



**Gabriel Souza da Silva**

**Distorções na comunicação política e  
retração da esfera pública em arenas  
discursivas digitais**

**Dissertação de Mestrado**

Dissertação apresentada como requisito parcial  
para obtenção do grau de Mestre em Ciências  
Sociais pelo Programa de Pós-graduação em  
Ciências Sociais, do Departamento de Ciências  
Sociais da PUC-Rio.

Orientador: Prof. Fernando Cardoso Lima Neto

Co-orientadora: Prof<sup>fa</sup>. Angela Maria de Randolpho Paiva

Rio de Janeiro,  
fevereiro de 2021



**Gabriel Souza da Silva**

**Distorções na comunicação política e  
retração da esfera pública em arenas  
discursivas digitais**

Dissertação apresentada como requisito parcial  
para obtenção do grau de Mestre pelo Programa  
de Pós-Graduação em Ciências Sociais da  
PUC-Rio. Aprovada pela Comissão Examinadora  
abaixo:

**Prof. Fernando Cardoso Lima Neto**

Orientador

Departamento de Ciências Sociais – PUC-Rio

**Prof<sup>a</sup>. Angela Maria de Randolpho Paiva**

Co-orientadora

Departamento de Ciências Sociais – PUC-Rio

**Prof<sup>a</sup>. Alessandra Maia Terra de Faria**

Departamento de Ciências Sociais – PUC-Rio

**Prof. Jorge Gomes de Souza Chaloub**

UFJF

Rio de Janeiro, 25 de fevereiro de 2021

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem a autorização da universidade, do autor e do orientador.

### **Gabriel Souza da Silva**

Graduado em Direito pela PUC-Rio (2016.2). Foi bolsista de iniciação científica sob a orientação do professor Dante Braz Limongi (2013-2015) e foi estagiário da Advocacia Geral da União (AGU). Atualmente é mestrando em Ciências Sociais pelo PPGCIS (PUC-Rio).

#### Ficha Catalográfica

Silva, Gabriel Souza da

Distorções na comunicação política e retração da esfera pública em arenas discursivas digitais / Gabriel Souza da Silva ; orientador: Fernando Cardoso Lima Neto ; co-orientador: Angela Maria de Randolpho Paiva. – 2021.

105 f. : il. color. ; 30 cm

Dissertação (mestrado)–Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Ciências Sociais, 2021.

Inclui bibliografia

1. Ciências Sociais - Teses. 2. Esfera pública. 3. Plataformas digitais. 4. Algoritmos. 5. Cambridge Analytica. I. Lima Neto, Fernando Cardoso. II. Paiva, Angela Maria de Randolpho. III. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Ciências Sociais. IV. Título.

CDD: 300

## Resumo

Silva, Gabriel Souza da; Lima Neto, Fernando Cardoso; Paiva, Angela Maria de Randolpho. **Distorções na comunicação política e retração da esfera pública em arenas discursivas digitais.** Rio de Janeiro, 2021. 105p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Ciências Sociais, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

A presente dissertação tem por objetivo analisar os impactos gerados pelas estruturas de organização das plataformas digitais com funcionamento baseado em algoritmos nos processos de deliberação informal e formação democrática da vontade ao promover distorções significativas em procedimentos públicos de comunicação e interação, com reflexos sobretudo na esfera pública política. E neste cenário, investigar a atuação de campanhas e movimentos políticos, empresas e ferramentas de propaganda que por meio de desinformação disseminada em ambientes virtuais provocam um esgarçamento do debate público diminuindo o nível discursivo e a eficácia da esfera pública.

### Palavras-chave

Esfera Pública; Plataformas Digitais; Algoritmos; Cambridge Analytica.

## Abstract

Silva, Gabriel Souza da; Lima Neto, Fernando Cardoso (Advisor); Paiva, Angela Maria de Randolpho (Co-Advisor). **“Distortions in political communication and retraction of the digital public sphere”**. Rio de Janeiro, 2021. 105p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Ciências Sociais, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

This dissertation aims to research the impacts generated by the communicative structures of digital platforms in the discursive level of public sphere and in the practices of informal deliberation, analysing social media and their algorithm based system of information that operates through massive data collection and fragmented arenas, mechanisms that have produced significant distortions in public communication, especially in the political sphere. And also to investigate on the current electoral context, the proceeding of political campaigns and social movements, propaganda tools and companies that, for promoting mass disinformation, caused a retraction in the public debate, intensifying political polarisation and radicalism, reducing the effectiveness of the public sphere.

## Keywords

Public Sphere; Digital Platforms; Algorithms; Cambridge Analytica.

## Sumário

1. Introdução	9
2. Aspectos estruturais da comunicação digital integrada à esfera pública política.	14
2.1. Interações imediatas e construção difusa do discurso político.	14
2.2. Privacidade e vigilância: redes sociais e intimidade orientada para o público.	21
2.3. Caixa de ressonância que coloca as necessidades da sociedade em contato com o Estado.	27
2.4. Fragmentação das arenas discursivas, fóruns em redes sociais como estruturas centrais da esfera pública.	33
2.5. Mudança nos espaços e nas formas de legitimação do poder político.	39
3. Plataformas digitais e distorções em processos públicos de deliberação.	43
3.1. Parâmetros conceituais para determinar a eficácia da esfera pública no sistema democrático.	43
3.2. A seleção de informações a partir de algoritmos e o domínio das grandes corporações tecnológicas.	45
3.3. Dinâmica de conflito, intolerância e violência discursiva.	51
3.4. Polarização e diminuição do alcance das arenas de discussão.	56
4. O caso Cambridge Analytica	61
4.1 Breve histórico e reflexões preliminares.	61
4.2. Microtargeting comportamental e direcionamento de mensagens baseado na personalidade.	61
4.3. Construção de perfis de personalidade a partir de dados coletados no Facebook	67
4.4. Amplificação de frames antidemocráticos.	70
4.5. Mensagens direcionadas para induzir emoções originam um movimento político baseado no cultivo do ódio.	75
4.6. Interpretação de eventos e atribuição de culpa por condições problemáticas.	77
4.7. Propagação de narrativas alternativas, conspiratórias e discurso de ódio.	81
4.8. Particularidades do caso brasileiro na eleição de Jair Bolsonaro e a utilização do Whatsapp.	95
5. Conclusão	98
6. Referências bibliográficas	102

## Lista de figuras

Figura 1: Anúncio veiculado pela Vote Leave durante o referendo Brexit, que relaciona a imigração ao colapso do sistema de saúde.	85
Figura 2: 2ª versão de anúncio veiculado pela Vote Leave durante o referendo Brexit, que relaciona a imigração ao colapso do sistema de saúde.	86
Figura 3: 3ª versão de anúncio veiculado pela Vote Leave durante o referendo Brexit, que relaciona a imigração ao colapso do sistema de saúde.	86
Figura 4: Anúncio veiculado pela Vote Leave durante o referendo Brexit, que relaciona a entrada da Turquia na União Europeia à entrada de imigrantes iraquianos no território inglês.	87
Figura 5: Anúncio veiculado pela Vote Leave durante o referendo BREXIT relacionando a entrada na União Europeia ao financiamento da classe política e da burocracia administrativa.	89
Figura 6: 2ª versão de anúncio veiculado pela Vote Leave durante o referendo BREXIT relacionando a entrada na União Europeia ao financiamento da classe política e da burocracia administrativa.	89
Figura 7: Matéria veiculado pelo site Breitbart relacionando jovens muçulmanos ao terrorismo.	94
Figura 8: Matéria veiculada pelo Breitbart disseminando discurso de ódio contra o movimento feminista.	95

*Meu coração é um balde despejado.  
Como os que invocam espíritos, invocam espíritos.  
Invoco a mim mesmo e não encontro nada.  
Chego à janela e vejo a rua com uma nitidez absoluta.  
Vejo as lojas, vejo os passeios, vejo os carros que passam,  
Vejo os entes vivos vestidos que se cruzam,  
Vejo os cães que também existem,  
E tudo isto me pesa como uma condenação ao degredo,  
E tudo isto é estrangeiro, como tudo.*

(Fernando Pessoa sob o heterônimo ‘Álvaro de Campos’, poema  
“Tabacaria”)



## 1. Introdução

Os contornos de uma esfera pública centrada nos meios digitais de comunicação foram sendo gradualmente desenvolvidos e analisados na medida em que as redes se consolidaram como veículo intermediador das práticas sociais e comunicativas, promovendo um processo de transformação profunda das dinâmicas de produção, circulação e consumo de informação, com superação das barreiras físicas e espaciais. Dentre as primeiras características a serem apontadas, percebidas e problematizadas no caminho da abordagem teórica do fenômeno, a desterritorialização (Fraser, 2014) foi posicionada analiticamente como elemento fundante de uma esfera conectada em escala global formada por arenas discursivas que ultrapassam as fronteiras dos estados nacionais. Posteriormente foi inferido na análise social que o caminho evolutivo das redes desencadeou um processo de plataformação das sociedades contemporâneas (van Dijck et al., 2018) termo que se refere a uma organização social na qual os fluxos sociais e econômicos são orientados por um ecossistema global de plataformas, predominantemente corporativo e empresarial, gerido através de algoritmos e coleta e produção massiva de dados.

Os ambientes virtuais assim descortinam uma esfera pública formatada pelas redes sociais, constituída por arenas discursivas digitais em que os interlocutores perfazem uma audiência difusa, em interações comunicativas que subvertem os limites da temporalidade e do espaço territorial orientados por uma imensa e complexa estrutura tecnológica que formata a comunicação generalizada a partir de espaços que se tornam integrados a esfera política na medida em que o público que discute mediante razões (Habermas, 1984) se apropria das plataformas digitais como ferramentas de organização política e de crítica a administração pública (Habermas, 1962). O conceito de esfera pública representa um importante recurso crítico e analítico para a teoria democrática, ao conceber um espaço de formação comunicativa da opinião pública e do poder político. Nessa perspectiva, entende-se que no percurso de organização e evolução das sociedades democráticas, a soberania popular foi fragmentada comunicativamente, e a esfera pública se consolidou como estrutura central garantidora do fluxo comunicacional de questões públicas em práticas

generalizadas de argumentação e construção de entendimento. O enfoque dado por Habermas (Habermas, 1997; Habermas, 1999) às condições de comunicação que possibilitam a formação discursiva de opinião e vontade por parte dos cidadãos de um corpo social, pavimenta um eixo de análise discursivo e dialógico que tem como foco a racionalização comunicativa em processos compreensão e convencimento na rede de esferas públicas.

A abordagem do debate público e dos discursos políticos na esfera pública aqui localiza-se dentro de uma análise mais ampla das arenas discursivas digitais em termos de relações entre a lógica de argumentação difundida nesses meios e elementos do sistema político nas sociedades democráticas que denotam as dinâmicas entre estruturas institucionalizadas, práticas sociais e eventos relevantes ao contexto político. O nível discursivo nesse sentido é o fator principal que determina o grau de desenvolvimento de uma esfera pública (Habermas, 1997) como uma estrutura adequada para a disseminação de conteúdos, externalização de opiniões e construção de decisões públicas. Por sua extensão e importância, a discursividade e qualidade do debate nas plataformas digitais impactam significativamente a efetividade da esfera pública política como um todo. A formação democrática da opinião e da vontade nesse contexto tem extensa dependência de opiniões públicas difusas e não-institucionalizadas que se formam em espaços informais de uma esfera pública política não desvirtuada pelo poder econômico e corporativo. Compreender a lógica da argumentação associada aos meios digitais e suas disfunções, desta forma, requer lançar mão de uma estrutura conceitual que fornece parâmetros comparativos que permitem analisar o fenômeno e delinear suas questões problemáticas com base em um modelo ideal que concebe um processo argumentativo livre de restrições e coerções ao melhor argumento.

As plataformas digitais têm se caracterizado por promover distorções significativas em processos públicos de comunicação, sobretudo na esfera pública política. Tendo em vista seus desdobramentos em fenômenos políticos recentes, a presente dissertação objetiva analisar o processo de retração discursiva que mina a eficácia da esfera pública baseada nos novos espaços virtuais de comunicação. Um processo que se mostrou evidente desde os estágios embrionários da popularização da internet, Dahlgren (2005) abordou a desestabilização dos

sistemas de comunicação política que envolvia várias práticas muitas vezes de cunho antitético. Geridos e manipulados por atores corporativos e políticos detentores de expressivo poder econômico e social, os espaços virtuais através de seus sistemas de seleção de conteúdo a partir de algoritmos e da coleta massiva de dados dos usuários, alteram as condições de formação da vontade democrática, e trazem a incorporação de elementos sistêmicos que se tornam constitutivos das novas relações comunicacionais digitais. Este ponto problemático pode ser realçado quando se pontua que a esfera pública no sentido de Habermas não é concebida como uma arena formada por relações de mercado, mas sim estruturada por relações discursivas (Fraser, 1990), um espaço que propicia aos indivíduos um ambiente de deliberação sobre suas questões comuns.

O que se deve analisar nesse ponto, portanto, é a viabilidade para os interlocutores argumentarem em condições de paridade nas arenas discursivas digitais uma vez que elas se encontram baseadas em uma matriz de comunicação ampla que é determinada e delineada flagrantemente pela lógica corporativa. O contexto prático da comunicação nas redes e seus reflexos no sistema político indicam existência de obstáculos sistêmicos e discursivos proveniente da estrutura e da cultura de uso das plataformas que terminam por privar determinados segmentos do público da capacidade de participar em igualdade com os demais interlocutores, como parceiros no debate público democrático. Isso se materializa na prática através do desenvolvimento de poderosas pressões informais, nos termos de Nancy Fraser (1990), como a polarização e a violência discursiva no contexto analisado no presente estudo, por exemplo, que marginalizam as contribuições de grupos não alinhados à lógica comunicativa consagrada pelas redes, tanto nos contextos de comunicação informal quanto nas esferas públicas oficiais.

Assim, a apreciação da questão do acesso amplo como um elemento basilar do conceito clássico de esfera pública não pode se restringir apenas à análise das exclusões formais (Fraser, 1990), deve-se ampliar a perspectiva de modo a abranger as pressões informais para ser possível fornecer um quadro mais preciso do fenômeno da retração discursiva. A interação comunicativa dentro das plataformas digitais é condicionada por práticas de conversação que funcionam informalmente para deslegitimar interlocutores (Recuero, 2013) e marginalizar

minorias sociais. Na medida em que os usuários se encontram expostos a informações estimadas por algoritmos, à mistura entre informação, conteúdos humorísticos, memes e sátiras, a elaboração instantânea e a fragmentação de contextos formam uma lógica de argumentação que promove a radicalização e a polarização da comunicação pública. Analisar seus efeitos excludentes é um ponto crucial para entender os processos políticos surgidos através desses ambientes e para reduzir disparidades de participação no debate público. Esses fatores descritos preliminarmente vão embasar os questionamentos centrais que nortearão a presente pesquisa, em suma indaga-se como a esfera pública, com estrutura formada principalmente por arenas digitais de comunicação, pode ser funcional e efetiva, à despeito das práticas destinadas a desinformação e manipulação de seus espaços discursivos, em realizar as atribuições políticas e democráticas às quais tem sido associada ao longo de seu caminho histórico de consolidação e desenvolvimento? As arenas discursivas digitais na forma com que se constituem hoje e tendo vista a lógica comunicativa que toma corpo em suas estruturas, podem ser meios eficientes em gerar opinião pública com grau elevado de nível discursivo e debate público legítimo, no sentido da concepção clássica de esfera pública de construção de entendimentos que podem qualificados como de interesse comum, mediados por um processo de argumentação em uma matriz comunicativa inclusiva e aberta aos potenciais atingidos pelas questões abordadas?

Construir um objeto de pesquisa para o presente estudo, nesse sentido, demandou recorrer a corpos relevantes de teoria em disciplinas diversas para compreender a complexidade do tópico e de seus desdobramentos. Como o foco está em um ponto analítico que é essencialmente discursivo, a pesquisa precisou estar fundada em uma teoria democrática centrada no discurso, na análise do discurso propriamente e em uma teoria da argumentação. Os pontos de conexão teóricos discursivos propostos são importantes para a análise pois Habermas explica o conceito de racionalidade comunicativa (Habermas, 1984) em termos de uma teoria da argumentação, de forma que racionalidade inerente à prática comunicativa cotidiana aponta para o processo de argumentação como uma ferramenta que torna possível continuar a ação comunicativa em direção ao

entendimento, quando as divergências não podem mais ser reparadas com as lógicas cotidianas.

Desta maneira, no primeiro capítulo, a teoria da esfera pública de Habermas serve como um ponto de partida para a análise dos ambientes virtuais, procurando abordar os impactos destes novos espaços no processo de argumentação política e formação democrática da vontade. O segundo capítulo aborda as limitações das plataformas digitais em se constituírem como um espaço efetivo de formação pública da vontade e as consequências geradas a ordem democrática e a argumentação política por distorções produzidas em sua estrutura comunicativa. O terceiro capítulo visa realizar um estudo de caso sobre a atuação da empresa Cambridge Analytica em eleições que marcaram a ascensão simultânea de atores políticos situados no espectro ideológico de extrema direita.

## **2. Aspectos estruturais da comunicação digital integrada à esfera pública política.**

### **2.1. Interações imediatas e construção difusa do discurso político.**

As redes sociais têm como uma das características mais notáveis de sua interface possibilitar que o público composto pelos usuários se torne autor, produzindo e recriando conteúdos em um processo coletivo e induzido de interpretação, que molda narrativas e seleciona o quanto de informações e forma com que serão externadas, assim os que agem comunicativamente (Habermas, 1984) encontram-se numa situação dialógica que eles mesmos ajudam a constituir através de suas interpretações consagradas cooperativamente. O relatório “*Estratégias de proteção do debate democrático na internet*” (2020) do InternetLab analisa as consequências dessa nova dinâmica de produção de conteúdo nos espaços virtuais:

Por um lado, ao reduzir as barreiras para produção de conteúdo, esse novo ambiente reformulou o papel da audiência e favoreceu o fortalecimento da autonomia e liberdade individuais, na medida em que o indivíduo se torna também agente de produção e circulação de conteúdo. Em paralelo, com a descentralização dessas dinâmicas, a informação, antes produzida sob o controle das organizações de mídia a partir de protocolos do jornalismo profissional, agora circula em um ambiente de comunicação em rede sem o controle desses imperativos, podendo ganhar escala e visibilidade a partir de um componente viral. Nesse cenário, também as fronteiras antes visíveis entre informação jornalística, propaganda e entretenimento começam a se borrar. (Internet Lab, 2020, p. 6)

Os discursos gerados sob um fluxo comunicacional de larga escala através de grandes plataformas digitais podem adquirir significados que vão além de sua criação ou primeira audiência, pois o público a partir da rede pode ser um interlocutor muito distante no tempo e na situação originária da formulação do conteúdo. Em *Mudança Estrutural da Esfera Pública* (1962), Habermas relacionou a consolidação da esfera pública ao êxito da mídia de massas que, ao permitir a comunicação à distância, foi capaz de unir interlocutores espacialmente dispersos em um público coeso. Os participantes da comunicação, nesse processo de construção difusa, fornecem a si próprios interpretações à medida que chegam a (e propagam) um entendimento sobre algo em questão, interpretações estas que serão a base para as estruturas discursivas que vão determinar a construção de

argumentos políticos individuais e suas interrelações. Nesse sentido, o relatório “*Internet e eleições no Brasil*” (2019) do InternetLab destaca o papel da estrutura das redes:

Assim, o cenário de mídia torna-se não só mais híbrido, como, também, mais aberto, com a redefinição do papel da audiência e a entrada de novos atores, incluindo as plataformas de internet e novos produtores de conteúdo. A causa dessa abertura está fundamentalmente vinculada à arquitetura dos meios de comunicação digital. Como uma rede de redes, a internet não só abriu possibilidades para novos atores e negócios de mídia – “nativos” e “migrantes” digitais – e favoreceu a entrada de novos serviços, páginas e aplicações, como também reduziu barreiras à produção de conteúdo. Se, anteriormente, a comunicação era mediada pelos meios de comunicação de massa, com as posições de produtor e consumidor claramente demarcadas, com a internet, qualquer indivíduo conectado pode se tornar potencialmente um emissor de comunicação em massa, estabelecendo um novo tipo de comunicação de massa, a “autocomunicação de massa”, quando muitos se comunicam com muitos. (Internet Lab, 2019, p. 10)

Em um ambiente de comunicação instantânea e imediata, as redes sociais disponibilizam canais multilaterais que proporcionam um volume de interações sem precedentes, em interfaces que permitem que os usuários se comuniquem em tempo real compartilhando informações, repercutindo e debatendo questões de interesse público, com facilidade de utilização e baixo custo dos serviços o que torna essas plataformas acessíveis para a maioria das pessoas. O espaço de uma situação de fala, em um ambiente compartilhado remotamente, abre-se através das relações comunicativas que se materializam no momento em que os participantes tomam posição perante os atos de fala (Habermas, 1984; Habermas, 1997) dos outros, assumindo obrigações implícitas quanto ao procedimento do discurso. Raquel Recuero (2013) sobre a natureza das conversações em redes sociais:

É o caso, por exemplo, de uma hashtag no Twitter: como dá uma dimensão contextual, amarra também uma determinada conversação, que pode ser seguida por outros atores que, a qualquer momento, podem tomar um turno e adicionar participação. Embora muitos desses atores estejam invisíveis porque ainda não participaram, eles também leem e recebem as mensagens que são publicadas.

(...)

No Facebook, quando alguns atores passam a discutir alguma coisa em uma postagem, mesmo que esta não seja pública, ela torna-se visível para os amigos dos debatedores (mesmo que não sejam amigos entre si ou que não estejam conectados ao autor da mensagem que iniciou a conversação). Trata-se, assim,

de conversações que ou são públicas ou têm o potencial de serem. Do mesmo modo, porque permanecem nesses sites e são visíveis, essas interações são replicáveis por outros atores e buscáveis dentro das ferramentas digitais. (Recuero, 2013, p. 5)

Quanto mais os espaços virtuais se desligam de suas referências físicas, integrando a presença remota de interlocutores situados em lugares distantes, tanto mais clara se torna a configuração base que acompanha a passagem da estrutura espacial das interações específicas e localizadas para a generalização de uma esfera pública centrada em espaços digitais. É dada assim uma forma generalizada e perene a essa estrutura espacial de encontros instantâneos, simples e episódicos (Habermas, 1962), fundada no agir comunicativo (Habermas, 1984; Habermas, 1987), e estendida a um grande público difuso de interlocutores, os usuários têm à sua disposição um ambiente de múltiplas plataformas que são usadas como meio de modulação de expressão, arenas sociais ou campos de argumentação (Habermas, 1987). A multiplicidade de contextos em que os argumentos podem aparecer pode ser analisada em termos de espaços discursivos e lugares virtuais que representam uma gama de possibilidades de interação discursiva com conteúdos, o que significa uma imensa fragmentação de contextos, espacial e temporalmente fragmentados, determinados por relações comunicativas fluidas e imediatas.

Por meio das redes sociais os atores políticos travam um embate pelo controle da produção de discursos, os aparatos tecnológicos são incorporados ao discurso e a ação política por grupos interessados em manipular discussões públicas, especialmente durante processos eleitorais. Neste sentido, analisar a comunicação política moderna em espaços digitais é analisar a produção discursiva em competição pela persuasão dos cidadãos. A linguagem está centralmente envolvida no poder e na luta pelo poder (Fairclough, 1989), uma assertiva basilar e preliminar para a tradição de análise sociolinguística e para a análise crítica do discurso, o que significa admitir como premissa, por consequência, que construções culturais mutáveis podem ser afetadas pelo poder, pela competição pelo controle simbólico e pelas estruturas de distribuição de recursos que o condicionam.

Em um ambiente virtual com mediação linguística da interação social, é possível observar, a partir da abordagem sociocognitiva da linguagem de Teun A.



van Dijk e seus conceitos de modelos de contexto e cognição social (Dijk, 1997; Dijk, 2008), a ocorrência de processos de construção de sentido que utilizam elementos da mensagem, daquilo que os usuários sabem sobre o contexto, suas crenças, conhecimentos de fundo e opiniões de senso comum compartilhadas e pré-existentes à ação comunicativa, para moldar previamente as condições essenciais de comunicação (tópicos, temas, a quantidade de informação, a seleção de argumentos, por exemplo) sob as quais ocorre a formação discursiva de opinião e vontade por parte de um público que engloba os eleitores, e assim formar sistemas semânticos e interpretações culturalmente transmissíveis.

No encontro entre influenciadores, em especial youtubers, com o público remoto, em conversações e fóruns de publicações que logo materializam críticas ao poder público e à classe política, os disseminadores de conteúdo lançam a ponte entre uma esfera pública decadente, a dos poderes institucionalizados sobretudo do parlamento, e a forma em franco desenvolvimento e expansão de uma esfera pública centrada nas plataformas digitais. Nos meios digitais, a influência se dá pela capacidade de pautar uma ampla rede de sites de notícias e de impactar o debate público nas mídias sociais, opiniões públicas disseminadas nessa dinâmica possuem um enorme potencial de influência política, que podem ser utilizados, na perspectiva do processo democrático formal, para interferir no comportamento eleitoral das pessoas ou na formação da vontade nos poderes constituídos, mais notadamente parlamentos, governos e tribunais. A influência publicitária, apoiada em convicções públicas, se transforma em poder normativo, na medida em que é capaz de pautar decisões institucionais e deliberações em instituições do sistema democrático que vão perfazer a formação da opinião e da vontade, quando é transposta nas convicções de membros autorizados do sistema político.

