apenas descrito-o – são armas para o uso da internet. É preciso ampliar o acesso à internet como um todo, e não apenas permitir o uso de determinados aplicativos, assim como educar as pessoas para que o acesso intelectual a esta tecnologia também seja feito de forma mais democrática. Bernardo Sorj demonstra estar de acordo com o espanhol ao acrescentar que "o problema último da exclusão digital não é o acesso à tecnologia, mas a capacidade de interpretar criticamente a informação que circula na internet" (Sorj, 2006). Embora quanto à primeira forma de Educação pareçam não ser visíveis muitos questionamentos, alguns pesquisadores discutem o chamado letramento digital. Eles acreditam, em primeiro lugar, que a internet atualmente apresenta um caráter intuitivo, não sendo por isso necessário ensinar como agir nela. Além disso, muitas organizações que atuam com captação de dados defendem o letramento digital,

---

<sup>93</sup>Em uma rápida comparação entre os poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, é fácil reparar que o terceiro é o que menos disponibiliza dados sobre seus servidores e suas formas de atuação.

gerando desconfianças sobre se o mesmo não seria uma forma de "adestrar" o usuário para conviver "melhor"<sup>94</sup> com os algoritmos.

Independente das opções escolhidas para "combater o algoritmo", o que este trabalho percebe é que sua utilização é uma realidade, e uma realidade que está afetando até mesmo nossos processos democráticos. Fomos inscritos em um sistema biopolítico, continuamos a ser engrenagens de uma máquina, mas como frisa Paolo Virno citado em artigo de Pasquinelli, "para realmente compreender o que é a biopolítica, temos que começar por compreender a potencialidade de nossos próprios corpos vivos e de nosso próprio trabalho vivo: as estruturas biopolíticas vêm depois, como aparelho para capturar essa potencialidade" (Virno apud Pasquinelli, 2010, p. 2). Como toda forma de exploração, esta também possui sua contradição: Hardt e Negri descrevem que "o trabalho biopolítico é caracterizado pela criatividade – e a criatividade é uma expressão do comum" (Hardt; Negri, 2016, p. 346). Por isso será com a criatividade que precisaremos descobrir a melhor forma de combater o algoritmo. Este trabalho não visa oferecer opções para vencer este combate, apenas entender de que forma sua existência nos afeta. Da mesma forma que uma "democracia é algo que só se aprende fazendo" (Idem, p. 342), lidar com a manipulação que vem sendo empreendida em nossos hábitos fazendo com que nos tornemos propagandistas fantasiados de militantes também precisará ser aprendido na prática. E compreender de que forma nossos dados são capturados e utilizados para nos manipular não deixa de ser um passo importante neste processo.

---

<sup>94</sup>O grande questionamento é: o melhor para quem? Que interesses estariam por trás deste tipo de Educação?



## Referências

### Filmes/vídeos

ANDRION, Roseli. **Uberização: reflexos da nova economia**. Disponível em [https://olhardigital.com.br/video/uberizacao-reflexos-da-nova-economia/93371?utm\\_campaign=newsletter\\_posicao\\_video&utm\\_medium=leia\\_mais&utm\\_source=newsletter](https://olhardigital.com.br/video/uberizacao-reflexos-da-nova-economia/93371?utm_campaign=newsletter_posicao_video&utm_medium=leia_mais&utm_source=newsletter). Acesso em 17 jan 2020 (6 min).

BUGALHO, Henry Alfred. **Bolsonaro, Trump e Steve Bannon – resposta ao Canal do Slow**, 22 out 2018. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=TUeSjX5TvcY&list=WL&index=35&t=0s>. Acesso em 17 jul 2019 (17 min).

EX-combatente do Estado Islâmico conta como é trabalhar para o grupo terrorista. **Jornal Hoje**, 28 set 2018. Disponível em <https://globoplay.globo.com/v/7051411/>. Acesso em 15 jul 2019 (5 min).

PRIVACIDADE Hackeada. Direção de Karim Amer e Jehane Noujaim. EUA: Noujaim Films/ Othrs, 2019. 1 vídeo (114 min). Netflix

SAIBA quem são e o que pensam os brasileiros investigados por práticas terroristas. **Fantástico**, 21 out 2018. Disponível em <https://g1.globo.com/fantastico/noticia/2018/10/21/saiba-quem-sao-e-o-que-pensam-brasileiros-investigados-por-praticas-terroristas.ghtml>. Acesso em 15 jul 2019 (12 min).

SLOW, Estevão. **Entenda: Bolsonaro e Steve Bannon!!!**, 19 out 2018. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=VUTiRx9wD34&list=WL&index=104&t=622s>. Acesso em 17 jul 2019.

\_\_\_\_\_. **A milícia virtual do Bolsonaro! (CPMI das FakeNews)**, 20 out 2019. Disponível em [https://www.youtube.com/watch?v=l1NvV8ncX\\_4&t=2960s](https://www.youtube.com/watch?v=l1NvV8ncX_4&t=2960s). Acesso em 20 jan 2020.

