

DEMOCRACIA E DELIBERAÇÃO NA ERA DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL: O PODER DAS BIG TECHS, AS REVOLUÇÕES DIGITAIS E A POLÍTICA DO APITO PARA CÃO

Valter Rodrigues de Carvalho¹

RESUMO: O objetivo geral do artigo foi estudar as plataformas sociais e as transformações políticas operadas pela Inteligência Artificial (IA). Com enfoque metodológico quali-quantitativa, combinando análises bibliográfica, estatística e conceitual, concluiu-se que a internet é um território livre e autônomo que permite o engajamento dos cidadãos. As revoluções digitais que varreram governos autocratas atestam essa autonomia. Todavia, o controle e vigilância exercidos pelas *Big Techs* limitam drasticamente essa autonomia. Tal poder decorre de duas razões: primeiro, as *Big Techs* são poderosos blocos econômicos de poder geopolítico e finanças globais cujos projetos são de dominar o mundo. Segundo, baseado no extrativismo de dados, as *Big Techs* impõem modelos matemáticos de previsão cuja pretensão é realizar uma política neutra ideologicamente e de racionalidade sinóptica. Essa pretensão não passa de uma política de gerenciamento de efeitos, em oposição à política democrática de busca das causas dos problemas. Os modelos de previsão algorítmicos transformaram as comunicações políticas. Na lógica da política do apito para cão, as mensagens são personalizadas e direcionadas aos cidadãos mais cobiçados. São modelos de opiniões embutidas em matemática que refletem escolhas, objetivos e ideologias dos construtores. Estes modelos enfraquecem as forças da política de centro e reforçam os extremos do espectro político.

Palavras chaves: Democracia. Deliberação. Inteligência artificial. *Big Techs*.

ABSTRACT: The overall objective of this article was to study social platforms and the political transformations brought about by Artificial Intelligence (AI). Using a mixed-methods approach qualitative and quantitative, combining bibliographic, statistical, and conceptual analyses, it concluded that the internet is a free and autonomous territory that allows for citizen engagement. The digital revolutions that swept away autocratic governments attest to this autonomy. However, the control and surveillance exercised by Big Tech drastically limit this autonomy. This power stems from two reasons: first, Big Tech companies are powerful economic blocs of geopolitical power and global finance whose projects aim to dominate the world. Second, based on data extraction, Big Tech companies impose mathematical prediction models whose aim is to carry out an ideologically neutral policy of synoptic rationality. This claim is nothing more than a policy of managing effects, as opposed to the democratic policy of seeking the causes of problems. Algorithmic prediction models have transformed political communications. In the logic of whistleblowing politics, messages are personalized and targeted to the most desirable citizens. These are opinion models embedded in mathematics that reflect the choices, objectives, and ideologies of their creators. These models weaken centrist political forces and reinforce the extremes of the political spectrum.

Keywords: Democracy. Deliberation. Artificial intelligence. Big Tech.

¹Doutor e mestre em ciência política (PUC-SP); licenciado em História (PUC-SP); bacharel em Direito (UMC); advogado, seccional OAB-SP; pós-graduado (especialização) em Direito do Trabalho (UNG); pós-graduado em Direito Digital (especialização) (Legale Educacional-SP). Professor das Faculdades de Tecnologia do Centro Paula Souza (CPS), em São Paulo, atuando nas disciplinas de Ética Empresaria, Ética profissional e Sociedade, Tecnologia e Inovação. Autor dos livros *Pluripartidarismo e Estratégia de Coordenação Eleitoral em Contexto Federativo* (EDUFPI/Paco Editorial); *Justiça e Democracia* (EDUFPI); e organizador de *Política e Instituições no Brasil* (EDUFPI). valter.carvalhosp@gmail.com

I. INTRODUÇÃO

Vivemos a era das transformações *disruptivas*. A era da revolução digital. O economista Jeremy Rifkin (2002), profundo conhecedor da sociedade da informação, demonstrou que as mudanças tecnológicas experimentadas pelas atuais sociedades vêm transformando velhos paradigmas do capitalismo industrial, como o direito de propriedade, em que *acessar/compartilhar* se tornou mais importante que *ter/possuir*. Na sociedade digital, afirma, “[...] de produção customizada, de inovação e atualização contínuas e de ciclos de vida de produtos cada vez mais breves, tudo se torna quase imediatamente desatualizado” (RIFKIN, 2002, p. 11). A propriedade como ativo físico, baseada na ideia *de ter, possuir e acumular*, está, rapidamente, perdendo prestígio – porque não acompanha a velocidade das mudanças –, dando lugar aos ativos intangíveis.