Nesse contexto, observa-se o aumento do protagonismo político de formadores de opinião com atuação baseada em plataformas como Youtube e Twitter, emblemático no caso brasileiro pela ascensão de personagens como Olavo de Carvalho e o Movimento Brasil Livre (MBL) a partir de 2014, marcados pela utilização em larga escala de vídeos curtos e apelativos como ferramenta de comunicação, valendo-se da sátira e do humor em memes e da disseminação de boatos virtuais, condensando conteúdos conspiratórios e polêmicos com o

objetivo de gerar engajamento e amplificar o alcance das informações transmitidas. Os influenciadores se vêem como porta-vozes do público em uma batalha contra o meio acadêmico, esse era um dos slogans principais que teve grande efetividade em contextos políticos recentes, sustentam que o conhecimento produzido em determinados espaços está comprometido pelo comunismo, pelo aparelhamento das universidades e pela falta de aplicação no mundo prático do mercado. Esses atores geralmente se apresentam ao próprio público como especialistas no combate aos dogmas e ao politicamente correto, e apelam para uma eventual diminuição da capacidade de julgamento dos indivíduos inseridos em ambiente permeado por desinformação. Devido às configurações da comunicação da rede, os influenciadores se viram em uma estrutura na qual não necessitam serem capazes de encontrar uma audiência perante um público que ia além do círculo de grupos de Facebook e Whatsapp afins às suas ideias, para ainda assim obterem grande alcance em suas opiniões. Com o passar dos anos, o Youtube tornou-se o instrumento publicitário e a ferramenta principal dessa crítica. O relatório “*Internet e eleições no Brasil*” (2019) aborda a ascensão dos influenciadores a partir da estrutura de comunicação digital:

Nesse sentido, se tornou possível que uma publicação que foi feita com baixíssima barreira de entrada, autorização ou voluntarismo editorial repercuta mais do que aquilo que é decidido por publishers ou órgãos de imprensa. Reforçando o diagnóstico, “influenciadores”, “veículos digitais” e outros atores podem ganhar muita visibilidade a partir do componente “viral”. Estudos que analisam padrões de circulação de informações nas redes sociais revelam que essa atuação orgânica dos usuários é uma das principais forças motrizes que condiciona a circulação de informações em pelo menos uma das principais plataformas – apontando para dinâmicas sociais e psicológicas de uso de redes sociais de uma maneira mais ampla. (Internet Lab, 2020, p. 11)

Sobre esse tema é importante citar a pesquisa realizada por Rebecca Lewis publicada no relatório “*Alternative Influence: Broadcasting the Reactionary Right on YouTube*” (2018), que coletou dados de aproximadamente 65 influenciadores em 81 canais do Youtube nos EUA, e infere a emergência do que foi denominado como um sistema alternativo de mídia composto por um grupo influenciadores que consegue atingir uma elevada audiência nas redes sociais, para promover ideologias políticas alinhadas a extrema direita. Essa rede, segundo o referido estudo, é um sistema midiático altamente funcional projetado para a dinâmica das

plataformas digitais, sua atuação é altamente organizada, os atores seguem manuais de instruções com estratégias elaboradas para aumentar a exposição e amplificar o seu público e consequentemente sua capacidade de influenciar opiniões políticas:

For a short time on January 4, 2018, the most popular livestreamed video on YouTube was a broadcast dominated by white nationalists. More specifically, it was a stream by YouTubers Andy Warski and Jean-François Gariépy, facilitating a debate between a white nationalist and a libertarian. The debate topic was scientific racism, which they refer to as “race realism”—a contemporary incarnation of the long-standing claims that there are measurable scientific differences between races of humans. Arguing in favor of scientific racism was infamous white nationalist Richard Spencer, known for having popularized the term “alt-right.” Ostensibly on the other side was Carl Benjamin, a YouTuber who goes by the pseudonym Sargon of Akkad. During the broadcast, the debate became the #1 trending live video worldwide on YouTube, with over 10,000 active viewers. The archived version of the broadcast has been viewed an additional 475,000 times

(...)

This debate is part of a larger phenomenon, in which YouTubers attempt to reach young audiences by broadcasting far-right ideas in the form of news and entertainment. An assortment of scholars, media pundits, and internet celebrities are using YouTube to promote a range of political positions, from mainstream versions of libertarianism and conservatism, all the way to overt white nationalism. (Lewis, 2018, p. 3).

O conflito entre a opinião construída de forma alheia ao conhecimento oficial e os entes com autoridade acadêmica e científica foi instigado constantemente nestes círculos onde influenciadores combinavam o largo alcance de suas opiniões com a disseminação de narrativas conspiratórias. Como a opinião leiga se tornou preponderante principalmente nos grupos em redes sociais, a discussão pura e simples tornou-se o meio primário pelo qual as pessoas envolvidas nesses círculos se apropriavam do conhecimento geral, constituindo um ambiente prolífico a distorções, inúmeras matérias em sites e outros mecanismos de mídias, disseminando conteúdos e interpretações alternativas e falsas, questionando princípios e teorias consolidadas na academia, foram construídas com base nos debates nos grupos e a partir das reações dos membros a elas, e também por ferramentas de propagandas altamente especializadas com intuito de manipular a opinião pública.

A vertiginosa proliferação de sites identificados com o espectro político de direita, como o Breitbart e O Antagonista, promoveu a propagação de conteúdo conspiratório e contra o establishment para além dos canais da mídia tradicional, redes descentralizadas de comunicação transformaram o formato e o alcance de informações conseguindo, em muitos momentos, competir e superar o impacto dos veículos da mídia tradicional, atingindo milhões de pessoas por intermédio de publicações em redes sociais. Os artigos desses periódicos e sites não só foram objeto de discussão pelo público nos grupos em redes sociais, mas também foram considerados partes integrantes dessa discussão; isso foi demonstrado pelo grau de disseminação e engajamento que esse conteúdo gerava. O Digital News Report 2020 do Reuters Institute aborda a influência de sites dessa natureza no contexto da política norte-americana:

(...) the influence of partisan websites (eg Breitbart, the Blaze, the Daily Caller, Occupy Democrats, Being Liberal) grew rapidly ahead of the 2016 election and even today around a quarter (23%) of our sample visits at least one of these each week. In our survey we asked respondents who said they prefer news that ‘shares their point of view’ to explain why they held that position. Many suggested that it helped avoid political arguments or because they felt they were getting closer to the truth. (Reuters Institute, 2020)

Também a forma de diálogo empregada pela maioria desses artigos é uma característica marcante a ser destacada, pois atesta sua intenção e a dos produtores de informação, de buscar uma proximidade com a linguagem coloquial e as questões cotidianas, de modo a potencializar sua efetividade e criar a sensação no público de interlocutores que lê as notícias e artigos de opinião e debate sobre esses conteúdos, de que ele empreende um processo de interpretação sobre si mesmo e diretamente sobre as problemáticas que impactam sua vida. Discussões difusas no senso comum e nas plataformas digitais foram transpostas para meios diferentes de mídia, em geral no formato de mídia noticiosa, e submetidas a mecanismos de tratamento da informação a fim de serem reinseridas, através da dinâmica de leitura e repercussão, no ambiente da conversação original, especialmente nos grupos em redes sociais. Diversos periódicos deste gênero veicularam materiais que realçavam conteúdos negativos esparsos no senso comum a fim de enfatizar preconceitos e promover uma forma de argumentação violenta capaz de tolher o processo de compreensão mútua.

## 2.2. Privacidade e vigilância: redes sociais e intimidade orientada para o público.

Nos mais diversos extratos da população, as plataformas digitais penetram na sociedade em práticas sociais e culturais (van Dijck, J. et al, 2018) e se consolidam como uma extensão da esfera íntima dos usuários. As redes sociais se integram às atividades cotidianas dos indivíduos, e no processo de evolução dessas novas relações são construídos os alicerces de uma privacidade que passa a ser orientada pela natureza pública comunicação em rede. Como a subjetividade do indivíduo conectado é direcionada à publicização e à exposição, conteúdos antes guardados no foro íntimo de cada um foram projetados também nas discussões políticas e conversações em geral nos ambientes virtuais, que se tornaram muitas vezes meios de externar preconceitos.

Os indivíduos conectados expõem a intimidade de suas vidas, de suas casas, nas mídias digitais, de tal forma que a esfera íntima e a comunicação digital se tornam elementos complementares. Surgem nesse contexto as necessidades de um público usuário de redes sociais, que encontra satisfação genuína nas novas formas de privacidade orientadas para o público (Habermas, 1962). A ideia de personalização está na essência da construção e popularização das redes sociais, o guia *“Internet, democracia e eleições”* produzido em 2018 pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI. br) a partir de debates com a sociedade civil aborda essa noção:

As grandes redes sociais estão fortemente baseadas na ideia de personalização. Elas utilizam sofisticadas ferramentas de análise de dados pessoais dos usuários para fins publicitários, mas também para a sugestão de amizades, redes profissionais e até parceiros para relações amorosas. Por meio de seus sistemas, elas selecionam as informações e notícias que receberemos com base no que imaginam que será de nosso maior interesse e que, portanto, nos fará permanecer mais tempo em suas plataformas. (Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2018, p. 23)

A estreita correspondência entre a intimidade e comunicação pública se estende por todas as redes sociais, a intimidade veiculada tecnologicamente e a subjetividade adaptada à midiaticização, tornaram-se efetivamente matéria comunicativa de um público interlocutor amplo e difuso. Assim, a subjetividade direta ou indiretamente orientada para o público (Habermas, 1962) das interações instantâneas explica a origem do gênero típico e da autêntica realização formato

comunicativo nesse contexto: a popularidade de influenciadores, a exposição do cotidiano em discurso coloquial como forma de linguagem.

Em *Mudança estrutural da esfera pública* (1962), Habermas identificou as origens da esfera pública politicamente ativa em uma esfera literária prévia apolítica, baseada nas cartas e romances dos séculos XVIII e XIX. Atribuiu a esses gêneros a criação de uma nova postura subjetiva, por meio da qual os indivíduos privados se viam como membros de um público. É possível observar, por analogia, que a esfera íntima conectada ao mundo virtual, os indivíduos se vêem como pessoas capazes de produzir conteúdos originais sobre si mesmos e são continuamente instados a isso pelas interfaces da rede. A forma de externalização e interação primordial são as mensagens instantâneas, como os stories, por exemplo, pois através da veiculação das mensagens o conteúdo se fragmenta dando origem a diversas pequenas interações mediadas. O relatório “*Internet e Eleições no Brasil*” publicado pelo InternetLab em 2019 esclarece sobre as características da interação em rede e sua relação com as estruturas das mídias digitais:

O formato de rede e a combinação entre estes dois elementos – interatividade e personalização – são fundamentais para compreender as novas dinâmicas de comunicação política no meio digital. A combinação desses elementos, contudo, varia entre as diferentes plataformas – no Facebook, por exemplo, há curadoria de conteúdo no “feed de notícias”, enquanto no Telegram ou WhatsApp as mensagens chegam em ordem cronológica. Além disso, ocorrem inúmeras dinâmicas de interação entre diferentes plataformas – por exemplo, pela possibilidade de compartilhamento de um vídeo publicado no YouTube por meio do WhatsApp ou do Facebook. É na confluência desses fatores e na combinação dessas dinâmicas que se desenha um novo cenário na comunicação política. (InternetLab, 2019, p. 12)

A distinção clássica entre esfera pública e domínio privado perde nitidez, a linha cada vez mais tênue entre esfera privada e esfera pública digital é definida através de condições de comunicação modificadas, que alteram o acesso, tematizando, de um lado, a intimidade e, de outro, a publicidade. Contudo, elas não isolam a esfera privada da esfera pública, pois canalizam o fluxo de temas de uma dimensão para a outra. A partir dessa dinâmica de comunicação, o *modus operandi* das plataformas digitais é o da crescente vigilância sobre os utilizadores, a comercialização de dados de utilização e de perfis. A maioria dos sistemas e plataformas digitais é projetada para monitorar continuamente seus usuários para

poder oferecer serviços personalizados, coletando automaticamente grandes quantidades de dados (dados de conteúdo e dados do usuário). A extensão dos dados armazenados sobre os indivíduos é impressionante, pessoal e invasiva: com quem as pessoas se comunicam, o que é dito, que conteúdo estão consumindo (imagens, filmes, músicas, notícias), quase tudo relativo a percepção e ação enquanto conectado termina registrado no espaço virtual.

José van Dijck, Thomas Poell, Martijn de Waal no livro “*The platform society*” (2018) analisam ecossistemas de plataformas digitais:

The collection of data is enabled and shaped by hardware and software; devices people use to access platform services often come equipped with software and apps that can automatically collect data. With each mouse click and cursor movement user data are generated, stored, automatically analyzed, and processed—not just Internet protocol addresses and geolocations but detailed information about interests, preferences, and tastes. Large quantities of data are also collected across the Web through the implementation of “social buttons” and “pixels” (Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, YouTube, or Google+) on websites (van Dijck, J. et al., 2018, p. 9)

A título de exemplificação, deve ser feita referência ao relatório *Disinformation and Fake News* (2019) publicado pelo parlamento britânico que descreve o funcionamento do *FacebookPixel*, um dos recursos utilizados para rastreamento da atividade dos usuários na rede social, que foi empregado para coleta de dados por campanhas políticas durante o referendo BREXIT:

The Facebook Pixel is a piece of code placed on websites. The Pixel can be used to register when Facebook users visit the site. Facebook can use the information gathered by the Pixel to allow advertisers to target Facebook users who had visited that given site. AIQ definitely utilized Pixels and other tools to help in data collection and targeting efforts.

(...)

For example, if a user visited a website during the referendum campaign that was using a Facebook tracking pixel, placed there by Vote Leave/AIQ, then those users could be unknowingly served adverts by that campaign through Facebook. Those users could be served adverts by other leave campaigns if they had access to the same pixel data. This would be possible if all social adverts were being managed by the same entity for all campaigns (it is easy to share pixel information between different Facebook advertising campaigns). From the repository, it is clear that AIQ staff had access to more than one campaign. (House of Commons, 2019, p.53-54)

Nesse sentido, o guia Democracia e Eleições elaborado pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI. br):

Todas essas informações são valiosíssimas para negócios baseados na venda de publicidade direcionada e podem ser obtidas de diversas formas: por meio de um cadastro no qual você insere seus dados pessoais, a cada interação na plataforma (envio de conteúdos, vínculo com outros usuários, curtidas etc.), a partir da sua navegação na Web (as páginas que acessou, quanto tempo ficou em cada uma etc.), entre outras. Tudo isso é reunido para a criação de um perfil que identifica seus gostos e hábitos e que orientará os anúncios que serão exibidos para você. (Democracia e Eleições, p. 20)

(...)

Como são os nossos dados que alimentam os sistemas de previsão de comportamentos tornando-os mais precisos — e, portanto, mais valiosos no mercado de venda de publicidade direcionada — há quem diga que esses serviços não são exatamente gratuitos, mas que pagamos por eles com a oferta desses dados, que posteriormente serão usados para nos estimular a comprar produtos e serviços. E não seria demais imaginar que nossa atenção, como potenciais consumidores, também é fundamental para valorizar os espaços de anúncios dessas plataformas. Por isso, as plataformas estão o tempo todo disputando nossos cliques e o tempo que passamos em cada uma delas. (Democracia e Eleições, p. 21)

Sites de comércio eletrônico, como a Amazon, investem na ciência de dados, levando em conta as compras de um cliente, mas também os itens que ele percorre ou coloca em sua lista de desejos, e assim seu perfil vai sendo construído. Com base nos padrões calculados a partir das atividades de consumidores que adquiriram produtos ou exprimiram curiosidade por eles, são estimados outros bens com probabilidade de atraí-lo (Domingos, 2015). Se o usuário responde a tais sugestões, seja ratificando ou declinando o interesse, seja declarando que já possui o que lhe foi recomendado, todas essas ações e informações ajudam a refinar ainda mais seu perfil e as sugestões que serão encaminhadas posteriormente.

Os resultados de pesquisa monetizados, como o Google Ads (Coding Rights, 2018), oferecem a empresas e campanhas políticas referenciais personalizados aferidos com base nos dados que as plataformas coletam sobre os usuários, incluindo informações altamente específicas como o histórico de pesquisas anteriores e os locais que a pessoa visitou recentemente e, no caso em particular do Google, suas atividades em outros produtos e interfaces da empresa, como por exemplo, vídeos assistidos no YouTube. Além disso, os anúncios



responsivos do seu mecanismo de busca com utilização massificada, têm como propriedade se adaptar a diversas formas de visualização, permitindo assim que os anunciantes produzam publicidade incessante com diversas variantes, como diferentes títulos e legendas, e criem muitas versões diferentes dependendo daquilo que funciona melhor com o interlocutor. A pesquisa *Computational Propaganda Worldwide* (2017) realizada pelo Oxford Internet Institute fornece importantes contribuições acerca desse tema:

Computational propaganda is the use of algorithms, automation, and human curation to purposefully distribute misleading information over social media networks. We find several distinct global trends in computational propaganda.

(...)

Automated political communication involves the creation, transmission, and controlled mutation of significant political symbols over expansive social networks. Indeed, the impact of digital information infrastructure on how political culture is produced is at least as interesting, though under-studied, as the impact of infrastructure on how political culture is consumed.

(...)

Computational propaganda is now one of the most powerful tools against democracy. Social media firms may not be creating this nasty content, but they are the platform for it. They need to significantly redesign themselves if democracy is going to survive social media. (Oxford Internet Institute, 2017, p. 10-11)

Mediado pelas redes sociais, esse contexto de experiências da privacidade voltadas para o público acaba sendo introduzido também na esfera pública política. Através da digitalização de vidas pessoais, os eleitores podem ser monitorados e direcionados de forma contínua e aprofundada, a partir da utilização de métodos originados no setor comercial e publicitário e o vasto banco de dados pessoais. Campanhas políticas se valem (House of Commons, 2019; Kaiser, 2019) de um conjunto de aplicativos sofisticados, programas de gerenciamento de dados, rastreadores de publicidade e bancos de dados de informações que coletivamente podem ser usados para direcionar e influenciar indivíduos através de uma variedade de métodos, incluindo telefonemas automatizados, e-mails, sites políticos, pesquisas voluntárias e rede sociais.

A personalização da comunicação política e a evolução na coleta dos dados políticos são marcadas pela subjetividade e larga escala na veiculação das mensagens digitais. O escopo da campanha política, sua personalização e seu dinamismo atingem um nível sem precedentes. O escândalo Cambridge Analytica,

que será tratado no capítulo III, foi facilitado e potencializado pelas políticas de dados do Facebook. A Reclamação do Federal Trade Commission (2011), por exemplo, notificou o Facebook por não proteger os dados dos usuários e por permitir aos desenvolvedores de aplicativos acessá-los e coletá-los sem restrições e barreiras regulatórias. Conforme os apontamentos da Comissão, o Facebook construiu sua plataforma sob uma lógica estrutural e comercial que facilitou o abuso de dados:

Facebook has stored users' profile information on a computer network that it controls. It has assigned to each user a User Identification Number ("User ID"), a persistent, unique number that Platform Applications and others can use to obtain certain profile information from Facebook. (...)

Facebook has designed its Platform such that Platform Applications can access user profile information in two main instances. First, Platform Applications that a user authorizes can access the user's profile information. Second, if a user's "Friend" authorizes a Platform Application, that application can access certain of the user's profile information, even if the user has not authorized that Application. For example, if a user authorizes a Platform Application that provides reminders about Friends' birthdays, that application could access, among other things, the birthdays of the user's Friends, even if these Friends never authorized the application. (Federal Trade Commission, p. 3)

O Facebook, que em sua criação e primeiros esboços se apresentava como uma forma aparentemente inócua de compartilhar informações com amigos e familiares, se tornou com o passar dos anos um fenômeno global da comunicação, influenciando eventos políticos ao redor do mundo. Seu modelo de negócios é baseado em monetizar dados para desenvolvedores de aplicativos (como no caso Cambridge Analytica com Aleksandr Kogan), usando as informações pessoais dos usuários da rede. Os interesses comerciais do Facebook se concentram em suprir as necessidades dos desenvolvedores para operar na plataforma dando-lhes acesso a uma ampla gama de dados altamente segmentados e especializados, ao entrar em um aplicativo inserido nesta dinâmica, o usuário mesmo sem perceber está divulgando todos os seus conteúdos de identificação contidos no Facebook, o objetivo maior da empresa nesse processo é reunir assim o máximo de informações acerca de seus utilizadores, tanto diretamente a partir de seus próprios mecanismos de registro, quanto incidentalmente a partir da relação com os desenvolvedores de aplicativos na plataforma.

Os estados nacionais diante deste cenário estão sendo instados a formular regras com intuito de exigir e elaborar com urgência proteções mais eficientes para a utilização de dados de seus cidadãos em ambientes virtuais. No Brasil, a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD - Lei nº 13.709 de 2018) significa uma tentativa de fornecer ferramentas normativas para coibir comportamentos abusivos que se valham do uso e análise de dados pessoais. A propaganda política moderna baseada em coleta de dados nos meios digitais está evoluindo rapidamente e representa uma ameaça real nas mãos de grupos políticos e empresas que visam explorar e manipular a opinião pública para restringir e silenciar vozes de determinados estratos da população e opositores, com objetivo principal de legitimar suas posições de poder.

### **2.3. Caixa de ressonância que coloca as necessidades da sociedade em contato com o Estado.**

A teoria de Habermas desenvolve a formulação conceitual de esfera pública política definindo-a como uma estrutura comunicacional enraizada no mundo da vida (Habermas, 1984; Habermas 1997) por meio da sociedade civil. Dentro desta concepção basilar, um dos aspectos mais importantes a serem destacados é a identificação de uma propriedade característica do espaço público político, sua capacidade de atuar como uma caixa de ressonância (Habermas, 1997) na qual os problemas a serem apreciados pelo sistema político encontram repercussão, permitindo que os estímulos discursivos provenientes do corpo social, das esferas não institucionalizadas e comunicação informal, alcancem as instâncias de tomada de decisão instituídas pela ordem democrática, analogamente o que se concebe nessa matriz teórica, nos termos habermasianos, é um sistema de alarme dotado de sensores não especializados, mas sensíveis no âmbito de toda a sociedade.

Desse modo, a partir dessa propriedade fundamental, torna-se possível visualizar que cabe à esfera pública determinar as questões relevantes que vão nortear a agenda política (Fraser, 2014), identificando para o público as temáticas-chave, assim como os atores sociais que as propuseram. Nesse sentido, a esfera pública é concebida como campo discursivo intermediário destinado a conduzir e dar materialidade à opinião pública até transformá-la em uma força

capaz de produzir impactos na esfera política. Essas propriedades provêm de um esforço para delimitação de uma distinção conceitual nítida entre esfera pública e Estado (Fraser, 1990; Habermas, 1984), colocando-a como um espaço de produção e circulação de discursos centrado no mundo da vida que podem expressar críticas aos poderes constituídos. Através da mobilização do senso comum considerado da sociedade civil, a publicidade (Habermas, 1962), definida como o escrutínio crítico imposto ao poder estatal, deve ter a capacidade de promover responsabilização dos funcionários da administração pública e da classe política em geral e garantir que as ações do Estado expressem a vontade dos cidadãos.

O que se questiona nesse tópico, com objetivos analíticos e conceituais, tomando como base os parâmetros teóricos descritos, é a real capacidade da esfera pública no meio digital, a comunicação informal praticada nas arenas discursivas em ambientes virtuais, de se constituir como mecanismo eficaz para apresentar as demandas sociais às instâncias políticas e repercuti-las até o conhecimento do grande público, levando-se em consideração as transformações estruturais e discursivas que a ascensão dessa nova configuração comunicativa implica. Como fatores que dificultam a realização desta função originária e essencial da esfera pública, a observação da realidade prática torna possível destacar: a) linguagem polarizada b) manipulação dos meios de repercussão de temas através de contas e perfis falsos c) um sistema político fechado à comunicação informal.

Como um fator marcante da lógica de argumentação que se generalizou no trajeto de popularização das redes sociais, as linguagens polarizadas e altamente segmentadas decorrentes das interfaces das mídias digitais ocasionam um esgarçamento da linguagem comum e impactam a construção do entendimento público (Habermas, 1984; Habermas 1997), de tal forma que essa estrutura comunicativa não constitui mais um espaço discursivo suficientemente complexo para a abordagem e a tematização dos problemas que envolvem o corpo social como um todo. Nesse cenário, a esfera pública alicerçada sobre arenas digitais não é capaz de funcionar como essa caixa de ressonância originalmente idealizada, pois tanto ela como o público estão restritos aos códigos especializados, satisfazendo-se com uma política fragmentada. Nas sociedades complexas que são referenciais para a abordagem teórica, a esfera pública forma uma estrutura de

comunicação intermediária que exerce o papel de mediação entre o sistema político institucionalizado e os setores privados da sociedade civil e do mundo da vida.

No arco conceitual da teoria democrática, a esfera pública tem a função de potencializar a pressão exercida pelos problemas sociais sobre o poder público, o que significa dizer na prática que ela não pode limitar-se somente a identificar as questões problemáticas, além disso precisa desenvolver estrutura discursiva capaz de colocá-las em pauta e problematizá-las de modo persuasivo e eficaz, de tal forma a serem matérias aptas a serem admitidas, abordadas e elaboradas pelo complexo parlamentar e institucional. Essa capacidade de elaboração discursiva dos próprios problemas, das questões que são relevantes para o grupo social, tem que ser direcionada para uma fiscalização das ações públicas de enfrentamento dos problemas sociais no âmbito do sistema político.

As estruturas comunicacionais da esfera pública digital estão muito ligadas às dimensões da vida privada, conforme abordado no item 2.2, o que faz com que possuam uma maior eficácia em detectar os novos problemas que são objetos de tensão na sociedade em determinado momento, assim as ferramentas tecnológicas inseridas na privacidade e na comunicação cotidiana tornam essa matriz comunicativa um mecanismo capaz de captar de forma mais célere os problemas do que os círculos cada vez mais estáticos da política estatal. Para realizar essas funções, a esfera pública necessita que as arenas informais de comunicação pública no meio digital sejam capazes de possibilitar e gerar processos de formação de opinião e entendimento mais espontâneos, sua efetividade, portanto, está baseada principalmente em perceber e interpretar os problemas da sociedade, inserindo-os no espaço público de modo inovador.