### Livros/artigos científicos

AHMED, Sara. **The Organisation of Hate**. In: The Cultural Politics of Emotion. Edinburg: Edinburg University Press, 2014.

AMARAL, Adriana; RECUERO, Raquel; MONTARDO, Sandra Portella (orgs). **Blogs.com: estudos sobre blogs e comunicação**. Disponível em <http://www.razonypalabra.org.mx/libros/libros/blogfinal.pdf>. Acesso em 22 mai 2019.

ANTOUN, Henrique. **Aula concedida à autora**. Rio de Janeiro, 2019.

ASSANGE, Julian et al. **Cypherpunks – Liberdade e o futuro da internet**. Tradução de Cristina Yamagami. São Paulo: Boitempo Editorial, 2013.

ARMOND, Paul de. **Black Flag Over Seattle**. Disponível em <http://www.albionmonitor.com/seattlewto/index.html>. Acesso em 04 dez 2019.

BARBOSA, Rubens Antônio. **Os Estados Unidos pós 11 de setembro de 2001: implicações para a ordem mundial e para o Brasil**. Disponível em [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0034-73292002000100003&script=sci\\_arttext&tlng=pt#tx02](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0034-73292002000100003&script=sci_arttext&tlng=pt#tx02). Acesso em 15 jan 2020.

BASTOS, João Guilherme; Chagas, Viktor. **A revolução será memetizada: engajamento e ação coletiva nos memes nos debates eleitorais em 2014**. Disponível em <http://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/1252>. Acesso em 07 jan 2019.

BOBBIO, Norberto. **Direita e esquerda: razões e significados de uma distinção política**. Tradução de Marco Aurélio Nogueira. 2ª ed. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1995.

BRUNO, Fernanda. Cidade, Algoritmo, Visão. In: RENA, Alemar; BAMBOZZI, Lucas; RENA, Natacha (orgs.). **Cidade Eletronika – Tecropolíticas do comum: Artes, Urbanismo e Democracia**. Disponível em [http://www.editora.fluxos.org/LivrosPDFDownload/Rena\\_Bambozzi\\_Rena\\_ELTKN\\_Cidade\\_Baixa.pdf](http://www.editora.fluxos.org/LivrosPDFDownload/Rena_Bambozzi_Rena_ELTKN_Cidade_Baixa.pdf). Acesso em 17 jul 2018.

CÂMARA, Thiago Sette. **Terrorismo na Era da Internet: o uso de redes sociais pelo Estado Islâmico**. Disponível em <http://revista.unicuritiba.edu.br/index.php/RIMA/article/view/1381>. Acesso em 07 jan 2019.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Tradução de Maria Lúcia X. de A. Borges; revisão Paulo Vaz. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

\_\_\_\_\_. **A Sociedade em Rede – A era da informação: economia, sociedade e cultura, vol. 1**. Tradução de Roneide Venâncio Majer e Jussara Simões. São Paulo: Paz e Terra, 2006.

\_\_\_\_\_. **Redes de indignação e esperança – Movimentos sociais na era da internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CINTRA, Marcos Antonio Macedo; FARHI, Maryse. **A crise financeira e o Global Shadow Banking System**. Disponível em

[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0101-33002008000300002&script=sci\\_arttext&tlng=pt#top](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0101-33002008000300002&script=sci_arttext&tlng=pt#top). Acesso em 15 jan 2020.

CLEVER, Harry M. **The Zapatista Effect: The Internet and the Rise of an Alternative Political Fabric.** Disponível em [https://www.researchgate.net/publication/265656838\\_The\\_Zapatista\\_Effect\\_The\\_Internet\\_and\\_the\\_Rise\\_of\\_an\\_Alternative\\_Political\\_Fabric](https://www.researchgate.net/publication/265656838_The_Zapatista_Effect_The_Internet_and_the_Rise_of_an_Alternative_Political_Fabric). Acesso em 21 dez 2018.

COCCO, Giuseppe; CAVA, Bruno. **Enigma do Disforme: neoliberalismo e biopoder no Brasil global.** Rio de Janeiro: Mauad X, 2018.

\_\_\_\_\_. **O trabalho das linhas.** Disponível em <http://uninomade.net/tenda/o-trabalho-das-linhas/>. Acesso em 12 jun 2018.

CONNOR, Alan. **Spam with everything in Germany's election.** Disponível em [https://www.opendemocracy.net/media-edemocracy/spam\\_2535.jsp](https://www.opendemocracy.net/media-edemocracy/spam_2535.jsp). Acesso em 05 dez 2018.

CRARY, Jonathan. **24/7 – Late capitalism and the Ends of Sleep.** New York: Verso, 2013.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo.** Disponível em <https://www.marxists.org/portugues/debord/1967/11/sociedade.pdf>. Acesso em 16 mai 2018.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **Mil platôs – capitalismo e esquizofrenia, vol. 1.** Tradução de Aurélio Guerra Neto e Célia Pinto Costa. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1995.

\_\_\_\_\_. **Mil platôs – capitalismo e esquizofrenia, vol. 5.** Tradução de Peter Pál Pelbart e Janice Caiafa. São Paulo: Ed. 34, 1997.