Klaus Schwab (2016), fundador e CEO do *World Economic Forum*, sustenta uma posição afirmativa sobre a existência de uma quarta revolução industrial em curso. Para tanto, embasa tal afirmação na constatação de três razões: (i) *velocidade das transformações* – em que, diferentemente das revoluções antecedentes, a atual evolui em ritmo veloz e não linear; (ii) *amplitude e profundidade das transformações* – em que combina tecnologias diversas, e as mudanças de paradigmas (na economia, nos negócios e nas relações sociais) – não têm precedentes; (iii) *impactos sistêmicos das transformações* – em que mudam-se, drasticamente, sistemas inteiros e, no interior de tais sistemas, transformam-se empresas, indústrias e as sociedades como um todo.

A revolução tecnológica vem trazendo grandes benefícios à humanidade, mas também agravamento dos problemas sociais. Para Klaus Schwab (2016), os benefícios da revolução digital são possibilitados porque “[...] tornou possível a existência de produtos e serviços que aumentam, sem praticamente nenhum custo, a eficiência de nossas vidas como consumidores” (SCHWAB, 2016, p. 20). Todavia, no maravilhoso mundo novo da sociedade digitalizada, as consequências sociais e humanas das transformações são também evidentes, em particular as desigualdades sociais, a concentração de poder e valores nas grandes plataformas digitais e em uma pequena parcela da população, colocando sérios desafios ao poder dos Estados nacionais. Desse modo, o efeito plataforma – embora abra imensas oportunidades de empreender – traz como consequência, também, “[...] a concentração de poucas plataformas poderosas que dominam seus mercados. Os benefícios são óbvios, especialmente para os consumidores: maior valor, mais conveniências e custos mais baixos. Os riscos sociais são evidentes” (SCHWAB, 2016, p. 21). Aprofunda-se o fosso entre os beneficiários da revolução digital e aqueles

dependentes do trabalho. Em outros termos, “[...] os grandes beneficiários [...] são os provedores de capital intelectual e físico – os inovadores, os investidores e os acionistas” (SCHWAB, 2016, p. 21). Tal fosso, conseqüentemente, é responsável pela desilusão dos que vivem do trabalho, ao se convencerem de que não conseguirão elevar suas rendas reais no curso da vida, o que impossibilita legar aos filhos as condições de uma vida melhor que a de suas gerações.

A revolução digital, por outro lado, vem impactando profundamente a institucionalidade das democracias liberais ocidentais. As novas tecnologias da informação e comunicação possibilitaram aos cidadãos oportunidades de engajamento social e político jamais vistas em qualquer momento da História. Elas possibilitaram o exercício da autonomia individual e coletiva (CASTELL, 2013). Isso é possível porque “a passagem da comunicação vertical, típica da televisão tradicional, à comunicação horizontal, típica da internet, permitiria de fato resgatar o cidadão da passividade de espectador [...]”. (RODOTÀ, 2007, p. 93). Dessa forma, ao tornar os indivíduos protagonistas do processo de interação e comunicação, rompendo as mediações das mídias tradicionais, as novas tecnologias digitais fizeram desaparecer as distinções entre os produtores e consumidores de conteúdos.

Todavia, o problema que levantamos neste artigo relaciona-se ao fato de que, se, por um lado, a internet possibilitou um ativismo autônomo dos cidadãos, por outro lado, o controle e vigilância exercidos pelas *Big Techs* – baseado na lógica do extrativismo de dados –, a partir da utilização dos modelos matemáticos de predição orientados ideologicamente, tornam essa autonomia limitada pelas manipulações da Inteligência Artificial.