Nessa nova configuração da esfera pública, a prática sugere que não é a institucionalidade do Estado, nem as grandes associações da sociedade civil, os principais responsáveis por tomar a iniciativa de colocar em pauta os problemas centrais, mas sim influenciadores digitais, artistas, intelectuais, ativistas engajados, e também ferramentas de propaganda e empresas especializadas em produção de informação política. Partindo dessa rede de atores, os temas dão entrada em uma estrutura mais ampla de comunicação digital, que compreende sites de notícias, blogs de opinião e grupos em redes sociais que refletem e

representam espaços físicos de interação, como universidades e grupos profissionais. Desta forma, é salutar que o sistema político permaneça aberto aos fluxos comunicacionais provenientes dessas arenas, pois a formação institucionalizada da opinião e da vontade no sistema democrático precisa ser municiada pelos contextos discursivos não-institucionalizados e informais da esfera pública, como assevera Habermas (1997). O parlamento e a esfera pública política como um todo formam o pólo receptor a partir do qual o poder comunicativo de interesses organizados emana para o processo de legislação, a administração pública encontra como importante obstáculo nessa dinâmica os próprios sistemas digitais que ao serem controlados por grandes corporações multinacionais fazem valer o seu poder no processo de comunicação pública.

No atual cenário da comunicação política protagonizado pelas mídias digitais, um instrumento sofisticado de manipulação dos espaços discursivos nos ambientes virtuais é a utilização de contas inautênticas e bots para falsear e simular debates nas redes sociais, criar e disseminar notícias falsas, perseguir e desacreditar opositores, de tal forma a influenciar a opinião pública e distorcer a percepção geral ao publicar e replicar mensagens em larga escala, produzindo uma enganosa aparência de adesão aos conteúdos veiculados. Como exemplo retirado das corridas eleitorais recentes, campanhas políticas têm empregado bots para difundir e impulsionar hashtags, principalmente no Twitter, que ganham destaque e repercussão com a massificação de postagens automatizadas de forma a sufocar debates espontâneos sobre um determinado tema. O Computational Propaganda Research Project do Oxford Internet Institute pesquisou entre 2015 e 2017 o uso das mídias sociais para a manipulação da opinião pública, a equipe envolveu 12 pesquisadores em nove países que, ao todo, entrevistaram 65 especialistas, analisaram dezenas de milhões de postagens em sete plataformas de mídia social diferentes durante várias eleições, crises políticas e incidentes de segurança nacional. Cada estudo de caso analisa evidências qualitativas, quantitativas e computacionais coletadas entre 2015 e 2017 no Brasil, Canadá, China, Alemanha, Polônia, Taiwan, Rússia, Ucrânia e Estados Unidos.

Bots, the automated programs integral to the spread of computational propaganda, are software intended to perform simple, repetitive, robotic tasks. They are used to computationally enhance the ability of humans to get work done online. Social media bots are automated identities that can do

mundane tasks like collect information, but they can also communicate with people and systems. They are deployed to do legitimate jobs like delivering news and information. They also are used for more malicious activities associated with spamming and harassment. Whatever their uses, they are able to rapidly deploy messages, interact with other users' content, and effect trending algorithms—all while passing as human users. Political bots, social media bots used for political manipulation, are also effective tools for strengthening online propaganda and hate campaigns. One person, or a small group of people, can use an army of political bots on Twitter to give the illusion of large-scale consensus. (Oxford Internet Institute, 2017, p. 6)

Sobre o tema em questão é importante fazer referência ao relatório “*Bots ou não? Um estudo preliminar sobre o perfil dos seguidores dos pré-candidatos à Presidência da República no Twitter*” (2018) do InternetLab em pesquisa que investigou o perfil dos seguidores no Twitter dos pré-candidatos à presidência da república em 2018, desenvolvendo um sistema a partir das APIs públicas do Twitter, que através de uma amostra dos seguidores de cada um dos candidatos, permitiu calcular a probabilidade de cada um deles ser bot:

No contexto de disputas político-eleitorais, os bots podem ser empregados dessa forma para distorcer a dimensão de movimentos políticos, e manipular e radicalizar debates, criando falsas percepções sobre disputas e consensos nas redes sociais. Eles podem fazer parecer que determinada figura é mais popular do que de fato é ou, ainda, serem utilizados para replicar discursos em série, fazendo parecer que há uma enorme adesão a uma causa quando não há. No país, é possível diagnosticar o uso de bots em contextos eleitorais desde pelo menos as eleições de 2010, havendo evidências do uso de estratégias de manipulação via simulação e automatização no Twitter para apoiar candidatos nas eleições de 2014, durante o processo de impeachment e no próprio pleito de 2018. (InternetLab, 2018, p. 35)

A difusão no campo político do recurso a redes de bots e perfis falsos em procedimentos coordenados de manipulação com objetivos autoritários na esfera pública digital, representa um relevante fator de deterioramento do nível discursivo e distorção do debate público, representando assim uma grave ameaça ao sistema democrático, ao impactar em seu cerne o processo de formação de consensos e de seleção de representantes e agendas de governo. Benevenuto (2019) em estudo que analisa essa prática no contexto da plataforma de mensagens instantâneas Whatsapp no Brasil em 2018, enumera a utilização de bots em processo eleitorais relevantes nos últimos anos:

Social bots are one of the most common types of manipulation attack, emulating real users, posting content and interacting with real users and other bots. They were used on Twitter during the 2016 U.S. presidential campaign to manipulate discussion reaching about 20% of all posts about presidential elections. Another misinformation campaign was observed during the 2017 French presidential election, in which bots' posts with unauthentic documents about a candidate quickly spread on Twitter two days before the final voting. Facebook was also a target of misinformation spread aiming at influencing American voters during the 2016 presidential campaign. (Benevenuto, 2019, p. 2)



## **2.4. Fragmentação das arenas discursivas, fóruns em redes sociais como estruturas centrais da esfera pública.**

Grupos do Whatsapp e do Facebook, e espaços mais restritos como o Telegram, o Parler, o Gab e o 4chan, se tornaram a principal estrutura de organização para campanhas e movimentos políticos na última década, largamente instrumentalizados durante eleições recentes nas mais diversas partes do mundo como fóruns de discussão prolíficos para a disseminação de conteúdo falso e discurso de ódio. A perspectiva de uma fragmentação de espaços esteve presente desde a análise dos primeiros esboços da estrutura embrionária do que viria a se tornar uma esfera pública centrada nas plataformas digitais de comunicação, do estudo de suas características originárias nunca se perdeu de vista a possibilidade de constituição de uma esfera pública fragmentada moldada por guetos cibernéticos, nos termos de Dahlgren (2005), onde os discursos públicos são gerenciados por algoritmos.

No percurso de desenvolvimento das redes, com sua avassaladora evolução e aprimoramento tecnológico, essa referida fragmentação dos espaços significou na prática uma ampliação do alcance das arenas discursivas, os grupos em redes sociais se transformaram em ambientes virtuais mais complexos, capazes de ampliar e tornar mais fácil o acesso a conteúdos políticos e discussões relevantes ao contexto, e obtiveram também enorme êxito em abranger diversas camadas da população em seus círculos de discussão. Muitos expandiram-se e se consolidaram como espaços abertos, aos quais o acesso era simples e foi sendo massificado. Para exemplificar a extensão e o alcance desses espaços é importante recorrer ao Digital News Report 2019 produzido pelo Reuters Institute com objetivo de entender como as notícias estão sendo consumidas em diversos países; a pesquisa teve como metodologia um questionário online aplicado entre o final de janeiro e o início de fevereiro de 2019:

Looking at nine countries with different levels of social media activity – US, UK, Spain, Ireland, Turkey, Malaysia, Australia, Canada, and Brazil – we find that the majority of Facebook and WhatsApp users are members of one or more active groups. Two-thirds (63%) of Facebook users, and three-quarters (76%) of WhatsApp users, say they used a group during the month leading up in the survey. (Reuters Institute, 2019, p.37)

Dispostos em diferentes estruturas de plataformas digitais ao longo da rede, é possível identificar que os grupos apresentam vários aspectos estruturais em comum, por mais que possam diferir no tamanho e na composição de seus públicos, no formato de suas discussões e debates, no estilo de seus procedimentos discursivos e em suas orientações e divisões temáticas, esses espaços de forma geral se caracterizam por organizar discussões e disseminação de conteúdos que tendem a ser contínuos e em tempo real. Analogamente a estruturação da esfera pública em Habermas, as estruturas de comunicação nas plataformas digitais dão origem à formação de várias arenas de discussão integradas a esfera pública política (Habermas, 1999, sobre a formação da esfera pública burguesa), espaços sociais gerados no agir comunicativo em um sistema digital de larga escala que compreende milhões de grupos nucleares. Espaços públicos parciais e temáticos sobrepostos, que se multiplicam através da comunicação e outros aspectos da integração, apresentando características semelhantes decorrentes da interface comum que condiciona a interação.

Esse aspecto da ramificação é um componente característico da consolidação da estrutura discursiva da esfera pública, em sua formulação geral nos escritos de Habermas é retratada como uma rede supercomplexa (Habermas, 1997) que se fragmenta do ponto de vista territorial em inúmeras arenas regionais, nacionais e internacionais e no campo temático em arenas especializadas como as esferas públicas literárias (Habermas, 1962) que em sua configuração apolítica deram origem a forma atual da esfera pública política, espaços que se sobrepõem uns aos outros, nos quais esferas culturais e políticas distintas se inter-relacionam como locais primordiais de aprendizagem, entendimento e influência da cultura política. As arenas digitais da mesma forma se articulam orientadas a partir de temas e grupos políticos, por exemplo, assumindo a forma de esferas públicas especializadas em diferentes graus, porém de certa maneira mais acessíveis ao público em geral por sua matriz comunicativa integrada.

Com as redes sociais, surgem ramificações e arenas de discussão, arenas de mediação de processos dialógicos comunicacionais e articulação de opiniões (Habermas, 1962; Habermas, 1997) equiparando o grau influência e alcance que outrora tiveram locais clássicos de discussão como a praça pública ou das sedes de partidos políticos. As redes sociais se tornaram a fonte primária de informação,

largamente utilizadas para consumo de notícias por grande parte das pessoas. Os dados levantados pelo Digital News Report 2017 do Reuters Institute demonstram como o Facebook exerce um amplo domínio sobre redes sociais e aplicativos de mensagens instantâneas:

The growth of messaging comes as an extra layer on top of social networking rather than as a replacement. The vast majority (78%) of those using a messaging application for news also use at least one social network for news. More generally about a third of our sample (32%) use two or more social networks or messaging apps in a given week.

(...)

These trends towards multiple networks are unlikely to worry Facebook. The company owns WhatsApp and Messenger, the two most popular messaging apps, along with Instagram, which has been incorporating many of Snapchat's most popular features. Eight in ten (80%) touch a Facebook product weekly for any purpose, while over half of our sample (54%) uses one for news. Alongside Google, the company has acquired and is maintaining enormous power over the discovery and distribution of content. (Reuters, 2017, p. 11)

Em contraste estrutural com o parlamento e as instituições estatais, mas ao mesmo funcionando em complemento discursivo, pois a deliberação pública oficial constitui apenas um caso particular da argumentação política difusa, e desta maneira, analisar as estruturas que determinam uma lógica da argumentação na sociedade civil permite compreender por extensão as decisões institucionalizadas. As plataformas digitais se tornaram o centro vital do debate público, e descortinam uma esfera pública dinâmica sedimentada no mundo virtual, cujas estruturas basilares são as redes sociais. Os ambientes virtuais assumiram o protagonismo das funções discursivas no campo político e promoveram uma transformação significativa na esfera pública política (Habermas, 1962).

Com a generalização do uso das redes sociais como mediadoras da comunicação e interação cotidiana, instituições estatais como o parlamento viram seus procedimentos e conteúdos materiais passarem a ser influenciados e impactados pelas dinâmicas consagradas nas arenas digitais. Os espaços institucionais clássicos de deliberação são contraditados com inúmeros modos de socialização e interação, novas formas de organização em rede e com canais digitais que potencializam a disseminação e troca de informações, elementos que

colocam questões políticas tradicionais em termos de novos significantes gerados à margem do Estado. A esfera pública formada por arenas digitais não é uma esfera pública avulsa, ela apresenta certa relação de continuidade com atores políticos institucionalizados, suas práticas discursivas reproduzem muitas vezes uma lógica semelhante àquela adotada na atividade legislativa e no cotidiano da administração pública, da mesma forma que esta lógica se alimenta da atividade comunicativa nas mídias digitais. Nesse ponto é importante que seja assegurada a qualidade e legitimidade dos processos discursivos produzidos, verificada na especialização dos temas debatidos e na possibilidade de alteração das preferências dos cidadãos por meio da exposição ao contraditório ao longo do processo de formação democrática da vontade, fatores que vem sendo deliberadamente debilitados pelas forças políticas em eventos recentes.

No Brasil, a importante pesquisa realizada pelo professor Fabrício Benevenuto da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), analisou as estruturas de rede que emergiram das interações dos usuários em grupos do WhatsApp durante a greve nacional de caminhoneiros e a campanha presidencial brasileira em 2018. O estudo teve como objetivo investigar a disseminação de conteúdos com informações comprovadamente falsas ou equivocadas independentemente de serem ou não produzidas intencionalmente. Os pesquisadores descobriram que grupos aparentemente desconexos, na verdade, estão ligados. Foram identificados perfis que participam de diversos grupos, em alguns casos formando aglomerados de grupos atuando de forma organizada. Esses perfis formam entre si uma estrutura articulada, que na maioria das vezes é imperceptível para os membros dos grupos isoladamente:

WhatsApp has revolutionized the way people communicate and interact. It is not only cheaper than the traditional Short Message Service (SMS) communication but it also brings a new form of mobile communication: the group chats. Such groups are great forums for collective discussions on a variety of topics. In particular, in events of great social mobilization, such as strikes and electoral campaigns, WhatsApp group chats are very attractive as they facilitate information exchange among interested people. Yet, recent events have raised concerns about the spreading of misinformation in WhatsApp. In this work, we analyze information dissemination within WhatsApp, focusing on publicly accessible political-oriented groups, collecting all shared messages during major social events in Brazil: a national truck drivers' strike and the Brazilian presidential campaign. We analyze the types of content shared within such groups as

well as the network structures that emerge from user interactions within and cross-groups. We then deepen our analysis by identifying the presence of misinformation among the shared images using labels provided by journalists and by a proposed automatic procedure based on Google searches. We identify the most important sources of the fake images and analyze how they propagate across WhatsApp groups and from/to other Web platforms. (Benevenuto, 2019, p.1)

Os próprios usuários na prática exercem um destacado papel na tarefa de encaminhar conteúdos e de elaborar materiais informativos, e muitas vezes, tais conteúdos possuem um forte caráter opinativo, produzidos em sites altamente partidarizados e redes sociais, disseminados como tentativas de influenciar as atitudes dos interlocutores por meio de argumentos fornecendo informações distorcidas. Os usuários se reunindo para formar um público em estruturas digitais de comunicação, repercutem crítica e publicamente sobre o que leram e os conteúdos consumidos, contribuindo assim para o processo de entendimento que promovem de forma conjunta (Habermas, 1962; Habermas, 1984). Os canais de comunicação digital engatam-se nas esferas da vida privada a densas redes de interação familiar, do círculo de amigos e dos contatos mais superficiais. Neles pessoas compartilham seus interesses e expressam opiniões, dessa forma os conteúdos políticos são distribuídos por grupos e contatos pessoais, muitos dos quais não são pagos e repercutem de forma espontânea. Assim a presunção de veracidade da informação veiculada é sustentada pelos vínculos de familiaridade, os componentes do grupo para aumentar a influência sobre o pensamento dos membros, multiplicam a veiculação de notícias falsas e objeto de controvérsias. Segundo dados da pesquisa coordenada por Benevenuto (2019), grupos familiares foram responsáveis por 51% da divulgação de notícias falsas no WhatsApp durante o período das eleições presidenciais de 2018.

O Digital News Report 2019 do Reuters Institute investigou as características da composição dos grupos em redes sociais:

About half of Facebook users (49%) and around three-quarters (72%) of WhatsApp users in these countries said they are part of groups with people they know well, such as friends, colleagues, and family. About half of Facebook and WhatsApp users (51% and 46% respectively) are active members of groups that mostly include people they do not know.

(...)

WhatsApp groups, as one might expect, are more focused on private conversation with friends, family, and work colleagues.

By contrast, Facebook Groups tend to be more about sharing experiences with people we know less well. Having said that, it is clear that WhatsApp is used very differently across countries with two basic models. The majority of WhatsApp users in Turkey (65%), Spain (40%), Malaysia (60%), and Brazil (58%) use groups to interact with people they don't know. By contrast, only a minority of users in Australia (27%) and the UK (12%) seem prepared to use WhatsApp in this way. Countries like Brazil, with their bigger groups, seem to have been more prone to the spread of political misinformation and disinformation via WhatsApp. (Reuters Institute, 2019, p. 37-38)

Em decorrência da matriz comunicativa integrada das plataformas digitais, o público nos grupos, mesmo quando estas arenas eram compostas por um círculo familiar muito restrito de pessoas, possuíam certa consciência de estarem integrados a um público maior e ao debate mais amplo. Assim as questões discutidas nesses espaços tornaram-se gerais não apenas no que concerne ao significado, mas também no tocante a acessibilidade, pois a generalização da estrutura viabilizava para uma grande quantidade de pessoas a possibilidade de participar. Habermas (1962) capta esse aspecto do significado da publicidade quando observa que, por mais limitado que um público possa ser em sua manifestação empírica em um determinado recorte e momento, seus membros se compreendem como parte de um público potencialmente mais amplo, o corpo indeterminado e empiricamente contrafactual que é o público em geral. Desta forma, na lógica da argumentação política (Habermas, 1984) corrente, e sobretudo nas arenas digitais, razões e fundamentos expostos objetivam demonstrar que uma assertiva recomendada para aceitação, expressa um interesse comum generalizável.

Em um ambiente de comunicação política mediada pela tecnologia, as redes sociais fornecem uma plataforma para o debate racional; as estruturas que regulam as discussões têm destacada importância porque o pensamento argumentativo (Habermas, 1984; Perelman, 1996) e os condicionantes que sobre ele incidem estão intimamente ligados, uma argumentação não se desenvolve no vazio, mas numa situação social e psicologicamente determinada que compromete efetivamente os que dela participam. Essa interface digital que rege os debates públicos vai impactar significativamente sobre as questões prévias a serem discutidas, sobre a disposição e competência dos interlocutores, sobre a delimitação do objeto, e também sobre a duração e formato dos discursos, sua

ordem, a maneira de concluir e sobre as condições nas quais a discussão pode prosseguir. A efetividade dos argumentos é assim determinada sistematicamente pela estrutura (Habermas, 1984; Perelman, 1996), e dessa forma a partir de determinadas práticas destinadas à desinformação (Benevenuto et al., 2019), por exemplo, os argumentos veiculados são capazes de influenciar as atitudes dos destinatários, independentemente de sua validade ou veracidade (Arendt, 1967), pois são expressos em circunstâncias externas que garantem sua aceitação, o que distorce o modelo de legitimidade da opinião pública baseado na paridade e em uma competição ritualizada pelos melhores argumentos, e deforma a situação em que se realiza o processo argumentativo.

## **2.5. Mudança nos espaços e nas formas de legitimação do poder político.**

Sob a perspectiva analítica de uma teoria democrática centrada no discurso (Habermas, 1997; Habermas, 1992), os discursos políticos geram um poder comunicativo que forma a base de ação do sistema político, no tocante à aquisição e retirada de legitimidade. A legitimação do processo democrático e de posições de poder deriva dos procedimentos e dos pressupostos comunicativos da formação democrática da vontade, da opinião e do consenso, um fundamento que encontra sua gênese na teoria social com as reflexões de Durkheim acerca da legitimidade da ordem social com a formulação da teoria da consciência coletiva e das formas simbólicas (Durkheim, 1999; Durkheim, 1996).

O conceito de esfera pública refere-se ao processo discursivo por meio do qual as noções da opinião pública são produzidas e legitimadas; em essência, envolve principalmente os processos comunicativos subjacentes à construção da opinião. O discurso é assim um elemento determinante no processo de fabricação comunicativa de poder legítimo na esfera pública, ferramenta social de legitimação em um ambiente discursivo de deliberação para formação de proposições coletivas. A teorização do poder a partir de seus aspectos discursivos é um dos fundamentos da análise crítica do discurso (Fairclough, 2010; Dijk, 2008). Neste prisma, o poder se manifesta no discurso como representação nas formas de expressão e na legitimação de atores políticos, de suas ações e ideologias (Dijk, 2008), como formas semióticas de construção de aspectos do

mundo (Fairclough, 2010) que determinam e estruturam práticas argumentativas e fluxos de informação. Está inserido em uma estrutura de entendimento, comunicação e interação que faz parte de processos socioculturais amplos; produz efeitos sobre as estruturas sociais, além de ser determinado por elas.

Legitimação e deslegitimação nessa perspectiva são estratégias discursivas de alto nível ou macroestratégias, como destaca Fairclough (Fairclough, 2010), que podem ser traçadas como meios para alcançar objetivos oligárquicos; por exemplo, governar com o mínimo de interferência das divisões políticas ou empurrar diferenças políticas para a esfera pública. Nancy Fraser (2014) explica o conceito de legitimidade opinião pública para a teoria da esfera pública:

In public-sphere theory, as we saw, public opinion is considered legitimate if and only if all who are potentially affected are able to participate as peers in deliberations concerning the organization of their common affairs. In effect, then, the theory holds that the legitimacy of public opinion is a function of two analytically distinct characteristics of the communicative process, namely, the extent of its inclusiveness and the degree to which it realizes participatory parity. In the first case, which I shall call the inclusiveness condition, discussion must in principle be open to all with a stake in the outcome. In the second, which I shall call the parity condition, all interlocutors must, in principle, enjoy roughly equal chances to state their views, place issues on the agenda, question the tacit and explicit assumptions of others, switch levels as needed, and generally receive a fair hearing. Whereas the inclusiveness condition concerns the question of who is authorized to participate in public discussions, the parity condition concerns the question of how, in the sense of on what terms, the interlocutors engage one another. (Fraser, 2014, p. 27-28)

A dinâmica da esfera pública fundada sobre ambientes digitais implica uma troca dos termos da legitimação (Habermas, 1962), as forças políticas que pretendem influenciar as decisões do poder estatal apelam para o público que discute mediante razões (Habermas, 1984) para legitimar suas demandas perante esse novo fórum. Nas redes sociais de forma geral, o conteúdo político tem de se legitimar nesses espaços de discussão, nos quais as camadas populares se encontram com influenciadores e políticos, e conteúdos cuidadosamente elaborados pela propaganda política. Os grupos nas mídias digitais como que mantém o monopólio da disseminação da propaganda política; um novo discurso, mesmo sobre bases sociais sedimentadas, tem primeiro de se legitimar diante dessas novas arenas. Quase não houve um político de destaque nesse espectro



político durante esse período que não teria primeiro submetido suas ideias essenciais para discussão em tal discurso, em fóruns em redes sociais.

Para que o poder político seja instaurado e mantido de forma legítima, deve ser construído comunicativamente em um processo de argumentação e justificação (Habermas, 1984; Habermas, 1988; Habermas, 1997), nas esferas públicas onde acontecem os debates e conflitos argumentativos racionais viabilizados pela ação comunicativa. Uma das funções primordiais da esfera pública é estabelecer mecanismos que permitam aos cidadãos acionar seus representantes para prestar contas sobre o modo como exercem o poder. Somente a partir do debate racional dialógico em busca da construção de um consenso é que se pode legitimar o poder político. Nessa seara, as instituições políticas enfrentam déficits de legitimação em todos os níveis, nos mais diversos contextos e estados nacionais; uma classe política que convive sob larga desconfiança de corrupção e inoperância, vê-se obrigada a legitimar a autoridade de que dispõe por meio das redes sociais. Em *Problemas de Legitimação no Capitalismo Tardio* (1973), Habermas teoriza as contradições políticas e tendências da crise do capitalismo estatalmente administrado. A legitimação é definida como a capacidade de uma estrutura hegemônica em gerar aceitação, concepção que encontra sua referência inicial nas elaborações de Weber em especial sobre o conceito de dominação legítima. O propósito central da obra era analisar se o Estado teria capacidade de obter suficiente respaldo público para exercer funções administrativas ampliadas e destinadas a preservar a dominação de classe. Nesses termos, a falta de legitimação poderia ser compensada por recompensas em conformidade com o sistema de mercado.

Como conceito relevante, a chamada crise de legitimação (Habermas, 1988), é aquela caracterizada por decorrer de uma crise administrativa acompanhada de uma crise de motivação resultante de uma escassez sistemática de significado, potencializada pelo encorajamento dos cidadãos a centrar suas aspirações na vida privada e nas satisfações mercantilizadas, quando as demandas por recompensas aumentam mais rapidamente do que a quantidade disponível de valor, ou quando são produzidas sistematicamente que não podem ser satisfeitas com recompensas em conformidade com o sistema. A possibilidade de autolegitimação de uma classe política ancorada em um aparelho digital de

propaganda de larga escala e grande eficácia, significa um grau de emancipação ilegítima do poder político (Habermas, 1997), que se afasta do poder comunicativo da sociedade. Em termos discursivos, a evolução e construção independente de sistemas interpretativos que restringem sistematicamente a capacidade de entendimento da sociedade, como meio de controlar cognitivamente a esfera onde se produz as decisões políticas, é um dos fatores centrais responsáveis pela perda da legitimidade.

### **3. Plataformas digitais e distorções em processos públicos de deliberação.**

#### **3.1. Parâmetros conceituais para determinar a eficácia da esfera pública no sistema democrático.**

Fatores de retração da prática comunicativa nas plataformas digitais, como a matriz extremamente fragmentada dos canais, a polarização dos discursos, a violência nas conversações e a apropriação de sua estrutura pela lógica corporativa, conduzem a questionamentos sobre a real capacidade dos ambientes virtuais no que tange a ampliar de forma significativa o potencial discursivo da esfera pública. Os indicadores mencionados demonstram no contexto fático como essa capacidade pode ser restringida impedindo de certa maneira seu potencial imaginado nas primeiras análises sobre o tema publicadas no início do século, que especulavam o futuro da internet a partir da observação dos estágios iniciais de sua expansão (Dahlgren, 2005). Da teoria clássica sobre a esfera pública, retira-se dentre os princípios norteadores a assertiva de que para o cumprimento de sua função democrática deve ser garantido o fluxo comunicacional livre no espaço público, permitindo que os possíveis atingidos pelos assuntos políticos tenham a possibilidade de se expressar, atuando em conjunto com seus representantes eleitos e participando de forma cada vez mais direta nas decisões políticas.