DELEUZE, Gilles. **Nietzsche e a Filosofia.** Tradução de Ruth Joffily Dias e Edmundo Fernandes Dias. Rio de Janeiro: Editora Rio, 1976.

FELICE, Massimo Di. **Net-Ativismo – Da ação social para o ato conectivo.** São Paulo: Paulus, 2017.

FERRAZ, Maria Cristina Franco. **Genealogia: aposta metodológica.** In: Ruminacões: cultura letrada e dispersão hiperconectada. Rio de Janeiro: Ed. Garamond, 2015.

FINN, Ed. **What Algorithms Want? Imagination in the Age of Computing.** Cambridge: The MIT Press, 2017.

FOUCAULT, Michel. **Ditos e Escritos V – Ética, Sexualidade e Política**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2014.

\_\_\_\_\_. **História da Sexualidade I – A vontade de saber**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1999.

\_\_\_\_\_. **O sujeito e o poder**. Disponível em <http://www.uesb.br/eventos/pensarcomfoucault/leituras/o-sujeito-e-o-poder.pdf>. Acesso em 22 nov 2018.

\_\_\_\_\_. **Vigiar e punir - Nascimento da prisão**. Petrópolis: Editora Vozes, 1999.

FRANCO, David Silva; FERRAZ, Deise Luisa da Silva. **Uberização do trabalho e acumulação capitalista**. Disponível em [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1679-39512019000700844&script=sci\\_arttext&lng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1679-39512019000700844&script=sci_arttext&lng=pt). Acesso em 17 jan 2020.

GALLEGO, Esther Solano (org). **O ódio como política: a reinvenção da direita no Brasil**. 1ª ed. São Paulo: Boitempo, 2018.

GREENFIELD, Adam. **Radical Technologies: The Design of Everyday Life**. London: Verso, 2017.

HARDT, Michael; NEGRI, Antonio. **Império**. Tradução de Berilo Vargas. 2ª ed. Rio de Janeiro: Editora Record, 2001.

\_\_\_\_\_. **Multidão – Guerra e democracia na era do Império**. Rio de Janeiro: Editora Record, 2005.

\_\_\_\_\_. **Bem Estar Comum**. Tradução de Clóvis Marques. Rio de Janeiro: Editora Record, 2016.

LAZZARATO, Maurício; NEGRI, Antonio. **Trabalho imaterial – formas de vida e produção de subjetividade**. Tradução de Mônica Jesus. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

LEAVITT, David. **O homem que sabia demais – Alan Turing e a invenção do computador**. Tradução de Samuel Dirceu. Ribeirão Preto: Novo Conceito Editora, 2011.

LÉVY, Pierre. **Inteligencia Colectiva – por uma antropología del ciberespacio**. Disponível em

file:///C:/Users/Thiago/Downloads/L%C3%89VY,%20Pierre%20(1994)%20Inteligencia%20colectiva%20por%20una%20antropologia%20del%20ciberespacio.pdf. Acesso em 23 jul 2018.

LOPES, Mônica Schieck Chaves. **Flash mob: uma experiência dos meios de comunicação como suporte para novas práticas subjetivas e sociais**. Rio de Janeiro, UFRJ/ECO, 2006. 172 f.

MALINI, Fábio; ANTOUN, Henrique. **A internet e a rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

MARQUESA, Daniel; LEMOS, André. **Sensibilidade performativa e privacidade na internet das coisas**. Disponível em <http://lavits.org/wp-content/uploads/2018/04/43-Daniel-Marques-e-Andr%C3%A9-Lemos.pdf>. Acesso em 16 out 2019.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensão do homem (understanding media)**. Disponível em <http://lelivros.love/book/baixar-livro-os-meios-de-comunicacao-como-extensoes-do-homem-marshall-mcluhan-em-pdf-epub-e-mobi-ou-ler-online/>. Acesso em 15 out 2019.

MESSIAS, Johnnatan; SCHMIDT, Lucas; OLIVEIRA, Ricardo; BENEVENUTO, Fabrício. **Bots sociais: como robôs podem se tornar influentes no Twitter**. Disponível em <https://search.proquest.com/openview/8204de276f107e7d8b64a95ba441936f/1?pq-origsite=gscholar&cbl=178195>. Acesso em 17 jan 2020.

MONTY, Renata. **Consumo de comida por aplicativos: os impactos das materialidades da comunicação em Uber Eats e iFood**. Disponível em [http://anais-comunicon2018.espm.br/GTs/GTPOS/GT2/GT02\\_MONTY.pdf](http://anais-comunicon2018.espm.br/GTs/GTPOS/GT2/GT02_MONTY.pdf). Acesso em 17 jan 2020.

NADLER, Anthony; MCGUIGAN, Lee. **An impulse to exploit: the behavioral turn in data-driven marketing**. Disponível em <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15295036.2017.1387279>. Acesso em 13 jan 2020.