Como resposta ao problema de pesquisa posto – nossa hipótese –, é evidente que as plataformas digitais são canais horizontais e interativos de autocomunicação de massa que possibilitaram ampla autonomia coletiva e individual aos cidadãos. No entanto, essa autonomia ocorre com maior desenvoltura em relação aos poderes do Estado e menos, para sermos otimistas, em relação aos poderes privados das *Big Techs* e aos valores políticos e econômicos hegemônicos que elas representam. A vigilância, manipulação algorítmica e a capacidade que as *Big Techs* têm e, ao mesmo tempo, permitem que certos grupos e indivíduos tenham para desmantelar as instituições das democracias liberais nos fazem enxergar o enorme e pernicioso poder das empresas de tecnologia nas atuais sociedades.

O objetivo geral desse artigo é estudar as plataformas sociais e as transformações no ativismo político/social, a política da Inteligência Artificial (IA) na era dos algoritmos,

inseridas numa realidade mais ampla, representada pelo poder das *Big Techs* e pela capacidade que elas têm de formar/controlar ideologicamente a vida política.

Dentre os objetivos, destacam-se as descobertas das plataformas digitais e as revoluções digitais; verificação dos percentuais estatísticos da evolução da cobertura do acesso à internet no mundo e no Brasil; as formas de ativismo político e social digitais; as *fake news* e as interpretações sobre tal fenômeno.

A abordagem metodológica utilizada é quali-quantitativa, combinando três técnicas: análise bibliográfica, estatística e conceitual. Afirma-se que os métodos quantitativo e qualitativo distinguem-se pelos enfoques: o primeiro lida com números estatísticos; o segundo lida com as interpretações das realidades sociais (GASKELL; ALLUM, 2002, p. 23). No entanto, interpretar é comum a qualquer método de pesquisa. Mensurar fatos sociais requer a categorização do universo social estudado, capaz de gerar frequências ou percentuais (BAUER *et al.*, 2002, p. 22-23). A pesquisa qualitativa possui uma variedade de técnicas, dentre as quais a bibliográfica, que permite ao pesquisador conhecer o assunto. Assim, “a pesquisa bibliográfica não é mera repetição do que já foi dito ou escrito sobre certo assunto, mas propicia o exame de um tema sob novo enfoque ou abordagem, chegando a conclusões inovadoras” (LAKATOS; MARCONI, 2007, p. 189). A técnica estatística pode ser a simples quantificação percentual, até as mais complexas, como coeficiente de correlação e análise de regressão (RICHARDSON, 1999, p. 71). Empregamos a quantificação percentual para verificar os níveis de penetração da internet de uma perspectiva nacional e global. Por sua vez, a técnica conceitual enfoca os conceitos de um sistema de ideias. A partir da escolha de “[...] um sistema de ideias, passa-se a construir a logicidade interna e o desenvolvimento conceitual adequado para o tratamento do problema” (BITTAR, 2007, p. 177). Ao restringir a análise ao nível conceitual, a técnica conceitual demanda do pesquisador apuro conceitual e, neste caso, os conhecimentos bibliográficos do assunto estudado são imprescindíveis.

2. A descoberta das plataformas sociais e as revoluções digitais mundiais

Entre as décadas de 2000 e 2026, as sociedades, de uma perspectiva global, assistiram à transferência de suas formas de comunicações, interações, expressões e consumo do mundo físico para o *ciberespaço*. No mais recente *relatório* da agência *We Are Social* de 2026 – organização sediada em Londres, com presença em vários países – há indicação de que o número total de pessoas que acessaram a internet em 2025 atingiu a extraordinária cifra de 6,04 bilhões de