Como parâmetro para aferir a efetividade da esfera pública, o nível discursivo (Habermas, 1997; Habermas, 1999), fator que remete propriamente à qualidade da opinião pública, constitui uma variável empírica essencial, tendo em vista que é medida a partir das características procedimentais do processo discursivo que envolve sua construção. Analisada pelo aspecto normativo, o nível discursivo fundamenta uma medida para a legitimidade da influência exercida por atores e grupos políticos e por opiniões públicas sobre a administração estatal e o sistema político na esfera pública, o sucesso da comunicação pública não se mede somente pela produção de generalidade e sim por critérios procedimentais objetivos para o surgimento de uma opinião pública qualificada.

A teoria da ação comunicativa de Habermas, fundamentada nos conceitos comunicacionais e dialógicos de esfera pública (Habermas, 1962; Habermas 1997) e situação ideal de fala (Habermas, 1984; Habermas, 1999), fornece elementos que possibilitam observar a distância do contexto atual, com

protagonismo dos ambiente virtual, para um cenário ideal do ponto de vista da legitimidade democrática. A abordagem teórica centrada no discurso (Habermas, 1999) tem a vantagem de evidenciar e especificar as condições prévias de comunicação que devem ser cumpridas nas várias formas de debate mediante razões, para se presumir que os resultados de tais discursos sejam legítimos.

Toda esfera pública de uma sociedade fundada em valores democráticos tem de favorecer as ocasiões que permitam aos debates racionais se reproduzirem de forma constante e regular, tendo em vista as estruturas de uma situação ideal de fala imunizada contra a repressão e a desigualdade (Habermas, 1984; Perelman 1996). Através do princípio do discurso (Habermas, 1999) se chega a constatação de que não há um modelo correto de agir, mas tão somente um procedimento válido, é pela razão procedimental que o princípio do discurso se mantém neutro, consubstanciando o princípio democrático que se destina a amarrar um procedimento de normatização legítima do espaço comunicativo. Os participantes da argumentação política em plataformas digitais, de forma geral, devem poder pressupor e aferir que a estrutura norteia sua comunicação, em virtude de características que devem ser descritas ao público em termos transparentes, exclui toda a força coercitiva e repressiva, inclusive nas formas que se estabelecem através do discurso, sobre o processo de alcançar a compreensão e o entendimento comum em si, e também afasta a influência externa, exceto a força do melhor argumento (Habermas, 1984; Perelman, 1996) e, portanto, todas as motivações sejam elas financeiras ou políticas que não se coadunam com uma busca em um esforço cooperativo pela construção do entendimento.

Desta forma, três características da teoria da esfera pública de Habermas (Habermas, 1962; Habermas, 1997) podem ser projetadas como parâmetros analíticos para avaliar a efetividade discursiva dos ambientes virtuais: em primeiro lugar, a esfera pública tem que ser aberta a todos de forma igualitária, os cidadãos devem possuir a capacidade de serem atores na esfera pública e participar nas discussões de modo que a pluralidade de pontos de vista e concepções possa ser assegurada, pois somente assim uma prática discursiva democrática pode ser estabelecida. Desde as formulações tradicionais do conceito, adota-se como premissa que todos os indivíduos possivelmente impactados pelas questões políticas objeto de deliberação devem ter a chance de participar em

condições de paridade nos processos informais de formação de opinião nos quais os agentes públicos responsáveis por tomar de decisões de caráter geral devem prestar contas e se submeter ao escrutínio público. Em segundo lugar, no âmbito da esfera pública um acordo e o entendimento legítimo é alcançado como resultado do debate público racional que deve ser livre de repressões, de maneira ideal, a esfera pública é uma a estrutura que conecta indivíduos entre si, para que possam se engajar na discussão pública. Nessa perspectiva, a esfera pública é uma arena de comunicação em que a mutualidade, a solidariedade e a reciprocidade na prática discursiva são promovidas. Em terceiro lugar, a esfera pública tem que ser independente da manipulação de governos e de interesses comerciais e de poder.

Analisar a esfera pública no meio digital a partir desses termos sugere, para fins de traçar um panorama geral dessa estrutura comunicativa, que as redes não têm obtido êxito em expandir a esfera pública e fornecer uma alternativa sólida de espaço democrático de comunicação. Embora as distorções no nível sistêmico, das matrizes comunicativas, não determinem isoladamente as respostas e reações dos atores políticos e sociais, observa-se que o cenário de retração discursiva se manifesta e se consolida na medida em que os indivíduos e governos se conformam em utilizar uma esfera pública sob condições solidificadas e previamente determinadas, gerida por princípios particulares, e não promovem em grande escala questionamentos ou participam ativamente da problematização dos termos que balizam a utilização e das estruturas digitais em si, o que indica baixa percepção do grau das ameaças que envolvem os direitos de comunicação e o processo político democrático como um todo nesse contexto.

### **3.2. A seleção de informações a partir de algoritmos e o domínio das grandes corporações tecnológicas.**

Sistemas de controle da difusão de informações a partir de uma estrutura digital centrada em algoritmos se tornaram um relevante capital tecnológico em propriedade de grandes corporações supranacionais e promoveram alterações significativas em unidades elementares da comunicação cotidiana na sociedade de massas. Em 2018, segundo dados do relatório *“Personal Data: Political Persuasion Inside the Influence Industry. How it works”* (2019) produzido pela Tactical Tech, o número total de usuários mensais de todos os serviços do

Facebook, incluindo WhatsApp, Instagram e Messenger, era de 2,5 bilhões, no mesmo período, o Google atingia mais de um bilhão de usuários através de oito de seus produtos, além de dois bilhões de usuários ativos do Android.

Em “*The platform society*” (2018), José van Dijck, Thomas Poell, Martijn de Waal descrevem os elementos básicos que fundamentam o funcionamento das plataformas digitais:

An online “platform” is a programmable digital architecture designed to organize interactions between users—not just end users but also corporate entities and public bodies. It is geared toward the systematic collection, algorithmic processing, circulation, and monetization of user data.

(...)

a platform is fueled by data, automated and organized through algorithms and interfaces, formalized through ownership relations driven by business models, and governed through user agreements. (van Dijck, J. et al, 2018, p. 9)

As empresas de mídia social precisam ser mais transparentes sobre seus próprios sites e como funcionam. Elas devem informar aos usuários como seus sites funcionam, incluindo a forma como os algoritmos são usados para priorizar certas histórias, notícias e vídeos, em função do perfil e da atividade de cada usuário. O domínio de um punhado de poderosas empresas de tecnologia resultou em seu comportamento como se fossem monopólios frente aos estados nacionais, uma mistura amorfa de público e privado (Fraser, 2014), poderes transnacionais que não são facilmente identificáveis nem facilmente responsabilizados; quando há investigações em torno dos dados nos quais os seus serviços digitais se baseiam, elas dificultam a prestação de contas aos poderes reguladores em todo o mundo. Os governos devem considerar o impacto de tais monopólios no mundo político e na democracia. Com o poder combinado do alcance e a riqueza de dados dos cidadãos à sua disposição, as plataformas digitais se tornaram capazes de veicular campanhas políticas em escala global.

Sobre a concentração de poder dos conglomerados e as estruturas de um ecossistema de plataformas administrado corporativamente que fornece serviços de informação básicos cruciais sobre os quais outras interfaces menores podem construídas (van Dijck, J. et al, 2018):

Since the early 2000s, an assemblage of networked platforms has evolved that puts lots of power in the hands of a few

corporations that nestled themselves at the gateways of online sociality where they control crucial nodes of information services. The epicenter of the information ecosystem that dominates North American and European online space is owned and operated by five high-tech companies, Alphabet-Google, Facebook, Apple, Amazon, and Microsoft, whose headquarters are all physically located on the West Coast of the United States.

(...)

The Western ecosystem is mostly operated by a handful of big tech companies (Alphabet-Google, Apple, Facebook, Amazon, and Microsoft) whose infrastructural services are central to the ecosystem's overall design and the distribution of data flows. (van Dijck, J. et al, 2018, p. 4)

A arquitetura da rede é a de uma estrutura pensada por interesses corporativos (van Dijck, J. et al, 2018), por grandes empresas privadas detentoras de plataformas digitais, a partir das quais ferramentas de propaganda política conseguem pautar a atenção coletiva e o debate público. A interpretação dos fatos, as interações comunicativas, as preferências de consumo, tudo é modelado e instrumentalizado através de sequências de algoritmos, a curadoria algorítmica das informações consumidas fornece a empresas que coletam esses dados um poder considerável que pode ser utilizado para sobrecarregar e dominar completamente o espaço de informações em torno dos usuários. Como aduz Eli Pariser (2011) em suas reflexões sobre o efeito bolha, a filtragem de informações através de algoritmos não está ajustada para uma diversidade de ideias ou de pessoas, não foi projetada para apresentar novas culturas, como resultado, vivendo através dela, perde-se parte da flexibilidade e abertura mental que o contato com a diferença cria.

Em redes sociais como o Facebook e Instagram, por exemplo, as interações ocorrem em uma interface chamada feed de notícias, que apresenta uma seleção de conteúdos definida através de algoritmos, com base na identidade dos usuários e no seu histórico de interação no site; filtros personalizados limitam o que está sendo exposto, dentre postagens feitas por contatos e páginas curtidas, além de propagandas e conteúdos sugeridos. Os indivíduos começam a se mover, sem perceber, em bolhas (Pariser, 2011) que os isolam de enormes quantidades de outras informações que não as sugeridas, excluindo cada vez mais qualquer coisa que desafie suas crenças e posições pré-estabelecidas.

A seletividade da informação é um aspecto importante do processo de comunicação, como aduz Luhmann sobre a comunicação ser um modo de processar seleções (Luhmann, 1995). Por meio delas, influencia seu ambiente e cria uma situação social na qual decisões conectivas são esperadas. Pode incorporar elementos que pressionam o receptor em direção à aceitação em vez de rejeição, essa pressão é exercida por meios de comunicação simbolicamente generalizados, um modo de mudar constantemente as formas materiais de significado sob condições variáveis por meio das quais experiências de confiabilidade gradualmente aumentam.

A eficácia da seleção de informações por algoritmos foi objeto de aferição pelo Reuters Institute no Digital News Report 2017:

We can also add up preferences for content that is selected by an algorithm (search, social, and many aggregators) and compare with that selected by an editor (direct, email, and mobile notifications). More than half of us (54%) prefer paths that use algorithms to select stories rather than editors or journalists (44%). This effect is even more apparent for those who mainly use smartphones (58%) and for younger users (64%). As we discovered in last year's focus groups, younger people tend to be more comfortable with algorithmic story selection, perhaps not surprisingly given their heavy use of social media. (Reuters, 2017, p. 16)

Mecanismos de recomendação controlados por algoritmos tornaram-se peças-chave na indústria de informação na internet. Seu objetivo é fornecer ao usuário aquilo que tem o maior potencial de atrair seu interesse. O *machine learning*, como descreve Pedro Domingos no livro *The Master Algorithm* (2015) é utilizado, por exemplo, para prever a probabilidade de um usuário clicar em um anúncio, quanto maior a probabilidade, mais valioso será o anúncio no mercado. As empresas podem então adaptar seus produtos para se alinharem às atividades diárias dos consumidores (ou consumidores em potencial) a partir de dados de pesquisa, histórico de transações e o tempo gasto no acesso, por exemplo, em que momento ele parou o vídeo ou saiu do site.

Learning algorithms are the matchmakers: they find producers and consumers for each other, cutting through the information overload. If they're smart enough, you get the best of both worlds: the vast choice and low cost of the large scale, with the personalized touch of the small. Learners are not perfect, and the last step of the decision is usually still for humans to make,



but learners intelligently reduce the choices to something a human can manage.

(...)

Once the inevitable happens and learning algorithms become the middlemen, power becomes concentrated in them. Google's algorithms largely determine what information you find, Amazon's what products you buy, and Match.com's who you date. The last mile is still yours—choosing from among the options the algorithms present you with—but 99.9 percent of the selection was done by them. The success or failure of a company now depends on how much the learners like its products, and the success of a whole economy—whether everyone gets the best products for their needs at the best price—depends on how good the learners are. (Domingos, 2015, p. 10-11)

Os algoritmos de aprendizado portanto, sob uma perspectiva puramente funcional, reduzem as escolhas a algo que um indivíduo é capaz de gerenciar, cortando a sobrecarga de informações, a partir deles, empresas de comércio eletrônico como a Amazon, plataformas como Netflix e Facebook, podem codificar com precisão os gostos de todos os seus clientes para aprimorar continuamente sua adequação ao consumidor, e elaborar um mecanismo que escolherá as melhores atualizações para mostrar a cada um de seus usuários. Neste ponto, a questão central é descobrir o ator capaz de colocar os temas na ordem do dia e de determinar a orientação dos fluxos da comunicação.

O domínio do Google e do Facebook é potencializado pela capacidade dos intermediários de dados em mesclar seus dados em suas plataformas. Com o poder combinado do alcance e a riqueza de dados dos cidadãos à sua disposição, eles se tornaram capazes de veicular campanhas políticas em escala global e fornecer serviços personalizados. Essas empresas não só têm uma enorme base de usuários, elas também dominam o cenário da publicidade digital, seus modelos de negócios se estruturam amplamente em permitir que seus clientes segmentem anúncios para seus usuários. O relatório “Internet e eleições no Brasil” (2019) produzido pelo InternetLab descreve essa dinâmica:

Na verdade, novas formas de intermediação foram engendradas a partir do digital, inscritas nas arquiteturas das plataformas e em seus modelos de negócio, baseados na venda de anúncios. Empresas como Google e Facebook desenvolveram programas de computador (ou algoritmos) de “curadoria” de conteúdo, que atuam intermediando a circulação e o acesso à grande quantidade de informações presentes em suas plataformas, de modo a oferecer ao usuário o acesso a um tipo de conteúdo que lhe possa ser “mais relevante”. Esses algoritmos estabelecem

regimes de visibilidade, priorizando o que será mostrado para cada usuário, a partir de suas preferências, o que alimenta um consumo de informações cada vez mais personalizado. Essa personalização de conteúdos, por sua vez, acopla-se aos modelos de negócios de plataformas de internet marcados pela venda de espaço publicitário, na medida em que ela atua de modo a atrair a atenção e a permanência dos usuários naquele espaço enquanto audiência para a publicidade a ser veiculada. Assim, muito embora construídos para a abertura, interatividade e engajamento de usuários, a arquitetura dessas plataformas também estabelece condições para a produção, circulação e o consumo de informações políticas. (InternetLab, 2019, p. 11)

A pesquisa do Google e o YouTube são as principais fontes de informações para muitos usuários, e são muito procuradas para encontrar maneiras de aprender e verificar fatos. O Google, especificamente, é o mecanismo de pesquisa mais utilizado no mundo, dominando mais de 90% do mercado de pesquisa em computadores desktop. O YouTube, está rapidamente se tornando a segunda ferramenta de pesquisa mais popular do mundo, com um número crescente de pessoas que não o utilizam apenas para assistir a vídeos, mas também para procurar informações e conhecimento.

O projeto de pesquisa ‘Inside the Influence Industry’ da Tactical Tech, com relatório publicado em 2019, analisa a instrumentalização desses mecanismos de seleção conteúdo em plataformas digitais por campanhas políticas recentes:

Google Search and YouTube’s ability to serve you ads and sponsored content that are related to what you are searching for makes them particularly powerful methods for campaigns and politicians who want to get their messages across more efficiently and target them more precisely. The apparent neutrality of Google Search in particular—with users seeing it as mainly a reference and discovery tool—makes it extremely attractive to political campaigners who want to spread information

(...)

The array of services offered by Google facilitates not only political ads that respond to what you are searching for, but also a variety of strategies used by political parties to get into your search line-of-sight to deliver a particular message. As such, paid search results served to you based on your personal data can be utilised for a variety of things—not just to drive you to click or vote a certain way, but also to discredit the opposition or spread counter-information on a topical issue that may be trending in the news. In the frenzy of an election period, this can lead to a cumulative effect, with political campaigns buying ads to counter each others’ claims. For example, one political campaign strategist gives advice online about how to counter ads that discredit your political campaign as follows: ‘savvy

voters will use the web to try and fact check ads on their own, by buying terms relevant to those negative ads, you can combat their message and refer voters to a page on your website that specifically addresses the ads' claims. With these ads, you can quickly disseminate time sensitive information and often set the record straight (Tactical Tech, 2019, p. 41)

Esses processos de seleção tornam-se fonte de uma nova espécie de poder, um domínio capaz de tecer o sistema simbólico de significados, o elemento de ordenação imposto à cognição da realidade, as cognições fundamentais de um grupo e de seus membros, compartilhadas socialmente e que fundamentalmente, são adquiridas, confirmadas ou alteradas principalmente através da comunicação e do discurso. O mundo da vida perde seu poder de pré-julgamento sobre a prática comunicativa cotidiana (Habermas, 1984; Habermas, 1987; Habermas, 1997), na medida em que os atores devem sua compreensão mútua a seus procedimentos sistêmicos de interpretação. A atividade subjetiva dos indivíduos e dos coletivos perde seu status de determinação constitutiva e se condensa no deslocamento de ênfase para a linguagem como um dos meios simbólicos em operação nos ambientes sistêmicos.

### **3.3. Dinâmica de conflito, intolerância e violência discursiva.**

O que uma observação preliminar da prática comunicativa nas arenas discursivas digitais sugere é a existência de uma forma generalizada de argumentação que expressa uma dinâmica de conflito que irrompe e se torna a essência da produção discursiva e da conversação (Recuero, 2013) nas redes sociais, responsável por moldar uma lógica da argumentação no campo político que é consagrada na cultura de uso das plataformas e pode ser relacionada com fenômenos recentes de extremismo e radicalização. O conceito de esfera pública traz consigo uma articulação de noções como performance e dramatização à comunicação política, ou seja, a ideia de um teatro (Fraser, 1990) nas sociedades modernas no qual a participação política é representada por meio da conversa. As discussões em formato virtual possibilitam que as posições externadas nas redes se desdobrem em resposta direta e imediata a cada movimento sucessivo dos interlocutores. Nas plataformas digitais, os usuários compreendem expor uma mensagem para o público em dois níveis: interlocutores que partilham os mesmos

códigos de linguagem e concepções políticas que se reforçam mutuamente e tem interações em maior grau determinadas e realçadas pelo efeito bolha (Pariser, 2011) e uma audiência implícita e distante, cujos argumentos e signos deseja-se rechaçar e refutar.

Os dados do Digital News Report 2017 do Reuters Institute indicam que uma parcela significativa dos usuários se vale dos recursos disponíveis nas interfaces das redes sociais para interditar discussões e remover pessoas e posicionamentos que eles não concordam:

In social media almost half of our respondents (45%) have actively managed the content of their feeds by adding or removing users, with around a third (30%) fine-tuning content in other ways, such as hiding content from particular users. This activity allows users to protect themselves from views they don't like, but it also opens up the possibility that they just end up seeing more of what they like. (Reuters Institute, 2017, p. 16)

A partir dos fatores descritos é gerada uma disfunção na estrutura da formação do argumento público evidente na construção do discurso de atores políticos relevantes da extrema direita no contexto atual, como Donald Trump e Jair Bolsonaro, a argumentação com alto teor partidário convence apenas aquele público cuja adesão já conta, quem deseja se comunicar com todos precisa se deixar ser levado, em um processo de interlocução e entendimento, até posições não-partidárias. Nesses termos existe apenas uma aparência de debate público, a prática política demanda que a forma de argumentação direcionada a um público difuso, ou diante de uma audiência universal nos termos de Perelman (1996), seja distinta da feita diante de um público particular e segmentado, na medida em que o argumentador deve passar de pontos de partida particulares e partidarizados para uma tese e conclusão com que todos possam concordar e que expressa entendimento.

A intolerância e a violência discursiva (Recuero, 2015) se reproduzem nos padrões da argumentação, por interdições ao prosseguimento de discussões (Perelman, 1996) relacionadas a determinados temas e problemas, uma limitação do campo temático dos discursos políticos, e por uma forma de argumentação que visa suprimir as condições prévias para uma argumentação contrária futura, como o controle da compreensão do contexto conectivo para uma comunicação

posterior. As redes sociais têm proporcionado um espaço fundamental para a amplificação e reprodução de todos os tipos de discursos, inclusive os violentos. Nacionalismos, racismos e preconceitos de toda ordem usurpam muito do espaço discursivo para o exercício da oposição de ideias. A retórica assim pode funcionar como um meio de dominação e opressão, a violência é, portanto, também um produto do discurso (Fairclough, 1989; Van Dijk, 2008; Recuero, 2015). Um discurso pode criar uma pessoa retórica para o orador ou escritor, uma audiência implícita e entendimentos contextuais, também pode tornar atores excluídos, cristalizar estereótipos e silenciar vozes de opositores.

Discursos apelativos, como símbolos iconográficos de sentimentos coletivos difusos (Alexander, 2006), se transformam em parte do discurso cotidiano, o espaço público condensa e intensifica a densidade simbólica do que é caricaturalmente retratado. As questões propostas são diretamente confrontadoras, a informação polarizada, as narrativas expressam uma lógica de eventos cujo objetivo é puramente elevar o interesse da audiência pelo o que está sendo dito ao nível de urgência e promover pontos de tensão, o que produz efeitos mobilizadores práticos ao ambiente político, quanto mais reveladoras e impactantes as verdades veiculadas na percepção do público maior o engajamento.

As redes sociais promoveram um tipo de sociabilidade que longe de pressupor a tolerância e o entendimento os desconsideraram completamente (Recuero, 2013). A prática discursiva nos grupos foi vítima de sua própria virulência e sectarismo, na medida em que o conteúdo muitas vezes produzido pelo público que discute mediante razões em espaços fragmentados, conseguiu superar a publicidade governada pelo Estado e pela mídia hegemônica tradicional. O estilo de sociabilidade, a intimidade e a moral formada contra as convenções sociais (Solano, 2018) adquiriram nessas sociedades uma ascendência sobre os comportamentos que não carecia mais da organização partidária. O debate político incorpora com habitualidade modalidades discursivas que vão da sátira ao humor, passando pela ironia e discursos próximos da incivilidade.

Os inumeráveis memes e conteúdos satíricos que tem como objeto a crítica política e a apologia ao discurso de ódio se vinculam às conversações nos grupos e são, por sua vez, acolhidos por elas. Raquel Recuero (2013) sobre as

conversações em rede, permeadas por ações repressivas contra o anseio de legitimação dos interlocutores envolvidos:

É o caso, por exemplo, de práticas consistentes no Facebook, tais como a propagação de "memes" que ridicularizam ou comprometem classes de indivíduos ou indivíduos em particular (por exemplo, um determinado candidato durante as eleições que é ridicularizado em cima de uma discussão a respeito de sua orientação sexual; ou uma imagem onde as chamadas "periguetes" são ridicularizadas por suas roupas). Tais discursos, embora humorísticos, reproduzem preconceitos sexuais e de gênero, ou seja, são intrinsecamente violentos e capazes de ameaçar a face de suas vítimas. Muitos dos usuários que compartilham, comentam ou curtem tais mensagens nem sempre estão conscientes de sua ação de "trolling", mas indiretamente estão conscientes do humor e da busca pela visibilidade enquanto capital social. Entretanto, a consequência última dessas ações é a popularização desses discursos agressivos e o silenciamento ou o flaming por parte dos ofendidos. (Recuero, 2013, p. 11)

Sobre as características do conteúdo disseminado e das mensagens veiculadas, cabe citar Benevenuto (2019):

Our results show that images are often the most shared type of media, and they usually carry satires, news, and activism-related content. We also show that WhatsApp has a network configuration similar to many other online social networks (e.g., Twitter or Facebook) which connects thousands of users. Thus, it has the potential to make any information become viral. Moreover, we analyze how the content dissemination crosses the boundary between WhatsApp and other Web platforms. (Benevenuto, 2019, p. 2)

Nos ambientes virtuais as formas de relacionamento social, como discurso de ódio e o politicamente incorreto, consagram uma moralidade direcionada contra as convenções comportamentais da sociedade e se tornam a norma; a discussão dentro desses grupos conduz a tematização de áreas que até então não haviam sido questionadas. O discurso de ódio é apresentado assim, na maioria das ocasiões, de uma forma despretensiosa, como a figura do meme, da frase irreverente, da piada que os participantes da comunicação não entendem como algo agressivo e violento a ser rechaçado. As manifestações de repúdio a essas expressões são tidas como exagero e histeria de grupos sociais que se dizem atingidos. Onde muitos enxergam discurso de ódio, no interior das arenas segmentadas enxerga-se, somente uma forma politicamente incorreta, bruta e pitoresca de dizer as coisas. Esther Solano (2018) em pesquisa sobre a ascensão das novas direitas brasileiras mobilizadas em torno da figura de Jair Bolsonaro:

Uma questão muito importante a levar em consideração é que o discurso de ódio desta nova direita, que nos apavora, é frequentemente negado pelos seus seguidores. Por exemplo, as frases polêmicas de Bolsonaro fazem parte de seu jeito bruto, tosco de falar, mas sem má vontade. As atitudes censoras do MBL são necessárias para proteger a família, as crianças, os valores, a moral.

(...)

As declarações de Bolsonaro sobre mulheres, negros ou homossexuais, que tanto chocam parte da opinião pública, são relativizadas por seus apoiadores. Exagero de seus adversários políticos e da imprensa. Manipulação.

(...)