NEGRI, Antonio. **Para uma definição ontológica da Multidão**. Disponível em [http://uninomade.net/wp-content/files\\_mf/113003120823Para%20uma%20defini%C3%83%C2%A7%C3%83%C2%A3o%20ontol%C3%83%C2%B3gica%20da%20multid%C3%83%C2%A3o%20-%20Antonio%20Negri.pdf](http://uninomade.net/wp-content/files_mf/113003120823Para%20uma%20defini%C3%83%C2%A7%C3%83%C2%A3o%20ontol%C3%83%C2%B3gica%20da%20multid%C3%83%C2%A3o%20-%20Antonio%20Negri.pdf). Acesso em 24 abr 2018.

PADOVANI, Gustavo; MASSAROLO, João Carlos. Ativismo de dados como uma prática social nas plataformas. In: BRAIGHI, Antônio Augusto; LESSA, Cláudio;

CÂMARA, Marco Túlio (orgs.). **Interfaces do Midiativismo: do conceito à prática**. CEFET-MG: Belo Horizonte, 2018. P. 575-589.

PASQUINELLI, Matteo. **Um diagrama do capitalismo cognitivo e da exploração da inteligência social geral**. Disponível em <http://uninomade.net/tenda/um-diagrama-do-capitalismo-cognitivo-e-da-exploracao-da-inteligencia-social-geral/>. Acesso em 25 mai 2018.

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

RENNÓ, Raquel. **WhatsApp: The Widespread Use of WhatsApp in Political Campaigning in the Global South**. Disponível em <https://ourdataourselves.tacticaltech.org/posts/whatsapp/>. Acesso em 06 dez 2018.

RICUPERO, Rubens. **O mundo após o 11 de setembro: a perda da inocência**. Disponível em [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-20702003000200002&script=sci\\_arttext#top01](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-20702003000200002&script=sci_arttext#top01). Acesso em 15 jan 2020.

RIGITANO, Eugênia. **Ciberativismo: definições, origens e possíveis classificações**. In: *Cibercidade II: Ciberurbe. A cidade na sociedade da informação*. Rio de Janeiro: E-Papers Serviços Editoriais, 2005.

RIBEIRO, José Carlos; PEREIRA, Antonio Marcos. **Os desafios analíticos propostos pelo fenômeno das flash mobs**. In: *Cibercidade II: Ciberurbe. A cidade na sociedade da informação*. Rio de Janeiro: E-Papers Serviços Editoriais, 2005.

ROBERGE, Jonathan; Sevfert, Robert. **Algorithmic Cultures – Essays on meaning, performance and new Technologies**. New York: Routledge, 2017.

SIMONDON, Gilbert. **A gênese do indivíduo**. Tradução Ivana Medeiros. Disponível em <https://pt.scribd.com/document/7>. Acesso em 13 mai 2019.

SORJ, Bernardo. **Internet, espaço público e marketing político - Entre a promoção da comunicação e o solipsismo moralista**. Disponível em [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0101-33002006000300006&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0101-33002006000300006&script=sci_arttext). Acesso em 05 dez 2018.

SOUZA, Paulo Roberto Elias; PENTEADO, Cláudio Luis de Camargo. **Blogs e contrainformação política: redescobrimo uma forma de luta simbólica na blogosfera**. Disponível em <http://www.compolitica.org/home/wp-content/uploads/2013/05/GT08-Jornalismo-politico-PauloRobertoEliasDeSouza.pdf>. Acesso em 15 jul 2019.

STARK, Luke. **Algorithmics psychometrics and the scalable subject**. Disponível em <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0306312718772094?journalCode=sssb>. Acesso em 13 jan 2020.

TORET, Javier. **Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectadas. El sistema red 15M, un nuevo paradigma de la política distribuida**. Disponível em [https://tecnopolitica.net/sites/default/files/1878-5799-3-PB%20\(2\).pdf](https://tecnopolitica.net/sites/default/files/1878-5799-3-PB%20(2).pdf). Acesso em 18 jul 2018.

ZUBOFF, Shoshana. **Big other: surveillance capitalism and the prospects of an information civilization**. Disponível em [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2594754](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2594754). Acesso em 26 jul 2018.

### **Material jornalístico/artigos de internet**

2001, ataques de 11 de setembro de. In: **Wikipédia: a enciclopédia livre**. Disponível em [https://pt.wikipedia.org/wiki/Ataques\\_de\\_11\\_de\\_setembro\\_de\\_2001](https://pt.wikipedia.org/wiki/Ataques_de_11_de_setembro_de_2001). Acesso em 15 jan 2020.

AUDI, Amanda; DIAS, Tatiana. **Seu número de telefone vale 9 centavos no zap dos políticos**. Disponível em <https://theintercept.com/2018/10/22/whatsapp-politicos/>. Acesso em 03 dez 2018.

ALGORITMO. In: **Wikipédia: a enciclopédia livre**. Disponível em <https://pt.wikipedia.org/wiki/Algoritmo>. Acesso em 26 jul 2018.