peças. Com base em dado da Organização das Nações Unidas (ONU), a população mundial foi estimada em 8,25 bilhões de pessoas. A penetração global da internet é de 73,2% da população mundial. É um marco impressionante nos avanços da digitalização. Quando a *World Wide Web* surgiu em 1991, o número de usuários no mundo era de apenas 5 milhões. Em 2014, duas décadas depois, atingiu a marca de 3 bilhões de usuários. Todavia, não obstante a extraordinária expansão do acesso ao mundo digital, cerca de 2,2 bilhões de pessoas no globo ainda permaneciam *off-line* em 2025 (WE ARE SOCIAL, 2026). É uma situação que inspira preocupação. A grande promessa de um futuro humano melhor, encarnada na Revolução Digital, não deve escamotear as sérias consequências negativas que provoca, tais como: concentração de poder nas mãos das grandes empresas de tecnologia, ampliação das desigualdades sociais e desemprego. A automação acelerada desarticulou o mercado de trabalho em uma velocidade maior que a capacidade das novas tecnologias gerarem novos empregos (SCHWAB, 2016, p. 42). As transformações revelaram-se tão profundamente *disruptivas* que um estudioso do assunto, Jeremy Rifkin (2002), postulou que o mundo assistirá à emergência de duas distintas formas de civilização: “[...] aqueles que vivem dentro dos portões eletrônicos do ciberespaço e aqueles que vivem do lado de fora dele” (RIFKIN, 2002, p. 11). A exclusão digital poderá acarretar enorme “defasagem entre os que têm e os que não têm posses; essa defasagem se tornará ainda maior “entre os conectados e os desconectados” (RIFKIN, 2002, p. 11). A inclusão exponencial das pessoas ao mundo digital não reduz a importância social da questão suscitada.

A primeira e segunda décadas do ano 2000 podem ser definidas como as décadas da indignação e da esperança (CASTELLS, 2013). Foi nessa década que as plataformas digitais foram descobertas como instrumentos de luta política, promovendo transformações profundas nas formas do protesto político e social. No fim da primeira década de 2000, *hackers*, *ciberlibertários*, *jornalistas* e *agentes públicos*, descontentes com a ausência de transparência nas democracias liberais ocidentais e regimes autocratas em muitos países pobres, viram nas plataformas digitais (autônomas, livres e capazes de permitir o anonimato) a ferramenta eficaz para lançar um ataque por transparência nos governos (LEIGH; HARDING, 2011). O *WikiLeaks*, liderado por Julian Assange, surge como a organização que faria a intermediação entre os que pretendessem vaziar documentos oficiais de governos para o público. No entanto, coube ao jornalismo tradicional, representado pelos tradicionais periódicos *The Guardian* (inglês), *The New York Times* (americano) e *Der Spiegel* (alemão), estruturar a enorme massa de

informações a fim de fazê-la compreensível aos olhos do grande público. Corretamente, foram milhões de documentos vazados dos mais diversos governos, organizações e corporações privadas; “o maior vazamento da história”, afirmou Julian Assange – líder do *WikiLeaks* –, o que é, sem dúvida, verdadeiro (LEIGH; HARDING, 2011, p. 211-213). O teor desses documentos chocou e revoltou o mundo, ao revelar práticas corruptas, ausência de transparência, arrogância, invasão de privacidade, espionagem – muita espionagem! – e matanças cruéis em guerras ilegais, como as promovidas pelos Estados Unidos no Iraque (2003-2011) e Afeganistão (2001-2021).

Os chamados *Diários de Guerras* do Afeganistão e Iraque revelaram, da noite para o dia, o que os governos dos Estados Unidos e aliados escondiam há anos: a carnificina em que se transformou a guerra no Iraque. Mais que isso, revelou as práticas de tortura, assassinatos, violências desnecessárias e acobertamentos de crimes que os aliados praticavam, reiteradamente, contra civis inocentes na zona de guerra (LEIGH; HARDING, 2011, p. 213-214). O vazamento de imagens de ataques aéreos indiscriminados se tornou viral. A verdade é que os ataques e matança de civis se revelaram o *modus operandi* da guerra no Iraque – não raro, baseado na suposição de que eram terroristas –, inclusive jornalistas, a exemplo dos assassinatos de dois repórteres da *Reuters*, em 2007. São notórias, também, as práticas de espionagem e invasão de privacidade do governo americano, reveladas por milhares de documentos – telegramas Em uma montanha de informações, o jornal *The Guardian* estruturou as informações vazadas sobre espionagem às Nações Unidas, seu Secretário-Geral, Ban Ki-Moon, e diversas agências especializadas.