O uso das redes sociais, a utilização de vídeos curtos e apelativos, o meme como ferramenta de comunicação, a figura heroica e juvenil do “mito Bolsonaro”, falas irreverentes até ridículas, falas fortes, destrutivas, contra todos, são aspectos que atraem os jovens. Se nos anos 70, ser rebelde era ser de esquerda, agora, para muitos destes jovens, é votar nesta nova direita que se apresenta de uma forma cool, disfarçando seu discurso de ódio em formas de memes e de vídeos divertidos. (Solano, 2018, p. 21-22)

O politicamente incorreto (Fairclough; 2010; Solano, 2018) é valorizado como exercício da liberdade expressão, através das redes se estende a utilização do discurso de ódio que entende o adversário político como um inimigo a aniquilar, narrativas estressantes são criadas pela propaganda política para desencadear emoções negativas e processos de pensamento associados ao comportamento impulsivo (Wylie, 2018). As campanhas eleitorais nos Estados Unidos e no Reino Unido ficaram marcadas por canalizar ressentimentos e medos e conseguiram projetar o discurso de ódio em bodes expiatórios como os imigrantes, associando estes aos problemas de criminalidade e alavancando inimigos artificiais. O guia “*Internet, Democracia e Eleições*” (2018) reflete sobre as consequências das estratégias de desinformação na propagação de discurso de ódio:

As estratégias de desinformação em períodos de campanha eleitoral, quando há grande polarização política, podem incluir a promoção de posições extremistas e mensagens de ódio buscando deslegitimar candidatos e grupos políticos. Essas mensagens têm como objetivo inferiorizar pessoas ou grupos em razão de sua etnia, religião, orientação sexual, nacionalidade etc. Elas são diferentes de opiniões minoritárias ou polêmicas — protegidas pelo direito à liberdade de expressão — na medida em que visam a aniquilação física, moral e psicológica do outro. (Democracia e Eleições, p. 40)

### 3.4. Polarização e diminuição do alcance das arenas de discussão.

A polarização política (Gentzkow, 2016; Ortellado et al., 2017; Ortellado, 2018) aumenta progressivamente enquanto o espaço para o debate político diminui, a circulação de informação polarizada (Reuters Institute, 2017) diminui o alcance das arenas de discussão na rede. Os mecanismos de seleção da informação nas plataformas digitais, conforme analisados no tópico 3.2, deram forma a uma estrutura de comunicação que favoreceu a proliferação de conteúdos políticos que reforçam as ideias já previamente aceitas pelos usuários que se alinham a algum dos espectros políticos em evidência no debate público, e assim condicionam a troca de informações de indivíduos e grupos com o ambiente circundante que dessa forma nunca são levados a modificar sua posição original, que é um processo necessário e inerente ao debate racional e ao entendimento.

Diante da crescente utilização de redes sociais, sobretudo Facebook, Instagram e Twitter, como principais fontes de informação e consumo de notícias, aliado ao fato de que tais plataformas digitais utilizam algoritmos para tratamento de dados e encaminhamento de conteúdos personalizados com base nas interações do próprio usuário, percebe-se atualmente que as comunicações políticas estão cada vez mais circulando em grupos de interesses fechados. Essa estrutura de comunicação potencializa a difusão de desinformação e a formação de grupos que se fecham uns em relação aos outros em semânticas próprias. Com isso, os agrupamentos políticos perdem a capacidade de se comunicar com opositores e de construir entendimento e se fecham auto-referencialmente em relação a seu ambiente circundante, transformando-se num círculo de comunicação fechado em si mesmo.

O Digital News Report 2017 do Reuters Institute, explorou como as preferências ideológicas individuais no espectro esquerda-direita criaram um grande grau de polarização do público consumidor de notícias online em países como Estados Unidos e Reino Unido:

Political polarisation has encouraged the growth of partisan agendas online, which together with clickbait and various forms of misinformation is helping to further undermine trust in media – raising new questions about how to deliver balanced and fair reporting in the digital age. (Reuters Institute, 2017, p. 10)



O entendimento fora de códigos específicos associados aos grupamentos políticos segmentados passa a ser tido como coisa ultrapassada, sistemas semanticamente fechados não conseguem encontrar por si mesmos a linguagem comum necessária para a percepção e a articulação de medidas e aspectos relevantes para a sociedade como um todo. Isso elucida o motivo pelo qual em geral os participantes da comunicação sintam a impressão de abuso quando, por ocasião de uma interação discursiva, alguém toma nesse contexto uma posição em uma matéria controversa. Em outros termos, guetos cibernéticos (Dahlgren, 2005) podem ajudar a fomentar a intolerância onde essas comunidades têm pouco contato ou entendimento umas com as outras.

No contexto brasileiro, cabe destacar os estudos de Pablo Ortellado e Esther Solano e Marcio Moretto (2017) sobre a dinâmica de polarização entre 2015 e 2016, que se materializou nas manifestações pró e anti-impeachment e as características de sua relação com as redes sociais:

Nas pesquisas com aplicação de questionário nas manifestações pró e anti-impeachment, que realizamos nos dias 12 de abril de 2015 e 31 de março de 2016, ficou bastante claro que o Facebook é a plataforma preferencial das populações mobilizadas para se informarem sobre política. Para o dia 12 de abril, 47.30% dos manifestantes afirmaram informar-se muito sobre política no Facebook (56.20% por sites de jornais e TV e 26.60% por WhatsApp). Para o dia 31 de março, os dados são muito similares com 56.70% afirmando informar-se politicamente muito pelo Facebook. Postagens de uma enorme quantidade de páginas são lidas pelos manifestantes e por outros usuários, que disputam o discurso político nas redes sociais. (Ortellado et al., 2017, p. 9)

Em outro artigo, agora denominado “*Polarização e desinformação online no Brasil*” (2018), Pablo Ortellado e Marcio Moretto Ribeiro analisam um processo de cisão da esfera pública na sociedade brasileira:

No Brasil podemos dizer que essa esfera pública se cindiu entre o final de 2013 e o começo de 2014, depois das manifestações de junho de 2013. Neste período, observamos dois processos complementares que alteraram profundamente a estrutura do debate político no Facebook. Por um lado, o afastamento dos usuários que se mobilizavam contra a corrupção da esquerda começou a estruturar o que chamamos de campo antipetista. Em oposição a este campo se organizaram as páginas de esquerda em torno daquelas ligadas ao Partido dos Trabalhadores.

(...)

A polarização do debate político é, assim, a redução da diversidade do debate político a apenas dois polos, com um

processo de alinhamento de discursos. A formação do campo antipetista se deu concomitante a formulação da narrativa que o estrutura, a saber, aquela que coloca a corrupção no centro dos problemas sociais e econômicos brasileiros e o Partido dos Trabalhadores como seu grande responsável. Seguindo esta narrativa, o PT teria tomado o poder do estado para realizar seus interesses particulares e usado o dinheiro público para se perpetuar no comando subornando movimentos populares com programas sociais que, no fundo, apenas garantem privilégios para aqueles protegidos por esse sistema. Com o afastamento da presidente eleita Dilma Rousseff, o campo da esquerda – ou anti-antipetista – se estruturou em torno da narrativa que denuncia o antipetismo como formado por aqueles que se escondem atrás de um falso moralismo anticorrupção para defender seus privilégios de classe e, para isso, teriam arquitetado um golpe de Estado para implementar uma agenda que defende seus interesses. (Ortellado, 2018, p. 4)

O debate e a argumentação são ações que tendem sempre a modificar um estado de coisas e um posicionamento preexistente (Perelman, 1996); são o meio pelo qual experiências negativas podem ser assimiladas de maneira produtiva. O processo de argumentação de entendimento torna possível um comportamento que é fundamental, aprender com erros e divergências. Como propriedade inerente ao agir comunicativo (Habermas, 1984), a abertura de posicionamentos políticos à crítica e à fundamentação aponta para a possibilidade de argumentação, em processos de aprendizado, através dos quais conhecimentos são adquiridos, a linguagem é estendida e renovada e superamos os próprios enganos e dificuldades de compreensão.

Ignacio Jesús Serrano-Contreras, Javier García-Marín e Óscar G. Luengo (2020) oferecem uma importante contribuição para a análise das relações entre contextos de polarização política e processos discursivos nos meios digitais. A partir do caso da Catalunha na mal sucedida declaração de independência em 2017 e nas decisões da Suprema Corte espanhola sobre alguns políticos catalães pró-independência em 2019, os momentos de maior tensão no conflito político, eles elaboram um índice para medir a polarização de cada comentário postado no YouTube e para analisar a polarização média dos comentários para cada vídeo em análise.

O assentimento a temas e contribuições relevantes para as decisões públicas só se forma como resultado de uma controvérsia mais ou menos ampla, na qual propostas, informações e argumentos podem ser elaborados de forma

racional. Na esfera pública como um todo e nos meios digitais, as manifestações são escolhidas de acordo com temas e tomadas de posição pró ou contra; as informações e argumentos são elaborados na forma de opiniões segmentadas. As plataformas digitais constituem e moldam arenas de discussão (Habermas, 1997) relativamente autônomas, que se fecham em relação aos outros pólos político-ideológicos através de semânticas próprias, formando ambientes uns para os outros. Na medida em que essas arenas são públicas, por definição não deveriam estar segmentadas, mas o que se observa na prática é que estas costumam ser involuntariamente enclaves (Fraser, 1990).

As estruturas de uma esfera pública extremamente polarizada excluem discussões fecundas e esclarecedoras. A interação entre tais arenas e grupos não depende mais das intenções ou dos interesses de atores participantes, mas de modos de operação próprios, determinados sistemicamente. Isso significa dizer que sua estrutura de comunicação por toda a parte é diferenciada quanto a valores no sentido parsoniano e integrada quanto aos meios estruturais de organização e interação, o que implica no desenvolvimento de subgrupos, dentro de uma estrutura de interação generalizada. Os grupos em rede assim atuam e se organizam sob uma relativa autonomia que lhes permite a criação de códigos e de semânticas próprias (Habermas, 1997; Parsons, 1951; Parsons, 1961). Com isso, perdem a capacidade de comunicar diretamente entre si e se fecham auto-referencialmente em relação a seus ambientes circundantes e a partir deste momento os grupos polarizados passam a construir sua própria imagem da sociedade.

Um grupo político se comporta de maneira irracional se emprega seus próprios meios simbólicos de expressão de maneira dogmática e fechada. Grupos políticos polarizados não conseguem encontrar por si mesmos pontos de entendimento e compreensão necessários para a efetividade da esfera pública. Isso os torna menos capazes de articular e defender seus interesses na esfera pública política. O vínculo cidadão que une os grupos e espaços políticos fragmentados e cada vez mais autônomos, em uma obrigação procedimental (Habermas, 1997; Habermas, 1999) de busca pelo entendimento, está se afrouxando nos ambientes virtuais; cresce a necessidade de integração, a qual pereniza crises e acelera os processos de aprendizagem. Há polarização quando membros de um grupo

passam a adotar posições parecidas entre si, vendo como inimigos todos aqueles com posições diferentes. É um processo que promove o antagonismo, julgando como ilegítimo qualquer argumento que esteja em desacordo ou não se encaixe nos termos definidos, e destrói a possibilidade de diálogo público, promovendo a desconfiança em relação àqueles que discordam; deve ser distinguida do conflito necessário de ideias, valores e interesses, que reconhece a legitimidade de visões plurais e dissidentes sobre os mais diversos temas.

Assim as esferas públicas parciais nas plataformas digitais se tornam menos porosas (Habermas, 1997), o que dificulta a ligação entre elas e a possibilidade de lançar uma ponte hermenêutica entre suas estruturas discursivas. Esferas públicas parciais constituem-se com o auxílio de mecanismos de exclusão e diferenciação, significantes sociais internos se decompõem, sendo transcrita de modo contínuo em inúmeros pequenos textos. Para conseguir o entendimento, deve encontrar-se uma linguagem comum, situada fora dos limites de diferenciação dos códigos especializados, a qual circula em toda a sociedade, sendo utilizada nas redes da esfera pública política e no complexo parlamentar para o tratamento de problemas que atingem a sociedade como um todo.

O desafio do sistema democrático nesta área, portanto é desfazer a polarização da esfera pública que divide a sociedade civil em campos antagônicos intolerantes, neutralizar e reprimir as ações dos agentes políticos e empresas de tecnologia que exploram essa polarização moldando a opinião por meio de notícias falsas e forjando ondas artificiais de opinião. As redes sociais não são um mero instrumento para os usuários externarem seus posicionamentos políticos e debaterem virtualmente, tendo importante influência no fortalecimento da polarização e extremismo ao apresentar às pessoas, quase exclusivamente, conteúdos que apenas reforçam suas posições políticas de acordo com os algoritmos dessas plataformas digitais, como será exposto no tópico a seguir.

## 4. O caso Cambridge Analytica.

### 4.1 Breve histórico e reflexões preliminares.

A utilização do método Cambridge Analytica no contexto das eleições norte-americanas de 2016 foi responsável por provocar um esgarçamento do debate público, intensificando a polarização, a desinformação e a violência na argumentação política, tendo êxito em criar na esfera pública política as condições discursivas para a legitimação de atores políticos e discursos extremistas ligados ao movimento alt-right, em dominar os apelos retóricos temas-chave para o processo eleitoral, e em promover alterações e distorções significativas em valores elementares da tradição democrática. O que se observou primeiramente foi a utilização de uma ferramenta sofisticada de propaganda política que operando sob determinadas condições estruturais e culturais da comunicação na internet e redes sociais conseguiu manipular estrategicamente o espaço discursivo no qual as decisões políticas são construídas.

Campanhas eleitorais e movimentos políticos ao redor do mundo massificaram ao longo do tempo o investimento na dimensão discursiva da disputa política com a utilização de ferramentas digitais como meio de ampliar suas esferas de influência e sua capacidade de vencer eleições. Discussões e escândalos políticos recentes trouxeram para o centro do debate público as reflexões sobre os efeitos de campanhas digitais sobre mecanismos democráticos. Entre 2017 e 2018, o Comitê Digital, Cultura, Mídia e Esporte (DCMS) do parlamento britânico realizou investigações sobre o impacto de notícias falsas no processo eleitoral, foram ouvidos funcionários de plataformas de mídia social, empresas de comunicação digital, acadêmicos e consultores políticos. No centro do inquérito estava o recém descoberto escândalo Cambridge Analytica, e assim o inquérito se tornou a primeira e mais completa fonte de conteúdo sobre as novas estratégias de manipulação digital em eleições. Segundo dados do relatório do *Information Commissioner's Office* (2018), estima-se que 87 milhões de usuários do Facebook tiveram seus dados acessados através desse sistema, no auge de sua atuação a Cambridge Analytica conseguiu reunir 2,1 milhões de registros em perfil, em 11 estados-alvo nos EUA.<sup>1</sup> Usando os resultados de pessoas que

---

<sup>1</sup> UK PARLIAMENT, Information Commissioner's Office. *Investigation into the use of data analytics in political campaigns*. London: UK Parliament, 2018

fizeram o teste, foram capazes de calcular suas pontuações psicométricas combiná-las com outros tipos de dados online, por exemplo, 'curtidas', 'compartilhamentos' e 'postagens' no Facebook, para desenvolver perfis de personalidade.

A Cambridge Analytica foi fundada em 2012 pelo SCL Group com financiamento do bilionário norte-americano Robert Mercer, que se tornou acionista majoritário. Mercer era o maior doador do super comitê de ação política (PAC) que apoiou as campanhas de Ted Cruz e Donald Trump nas eleições presidenciais de 2016. O bilionário instalou Steve Bannon como vice-presidente da empresa e sua filha Rebekah Mercer, também desempenhou um papel importante na concepção da companhia. Steve Bannon, Robert e Rebekah Mercer formaram o triunvirato que era o conselho de administração da Cambridge Analytica, com Alexander Nix como diretor executivo. Por meio da empresa controladora, Strategic Communication Laboratories (SCL), a Cambridge Analytica também esteve envolvida em eleições em pelo menos 20 países. O SCL Group, fundado em 1993, tinha sede Reino Unido, trabalhou com inteligência militar para as forças armadas dos EUA, em especial após os atentados de 11 de setembro de 2001, e do Reino Unido, o Centro StratComm da OTAN na região do Báltico.

O objetivo principal da Cambridge Analytica era concentrar-se em campanhas de comunicação e segmentação de dados para candidatos selecionados do Partido Republicano nos Estados Unidos da América. Alinhados às bases ideológicas ultra conservadoras, os Mercer buscavam encontrar um candidato presidencial para desafiar o Partido Democrata em 2016. Naquela altura, a Cambridge Analytica chegava para preencher um nicho específico no mercado. Os democratas de Obama dominavam o espaço das comunicações digitais desde 2007, os republicanos ficaram muito para trás em inovação tecnológica após a derrota esmagadora em 2012. A Cambridge Analytica dava aos republicanos uma tecnologia que eles não tinham até então. Em um primeiro momento, a empresa esteve envolvida em onze estados nos EUA nas eleições de 2014: Arkansas, Colorado, Flórida, Iowa, Louisiana, Nevada, New Hampshire, Carolina do Norte, Oregon, Carolina do Sul e Virgínia Ocidental.

Entre 2013 e 2016, a Cambridge Analytica financiou operações milionárias como o Project Ripon<sup>2</sup> e o Project Alamo, este descrito como a base operacional da campanha presidencial de Donald Trump, no qual a empresa teria um relacionamento de cooperação e trabalho conjunto com empresas do Vale do Silício (Kaiser, 2019; Wylie, 2018), em especial com o Facebook e com outras empresas-chave de tecnologia e com corretores de dados. O modelo de negócios do Facebook e do Google, por exemplo, é baseado na venda de espaço publicitário refinado pelo microtargeting. Mensagens personalizadas enviadas através destas plataformas tiveram um grande impacto na definição de campanhas eleitorais recentes. Estes projetos foram supervisionados por Bannon e baseados em pesquisas que foram originalmente conduzidas por psicólogos da Universidade de Cambridge, e seu objetivo era desenvolver e escalar algoritmos de perfil psicológico para uso em campanhas políticas. O software Ripon, uma ferramenta de gerenciamento de relacionamento com clientes políticos que utilizava os algoritmos de dados do Facebook para que os eleitores pudessem receber anúncios de micro-segmentação, foi desenvolvido pela Aggregate IQ (AIQ) em colaboração com a Cambridge Analytica.

Estratégias publicitárias dessa natureza diminuem o nível discursivo da circulação pública da comunicação; os temas em geral são dirigidos numa direção centrífuga sob forte controle e concentração na elaboração, que vai portanto do centro para fora, contrariando a direção espontânea da esfera pública que se origina nas arenas da comunicação informal. Para o conceito de democracia elaborado pela teoria do discurso, a política deliberativa obtém sua força legitimadora da estrutura discursiva de formação da opinião e da vontade. O nível discursivo do debate público é o elemento mais importante (Habermas, 1997).

Cambridge Analytica conseguiu debilitar a qualidade das discussões na esfera pública política da seguinte forma: a) pelo domínio sobre temas-chave através do volume de conteúdo produzido no contexto das eleições; b) disseminação de narrativas conspiratórias e alternativas e de notícias falsas; c) utilização sistemática de discursos apelativos, discurso de ódio e atores performáticos na linguagem política; d) pela instrumentalização das características

---

<sup>2</sup> *Investigation into the use of data analytics in political campaigns. Information Commissioner's Office - UK Parliament, 2018.*

da circulação pública da informação em plataformas digitais para induzir uma argumentação política marcada pela polarização e violência discursiva.

As campanhas pelo Brexit (Leave.EU e Vote Leave) e pela eleição presidencial de Donald Trump assim ficaram marcadas por implantar estratégias similares com centralidade nas redes sociais, como Facebook e Twitter, dados coletados gerados em ambientes virtuais eram analisados e usados para aprimoramento do direcionamento de narrativas e para gerar situações favoráveis a persuasão, direcionar e alcançar potenciais eleitores com o objetivo de manipular fluxos de comunicação visando a desconstrução e manipulação da percepção popular, em um ambiente de comunicação mediada por algoritmos que obedece a rígidos princípios sistêmicos, sob um espaço público construído através da linguagem.

#### **4.2. Microtargeting comportamental e direcionamento de mensagens baseado na personalidade.**

O microtargeting comportamental, nos termos de Brittany Kaiser (2019), se tornou a marca registrada e ferramenta característica da Cambridge Analytica, através desse mecanismo a empresa foi capaz de abordar com maior grau de eficácia indivíduos que compartilhavam traços de personalidade e preocupações comuns aferidos por meio dos dados colhidos a partir da atividade dos usuários nas redes sociais, e enviá-los mensagens e anúncios, ajustando e aprimorando-as com a produção de um grande de volume versões da propaganda até obter os resultados almejados, seja adesão ao conteúdo ou a indução de reações e comportamentos. A técnica de microtargeting no contexto da persuasão em meios digitais, tem como procedimento, de modo geral, explorar grandes quantidades de dados e projetá-los em análises preditivas que estimam as preferências dos interlocutores, alvos das propagandas. Manejando dados pessoais extremamente especializados, as campanhas geridas pela Cambridge Analytica conseguiram atingir os eleitores em nível individual, criando mensagens e conteúdo personalizados.

Tendo como premissa que pessoas diferentes se envolvem com construções distintas de motivações e conjuntos de valores que estão relacionados



com suas disposições a agir politicamente, o que isso significa na prática da comunicação política em plataformas digitais é que a mesma mensagem e conteúdo base pode ser revestido em inúmeras formas e versões para se adequar a tipos de personalidades diversos. Com recurso a uma estrutura tecnológica e de monitoramento de grandes proporções, foi possível de fato adaptar mensagens específicas para cada tipo de personalidade, e dessa forma personalizar o tom e o conteúdo do discurso. Devido à natureza em rede das campanhas publicitárias e eleitorais modernas, as mensagens podem ser entregues simultaneamente a diferentes destinatários em uma escala gigantesca. Em determinado momento da campanha política, depois que as mensagens se instalam e se estabilizam, elas são automatizadas a partir de um algoritmo que percorre um dicionário de sinônimos para encontrar a combinação mais eficiente de palavras para convencer diferentes estratos sociais e indivíduos.

Antes de serem veiculados na esfera pública, os conteúdos das mensagens são construídos a partir de estratégias de elaboração da informação, as quais se orientam pelas condições de recepção provenientes da avaliação das características do público e assim, como consequência negativa para a deliberação política, os mecanismos de propaganda descritos podem substituir o entendimento e promover a aceitação automática dos padrões argumentativos gerados por algoritmos, segundo os quais ele conta como um extensivo suporte sistêmico. Estima-se que a campanha digital para a presidência de Trump em 2016 testou de 40.000 a 50.000 versões de mensagens por dia<sup>3</sup>, esse elevado nível de testes não apenas gerou conteúdos que conduziram e instigaram os interlocutores à ações, como doações para a campanha por exemplo, mas também ocasionou uma profusão de informações sobre as motivações dos eleitores, suas preferências e permitiu a elaboração de um quadro mais preciso do que desejavam ouvir, fatores a partir dos quais a campanha trabalhou visando abranger o máximo cidadãos e grupos. Nesse ponto, é possível observar que o desenvolvimento dos testes em grande escala e a variação nas campanhas políticas em redes sociais não ocasiona apenas novas formas de ativismo político e engajamentos através de cliques e demais modos de interação na interface, mas também novas ferramentas para coleta de informações políticas. Uma parte do êxito eleitoral de Cambridge

---

<sup>3</sup> *Personal Data: Political Persuasion Inside the Influence Industry. How it works.* Tactical Tech, 2019.

Analytica pode ser explicado também pela empresa ter sido capaz de dominar o volume de conteúdo produzido no contexto das eleições, praticamente impondo ao público a obrigação de visualizar o material divulgado. Conforme relata Brittany Kaiser (2019):

“The scope of what the CA team on the Trump campaign was monitoring and juggling is breathtaking even to consider: thousands of individual ad campaigns within campaigns—in other words, separate suites of content aimed again and again at millions of segmented voters in different states, regions, and even neighborhoods, all of which could be adjusted almost in real time, based on performance. The cost of a single campaign alone could be over \$1 million and generate fifty-five million impressions. And testing done by the data scientists and digital strategists, such as putting money behind a controlled set of ads versus targeted issues, could show (by measuring everything from the percentage increase in viewers’ favorability for Donald Trump to the percentage increase in the viewers’ intention to vote for him) if that campaign was working to convert impressions into votes.” (Kaiser, 2019, p. 97)

A possibilidade de uma mesma mensagem ser revestida de formas diferentes para se adequar a personalidades distintas, falseou a impressão de atores políticos que se conectam com os cidadãos em um nível emocional e aprofundou a personalização do poder, assim eles podem se comunicar diretamente com seu público sem a mediação de uma rede partidária extensa, e a individualidade dos candidatos se torna um dos fatores essenciais no contexto das escolhas eleitorais. O condicionamento da audiência (Perelman, 1996) proporcionado pela capacidade de contínua adaptação das mensagens aos interlocutores diminuiu o espaço para o debate político e a divergência, pois as mensagens são constantemente testadas e disseminadas a ponto de sua validade ser construída previamente de tal forma a promover a adaptação perfeita do comunicador a audiência. Eliminam-se ou são minimizados os pontos controversos e divergentes entre o político e sua audiência cada vez mais particular e pessoalizada, o que pavimenta um caminho em direção ao condicionamento total da audiência pelo discurso, que amplia a influência das mensagens que um ator político direciona para o público, e com o efeito seu êxito em desqualificar os argumentos dos opositores caracterizando-os como equivocados, triviais ou ofensivos; esse processo condicionamento através do

discurso só pode ser realizado através dessa grande matriz tecnológica que proporciona a adaptação contínua do emissor ao público.

#### **4.3. Construção de perfis de personalidade a partir de dados coletados no Facebook.**

O caso Cambridge Analytica representa uma evolução, um passo adiante no histórico dos métodos de persuasão eleitoral e desinformação, tanto no aspecto tecnológico quanto em sua concepção estratégica, ao reconhecer a personalidade como um fator central no comportamento dos eleitores (Wylie, 2018), estimada a partir de dados colhidos da análise da atividade dos usuários nas mídias sociais. A profusão de dados e informações pessoais coletadas sobre os cidadãos e a persuasão centrada em traços psicológicos coloca em xeque o processo de formação da vontade democrática e a legitimidade do processo democrático.

No início de 2014, o diretor executivo da Cambridge Analytica, Alexander Nix, assinou um acordo com o professor Aleksandr Kogan (e sua empresa Global Science Research - GSR). O pesquisador russo-americano foi selecionado para liderar a operação de coleta de dados, pois oferecia o uso de aplicativos do Facebook que ele havia desenvolvido em sua atividade acadêmica, para coletar dados pessoais sobre usuários e seus amigos. Os acadêmicos do Centro Psicométrico da Universidade de Cambridge foram pioneiros no uso de dados do Facebook em conexão com o modelo OCEAN para testes psicométricos, desenvolvido na década de 1980. Enquanto trabalhavam no Centro, até 2013, diversos pesquisadores, incluindo David Stillwell e Aleksandr Kogan, continuaram a desenvolver uma série de aplicativos, incluindo o questionário on-line "My personality".