AMORIM, Paulo Henrique. **Wikipédia: a enciclopédia livre**. Disponível em [https://pt.wikipedia.org/wiki/Paulo\\_Henrique\\_Amorim](https://pt.wikipedia.org/wiki/Paulo_Henrique_Amorim). Acesso em 15 jul 2019.

ANALYTICA, Cambridge. **Wikipédia: a enciclopédia livre**. Disponível em [https://pt.wikipedia.org/wiki/Cambridge\\_Analytica](https://pt.wikipedia.org/wiki/Cambridge_Analytica). Acesso em 18 jul 2019.

AURELI, Sofia. **WhatsApp testa mensagens que se autodestroem**. Disponível em [https://olhardigital.com.br/noticia/whatsapp-testa-mensagens-que-se-autodestroem/93462?utm\\_campaign=newsletter\\_posicao\\_01&utm\\_medium=leia\\_mais&utm\\_source=newsletter](https://olhardigital.com.br/noticia/whatsapp-testa-mensagens-que-se-autodestroem/93462?utm_campaign=newsletter_posicao_01&utm_medium=leia_mais&utm_source=newsletter). Acesso em 15 jan 2020.

BALLOUSSIER, Anna Virginia. **Evangélicos podem desbancar católicos no Brasil em pouco mais de uma década**. Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/01/evangelicos-podem-desbancar-catolicos-no-brasil-em-pouco-mais-de-uma-decada.shtml>. Acesso em 15 jan 2020.

BOLDRINI, Angela; MELLO, Patrícia Campos. **TSE determina que WhatsApp informe se empresas fizeram disparos em massa na eleição.** Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/11/tse-determina-que-whatsapp-diga-se-empresas-fizeram-disparos-em-massa-na-eleicao.shtml>. Acesso em 20 jan 2020.

BORGES, Rodolfo. **WhatsApp, uma arma eleitoral sem lei.** Disponível em [https://brasil.elpais.com/brasil/2018/10/18/tecnologia/1539899403\\_489473.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2018/10/18/tecnologia/1539899403_489473.html). Acesso em 05 dez 2018.

CAMPANHA de Meirelles enviou WhatsApp a beneficiários do Bolsa Família. In: **Folha de S. Paulo.** Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/11/campanha-de-meirelles-enviou-whatsapp-a-beneficiarios-do-bolsa-familia.shtml>. Acesso em 07 dez 2018.

CARDOSO, Beatriz. **O que é a GDPR? Entenda o que muda para você com a nova lei.** Disponível em <https://www.techtudo.com.br/noticias/2018/05/o-que-e-a-gdpr-entenda-o-que-muda-para-voce-com-a-nova-lei.ghtml>. Acesso em 26 jul 2018.

CHAPOLA, Ricardo. **O WhatsApp nas eleições: o uso por candidatos e eleitores.** Disponível em <https://www.nexojornal.com.br/expresso/2018/06/10/O-WhatsApp-nas-elei%C3%A7%C3%B5es-o-uso-por-candidatos-e-eleitores1>. Acesso em 05 dez 2018.

CIRIACO, Douglas. **10 filmes imperdíveis sobre Inteligência Artificial.** Disponível em: <https://canaltech.com.br/cinema/filmes-imperdiveis-sobre-inteligencia-artificial-49625/>. Acesso em 13 jan 2020.

CORDEIRO, Tiago; Garattoni, Bruno. **11 de setembro: o que veio depois.** Disponível em <https://super.abril.com.br/historia/11-de-setembro-o-que-veio-depois/>. Acesso em 15 jan 2020.

COX, Joseph. **O Estado Islâmico agora tem um site na Deep Web.** Tradução de Thiago Índio Silva. Disponível em [https://motherboard.vice.com/pt\\_br/article/qk3gjx/o-estado-islamico-agora-tem-um-site-na-deep-web](https://motherboard.vice.com/pt_br/article/qk3gjx/o-estado-islamico-agora-tem-um-site-na-deep-web). Acesso em 07 jan 2019.

CRUZ, Bruna Souza; GOMES, Helton Simões. **Cambridge Analytica no Brasil? Emails vazados contam história de fracasso.** Disponível em <https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2020/01/03/cambridge-analytica-no-brasil-emails-vazados-contam-historia-de-fracasso.htm>. Acesso em 20 jan 2020.

DALATI, Riam; Sommerville, Quentin. **As crianças que sofreram 'lavagem cerebral' pelo EI e que estão fugindo para a Europa,** 22 ago 2017. Disponível em <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-40980909>. Acesso em 15 jul 2019.



DIÁRIO DE NOTÍCIAS. **O documento que explica como a Cambridge Analytica ajudou a eleger Trump.** Disponível em <https://www.dn.pt/mundo/interior/como-a-cambridge-analytica-ajudou-na-eleicao-de-trump-9209379.html>. Acesso em 26 jul 2018.

ESTADO Islâmico cria rede social pra divulgar ações terroristas e captar novos financiamentos. **Portal do Holanda**, 04 mai 2017. Disponível em <https://www.portaldoholanda.com.br/estado-islamico/estado-islamico-cria-rede-social-para-divulgar-acoes-terroristas-e-captar-novos-finan>. Acesso em 16 jul 2019.