O início da década de 2010 do século XXI foi marcado pela ascensão exponencial das plataformas digitais. Os cidadãos descobriram as redes sociais como meios autônomos de resistência aos governos – autoritários ou não – em escala global. No mundo árabe, assistiu-se à Primavera Árabe, que em poucos meses devastou os governos autocráticos da região (CASTESL, 2013, p. 28-36). As revoluções tiveram início na Tunísia no fim de 2010, quando um jovem ambulante – Mohamed Bouazizi –, perseguido e impedido de trabalhar nas ruas pela polícia, após jogar combustível no corpo, ateia fogo ao próprio corpo. O ato de desespero viralizou nas redes sociais. A revolução promovida pela internet se alastrou como rastilho de pólvora, de forma jamais vista na História da região – marcada pela força de regimes autocráticos imbatíveis. Em poucos meses, caíram os governos da Tunísia, Egito, Líbia, Iêmen e Bahrein.

Dois anos após a Primavera Árabe, o Brasil experimentou um amplo e multifacetado movimento de protestos, tendo as redes sociais como canais de comunicação. Corretamente, as manifestações foram convocadas pelo *Movimento Passe Livre* (MPL). As Jornadas de Junho de 2013, como foram denominadas, se caracterizaram por ser um movimento plural, cujas pautas estavam focadas em exigências de políticas públicas de cidadania – como gratuidade no transporte público, saúde, educação, direitos sociais e combate à corrupção etc. (GOHN, 2017). A reação violenta da Polícia aos atos, ferindo mais de cem pessoas, teve um efeito mobilizador, levando mais pessoas às ruas. A repressão policial se intensificou; em reação à repressão, intensificam-se também os atos de depredação e violência de grupos de manifestantes – chamados *black blocs*. O dia 17 de junho de 2013 é o marco inaugural da virada. Pesquisa Datafolha indicou que o número de pessoas que foram às ruas foi de 6.500 pessoas em São Paulo em 13 de junho, passando a 65.000 em 17 de junho. Além disso, protestos se espalharam por vários estados e cidades brasileiras (BRAUN, 2023).

O que caracteriza estes novos movimentos sociais da era das redes sociais, além da novidade na cena política, é o fato de colocarem “[...] questões da ética na política em pauta e negarem a política partidária, ou seja, a forma como ela é praticada no Brasil” (GOHN, 2017, p. 10). O MPL, embora tenha empunhado este discurso, não se definia apolítico. No entanto, “os manifestantes plantaram e difundiram a semente da ação política como um valor associado à ética, e uma nova cultura política formou-se a partir desse valor” (GOHN, 2017, p. 10). Novos grupos, com clara coloração conservadora, emergem das Jornadas, como o Vem Para Rua (VPR) e o Movimento Brasil Livre (MBL). Estes movimentos empunharam bandeiras novas “[...] na *performance* dos protestos, como focos e alvos em suas ações, [...] o repertório da não política, contra a corrupção, assim como reforçando teses liberais antiestatais na economia, preconizando a atuação conservadora desse Estado no plano moral” (GOHN, 2017, p. 10). Não demorou muito para que estes novos movimentos realizassem uma virada ideológica, além de intensificar as mobilizações e os alvos de suas ações nos protestos, com foco no governo do Partido dos Trabalhadores e na corrupção que atribuía aos seus membros.

A descoberta das plataformas digitais é um fenômeno da segunda década do ano 2000 (2010). Segundo Manuel Castell (2013), a internet é um território livre e autônomo porque permite a segurança necessária ao engajamento político e social. Estudando as revoluções digitais provocadas pela descoberta da internet, o autor trouxe importantes *insights* para a compreensão do fenômeno das redes sociais como canais de comunicação horizontais e