A equipe da Cambridge Analytica ajudou Kogan a criar a GSR. Depois que a empresa foi criada e com um contrato assinado entre as partes, Kogan com a ajuda de Chris Wylie, revisou o aplicativo original 'CPW Lab App' alterando o nome, os termos e as condições do aplicativo para o 'GSR App', que acabou se tornando 'thisisyourdigitallife'. O aplicativo registrava os resultados de cada questionário, coletava dados da conta do Facebook daquele que respondia e, compulsoriamente, extraía os dados pessoais das contas de seus amigos e

conexões na rede social, sem o seu conhecimento ou consentimento explícito. O aplicativo 'thisisyourdigitallife' apresentava um questionário de personalidade e a Cambridge Analytica pagou, por meio de uma empresa de pesquisa terceirizada chamada Qualtrics, para que as pessoas o acessassem, anunciando em plataformas como o Mechanical Turk da Amazon. Estima-se que 87 milhões de usuários do Facebook tiveram seus dados acessados através do uso do aplicativo.<sup>4</sup>

O modelo OCEAN é um dos modelos de perfil psicométrico mais populares e difundidos do mundo, também chamado de 'Big Five' ou 'Five Factor Model', cria uma estrutura conceitual que categoriza as pessoas por cinco traços de personalidade: abertura, consciência, extroversão, simpatia e neuroticismo. A pesquisa psicológica sugere que esses cinco traços abrangem uma gama mais ampla de motivações e preferências individuais do que qualquer outra combinação de cinco traços. Dessa maneira, eram registrados os resultados de cada questionário, coletados os dados da conta do Facebook daquele que respondia e, compulsoriamente, extraídos os dados pessoais das contas de seus amigos e conexões na rede social, sem o seu conhecimento ou consentimento explícito. Brittany Kaiser (2019) descreve esse processo:

“OCEAN scoring grew out of academic behavioral and social psychology. Cambridge used OCEAN scoring to determine the construction of people’s personalities. By testing personalities and matching data points, CA found it was possible to determine the degree to which an individual was “open” (O), “conscientious” (C), “extroverted” (E), “agreeable” (A), or “neurotic” (N). Once CA had models of these various personality types, they could go ahead and match an individual in question to individuals whose data was already in the proprietary database, and thus group people accordingly. So that was how CA could determine who among the millions upon millions of people whose data points CA had were O, C, E, A, N, or even a combination of several of those traits.

(...)

First, CA could segment all the people whose info they had into even more sophisticated and nuanced groups than any other communications firm. (Yes, other companies were also able to segment groups of people beyond their basic demographics such as gender and race, but those companies, when determining advanced characteristics such as party affinity or issue preference, often used crude polling to determine where people generally stood on issues.) OCEAN scoring was nuanced and complex, allowing Cambridge to understand

<sup>4</sup> *Investigation into the use of data analytics in political campaigns. Information Commissioner’s Office - UK Parliament, 2018*

people on a continuum in each category. Some people were predominantly “open” and “agreeable.” Others were “neurotic” and “extroverts.” Still others were “conscientious” and “open.” There were thirty-two main groupings in all. A person’s “openness” score indicated whether he or she enjoyed new experiences or was more inclined to rely on and appreciate tradition. The “conscientiousness” score indicated whether a person preferred planning over spontaneity. The “extroversion” score revealed the degree to which one liked to engage with others and be part of a community. “Agreeableness” indicated whether the person put others’ needs before their own. And “neuroticism” indicated how likely the person was to be driven by fear when making decisions.” (Kaiser, 2019, p.40)

Os resultados foram combinados com os dados de cada questionário no Facebook para buscar padrões e criar um algoritmo para prever resultados para outros usuários. Os perfis dos amigos forneceram um campo de teste para a fórmula e um recurso que tornaria o algoritmo politicamente valioso. Após o vazamento do escândalo, o Facebook informou que Kogan não tinha permissão para explorar o acesso privilegiado do aplicativo para atividades comerciais ou políticas. O uso da análise de dados baseado no perfil psicológico da audiência, estava no centro do trabalho da Cambridge Analytica, ao apresentar um fato sustentado por uma emoção, a empresa usou a análise psicológica para identificar questões que as pessoas podem apoiar e como posicionar os argumentos para elas. Tendo como fonte apenas as curtidas no Facebook, seria possível prever com alto grau de precisão uma série de características e traços, além de outros detalhes, como etnia e afiliação política.

O algoritmo no centro da violação de dados do Facebook percorria postagens e registros cotidianos, curtidas que os usuários distribuem enquanto navegam no site, para reunir informações pessoais sobre orientação sexual, raça, gênero, por exemplo. Algumas dezenas de curtidas podem dar uma forte previsão sobre a personalidade do usuário (Kosinski, 2017; Kosinski et al., 2012), o Facebook está se tornando um ambiente cada vez mais natural para uma fração considerável da população mundial, os perfis na rede social se tornaram uma importante fonte de informação usada para formar impressões sobre outras pessoas. A personalidade dos indivíduos se manifesta em certa medida em seu perfil do Facebook, isso torna possível fazer uma estimativa de suas características sem a necessidade de investigar mensagens pessoais. A previsibilidade dos atributos individuais dos registros digitais de comportamento

pode ter implicações negativas consideráveis, porque pode ser facilmente aplicada a um grande número de pessoas sem o seu consentimento individual e sem que elas percebam.

#### **4.4. Amplificação de frames antidemocráticos.**

A elevada precisão em identificar as opiniões do eleitorado foi a base para um processo de amplificação de frames antidemocráticos a partir de noções difusas no senso comum; o uso de métodos como a escuta digital e a construção de perfis psicométricos por Cambridge Analytica, coletando uma carga massiva de informações sobre discussões políticas na esfera pública digital, proporciona um acúmulo de registros sobre as opiniões dos eleitores que são usados para selecionar e destacar no senso comum determinadas interpretações enraizadas ligadas aos signos antidemocráticos que incidem sobre questões, problemas e eventos. O recurso ao senso comum e a posições conservadoras se torna recorrente na construção do discurso político e das narrativas, pois a referência a uma prática e noções já existentes e sedimentadas no corpo social demanda menor esforço de argumentação e convencimento dos interlocutores, pois as pessoas, em geral, entendem mais e de forma mais intuitiva, nos argumentos construídos a partir dessa base do que aquilo que está sendo comunicado explicitamente. Desta forma, fundidas nas práticas e ideias que as pessoas recorrem sem pensar são incorporadas pela propaganda política proposições que legitimam grupos políticos e relações de poder.

Noções esparsas mas que refletem concepções e atitudes presentes no senso comum e que são dadas como certas por este, são assim apreendidas no processo de construção do discurso político e utilizadas por ferramentas tecnológicas de produção da informação para elaborar a definição de situações problemáticas, e continuamente expostas a validação no campo da ação comunicativa nas arenas digitais. Operar nesse nível de compreensão se torna efetivo para as campanhas políticas, pois senso comum, por definição, admite a existência de verdades indiscutíveis, o que significa que certas premissas e pressupostos normativos estejam fora do escopo do escrutínio público e não sendo de problematização nos círculos de discussão e construção do entendimento. Um

fato estabelecido, uma verdade evidente, uma regra absoluta trazem em si a afirmação de seu caráter indiscutível, que exclui a possibilidade de defender os prós e os contras.

Esse processo fornece subsídios e justifica a narrativa empregada diversas vezes em discursos de campanhas recentes principalmente de Trump e no Brexit, que sustentam que a vontade população pretensamente expressa em suas falas altamente radicalizadas já existia, o desejo do público formado pelos cidadãos era somente canalizado por esses atores políticos que davam aos eleitores o que eles já almejavam e expressavam em seu cotidiano. A afirmação adquire certo grau de veracidade na prática quando se identifica os impactos dessa estrutura massiva de enquadramento e amplificação que permite que eles criem e reforcem, a despeito de seus métodos manipuladores, a ilusão de consentimento e adesão do público e de uma campanha política vencida de forma justa que personifica a vontade democrática.

Nesse contexto, enquadramentos interpretativos generalizantes, também chamados de *master frames*, foram construídos com objetivo de transformar quadros de significado de valores tradicionais na sociedade. A existência de um quadro interpretativo geral é uma condição necessária para que os sujeitos de ação comunicativa (Habermas, 1984) cheguem a um entendimento compartilhado sobre acontecimentos na esfera política e ações que devem ser tomadas nesse campo. Os *master frames* (Snow e Benford, 1992) em seu formato principal são genéricos e podem ser entendidos como funcionando de maneira análoga aos códigos linguísticos. Em suas duas aplicações mais comuns na prática política são utilizados como meios de articulação, de forma a organizar um espectro de ideias de modo fortemente interconectado quanto ao sentido, e como ferramentas de interpretação, fornecendo uma gama restrita de definições, que abre assim pouca discricionariedade interpretativa, em sua forma mais rígida. Contudo, deve ser destacado que nem todos os master frames funcionam da mesma maneira, alguns são mais flexíveis:

Elaborated master frames, on the other hand, are organized in terms of a wide range of ideas. They are more flexible modes of interpretation, and as a consequence, they are more inclusive systems that allow for extensive ideational amplification and extension. Being more syntactically flexible and lexically universalistic than the restricted frame, the elaborated master

frame allows for numerous aggrieved groups to tap it and elaborate their grievances in terms of its basic problem-solving schema.

(...)

A master frame may lend itself to elaboration by various aggrieved groups across society, but such extensive elaboration may not be intensive in the sense of striking a deep responsive chord. In other words, its appeal may be only - superficial or skin-deep. It follows that the potency of a master frame will also vary with the extent to which it is relevant to or resonates with the life world of adherents and constituents as well as bystanders. Hypothetically, the greater the resonance, the more potent the master frame. (Snow e Benford, 1992, p. 140)

A importância para a atividade política de construir representações simbólicas da sociedade está em fornecer as matrizes discursivas e semânticas que fundamentam o poder. Jeffrey Alexander trabalha na sociologia norte-americana com a noção de discurso da sociedade civil (Alexander, 2003), uma gramática geral sobre a qual as tradições políticas se baseiam para criar configurações particulares de significados, ideologia e crença. Os significados se formam e se registram de forma coletiva e resultam em ação interpretativa, essa interpretação é o fundamento do discurso político-eleitoral. A partir daí, para o interlocutor, cada passo que se dá além dos limites semânticos de uma dada situação abre acesso a um outro complexo de significado, que, embora exija uma explicação, já é intuitivamente familiar. Assim a noção pode ser distorcida, de tal modo, que elementos não democráticos são apresentados com um verniz formado por princípios democráticos.

As campanhas geridas pela Cambridge Analytica procuraram criar uma falsa impressão de defesa da democracia em um movimento que canaliza a vontade do público, ao mesmo tempo em que cria comunicações deliberadamente provocativas para subvertê-la canalizando propaganda odiosa, em especial sobre a questão da imigração. No processo discursivo e cognitivo de elaboração dos frames, determinadas questões, crenças ou ideias são acentuados (Goffman, 1974) em contraste com outros, e ganham importância na matriz interpretativa formando assim a sua base, como símbolos ou mecanismos de coordenação. Isso se torna um mecanismo poderoso de norteamento de concepções sociais à medida que um frame é consolidado como esquema interpretativo característico de um grupo de influência importante no espectro político. Os produtos dessa atividade de



enquadramento podem funcionar como um algoritmo mestre que restringe as orientações e atividades de outros movimentos associados a ela.

Na elaboração do conceito de amplificação de *frames*, Snow e Benford (1986) referem-se ao processo de realçar e fortalecer um quadro interpretativo que pode ser associado a movimentos políticos e suas ações e que incide sobre uma questões e problemas relevantes para o corpo social ou conjunto específico de eventos importantes ao contexto. O impacto na organização dos grupos políticos pode ser elevado na medida que a adesão e a participação nas atividades do movimento se relacionam frequentemente a efetividade de um quadro interpretativo, à identificação e idealização de um ou mais valores presumidos básicos e essenciais para componentes em potencial.

Os valores realçados (Snow e Benford, 1986) em questão podem ter se tornado defasados e se atrofiaram em determinado momento da vida do corpo social, caindo em desuso ou também suprimidos por causa da escassez de oportunidades de expressão devido a ação de uma estrutura de autoridade repressiva ou a ausência de uma solução institucional. Nesse cenário essas premissas podem ter sido tomadas como garantidas, não sendo suficientemente problematizadas, discutidas e contrapostas na esfera pública ou sua relevância para interpretar um evento ou questão problemática em particular pode ter sido qualificada como ambígua. A mobilização de potenciais membros do grupo político demanda a superação desses obstáculos a valorização e expressão dos valores relevantes, ação realizada no contexto prático pelas ferramentas de propaganda e persuasão em massa potencializadas a partir das plataformas digitais de comunicação.

Snow e Benford (1986) apresentam duas variedades de amplificação de quadros: amplificação de valor e amplificação de crenças. Com relação à amplificação de valor nesta conceituação, valores podem ser interpretados como modos de conduta ou estados de existência que são considerados dignos de proteção e propagação. Nas campanhas políticas administradas pela Cambridge Analytica, os valores associados à segurança, família e propriedade foram continuamente destacados e idealizados, e uma vez validados no grupo políticos, amplificados e difundidos em mobilizações constantes e muitas vezes em expressões apelativas de sentimentos, para produzir engajamento máximo de

eleitores em atividades e discussões, principalmente nas redes sociais. O uso da amplificação de valor como recurso para gerar adesão também foi evidente nas expressões e manifestações atuais da extrema direita e todas suas variantes no contexto das mídias sociais, valores fundamentais como liberdade, igualdade e defesa da vida foram repetidamente distorcidos, e curiosamente os valores usados com mais frequência para a validação de posições violentas e extremistas foram os associados à democracia, as mensagens veiculadas em massas disseminavam posições que apelavam aos possíveis eleitores e ao público em geral com base em valores familiares e religiosos. A questão da imigração, por exemplo, sobretudo com relação a muçulmanos e latinos, valendo-se do contexto norte-americano e também da Europa em meio a crise dos refugiados, foi repetidamente retratada como uma ameaça para mulheres e crianças em particular.

Outro exemplo recorrente e que emerge dos eventos políticos atuais, é a questão do ativismo pró-armas e que se insere nesse modelo de construção de discurso associado a ascensão da direita, ao enquadrar seus apelos retóricos destinados a gerar mobilização e engajamento na semântica dos princípios democráticos consagrados e de liberdade individual buscam definir sua imagem pública como um movimento que atende aos interesses comuns da população, explorando noções popularizadas provenientes do cotidiano violento de uma sociedade que enfrenta graves problemas de segurança pública, e buscando a promoção da superação do que consideram valores distorcidos e manipulados pela esquerda e o Estado, como os direitos humanos que supostamente serviriam apenas para defender criminosos. Desta maneira os ativistas amplificam esses valores difusos, mas alijados de maior elaboração até então, para afirmar um pretenso direito constitucional ao porte de armas.

Diante de todos esses desdobramentos, é possível visualizar como *frames* podem exercer um papel fundamental na legitimação de demandas e atores políticos, pois produzem acerca de determinados conceitos, comportamentos e eventos uma interpretação racionalizada e efetiva pois alinhada às concepções que animam o grupo social. Assim eles têm a capacidade de produzir institucionalidade, pois ao oferecer na esfera pública uma alternativa de interpretação para fatos e conceitos, alteram e produzem noções sociais gerais, como por exemplo a de que um determinado comportamento deve ser ou não

juridicamente tutelado e definido como crime, abre-se assim um horizonte de reflexão importante sobre a dimensão institucional.

O campo primário de influência e construção dos frames é a esfera pública, pois esse processo de construção de matrizes interpretativas se situa no nível da linguagem, trabalhando em busca da aceitação de suas proposições através da formatação dos discursos, argumentos, enfoques interpretativos de fatos, de maneira que seja inteligível e assimilado da melhor forma por aqueles a quem se destina, com o sentido que se deseja passar. Assim, seu objetivo passa a ser, de forma mais destacada, atuar sobre as dinâmicas discursivas que acontecem na esfera pública especialmente nos ambientes digitais para atingir a esfera pública política, transformando-a por dentro, movendo os indivíduos a aceitar racionalmente como válidas as suas proposições e significações. Tanto no nível mais evidente de conteúdo, como também na formatação discursiva, e no caso daqueles surgidos em esferas públicas fragmentadas, de forma a cada vez mais se distinguir como fruto representante de um contexto, de um modo de vida e visão de mundo determinado que ascende a esfera pública política oferecendo-se à sociedade como uma proposta viável de racionalização do meio.

#### **4.5. Mensagens direcionadas para induzir emoções originam um movimento político baseado no cultivo do ódio**

Para campanhas e estrategistas com uma mensagem política a serem transmitidas, as informações sobre os perfis psicométricos dos eleitores são claramente valiosas, pois conhecendo a personalidade das pessoas que serão alvejadas, é possível dar uma nuance e enquadramento às mensagens para ressoar de forma mais eficaz com esse público. Eles posicionam o intérprete de acordo com seu direcionamento, para que ele traga os enfoques desejados para a interpretação de textos e signos, e os reproduza no processo. As ferramentas de propaganda apresentam meios retóricos, simbólicos e psicológicos que aumentam a probabilidade dos destinatários construir as representações mentais desejadas; para um público altamente neurótico, por exemplo, pode-se elaborar uma mensagem que seja com base no medo e com grande carga emocional, a adesão do interlocutor, portanto, não é obtida graças a uma persuasão racional.

Assim, segundo os relatos de Christopher Wylie, a Cambridge Analytica procurou identificar vulnerabilidades mentais e emocionais (Wylie, 2018) em certos subconjuntos da população e trabalhou para explorar essas vulnerabilidades, visando informações projetadas para ativar algumas das piores características das pessoas, como neuroticismo, paranoia e preconceitos<sup>5</sup>, isso foi direcionado a segmentos retrógrados da população. Utilizou-se da retórica do medo e do inimigo como instrumento mobilizador, veiculando expressões extremas de emoção para atrair os eleitores. Os registros de pontos psicométricos e a produção constante e massiva de conteúdos com objetivo de provocar e induzir reações e mudar comportamentos, potencializaram um movimento político baseado em torno do cultivo deliberado do ódio e da raiva, marcado pela externalização de expressões de violência verbal e moral. A partir do reconhecimento de que algumas emoções (como a raiva e o ódio) são mais mobilizadoras do que outras, pontos altos de discórdia política foram utilizados para produzir pivôs emocionais em torno dos quais a direção das campanhas políticas se baseou.

*“CA did not operate in elections to promote democratic ideals. Oftentimes, CA worked to interfere with voter participation, including by weaponising fear. In one country, CA produced videos intended to suppress turnout by showing voters sadistic images of victims being burned alive, undergoing forced amputations with machetes and having their throats cut in a ditch. These videos also conveyed Islamophobic messages. It was created with a clear intent to intimidate certain communities, catalyse religious hatred, portray Muslims as terrorists and deny certain voters of their democratic rights. I have seen this video, but to be clear, I had no part in its creation, editing or deployment, and I left before the company made use of it in the field.” (Wylie, 2018, p. 10)*

Seguindo a estratégia de mídia da Cambridge Analytica, comentários machistas, racistas e islamofóbicos de Trump, que exploram ressentimentos e medos, foram implantados onde seriam mais eficazes, mobilizando audiências de estados decisivos, usando dados pessoais de eleitores para monitorá-los e usando perfis psicológicos para manipular suas respostas emocionais em massa. Os atores instados pelos mecanismos de propaganda mobilizam emoções não no vazio, mas em relação a outros atores políticos relevantes, assim muito do que é gerado

<sup>5</sup> Christopher Wylie, Written statement to the United States Senate Committee on the Judiciary. 16 May 2018.

depende do contexto político específico no qual se está inserido e da cultura emocional da sociedade. Segundo Brittany Kaiser (2019):

(..) the team had access to data from “sentiment analysis platforms” such as Synthesio and Crimson Hexagon, which measured the effect, positive or negative, that all the campaign’s tweets, including Trump’s, were having.<sup>2</sup> For example, if the campaign put out a video of Hillary calling Trump supporters “deplorables,” it could put money behind a few different versions of the ad and watch its performance in real time to determine how many people were watching, whether they paused the video, and whether they finished watching the video. Did they click through links attached to it to learn more? Did they share the content with others? How did it make them feel?

(...)

In the aftermath of the release of the infamous Access Hollywood tape, in which Trump was recorded in 2005 giving full expression to his misogyny and entitlement, boasting about grabbing women and forcing himself upon them against their will, Cambridge Analytica’s data scientists ran a model on a test group of persuadable voters in key swing states. Nicknamed the “pussy model,” it was designed to determine the public’s response to the tape. The results were shocking. Among “persuadables,” the tape actually produced a favorable response—an increase in favorability for Donald Trump—among mostly men but also some women”. (Kaiser, 2019, p. 97-98)

#### **4.6. Interpretação de eventos e atribuição de culpa por condições problemáticas.**

Os enquadramentos interpretativos relativos a eventos funcionaram, na dinâmica de comunicação eleitoral na qual se insere a Cambridge Analytica, como meios de atribuição de culpa por condições problemáticas (Snow et al., 1986; Snow e Benford, 1992) a atores políticos selecionados, no caso em questão, políticos opositores e minorias sociais, operando como dispositivos de acentuação que enfatizam a gravidade de determinadas situações e atribuem qualificações a elas como, por exemplo, intolerável, imoral, injusto que vão nortear o discurso político. As atribuições causais são construídas tendo como base as relações e os fatos relevantes para o corpo social e o contexto, estruturadas por algoritmos de atribuição que são variáveis de acordo com aspectos situacionais e temporais, fator que proporciona um significativo aumento da efetividade em identificar queixas e traduzi-las em reivindicações direcionadas contra atores significativos.

Por fornecer ao público, aos membros de um movimento político e aos construtores do discurso, uma gramática que conecta padrões de interpretação e acontecimentos, as linhas de informação selecionadas por algoritmos, codificadas e veiculadas pela propaganda política, podem na prática até serem diversas e incongruentes mas são entrelaçadas semanticamente no processo de construção de enquadramentos interpretativos, de tal forma, capaz de transformá-las e apresentá-las em algo significativamente interconectado, que passa a ser visto como justificável e coerente na perspectiva daqueles imersos na dinâmica discursiva do grupo político. Como desenvolve Goffman (1974) na literatura clássica sobre frames, os significados atribuídos aos eventos e sua conexão com as situações cotidianas e imediatas da vida, percebidos originalmente através de uma estrutura primária de entendimento, em muitos casos podem ser distorcidos pelo engano, pela ambiguidade, pela indiferença ou pela incerteza, de forma involuntária e amistosa ou pela fabricação deliberada, a característica principal dos frames nesse aspecto é a mutabilidade e a capacidade de adaptação.

O conceito de frames é originário dos trabalhos de Erving Goffman, *Frame Analysis* (1974), e a introdução desta categoria de análise no campo político é atribuída aos trabalhos de Snow e Benford que ampliam o conceito para desenvolver os chamados frames de ação coletiva, recurso analítico que passou a ser largamente utilizado nas ciências sociais desde então para o estudo dos movimentos sociais e ciclos de protesto, inserindo o processo de enquadramento interpretativo como ferramenta central para as atividades de mobilização em grupos e movimentos políticos, e a partir dessa abordagem teórica os autores elaboram noções importantes para a presente pesquisa, como *frame amplification*, *frame alignment* (Snow et al., 1986) e *master frames* (Snow e Benford, 1992), que conectam os valores e ideais de movimentos políticos à oportunidades de interlocução com a sociedade surgidas da conjuntura em dado momento histórico.

No que concerne a transformação de quadros interpretativos relativos a eventos, Goffman (1974) descreve dois processos centrais denominados *fabrications* e *keyings*, a partir dos quais desenvolve sua análise da prática de modificação sistemática de estruturas primárias de entendimento, estruturas estas que por definição são fundamentais pois fornecem um modelo cognitivo para descrever eventos sobre os quais são projetadas. Utilizando exemplos em

contextos concretos o autor pavimenta um caminho de abordagem importante que revela as limitações e vulnerabilidades a que estão suscetíveis esses quadros interpretativos de referência. Ambos os processos referidos têm como ponto de partida um elemento que com significado já atribuído e solidificado em termos de estruturas primárias de organização da percepção, porém a grande diferença é que as fabricações são caracterizadas por uma ação deliberada e intencional que objetiva a manipulação da compreensão, de forma a induzir o interlocutor a uma falsa percepção sobre os acontecimentos. O processo a que Goffman se refere como *keying* tem como propriedade, assim como as fabricações, modificar a percepção de eventos e atividades que possuem significados já atribuídos tendo como referência uma estrutura primária, projetando-os em termos de outra estrutura de entendimento, contudo, especificamente nos chaveamentos, o desenrolar dos acontecimentos são percebidos pelos interlocutores como algo com significado totalmente diferente do original, o que está sendo descrito nesse ponto é uma mudança sistemática que reconstitui de maneira profunda o que está ocorrendo e enquanto acontece para aqueles envolvidos no evento:

“A full definition of keying can now be suggested:

a. A systematic transformation is involved across materials already meaningful in accordance with a schema of interpretation, and without which the keying would be meaningless. b. Participants in the activity are meant to know and to openly acknowledge that a systematic alteration is involved, one that will radically reconstitute what it is for them that is going on. c. Cues will be available for establishing when the transformation is to begin and when it is to end, namely, brackets in time, within which and to which the transformation is to be restricted. Similarly, spatial brackets will commonly indicate everywhere within which and nowhere outside of which the keying applies on that occasion. d. Keying is not restricted to events perceived within any particular class of perspectives. Just as it is possible to play at quite instrumentally oriented activities, such as carpentry, so it is also possible to play at rituals such as marriage ceremonies, or even, in the snow, to play at being a falling tree, although admittedly events perceived within a natural schema seem less susceptible to keying than do those perceived within a social one. e. For participants, playing, say, at fighting and playing around at checkers feels to be much the same sort of thing—radically more so than when these two activities are performed in earnest, that is, seriously. Thus, the systematic transformation that a particular keying introduces may alter only slightly the activity thus transformed, but it utterly changes what it is a participant would say was going on. In this case, fighting and checker

playing would appear to be going on, but really, all along, the participants might say, the only thing really going on is play. A keying, then, when there is one, performs a crucial role in determining what it is we think is really going on.