FAVERO, Daniel. **Eleitores reclamam de SMS; Justiça rejeita irregularidade.** Disponível em <https://www.terra.com.br/noticias/eleicoes/eleitores-reclamam-de-sms-justica-rejeita-irregularidade,4403f6cc17259410VgnVCM5000009ccceb0aRCRD.html>. Acesso em 05 dez 2018.

GRAGNANI, Juliana. **Exclusivo: investigação revela exército de perfis falsos usados para influenciar eleições no Brasil.** Disponível em <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-42172146>. Acesso em 26 jul 2018.

GOOGLE vai paralisar atualização do Street View na Alemanha. **O Globo**, 03 nov 2011. Disponível em <https://oglobo.globo.com/economia/google-vai-paralisar-atualizacao-do-street-view-na-alemanha-2901429>. Acesso em 06 jan 2020.

HENKEN, Ted. **Desde Cuba con Yoani Sánchez: animando al periodismo ciudadano digital y desafiando a la violencia verbal.** Disponível em <https://www.ascecuba.org/c/wp-content/uploads/2014/09/v18-henken.pdf>. Acesso em 15 jul 2019.

HILSENBECK, Alexander M. **Zapatismo: entre a guerra de palavras e a guerra pela palavra.** Disponível em <http://passapalavra.info/2009/04/2677/>. Acesso em 22 mai 2019.

INTERNET DAS COISAS. In: **Wikipédia, a enciclopédia livre.** Disponível em [https://pt.wikipedia.org/wiki/Internet\\_das\\_coisas](https://pt.wikipedia.org/wiki/Internet_das_coisas). Acesso em 02 jan 2019.

JUNQUEIRA, Daniel. **Loja da Huawei na China troca funcionários humanos por robôs.** Disponível em [https://olhardigital.com.br/noticia/loja-da-huawei-na-china-troca-funcionarios-humanos-por-robos/94931?utm\\_campaign=newsletter\\_posicao\\_01&utm\\_medium=leia\\_mais&utm\\_source=newsletter](https://olhardigital.com.br/noticia/loja-da-huawei-na-china-troca-funcionarios-humanos-por-robos/94931?utm_campaign=newsletter_posicao_01&utm_medium=leia_mais&utm_source=newsletter). Acesso em 17 jan 2020.

LARGA, Banda. **Wikipédia: a enciclopédia livre.** Disponível em [https://pt.wikipedia.org/wiki/Banda\\_largGea](https://pt.wikipedia.org/wiki/Banda_largGea). Acesso em 15 mai 2019.

LEI nº 9.504, de 30 de setembro de 1997. In: **Presidência da República**. Disponível em [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l9504.htm#art24](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9504.htm#art24). Acesso em 08 dez 2018.

LEI nº 12.527, de 18 de novembro de 2011. In: **Presidência da República**. Disponível em [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm). Acesso em 08 dez 2018.

LEI nº 12.965, de 23 de abril de 2014. In: **Presidência da República**. Disponível em [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2011/lei/l12527.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12527.htm). Acesso em 21 jan 2020.

LIB, Computer/ Dream Machines. **Wikipédia: a enciclopédia livre**. Disponível em [https://en.wikipedia.org/wiki/Computer\\_Lib/Dream\\_Machines](https://en.wikipedia.org/wiki/Computer_Lib/Dream_Machines). Acesso em 15 mai 2019.

MAGENTA, Matheus; GRAGNANI, Juliana; SOUZA, Felipe. **Como telefones de usuários do Facebook foram usados por campanhas em 'disparos em massa' no WhatsApp**. Disponível em <https://noticias.uol.com.br/tecnologia/noticias/bbc/2018/10/20/como-telefones-de-usuarios-do-facebook-foram-usados-por-campanhas-em-disparos-em-massa-no-whatsapp.htm>. Acesso em 07 dez 2018.

MALDONADO, Devon Van Houten. **O surpreendente lado positivo – e até social – da selfie**. Disponível em <https://www.bbc.com/portuguese/vert-fut-43205753>. Acesso em 10 jun 2019.

MARTHOZ, Jean-Paul. **Terrorismo e a mídia: um manual para jornalistas**. Editado por Mirta Lourenço. Brasília: UNESCO, 2018.

MELLO, Daniel. **Mais de um terço dos domicílios brasileiros não tem acesso à internet**. Disponível em <http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2018-07/mais-de-um-terco-dos-domicilios-brasileiros-nao-tem-acesso-internet>. Acesso em 02 jan 2019.

MELLO, Patrícia Campos. **Empresários bancam campanha contra o PT pelo WhatsApp**. Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/empresarios-bancam-campanha-contra-o-pt-pelo-whatsapp.shtml>. Acesso em 28 dez 2018.

\_\_\_\_\_. **Com um ano de atraso, TSE finalmente proíbe disparo em massa pelo WhastApp**. Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/patriciacamposmello/2019/12/com-um-ano-de-atraso-tse-finalmente-proibe-disparo-em-massa-pelo-whastapp.shtml>. Acesso em 20 jan 2020.