interativos, o qual denominou de *autocomunicação de massa* (*mass self communication*), porque, mediante redes sem fios e sem controle, ampliou-se a autonomia dos indivíduos nas relações de comunicação. Assim, “é comunicação de massa porque processa mensagens de muitos para muitos, com o potencial de alcançar uma multiplicidade de receptores e de se conectar a um número infindável de redes que transmitem informações [...]”. (CASTELL, 2013, p. 15). Por outro lado, afirma Manuel Castell (2013, p. 16), “é autocomunicação porque a produção da mensagem é decidida de modo autônomo pelo remetente, a designação do receptor é autodirecionada e a recuperação de mensagens das redes de comunicação é autoselecionada”. Desse modo, “[...] a tecnologia da internet incorpora a cultura da liberdade [porque] ela foi deliberadamente programada [...] como uma rede descentralizada de comunicação por computadores capaz de resistir ao controle de qualquer centro de comando” (CASTELLS, 2013, p. 172). Assim, amparados na comunicação descentralizada e autônoma, os indignados geraram a unidade indispensável à concepção de projetos de fontes diversas, que não versavam apenas sobre pobreza e ausência de democracia, mas também devido ao cinismo e arrogância dos governos e das elites financeiras. Sustentando uma perspectiva otimista, Castell afirma que nos movimentos da Primavera Árabe os cidadãos “[...] transformaram o medo em indignação, a indignação em esperança de uma humanidade melhor” (CASTELL, 2013, p. 12). Foi a segurança do ciberespaço – marcada por comunicações descentralizadas e autônomas – que permitiu que as multidões ocupassem os espaços públicos e fizessem história, inspirando a indignação e a rebeldia em todo o mundo.

No Brasil, as formas de engajamento político e social se realizam de duas formas: (i) *e-democracia não institucional* – por meio desta forma de democracia conectada, os cidadãos podem se engajar em mobilização eleitoral, ativismos sociais diversos, produção de jornalismo cidadão, busca de transparência etc. Como exemplo, podemos citar a *e-democracia não institucional* representada pela *Transparência Brasil* (TBrasil, fundada em 2000). O objetivo da organização é combater a corrupção, tanto no processo eleitoral quanto nas práticas da gestão pública; (ii) *e-democracia institucional* – representada pelas “[...] experiências organizadas e providas pelo Estado ao viabilizar formas diversas de colaboração entre cidadãos e o sistema político, [...] por meio de processos de coprodução na formulação e implementação de políticas públicas” (MAGRANI, 2014, p. 71). Como exemplo de *e-democracia institucional*, podemos citar a experiência do *Portal e-Democracia* da Câmara dos Deputados. Trata-se de um espaço de ativismo digital no qual os cidadãos, por meio de práticas democráticas deliberativas, podem

formular leis, controlar e fiscalizar a atuação dos representantes no Parlamento e a administração pública.

Todavia, as formas de engajamento político e social mais recorrentes no Brasil são as de caráter *não institucional*, que se realizam nas plataformas digitais. O Relatório da agência We Are Social de 2026 (WE ARE SOCIAL, 2026) demonstra que o engajamento dos brasileiros nas plataformas digitais, em perspectiva comparada, ainda é um dos mais fortes. O Brasil se destaca pelo tempo de consumo de internet. Entre os jovens de 16 anos ou mais, o tempo médio de uso da internet é de 53 horas e 30 minutos semanais. A média global é de 33 horas e 27 minutos por semana. Entre os países que figuram com maior tempo de consumo de internet por semana estão Quênia (63 horas e 34 minutos), Filipinas (54 horas), México (53 horas e 41 minutos), Brasil (53 horas e 30 minutos) e África do Sul (52 horas e 49 minutos). Por outro lado, as plataformas sociais mais usadas no Brasil pelos conectados foram *WhatsApp* (93,9%), *Instagram* (91,2%), *Facebook* (80,5%), *YouTube* (75,3%) e *TikTok* (69,7%). O relatório aponta, ainda, razões de ordem familiar e consumista para o uso massivo da internet pelos brasileiros. No Brasil, os cidadãos utilizam as redes para se conectar com amigos e familiares. As razões de ordem consumista são amplas e bem informadas. 93% dos internautas visitam sites de compras; 43% para encontrar produtos; 31,5% seguem marcas das quais podem vir a comprar. O Brasil observou uma elevação de 2,3 milhões de consumidores online entre 2025 e 2026, totalizando cerca de 136 milhões de consumidores online.