(...)

Keying provides one basic way in which a strip of activity can be transformed, that is, serve as an item-by-item model for something else. Differently put, keyings represent a basic way in which activity is vulnerable. A second transformational vulnerability is now considered: fabrication. I refer to the intentional effort of one or more individuals to manage activity so that a party of one or more others will be induced to have a false belief about what it is that is going on. A nefarious design is involved, a plot or treacherous plan leading —when realized—to a falsification of some part of the world. So it would appear that a strip of activity can litter the world in two ways, can serve as a model from whose design two types of reworking can be produced: a keying or a fabrication.” (Goffman, 1974, p. 45-46; 83)

Diante das características e concepções abordadas é possível perceber que os enquadramentos interpretativos constroem matrizes para a compreensão de eventos e significantes referenciais para a ação, tanto coletiva quanto dos membros no interior dos grupos políticos, de forma a organizar a experiência e a percepção, o que acontece pois os indivíduos constroem continuamente sua própria atividade no contexto prático, modificando-a a partir das suas experiências interpretadas, conforme seu arcabouço de conhecimento, suas opiniões e suas crenças, e demais referenciais adquiridos. Assim podem os enquadramentos serem descritos como uma estrutura que orienta a formação, transformação e aplicação e de cognições gerais de fundo dos movimentos políticos, como representações, opiniões e conhecimentos compartilhados, que eventualmente reproduzem preconceitos sociais. As construções discursivas geradas através dos frames são capazes de produzir reações e tensões na sociedade, e não raro são instrumentalizadas por movimentos políticos e ferramentas de propaganda para desencadear ações violentas e de intolerância.

Todas as observações apresentadas neste tópico acerca das propriedades basilares da análise de frames e sua aplicação prática no campo político são importantes à medida que compreende-se no presente os métodos empregados pela Cambridge Analytica como mecanismos de construção massiva de frames capazes fornecer interpretações coletivas para eventos e como significante de ações e que refletem a vontade, o objetivo e o esforço de controle de um grupo



político sobre os adeptos do movimento político. Ao produzir interpretações com alto grau de adesão e propagação, os agentes políticos puderam construir e controlar o núcleo simbólico do espectro político. Padrões culturais de interpretação servem como recursos para a constituição da comunidade de entendimento e interação por parte dos participantes que desejam compartilhar uma definição comum de uma situação.

#### **4.7. Propagação de narrativas alternativas, conspiratórias e discurso de ódio.**

A campanha Trump conduzida pela Cambridge Analytica foi bem-sucedida em construir pontes semânticas e ideológicas que promoveram identificação e engajamento nos círculos de ativismo da extrema direita já existentes, em especial da chamada alt-right. A propagação de narrativas alternativas sobre eventos históricos, sobre o conhecimento público e fatos sociais, conduziu os simpatizantes do espectro político de direita a aderir a um revisionismo histórico, um anti-cientificismo e um anti-intelectualismo, impactando noções que até então pareciam ser pacificadas e consensuais no debate público por décadas, sobre temas como o nazismo, a escravidão, vacinas e a ditadura militar no Brasil, por exemplo. Nessa dinâmica, as narrativas são construídas para fundamentar e orientar uma perspectiva moralista dos acontecimentos, mensagens inflamadas sobre moralidade e verdade são utilizadas para fornecer explicações causais para questões problemáticas e são aplicadas cotidianamente.

O conteúdo polarizador e conspiracional referido foi disseminado de forma sistemática e massiva para fins de manipulação do eleitorado nas plataformas de rede sociais, as interpretações alternativas foram utilizadas por Cambridge Analytica como matéria-prima do discurso político-eleitoral. O discurso político nessa estrutura de produção se torna um relevante meio pelo qual fundamentos interpretativos são coletivizados na forma de narrativas principais e traduzidos como princípios norteadores de ação para o grupo político. As narrativas (Dijk, 1997; Dijk, 2008) são ferramentas de construção de sentido; como interconexões de significado entre enunciados comunicativos, o contexto imediato e seu horizonte conotativo de significados, tem a capacidade de construir e manter

identidades coletivas de grupos e movimentos na medida em que as ideias que os membros têm de seu ambiente externo se sobrepõem e se condensam em convicções gerais de fundo.

O contexto atual marcado pela comunicação política em plataformas digitais revela o enorme potencial da construção de narrativas baseadas em técnicas de monitoramento político do eleitor, com a profusão de dados gerados na atividade dos usuários em espaços virtuais. Em um processo eleitoral, de forma geral as campanhas buscam veicular ao eleitor uma argumentação política cuja retórica principal transita no terreno do plano ideal e do dever ser, ao relacionar um estado de coisas atual geralmente problemático com um mundo futuro idealizado alcançável através das soluções ofertadas pelo ator político. Essas narrativas veiculadas devem ser identificadas, destrinchadas e discutidas para determinar como elas operam e como são utilizadas para criar entendimentos e validar maneiras fechadas e radicalizadas de ver o mundo ou silenciar opositores.

A retórica anti-comunista, característica dos anos da Guerra Fria, foi recuperada e sustentada no discurso político da direita em eleições recentes como uma teoria geral dos eventos, no sentido de fornecer explicações para os acontecimentos de um ponto de vista predominantemente conspiratório, ao abordar os fatos, os temas e as questões controversas que estão mais em evidência no contexto social, colocando-os dentro de uma lógica sequencial de eventos e circunstâncias de causa-efeito distorcendo seus significados. Os atores que gozam de prestígio perante o campo da direita se tornam a medida de validade do conteúdo proferido, de modo que o caráter autorreferencial da verdade passou a ser utilizado frequentemente como recurso retórico para desafiar o conhecimento científico e acadêmico consolidado.

A partir das premissas descritas e da observação prática do contexto recente, é possível determinar que o discurso político-eleitoral construído por Cambridge Analytica para atores políticos de direita se desdobrou em: a) Americanismo e nacionalismo b) Punitivismo, imigração, terrorismo, anti-globalismo c) Anti-establishment d) Economia e liberalismo e) Rejeição ao politicamente correto f) Cristianismo e combate ao conhecimento científico e a questões identitárias. Para o melhor entendimento propõe-se nesse ponto empreender uma breve análise interdiscursiva, tomando como ponto de partida os

discursos de Donald Trump durante a campanha que se caracterizam como análises de fatos e contextos destinadas a introduzir novos enquadramentos interpretativos sobre os efeitos da Crise de 2008, elaboradas de forma mais completa em discursos de campanha nos quais são expostas interpretações, narrativas e argumentos que vão se tornar constantes nas mais diversas formas discursivas e de mídias sociais.

Os discursos transcritos de Trump não são propriamente textos analíticos, mas textos de defesa de posições, argumentando por ações políticas que são apresentadas para o público como necessárias para superar o contexto problemático. Empregado como realização efetiva de uma estratégia retórica de legitimação de posições de poder, o hibridismo interdiscursivo que pode ser identificado na campanha analisada é bastante comum, como observa Fairclough (2010), pois no tocante ao liame semântico entre textos e outras formas e elementos do discurso político, o fundamento principal é que eles são formados, disseminados e legitimados dentro de quadros referenciais complexos de significados e conjuntos de eventos que possuem amplamente textos próprios e significados associados a si, ou seja, dentro de diferentes tipos discursivos que são regularmente e sistematicamente ligados entre si. Na medida em que o discurso político radicalizado, a partir dessa sistemática de validação, atinge uma adesão significativa do público em diferentes esferas, ele se torna um dos grandes fatores que potencializam ações no sentido de promover distorções na comunicação pública, mais especificamente nos ambientes digitais.

No discurso de campanha proferido em Phoenix em 31 de agosto de 2016, em que Donald Trump detalha suas principais propostas para a imigração, o então candidato inicia e desenvolve sua argumentação citando sucessivamente casos de pessoas assassinadas por imigrantes. Tal noção e recurso retórico alimenta facilmente distorções na percepção geral induzindo-a para a produção de bodes expiatórios, apontando culpados em um processo de enquadramento e atribuições causais descritos em tópicos anteriores, incentivando antagonismos político-identitários. Fornecem também um conveniente ponto de apoio para a expansão do poder punitivo, policial e repressivo:

“This includes incredible Americans like 21-year-old Sarah Root. The man who killed her arrived at the border, entered federal custody and then was released into the U.S., think of it, into the U.S. community under the policies of the White House Barack Obama and Hillary Clinton. Weak, weak policies. Weak and foolish policies.

(...)

Also among the victims of the Obama-Clinton open-border policy was Grant Ronnebeck, a 21-year-old convenience store clerk and a really good guy from Mesa, Arizona. A lot of you have known about Grant.

(...)

He was murdered by an illegal immigrant gang member previously convicted of burglary, who had also been released from federal custody, and they knew it was going to happen again.

(...)

Another victim is Kate Steinle. Gunned down in the sanctuary city of San Francisco, by an illegal immigrant, deported five previous times. And they knew he was no good.

(...)

Then there is the case of 90-year-old Earl Olander, who was brutally beaten and left to bleed to death in his home, 90 years old and defenseless. The perpetrators were illegal immigrants with criminal records a mile long, who did not meet Obama administration standards for removal. And they knew it was going to happen.

(...)

In California, a 64-year-old Air Force veteran, a great woman, according to everybody that knew her, Marilyn Pharis, was sexually assaulted and beaten to death with a hammer. Her killer had been arrested on multiple occasions but was never, ever deported, despite the fact that everybody wanted him out.”<sup>6</sup>

O discurso político, em linhas gerais, relaciona a imigração com as elevadas taxas de desemprego observadas no contexto da eleição. Os recursos retóricos e de enquadramento interpretam o recrudescimento de dispositivos normativos anti-imigração como uma medida incontestável a qual não há alternativa, localizada dentro do universo semântico das necessidades e, portanto, posicionando-a acima do processo de deliberação e do questionamento público, ou seja, fora do alcance da política e do entendimento:

“While there are many illegal immigrants in our country who are good people, many, many, this doesn’t change the fact that most illegal immigrants are lower skilled workers with less

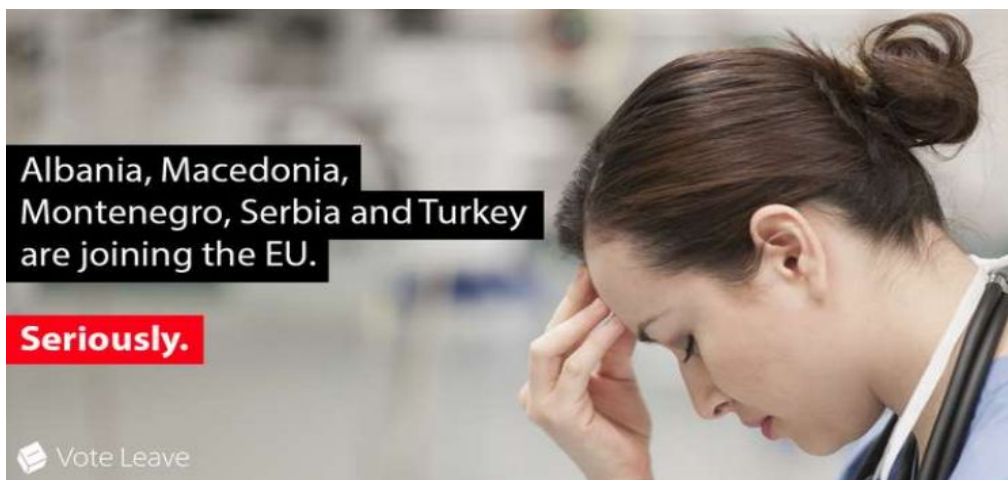
<sup>6</sup> Discurso transcrito de Donald Trump sobre imigração proferido em Phoenix em 31 de Agosto de 2016. In: HEALY, Patrick. *Donald Trump gambles on immigration but sends conflicting signals. The New York Times*, New York, 31 de ago. de 2016. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2016/09/01/us/politics/donald-trump-immigration-speech.html>>. Acesso em: 9 de fev. de 2021.

education, who compete directly against vulnerable American workers, and that these illegal workers draw much more out from the system than they can ever possibly pay back. And they're hurting a lot of our people that cannot get jobs under any circumstances.

(...)

On top of that she promises uncontrolled, low-skilled immigration that continues to reduce jobs and wages for American workers, and especially for African-American and Hispanic workers within our country. Our citizens.”<sup>7</sup>

As mensagens veiculadas pela campanha Vote Leave, por exemplo, disseminaram notícias falsas e informações distorcidas sobre países como a Turquia, que negociavam naquele momento sua entrada na União Europeia, elas tinha como objetivo provocar tensionamentos no eleitorado, ao sugerir que votar pela permanência no bloco significava concordar com uma eventual sobrecarga e o sucateamento o Serviço Nacional de Saúde da Grã-Bretanha. Encaminhadas através das redes sociais, as peças de propaganda eram flagrantemente apelativas e até criminosas na medida em que incitavam xenofobia, do receio do aumento do custos para financiamento de serviços públicos até imagens de imigrantes ilegais e terroristas que invadiram a fronteira, a campanha foi norteadada pela retórica do medo. Foram produzidas diversas versões para um mesmo conceito base de anúncio:



**Figura 1:** Anúncio veiculado pela Vote Leave durante o referendo Brexit, que relaciona a imigração ao colapso do sistema de saúde.<sup>8</sup>

<sup>7</sup> HEALY, Patrick. *Donald Trump gambles on immigration but sends conflicting signals*. **The New York Times**, New York, 31 de ago. de 2016. Disponível em:

<<https://www.nytimes.com/2016/09/01/us/politics/donald-trump-immigration-speech.html>>.

Acesso em: 9 de fev. de 2021.

<sup>8</sup> Os anúncios fazem parte do material submetido pelo Facebook ao Parlamento britânico em decorrência do inquérito sobre Fake News. In: HOUSE OF COMMONS, The Digital, Culture, Media and Sport Committee. *Disinformation and 'fake news': Final Report*. London: House of



**Figura 2:** 2ª versão de anúncio veiculado pela Vote Leave durante o referendo Brexit, que relaciona a imigração ao colapso do sistema de saúde.<sup>9</sup>



**Figura 3:** 3ª versão de anúncio veiculado pela Vote Leave durante o referendo Brexit, que relaciona a imigração ao colapso do sistema de saúde.<sup>10</sup>

Commons, 2019. Disponível em

<[https://www.parliament.uk/globalassets/documents/commons-committees/culture-media-and-sport/Fake\\_news\\_evidence/Vote-Leave-50-Million-Ads.pdf](https://www.parliament.uk/globalassets/documents/commons-committees/culture-media-and-sport/Fake_news_evidence/Vote-Leave-50-Million-Ads.pdf)>. Acesso em: 15 de fev. de 2021.

<sup>9</sup> HOUSE OF COMMONS, The Digital, Culture, Media and Sport Committee. *Disinformation and 'fake news': Final Report*. London: House of Commons, 2019. Disponível em <[https://www.parliament.uk/globalassets/documents/commons-committees/culture-media-and-sport/Fake\\_news\\_evidence/Vote-Leave-50-Million-Ads.pdf](https://www.parliament.uk/globalassets/documents/commons-committees/culture-media-and-sport/Fake_news_evidence/Vote-Leave-50-Million-Ads.pdf)>. Acesso em: 15 de fev. de 2021.

<sup>10</sup> HOUSE OF COMMONS, The Digital, Culture, Media and Sport Committee. *Disinformation and 'fake news': Final Report*. London: House of Commons, 2019. Disponível em <[https://www.parliament.uk/globalassets/documents/commons-committees/culture-media-and-sport/Fake\\_news\\_evidence/Vote-Leave-50-Million-Ads.pdf](https://www.parliament.uk/globalassets/documents/commons-committees/culture-media-and-sport/Fake_news_evidence/Vote-Leave-50-Million-Ads.pdf)>. Acesso em: 15 de fev. de 2021.



**Figura 4:** Anúncio veiculado pela Vote Leave durante o referendo Brexit, que relaciona a entrada da Turquia na União Europeia à entrada de imigrantes iraquianos no território inglês.<sup>11</sup>

E a alegoria principal que simplifica e condensa as noções básicas de fundo que as campanhas da Cambridge Analytica desejavam passar sobre o tema da imigração, a construção do muro na fronteira com o México, é recepcionada com entusiasmo pela audiência durante o discurso. Essa proposta foi amplamente veiculada e explorada em diferentes mídias, largamente referida por Donald Trump com grande efetividade em especial na rede social Twitter, plataforma que induz a emissão de mensagens públicas de forma mais simplificada, direta e concisa:

“We will build a great wall along the southern border.  
AUDIENCE: Build the wall! Build the wall! Build the wall!  
And Mexico will pay for the wall.”<sup>12</sup>

“We need the Wall for the safety and security of our country.  
We need the Wall to help stop the massive inflow of drugs from Mexico, now rated the number one most dangerous country in the world. If there is no Wall, there is no Deal!”<sup>13</sup>

<sup>11</sup> HOUSE OF COMMONS, The Digital, Culture, Media and Sport Committee. *Disinformation and 'fake news': Final Report*. London: House of Commons, 2019. Disponível em <[https://www.parliament.uk/globalassets/documents/commons-committees/culture-media-and-sport/Fake\\_news\\_evidence/Vote-Leave-50-Million-Ads.pdf](https://www.parliament.uk/globalassets/documents/commons-committees/culture-media-and-sport/Fake_news_evidence/Vote-Leave-50-Million-Ads.pdf)>. Acesso em: 15 de fev. de 2021.

<sup>12</sup> HEALY, Patrick. *Donald Trump gambles on immigration but sends conflicting signals*. **The New York Times**, New York, 31 de ago. de 2016. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2016/09/01/us/politics/donald-trump-immigration-speech.html>>. Acesso em: 9 de fev. de 2021.

<sup>13</sup> Postagem de Donald Trump no Twitter sobre a construção de um muro na fronteira com o México publicada em 18 de janeiro de 2018. In: *MX most dangerous country in the world*. **Mexico News Daily**, Cidade do México, 18 de jan. de 2018. Disponível em <<https://mexiconewsdaily.com/news/mx-most-dangerous-country-in-the-world/>> Acesso em: 9 de fev. de 2021.

A apresentação como alternativa anti-establishment se tornou uma característica marcante desse grupo de atores políticos ligados direta ou indiretamente ao formato campanha política da Cambridge Analytica no ciclo eleitoral abordado. Representa a imagem almejada por uma nova direita que se apresenta ao público como a ruptura com o sistema constituído, que estimula o descrédito nas instituições públicas, a desconfiança na classe política e a defesa do desrespeito aos resultados eleitorais, e a ideia de que política é sinônimo de corrupção.

“Our party has chosen to make new history by selecting a nominee from outside the rigged and corrupt system.

(...)

We need to stop believing in politicians, and start believing in America.

(...)

We can't fix a rigged system by relying on the people who rigged it in the first place. We can't solve our problems by relying on the politicians who created them. Only by changing to new leadership, and new solutions, will we get new results. We need to stop believing in politicians, and start believing in America.”<sup>14</sup>

O mesmo conceito e discurso anti-establishment foi aplicado em mensagens propagadas pela Vote Leave nas redes sociais, agora direcionados para a classe política dirigente da União Europeia:

---

<sup>14</sup> Discurso de campanha transcrito de Donald Trump no Detroit Economic Club, em 8 de Agosto de 2016. In: BUNCOMBE, Andrew. *Donald Trump's Detroit speech: Read full transcript*. **The Independent**, London, 08 de ago. de 2016. Disponível em: <<https://www.independent.co.uk/news/world/americas/us-elections/donald-trumps-detroit-speech-read-the-full-transcript-a7179421.html>>. Acesso em: 9 de fev. de 2021.





**Figura 5:** Anúncio veiculado pela Vote Leave durante o referendo BREXIT relacionando a entrada na União Europeia ao financiamento da classe política e da burocracia administrativa.<sup>15</sup>



**Figura 6:** 2ª versão de anúncio veiculado pela Vote Leave durante o referendo BREXIT relacionando a entrada na União Europeia ao financiamento da classe política e da burocracia administrativa.<sup>16</sup>

Na seara do discurso anti-globalista, instituições financeiras globais, estruturas de governança transnacional, tais como a Organização Mundial do Comércio, tratados e acordos internacionais como NAFTA, noções como o aquecimento global são interpretados como instrumentos de países como a China,

<sup>15</sup> HOUSE OF COMMONS, The Digital, Culture, Media and Sport Committee. *Disinformation and 'fake news': Final Report*. London: House of Commons, 2019. Disponível em <[https://www.parliament.uk/globalassets/documents/commons-committees/culture-media-and-sport/Fake\\_news\\_evidence/Vote-Leave-50-Million-Ads.pdf](https://www.parliament.uk/globalassets/documents/commons-committees/culture-media-and-sport/Fake_news_evidence/Vote-Leave-50-Million-Ads.pdf)>. Acesso em: 15 de fev. de 2021.

<sup>16</sup> HOUSE OF COMMONS, The Digital, Culture, Media and Sport Committee. *Disinformation and 'fake news': Final Report*. London: House of Commons, 2019. Disponível em <[https://www.parliament.uk/globalassets/documents/commons-committees/culture-media-and-sport/Fake\\_news\\_evidence/Vote-Leave-50-Million-Ads.pdf](https://www.parliament.uk/globalassets/documents/commons-committees/culture-media-and-sport/Fake_news_evidence/Vote-Leave-50-Million-Ads.pdf)>. Acesso em: 15 de fev. de 2021.

para impactar e enfraquecer a economia norte-americana. Nesse ponto, os enquadramentos interpretativos destinam-se também a estabelecer uma relação causal entre os efeitos da crise e a política globalista, isso fica mais evidente no discurso de Donald Trump no Detroit Economic Club em 8 de agosto de 2016, em uma das cidades mais atingidas pela Crise de 2008:

Americanism, not globalism, will be our new credo

(...)

China is responsible for nearly half of our entire trade deficit. They break the rules in every way imaginable. China engages in illegal export subsidies, prohibited currency manipulation, and rampant theft of intellectual property. They also have no real environmental or labor protections, further undercutting American workers.

(...)

When we abandoned the policy of America First, we started rebuilding other countries instead of our own. The skyscrapers went up in Beijing, and in many other cities around the world, while the factories and neighborhoods crumbled in Detroit. Our roads and bridges fell into disrepair, yet we found the money to resettle millions of refugees at taxpayer expense“Hillary Clinton has supported the trade deals stripping this city, and this country, of its jobs and wealth. She supported Bill Clinton’s NAFTA, she supported China’s entrance into the World Trade Organization, she supported the job-killing trade deal with South Korea, and she supports the Trans-Pacific Partnership.

(...)

The next betrayal will be the Trans-Pacific Partnership. Hillary Clinton’s closest friend, Terry McAuliffe, confirmed what I have said on this from the beginning: if sent to the Oval Office, Hillary Clinton will enact the TPP. Guaranteed. Her donors will make sure of it. A vote for Hillary Clinton is a vote for TPP – and it’s also a vote for NAFTA.

(...)

According to the Economic Policy Institute, the U.S. trade deficit with the proposed TPP member countries cost over 1 million manufacturing jobs in 2015.

(...)

Our annual trade deficit in goods with Mexico has risen from close to zero in 1993 to almost \$60 billion. Our total trade deficit in goods hit nearly \$800 billion last year. This is a strike at the heart of Michigan, and our nation as a whole.”<sup>17</sup>

“For instance, we have to listen to the concerns that working people, our forgotten working people, have over the record pace

<sup>17</sup> BUNCOMBE, Andrew. *Donald Trump’s Detroit speech: Read full transcript*. **The Independent**, London, 08 de ago. de 2016. Disponível em: <<https://www.independent.co.uk/news/world/americas/us-elections/donald-trumps-detroit-speech-read-the-full-transcript-a7179421.html>>. Acesso em: 9 de fev. de 2021.

of immigration and it's impact on their jobs, wages, housing, schools, tax bills and general living conditions.”<sup>18</sup>

“All of these things, and so much more, are possible. But to accomplish them, we must replace the present policy of globalism – which has moved so many jobs and so much wealth out of our country – and replace it with a new policy of Americanism.

(...)

We are going to start with NAFTA, which is causing so much damage to our country. We will entirely renegotiate NAFTA into a deal that will either be good for us or will be terminated until a brand new and productive deal can be signed.

(...)

I am going to instruct the U.S. Trade Representative to bring trade cases against China. China's unfair subsidy behavior is prohibited by the terms of its entrance to the WTO, and I intend to enforce those rules. If China does not stop its illegal activities, including its theft of American trade secrets and intellectual property, I will apply countervailing duties until China ceases and desists.

(...)

Look no further than the city of Flint, where I just visited. The jobs have stripped from this community, and its infrastructure has collapsed. In 1970, there were more than 80,000 people in Flint working for GM – today it is less than 8,000. Now Ford has announced it is moving all small car production to Mexico. It used to be cars were made in Flint and you couldn't drink the water in Mexico. Now, the cars are made in Mexico and you can't drink the water in Flint.”<sup>19</sup>

No que concerne ao liberalismo, a concepção de liberdade é introduzida com uma conotação economicista, associada a uma visão depreciativa do poder público e do Estado, representado como essencialmente opressivo e ineficiente, com capacidade de organização e gestão inferior ao mundo corporativo e às empresas privadas. Na construção do discurso político, noções como esquerda, institucionalidade estatal, coerção e igualdade constituem um espectro semântico, e, em contrapartida, direita, liberdade e mercado formam um oposto, um antagonismo que vai ser constantemente explorado nos espaços discursivos digitais. A crítica à burocracia, ao assistencialismo e à regulação estatal fornece

<sup>18</sup>. HEALY, Patrick. *Donald Trump gambles on immigration but sends conflicting signals*. **The New York Times**, New York, 31 de ago. de 2016. Disponível em: <<https://www.nytimes.com/2016/09/01/us/politics/donald-trump-immigration-speech.html>>. Acesso em: 9 de fev. de 2021.