MICROTARGETING. In: **Wikipédia, a enciclopédia livre**. Disponível em <https://en.wikipedia.org/wiki/Microtargeting>. Acesso em 06 dez 2018.

MUNDO, 3,7 bilhões de pessoas ainda não têm acesso à Internet no. In: **Nações Unidas no Brasil**. Disponível em <https://nacoesunidas.org/uit-37-bilhoes-de-pessoas-ainda-nao-tem-acesso-a-internet-no-mundo/>. Acesso em 02 jan 2019.

NEWS, Breitbart. **Wikipédia: a enciclopédia livre**. Disponível em [https://pt.wikipedia.org/wiki/Breitbart\\_News](https://pt.wikipedia.org/wiki/Breitbart_News). Acesso em 18 jul 2019.

PEREIRA, Néli. **Redes sociais validam o ódio das pessoas, diz psicanalista**. Disponível em <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-38563773>. Acesso em 21 jan 2020.

PORTINARI, Natalia. **PT estuda processar WhatsApp nos EUA, diz Haddad**. Disponível em <https://oglobo.globo.com/brasil/pt-estuda-processar-whatsapp-nos-eua-diz-haddad-23249621>. Acesso em 02 jan 2019.

PRAZERES, Leandro; MAIA, Gustavo; REBELLO, Aiuri; COSTA, Flávio. **Sócio de agência ligada a disparos em massa via WhatsApp integra time de Bolsonaro**. Disponível em <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2018/11/05/socio-empresa-bolsonaro-nomeado-whatsapp.htm>. Acesso em 03 dez 2018.

RESOLUÇÃO nº 23.551, de 18 de dezembro 2017. In: **Tribunal Superior Eleitoral**. Disponível em <http://www.tse.jus.br/legislacao-tse/res/2017/RES235512017.html>. Acesso em 08 dez 2018.

REVEALED: 50 million Facebook profiles harvested for Cambridge Analytica in major data breach. In: **The Guardian**. Disponível em <https://www.theguardian.com/news/2018/mar/17/cambridge-analytica-facebook-influence-us-election>. Acesso em 18 jul 2019.

ROCHA, Hugo. **Marketing viral: o que é, vantagens, desvantagens e exemplos**. Disponível em <https://klickpages.com.br/blog/marketing-viral-o-que-e/>. Acesso em 05 dez 2018.

RODRIGUES, Artur. **Pacotes para candidatos na web vão de robôs a WhatsApp para milhões**. Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/09/pacotes-para-candidatos-na-web-vaio-de-robos-a-whatsapp-para-milhoes.shtml>. Acesso em 06 dez 2018.

\_\_\_\_\_ ; MELLO, Patrícia Campos. **Fraude com CPF viabilizou disparo de mensagens de WhatsApp na eleição**. Disponível em

<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/12/fraude-com-cpf-viabilizou-disparo-de-mensagens-de-whatsapp-na-eleicao.shtml>. Acesso em 02 dez 2018.

ROSSI, Marina; MARREIRO, Flávia. **O marqueteiro brasileiro que importou o método da campanha de Trump para usar em 2018**. In: El País. Disponível em [https://brasil.elpais.com/brasil/2017/10/11/politica/1507723607\\_646140.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2017/10/11/politica/1507723607_646140.html). Acesso em 06 dez 2018.

SMARTPHONE. In: **Wikipedia, the free encyclopedia**. Disponível em <https://pt.wikipedia.org/wiki/Smartphone>. Acesso em 15 out 2019.

SOARES, Iarema. **Depois de multa de R\$ 5 bilhões nos EUA, veja outras investigações que o Facebook enfrenta pelo mundo**. Disponível em <https://gauchazh.clicrbs.com.br/tecnologia/noticia/2019/07/depois-de-multa-de-r-5-bilhoes-nos-eua-veja-outras-investigacoes-que-o-facebook-enfrenta-pelo-mundo-cjy5v39k7025l01ms7nphetvp.html>. Acesso em 18 jul 2019.

THOMPSON, Stuart A.; WARZEL, Charlie. **Twelve Million Phones, One Dataset, Zero Privacy**. Disponível em <https://www.nytimes.com/interactive/2019/12/19/opinion/location-tracking-cell-phone.html>. Acesso em 13 jan 2020.

TWITTER. **Wikipédia: a enciclopédia livre**. Disponível em <https://pt.wikipedia.org/wiki/Twitter>. Acesso em 10 jun 2019.

VENTURA, Felipe. **Como funciona o spam do WhatsApp que pode ter beneficiado Bolsonaro**. Disponível em <https://tecnoblog.net/264308/spam-politico-whatsapp/>. Acesso em 06 dez 2018.

VERDÚ, Daniel. **O gosto na era do algoritmo**. Disponível em [https://brasil.elpais.com/brasil/2016/07/07/cultura/1467898058\\_835206.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2016/07/07/cultura/1467898058_835206.html). Acesso em 26 jul 2018.