<sup>19</sup> Discurso transcrito de Donald Trump no New York Economic Club em Manhattan em 15 de setembro de 2016 detalhando aspectos do seu plano econômico. In: BERENSON, Tessa. *Read Donald Trump's speech on jobs and the economy*. **Time Magazine**, New York, 15 de set. de 2016. Disponível em: <<https://time.com/4495507/donald-trump-economy-speech-transcript/>>. Acesso em: 09 de fev. de 2021.

uma perspectiva de igualdade, justiça e trato da coisa pública que é individualista e centrada no mercado e que se adequou com rapidez a um cenário marcado pela precarização das relações de trabalho e pela inserção dos aplicativos na organização e intermediação destas, de forma que conceitos como empreendedorismo se tornam muito populares. Em seu discurso no New York Economic Club em Manhattan em 15 de setembro de 2016, Donald Trump detalha aspectos do seu plano econômico:

“I am going to lower your taxes; I am going to get rid of massive amounts of unnecessary regulations, on business and in your life; I’m going to unleash American energy; I’m going to repeal and replace Obamacare; I’m going to appoint Justices to the Supreme Court who will follow the Constitution; I’m going to rebuild our depleted military and take care of our vets; I’m going to save your 2nd amendment; I’m going to stop illegal immigration and drugs coming into our country, and yes, we will build the wall [Mexico will pay]; and I’m going to renegotiate our disastrous trade deals, especially NAFTA – and we will only make great trade deals that put the American worker first.

(...)

My plan will embrace the truth that people flourish under a minimum government burden, and it will tap into the incredible unrealized potential of our workers and their dreams.

(...)

Regulations have grown into a massive, job-killing industry – and the regulation industry is one business I will put an end to.

(...)

In 2015 alone, federal agencies issued over 3,300 final rules and regulations, up from 2,400 the prior year. Every year, overregulation costs our economy \$2 trillion dollars a year and reduces household wealth by almost \$15,000 dollars.

(...)

This includes eliminating some of our most intrusive regulations, like the Waters of The U.S. Rule. It also means scrapping the EPA’s so-called Clean Power Plan which the government itself estimates will cost \$7.2 billion a year. This Obama-Clinton directive will shut down most, if not all, coal-powered electricity plants in America. Remember what Hillary Clinton said? She wants to shut down the miners, just like she wants to shut down the steel mills.”<sup>20</sup>

“Motor vehicle manufacturing is one of the most heavily regulated industries in the country. The U.S. economy today is twenty-five percent smaller than it would have been without the surge of regulations since 1980.

<sup>20</sup> BERENSON, Tessa. *Read Donald Trump’s speech on jobs and the economy*. **Time Magazine**, New York, 15 de set. de 2016. Disponível em: <<https://time.com/4495507/donald-trump-economy-speech-transcript/>>. Acesso em: 09 de fev. de 2021.

(...)

Detroit was once the economic envy of the world. The people of Detroit helped power America to its position of global dominance in the 20th century. When we were governed by an America First policy, Detroit was booming. Engineers, builders, laborers, shippers and countless others went to work each day, provided for their families, and lived out the American Dream.

(...)

We are also going to bring back trillions of dollars from American businesses that is now parked overseas. Our plan will bring that cash home, applying a 10 percent tax. This money will be re-invested in states like Michigan.”<sup>21</sup>

O aspecto performático e os apelos retóricos na linguagem política se tornaram um expediente característico da alt-right e de sua estratégia de persuasão, toda expressão polêmica e ofensiva proferida por atores como Donald Trump e Jair Bolsonaro em debates e postagens em redes sociais, e condensada em anúncios e peças de publicidade, tinha o objetivo de ativar, identificar e solidificar seu domínio sobre um público inflamado. A aplicação desse formato de comunicação política nas eleições pode ser atribuída a Steven Bannon, ele é o ponto de ligação entre a campanha Trump e os elementos discursivos característicos do movimento alt-right, responsável por trazer à luz do debate público norte americano esse agrupamento no espectro político da direita, por incorporar o rótulo em sua atividade desde o site Breitbart News e por apostar na retórica anti-globalista, nacionalista, anti-establishment como meio de chegar ao poder. Embora as conceituações e nomenclaturas na teoria social e na ciência política ainda sejam incipientes, alt-right ou direita alternativa foi o termo criado para diferenciá-la da direita tradicional, mais especificamente dos conservadores ligados ao Partido Republicano.

Segundo Hawley, a alt-right pode ser definida como um movimento atomizado, amorfo sem lideranças, jovem e formado majoritariamente por jovens, predominantemente online gerado a partir da cultura de uso das redes e com recorrente recurso ao anonimato (Hawley, 2017). Para Thomas Main, a alt-right é essencialmente uma ideologia política ao invés de um movimento ou grupo de interesse e sua ascensão portanto significa simplesmente a disseminação de suas idéias, marcadas pela rejeição aos princípios da democracia liberal, pelo racismo e

<sup>21</sup> BUNCOMBE, Andrew. *Donald Trump's Detroit speech: Read full transcript*. **The Independent**, London, 08 de ago. de 2016. Disponível em: <<https://www.independent.co.uk/news/world/americas/us-elections/donald-trumps-detroit-speech-read-the-full-transcript-a7179421.html>>. Acesso em: 9 de fev. de 2021.

supremacismo branco e por uma retórica mordaz e ofensiva (Main, 2018). O Breitbart publicou muitos artigos disseminando preconceitos sobre imigrantes, muçulmanos, feministas e minorias raciais e étnicas:



**Figura 7:** Matéria veiculada pelo site Breitbart relacionando jovens muçulmanos ao terrorismo.<sup>22</sup>

<sup>22</sup> KASSAM, Raheem. Data: Young muslims in the west are a ticking time bomb, increasingly sympathising with radicals, terror. **Breitbart News**, Los Angeles, 22 de mar. de 2016. Disponível em <<https://www.breitbart.com/europe/2016/03/22/polling-muslims-in-the-west-increasingly-sympathise-with-extremism-terror/>>. Acesso em: 15 de fev. de 2021.



**Figura 8:** Matéria veiculada pelo Breitbart disseminando discurso de ódio contra o movimento feminista.<sup>23</sup>

#### 4.8. Particularidades do caso brasileiro na eleição de Jair Bolsonaro e a utilização do Whatsapp.

Os relatos nas fontes principais consultadas por este estudo sugerem ainda que a Cambridge Analytica aplicou técnicas semelhantes às descritas neste capítulo, por meio de parceiros e empresas associadas em processos eleitorais em vários países em todo o mundo, como Brasil, Índia, Quênia, Nigéria e México. No Brasil especificamente, a empresa Ponte Estratégia empregou nas eleições de 2018<sup>24</sup> os métodos de desinformação que se tornaram característicos da empresa descritos neste capítulo, através de uma parceria com a Cambridge Analytica, que foi denominada de Ponte CA, contudo com algumas diferenças como a utilização do Whatsapp em vez do Facebook e do Twitter. Sobre o contexto eleitoral referido, é importante citar o relatório “*Poder Computacional: Automação no uso do WhatsApp nas Eleições*” (2018) do Instituto de Tecnologia e Sociedade do Rio de Janeiro (ITS) em pesquisa que monitorou 110 grupos de WhatsApp durante as eleições de 2018 com objetivo de mapear características da veiculação de mensagens:

As eleições brasileiras de 2018 demonstraram que a forma de se fazer campanha eleitoral mudou. Se havia alguma dúvida sobre qual seria o peso das plataformas digitais e do poder computacional na definição das eleições, a análise aqui

<sup>23</sup> ‘Would you rather your child had feminism or cancer?’. **Breitbart News**, Los Angeles, 19 de fev. de 2016. Disponível em <<https://www.breitbart.com/clips/2016/02/19/would-you-rather-your-child-had-feminism-or-cancer/>>. Acesso em: 15 de fev. de 2021.

<sup>24</sup> Report Data and Elections in Brazil 2018. Coding Rights, 2018.



realizada demonstrou o quanto o contato com as informações supridas por mídias sociais e mensageiros instantâneos foi determinante no espalhamento de propaganda política de forma unificada. (ITS, 2018, p. 10)

Elemento central nas eleições presidenciais de 2018 no Brasil, o Whatsapp por conta de sua estrutura ser de uma rede social voltada para comunicações privadas, em conversas protegidas por criptografia (Benevenuto, 2018; Coding Rights, 2018), torna muito difícil a investigação e o rastreamento da origem do conteúdo que circula na plataforma, o que a transformou assim em um terreno propício para a prática de desinformação política, um espaço discursivo no qual autoria das mensagens é muitas vezes desconhecida, fator agravado pela possibilidade de compartilhamento anônimo e disparos em massa de mensagens, a partir, por exemplo, da utilização de ferramentas para gerar números estrangeiros com o objetivo de burlar as restrições da rede ao spam e a criação de perfis falsos para estruturação e veiculação de mensagens nos grupos. Em meio à disputa de narrativas em um contexto eleitoral extremamente polarizado, foram utilizadas diversas estratégias de desinformação destinadas a influenciar o debate público, foi possível observar que conteúdo político veiculado foi elaborado e massificado tendo como base principalmente boatos, fake news e discurso de ódio, produzidos com o intuito de inflamar, polarizar e debilitar a prática discursiva na esfera pública, desacreditando atores e grupos sociais, silenciando ou amplificando vozes seletivamente e promovendo pautas antidemocráticas.

Através de robôs e perfis falsos no Twitter e no Whatsapp, foi colocada em prática durante o período eleitoral uma ação coordenada de disseminação simultânea de conteúdos idênticos em larga escala, potencializada pela fragmentação na propagação da informações e construção do discurso inerente aos ambientes virtuais, fatores através dos quais a extrema direita conseguiu pautar o debate político no meio digital. A capacidade de disseminação de mensagens em massa com acompanhamento em tempo real possibilita a proliferação de quadros interpretativos alternativos em profusão e desinformação com objetivo de neutralizar os frames existentes acionados por grupos políticos opositores, provocando e induzindo a perda de sua importância interpretativa. Dessa forma, os produtores da informação associados a campanhas políticas impõem-se na esfera pública, a partir das técnicas de microtargeting e das características das



novas estruturas de disseminação da informação e organização política online a empresa conseguiu gerar assimetria informacional com relação aos atores políticos opositores. Como exemplo de neutralização dos frames de defesa dos direitos humanos no contexto da segurança pública brasileira e de produção de conteúdo falso para desacreditar opositores, é necessário lembrar que durante as eleições de 2018 diversas fake news foram veiculadas, a principal delas dizia que Marielle Franco, vereadora do Rio de Janeiro assassinada em março de 2018, era casada com um dos chefes do tráfico de drogas na cidade. Sobre o caso em questão, cabe referência ao relato de Pablo Ortellado (2018):

(...) Logo no dia seguinte ao assassinato, diversos boatos associando a imagem da deputada ao tráfico de drogas no Rio de Janeiro começaram a circular pela rede. A mensagem com maior alcance trazia o título “Quem era Marielle” seguida de uma lista de supostos fatos sobre a deputada que incluíam informações comprovadamente falsas como “ex-mulher de Marcinho VP” (conhecido traficante de drogas) e “eleita pelo Comando Vermelho” (maior facção criminosa do Rio de Janeiro). Essa mensagem de texto circulou muito mais do que outros boatos que ofereciam supostas evidências em vídeo ou imagem. Entre os dias 16 e 19 de março o número de compartilhamentos dos boatos acelerou consideravelmente o que se estabilizou nos dias seguintes. (Ortellado, 2018, p. 6)

A dinâmica de comunicação na interface do Whatsapp, conforme análise nos capítulos I e II, potencializa a formação de bolhas digitais e a radicalização de posições em um contexto político marcado pela polarização. No tocante a operação de ferramentas de propaganda política, a plataforma de mensagens instantâneas não oferece espaço para serviços de micro-segmentação para veiculação de publicidade digital, de forma que isto condicionou as alterações mais significativas na concepção original do método Cambridge Analytica promovidas pela Ponte Estratégia no Brasil, a empresa brasileira realizava pesquisas qualitativas para identificar possíveis alvos no público formado pelos eleitores para, posteriormente, coletar números de telefone dos usuários que passavam a integrar um banco de dados usado posteriormente para transmitir as mensagens com maior grau de adaptação aos interlocutores.

## 5. Conclusão

A teoria da esfera pública de Habermas fornece recursos conceituais importantes para a compreensão dos novos espaços de interação discursiva formados com a evolução das plataformas digitais. Suas primeiras formulações, principalmente em *Mudança Estrutural da Esfera Pública (1962)*, constituem ferramentas analíticas que possibilitam o entendimento das relações entre a privacidade e subjetividade dos indivíduos e as interfaces comunicativas nas redes. As fronteiras entre a esfera íntima e a publicização se tornam mais tênues por meio da facilidade da produção de conteúdos que são veiculados de forma massiva, contínua e instantânea. Cresce nesse contexto a produção de dados sobre os usuários e, na mesma medida, a vigilância exercida sobre estes por grandes conglomerados tecnológicos, que baseiam seus modelos de negócio na comercialização desses dados, que se tornam ativos valiosos para empresas e campanhas políticas que buscam aumentar seu grau de influência sobre as decisões de consumidores e eleitores em potencial.

A fragmentação de contextos e estruturas é um fator essencial e inerente a organização das redes, de tal forma a gerar consequências importantes nas interações discursivas procedidas nas plataformas delineando as formas da atividade política e de discursos políticos sobre os quais será fundamentado o debate público e a formação democrática da vontade. Grupos em redes sociais se tornam as arenas discursivas fundamentais da esfera pública no meio digital, constituindo inúmeros espaços altamente segmentados que se tornam meios poderosos para impulsionamento de conteúdos, essas estruturas comunicativas enovelam-se nas relações pessoais e familiares, laços sobre os quais será baseada a validação das informações disseminadas, o que representa um fator extremamente problemático capaz de diminuir a qualidade do debate público e o nível discursivo na medida em que passam a ser instrumentalizados por campanhas políticas para desinformação e veiculação em massa de conteúdos falsos e radicalizados.

A interação discursiva dentro das plataformas digitais é condicionada por mecanismos de seleção da informação com base em algoritmos e coleta massiva de dados que terminam por gerar bolhas de conteúdo que reforçam a polarização e

a dinâmica de conflito nas redes. Com isso, os grandes conglomerados do setor de tecnologia detentores dessas matrizes de comunicação se tornam capazes de determinar o conteúdo que circula no corpo social e a organização do conhecimento público, os contornos de arenas discursivas digitais e os fluxos de imagens e signos nelas e através delas, um domínio de tal forma extenso que pode ser capaz de impactar o sistema simbólico de significados, que consiste nas cognições fundamentais de grupos sociais e seus membros, compartilhadas socialmente e que fundamentalmente são moldadas principalmente através da comunicação na esfera pública. A razão comunicativa precisa contar com proteções normativas do poder público destinadas a evitar que ela se transforme e seja restringida a um produto comercial em posse dos grandes atores do mundo corporativo, porque isso representa uma ameaça desta dinâmica fundamental relações de dominação.

A capacidade da esfera pública em espaços digitais de exercer a função de caixa de ressonância, propriedade característica do conceito de esfera pública no sistema democrático, é limitada pela linguagem polarizada que, exacerbada pelas redes sociais, deteriora a linguagem comum de modo que esta não é suficientemente complexa para a tematização de questões que atingem o corpo social em geral; e pela manipulação do debate público através utilização de bots e perfis falsos, prática largamente empregada em campanhas políticas recentes ao redor do mundo, para dissimular debates, propagar notícias falsas e de desinformação e perseguição de opositores e em tentativas de influenciar e falsear a opinião pública através do volume de conteúdo produzido destinados a colocar certos temas em destaque na agenda política; esses mecanismos, portanto, representam um sério risco ao processo eleitoral e de formação democrática da vontade.

A polarização, a violência discursiva, a fragmentação e segmentação dos canais, são fatores que ocasionam um processo de retração na esfera pública impedindo o fluxo comunicacional e, desta forma, que todos os possíveis atingidos pelos assuntos políticos tenham acesso ao debate público. Um elevado nível de polarização política, como o observado no contexto brasileiro recentemente, impede que sejam construídos processos de entendimento e pontos de diálogo necessários para a articulação de soluções para questões relevantes na

sociedade. A violência discursiva materializada na externalização de discurso de ódio e em uma lógica de argumentação política baseada em uma dinâmica de conflito, se tornam pressões informais que impedem determinados grupos, em especial minorias sociais, realizem as condições prévias de comunicação necessárias ao debate democrático.

As redes sociais se tornam o palco de uma disputa pelo controle da produção de discursos. Operando a partir de condicionantes determinados pela estrutura digital de comunicação, campanhas políticas elevam o investimento em tecnologias de desinformação. A possibilidade de autolegitimação de uma classe política ancorada em ferramentas sofisticadas de propaganda digital destinadas a persuasão automatizada em larga escala, conduz a um grau de emancipação ilegítima do poder político que se afasta do escrutínio público pelas estruturas discursivas do grupo social. A legitimidade da opinião pública produzida e a legitimação dos atores políticos nos ambientes digitais é assim questionável segundo os pressupostos clássicos da teoria da esfera pública, pois esse processo deve estar ancorado sobre a paridade de condições de participação nos processos públicos de comunicação, daqueles que são diretamente atingidos pela problemas-chave tematizados na esfera pública política.

O caso Cambridge Analytica foi analisado para possibilitar a compreensão de implicações práticas desses fatores estruturais da comunicação política nos meios digitais e sua instrumentalização por grupos de poder. A empresa teve como estrutura operacional a utilização de mecanismos de persuasão como o microtargeting e a construção de perfis psicométricos, que são apresentados no presente estudo como constituintes de uma ferramenta de construção massiva de frames. Desta forma foi possível observar que a partir da produção de enquadramentos interpretativos para eventos políticos relevantes e que funcionam como meios de atribuição de culpa por condições problemáticas, da amplificação de frames antidemocráticos manejando noções difusas no senso comum, da propagação de narrativas conspiratórias e discurso de ódio e mensagens construídas para produzir emoções em interlocutores altamente segmentados, a máquina de propaganda política foi capaz de formatar os modos de integração e interação e o discurso político de grupos identificados com a extrema direita

diminuindo o alcance das esferas de debate público e debilitando a opinião pública.

## 6. Referências bibliográficas

ALEXANDER, Jeffrey. *The civil sphere*. New York: Oxford University Press, 2006.

\_\_\_\_\_. *The meanings of social life*. New York: Oxford University, 2003.

ALEXY, Robert. *Teoria da Argumentação Jurídica*. São Paulo: Landy, 2001.

BENEVENUTO, F.; Resende, G.; Melo, P.; Sousa, H.; Messias, J.; Vasconcelos, M.; Almeida, J. “(Mis) Information dissemination in Whatsapp: Gathering, analyzing and countermeasures”. In: Proc. of the web conference (WWW’19). San Francisco, 2019.

BRITO CRUZ, Francisco (coord.); MASSARO, Heloisa; OLIVA, Thiago; BORGES, Ester. *Internet e eleições no Brasil: diagnósticos e recomendações*. InternetLab, São Paulo, 2019.

BRITO CRUZ, Francisco; FRAGOSO, Nathalie; MASSARO, Heloisa. *Estratégias de proteção do debate democrático na internet*. InternetLab, São Paulo, 2020.

CHRISTOPHER, Wylie. *Written statement to the United States Senate Committee on the Judiciary*. May 16, 2018.

CODING RIGHTS. *Report Data and Elections in Brazil 2018*. Coding Rights/Tactical Tech, 2018.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. *Internet, democracia e eleições: guia prático para gestores públicos e usuários / Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR*. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2018.

DAHLGREN, Peter. *The Internet, Public Spheres, and Political Communication: Dispersion and Deliberation, Political Communication*. London: Routledge, 2005.

DIJK, Teun A. *Discourse and power*. New York: Palgrave Macmillan, 2008.

\_\_\_\_\_. Van. *Discourse as structure and process*. London: SAGE Publications, 1997.

DOMINGOS, Pedro. *The Master Algorithm*. New York: Basic Books, 2015

FAIRCLOUGH, N. *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. New York: Routledge, 2010.

\_\_\_\_\_. *Language and Power*. Londres: Longman, 1989.

FEDERAL TRADE COMMISSION. Complaint: In the Matter of FACEBOOK, INC., a corporation. 2011. United States of America. Disponível em:

<<https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/cases/2011/11/111129facebookkempt.pdf>>. Acesso em: 9 de fevereiro de 2021.

FRASER, N. *Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy*. Duke University Press: 1990.

FRASER, N. Transnationalizing the public sphere: On the legitimacy and efficacy of public opinion in a post-Westphalian world. In N. Fraser (Ed.), *Transnationalizing the public sphere* (pp. 8–43). Cambridge. Polity Press: 2014.

GENTZKOW, Matthew. 2016. Polarization in 2016. Toulouse Network for Information Technology Whitepaper. Disponível em <<http://web.stanford.edu/~gentzkow/research/PolarizationIn2016.pdf>> Acessado em 15 de fevereiro de 2021.

GOFFMAN, Erving. *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. New York: Harper & Row. 1974.

\_\_\_\_\_. *The interaction order: American Sociological Association, 1982 Presidential Address*. American Sociological Review, Vol. 48 (1): pp. 1-17. 1983.

HABERMAS, Jürgen. *Direito e democracia*, vol. 2. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997.

\_\_\_\_\_. *Further reflections on the public sphere*. Massachusetts: The MIT Press, 1992

\_\_\_\_\_. *Legitimation Crisis*. Cambridge: Polity Press, 1988.

\_\_\_\_\_. *Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa* [1962]. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

\_\_\_\_\_. *The theory of communicative action, vol. 1*. Massachusetts: Beacon Press, 1984.

\_\_\_\_\_. *The theory of communicative action, vol. 2*. Massachusetts: Beacon Press, 1987.

HOUSE OF COMMONS, The Digital, Culture, Media and Sport Committee. *Disinformation and 'fake news': Final Report*. London: House of Commons, 2019.

KAISER, Brittany. *Targeted*. New York: Harper Collins, 2019

KOSINSKI, Michal W., Matz, S.C., Nave, G., Stillwell, D. J. *Psychological Targeting as an Effective Approach to Digital Mass Persuasion*. Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America. Vol. 114, Issue 48, Pages 12714-12719. 2017.

KOSINSKI, Michal. Bachrach, Yoram, Graepel, Thore, Kohli, Pushmeet e Stillwell, David. “*Personality and patterns of Facebook usage*”. ACM Web Science Conference. Proceedings of the ACM Web Science Conference, pp 36–44. 2012.

LEVY, David et al. *Reuters Institute for the Study of Journalism*. Digital News Report 2017. Reuters: 2017.

\_\_\_\_\_. *Reuters Institute for the Study of Journalism*. Digital News Report 2018. Reuters: 2018.

MANIN, Bernard. *As metamorfoses do governo representativo*. Cambridge: Cambridge University Press, 1997.

NEWMAN, Nic et al. *Reuters Institute for the Study of Journalism*. Digital News Report 2019. Reuters: 2019.

\_\_\_\_\_. *Reuters Institute for the Study of Journalism*. Digital News Report 2020. Reuters: 2020.

ORTELLADO, Pablo; MORETTO, Marcio. *Polarização e desinformação online no Brasil*. São Paulo: Friedrich-Ebert-Stiftung Brasil, 2018.

ORTELLADO, Pablo; SOLANO, Esther; MORETTO, Marcio. *2016: o ano da polarização?* São Paulo: Friedrich-Ebert-Stiftung Brasil, 2017.

PARISER, Eli. *The Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You*. New York: Penguin Press, 2011.

PARSONS, Talcott. *The Social System*. Londres: Routledge, 1951.

\_\_\_\_\_. *Theories of Society: Foundations of Modern Sociological Theory*. New York: The Free Press of Glencoe, 1961.

\_\_\_\_\_. *Toward a general theory of action*. Massachusetts: Harvard University Press, 1962.

PERELMAN, Chaim. *Teoria da Argumentação: a nova retórica*. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

RECUERO, Raquel et al. (Orgs.). *Análise de redes para mídia social*. Porto Alegre: Sulina, 2015.

RECUERO, Raquel. *Atos de Ameaça a Face e a Conversação em Redes Sociais na Internet In Interações em Rede* (pp.51-70). Porto Alegre: Sulina, 2013.

SAMUEL, C. Woolley & Philip N. Howard, “*Computational Propaganda Worldwide: Executive Summary*.” Samuel Woolley and Philip N. Howard, Eds. Working Paper 2017.11. Oxford, UK: Project on Computational Propaganda. [comprop.oii.ox.ac.uk](http://comprop.oii.ox.ac.uk). 14 pp.



SERRANO-Contreras, I.-J., García-Marín, J., Luengo, Ó., G. *Measuring online political dialogue: Does polarization trigger more deliberation?* Media and Communication, 8(4), 63–72. 2020

SNOW, D. A. and BENFORD, Robert D. “*Framing Processes and Social Movements: an Overview and Assessment.*” Annual Review of Sociology 26: 611-639. 2000.

\_\_\_\_\_. *Master frames and cycles of protest.* In: Morris, A.D., and Mueller, C.M. (eds), *Frontiers in Social Movement Theory.* Yale University Press, New Haven, CT, pp. 133–155: 1992.

SNOW, David A. et al., *Frame Alignment Processes, Micromobilization, and Movement Participation.* American Sociological Review, 51(4), pp.464-481. 1986.

SOLANO, Esther. *Crise da Democracia e extremismos de direita.* São Paulo: Friedrich-Ebert-Stiftung Brasil, 2018.

TARROW, Sidney. *O Poder em Movimento.* Petrópolis: Vozes, 2009.

TECH, Tactical. *Personal Data: Political Persuasion Inside the Influence Industry.* How it works. Tactical Tech, 2019.

THE GUARDIAN. *The Cambridge Analytica Files*, disponível em: <<https://www.theguardian.com/news/series/cambridge-analytica-files>>. Acesso em: 09 fev. 2021

UK PARLIAMENT, Information Commissioner’s Office. *Investigation into the use of data analytics in political campaigns.* London: UK Parliament, 2018.

VAN DIJCK, J., Poell, T., & de Waal, M. *Platform society: Public values in a connective world.* Oxford: Oxford University Press: 2018,

WIENER, Norbert. *Cybernetics, or Control and Communication in the Animal and the Machine.* Cambridge: MA MIT Press, 2ª ed., 1961.

WYLIE, Christopher. *Mindf\*ck: Cambridge analytica and the plot to break America.* Random House, 2019.