WHATSAPP. In: **Wikipédia, a enciclopédia livre**. Disponível em <https://pt.wikipedia.org/wiki/WhatsApp>. Acesso em 07 dez 2018.

WHATSAPP, Informação legal do. Disponível em <https://www.whatsapp.com/legal/#key-updates>. Acesso em 08 dez 2018.

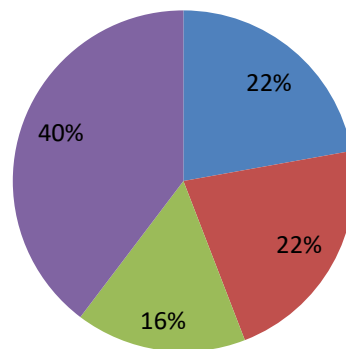
ZOGBI, Paula. **Produção de WhatsApp marketing faz empresa crescer 300%, mesmo na crise**. Disponível em <https://www.infomoney.com.br/negocios/como-vender-mais/noticia/4414378/producao-whatsapp-marketing-faz-empresa-crescer-300-mesmo-crise>. Acesso em 05 dez 2018.

ZUCKERBERG admite erros do Facebook no escândalo Cambridge Analytica. **Diário de Notícias**, 21 mar 2018. Disponível em <https://www.dn.pt/mundo/interior/zuckerberg-admite-erros-do-facebook-no-escandalo-cambridge-analytica-9205003.html>. Acesso em 26 jul 2018.

## ANEXO I - GRÁFICO DA PRIMEIRA COLETA DE TUÍTES

### Quantidade de tuítes feitos por robôs (junho a julho de 2018)

■ Candidatos de direita    ■ Candidatos de esquerda  
■ Candidatos de centro    ■ Outros assuntos



## ANEXO II - GRÁFICO DA SEGUNDA COLETA DE TUÍTES

### Quantidade de tuítes feitos por robôs (7 dias - setembro de 2018)



### ANEXO III - PÁGINAS DE EMPRESAS DE WHATSAPP MARKETING

<https://klickpages.com.br/blog/marketing-viral-o-que-e/>

<https://www.speedmarket.com.br/whatsapp>

<https://www.vbmarketing.mobi/>

<https://bulkservices.com.br/>

<https://www.namosca.com.br/>

<http://yacows.com.br/produtos/>

<http://www.kiplix.com.br/#>

<http://www.quickmobile.com.br/clientes.html>

<http://www.crocservices.com.br/>

<https://www.smsmarket.com.br/pt/servicos/whatsapp-marketing/>

[https://www.atmosenvios.com/cases?gclid=Cj0KCQiArqPgBRCRARIsAPwIHoWth9QavezAn3DU4HRJB5chqC3HNuisFR83JyYP6vJGuI9Fi7Ju7AaAjrYEALw\\_wcB](https://www.atmosenvios.com/cases?gclid=Cj0KCQiArqPgBRCRARIsAPwIHoWth9QavezAn3DU4HRJB5chqC3HNuisFR83JyYP6vJGuI9Fi7Ju7AaAjrYEALw_wcB)

<https://www.numbrgroup.com/>

<https://www.textnow.com/wireless>

[http://www.linkv.com.br/zap/?gclid=EAAlQobChMI2qr2m4P43gIVh4WRCh2aeg2tEAAAYBCAAEgKwQvD\\_BwE](http://www.linkv.com.br/zap/?gclid=EAAlQobChMI2qr2m4P43gIVh4WRCh2aeg2tEAAAYBCAAEgKwQvD_BwE)



**ANEXO IV - QUADRO COMPARATIVO DE CARACTERÍSTICAS DO ATIVISMO A PARTIR DA INTERNET APLICADAS AO CASO BOLSONARO**

<b>Características</b>	<b>Ativismo em rede tradicional</b>	<b>Ativismo de ódio - Bolsonaro</b>
<b>Pauta: direitos humanos/civis</b>	Sim	Não
<b>Beneficiados com objetivo final</b>	Coletivo	Bolsonaro
<b>Adesão de militantes</b>	Orgânica	Manipulação
<b>Organização de militantes</b>	Reticular	Hierárquica
<b>Porta-voz</b>	Pode ser qualquer um dos militantes	Somente militantes autorizados/ Bolsonaro
<b>Identidade dos militantes</b>	Anônimos/indiferente	Tradicional
<b>Cultura</b>	Própria	Intermediada
<b>Consciência dos cidadãos</b>	Aumentada/por afetação	Manipulada/ por manipulação
<b>Vazamentos</b>	Sim	Sim
<b>Vazamentos - conteúdos</b>	Informações reais	Informações reais e falsas
<b>Relação com o trabalho</b>	Voluntária	Imposta
<b>Relação com o Estado</b>	Principal oponente	Principal interesse
<b>Relação com outros grupos</b>	Atua por alianças	Dificuldade de firmar alianças
<b>Relação com dados</b>	Governos abertos e cidadãos fechados	Governos fechados e cidadãos abertos
<b>Financiamento das ações</b>	Coletivo	Por grupos/segmentos (empresários, neste caso)