9

Por outro lado, o ativismo político e social nas plataformas sociais tem crescido nos últimos anos. Pesquisa F/Nazca Saatchi & Saatchi/Instituto Datafolha, realizada em 2017, mostra que 60% dos cidadãos acreditavam que as plataformas digitais contribuíam para mudanças de opinião sobre questões políticas e sociais. Cerca de 9,5 milhões de pessoas se engajaram diretamente em movimentos sociais ou políticos por meio de plataformas sociais (FIA, 2021). A assinatura de petições online representa uma forma de ativismo que cresce ano a ano no Brasil. A Change.org – organização que atua promovendo assinatura de petições sobre os mais variados assuntos de interesse social – revela que entre 2020 e 2021 o número de usuários inscritos em sua plataforma aumentou de 34 para 39 milhões. Em 2021, 16% dos brasileiros assinaram petições na internet reivindicando direitos ou pressionando autoridades públicas na defesa de causas sociais.

As novas tecnologias de comunicação possibilitam aos cidadãos oportunidades de engajamento social e político porque tornaram os indivíduos protagonistas do processo de

interação e comunicação. Ao romper a mediação das mídias tradicionais, as novas tecnologias digitais fizeram desaparecer as distinções entre os produtores e consumidores de conteúdos. Para Manuel Castell (2013, p. 172), em um enfoque caracterizado pelo *ciberotimismo*, a internet se caracteriza pela presença de relações de comunicação em estruturas abertas, cuja expansão é ilimitada. Assim, as tecnologias digitais ampliaram enormemente a esfera pública e constituem importantes instrumentos a serviço do ativismo político e social. As novas tecnologias potencializam a liberdade de expressão, informação e cooperação. Assim, “os novos ambientes digitais representariam [...] uma multiplicação de esferas públicas, ampliando quantitativa e qualitativamente os espaços disponíveis para o debate racional dialógico” (MAGRANI, 2014, p. 59). As redes sociais são canais horizontais e interativos de autocomunicação de massa (por meio de redes sem fios) que ampliaram a autonomia dos indivíduos. Para Castell (2013, p. 172), a internet forneceu a plataforma de comunicação capaz de traduzir a liberdade em autonomia.

3. A Política da Inteligência Artificial e deliberação democrática: a ilusão de neutralidade e racionalidade completa

Que as plataformas digitais constituem canais horizontais e interativos de autocomunicação de massa (por meio de redes sem fios) que ampliaram enormemente a autonomia dos indivíduos não deixa de ter um fundo de verdade. No entanto, tal autonomia tende a ocorrer em relação aos poderes dos Estados nacionais e menos em relação aos poderes privados representados pelas *Big Techs* e sua lógica de negócios. A vigilância, manipulação algorítmica e a capacidade para dismantelar as instituições das tradicionais democracias liberais elevaram a outro patamar o debate público sobre o poder das empresas de tecnologia (SCHWAB, 2018; MOROZOV, 2018; O’NEIL, 2020; DA EMPOULI, 2020; MOORE, 2022). Da perspectiva econômica, a Quarta Revolução Industrial, não obstante as promessas de um futuro humano melhor, vem provocando uma série de consequências sociais e econômicas negativas. Uma delas é a concentração de poder nas mãos das empresas de tecnologia, que leva a disparidades, problemas de equidade e de acessibilidade. Para Klaus Schwab (2016, p. 21), a Revolução amplificou as desigualdades sociais, porque as novas tecnologias têm natureza interligada. A tecnologia não oferece somente promessas de empregos, por exemplo. A automação acelerada desarticulou o mercado de trabalho em uma velocidade maior que a capacidade das novas tecnologias de gerar novos empregos. O rápido crescimento da digitalização e da automação produtiva pressiona também o pequeno empreendedor, que precisa competir com empresas gigantes da tecnologia que fazem uso da inteligência artificial.

Evgeny Morozov (2018) levou mais longe este argumento. Vivemos uma era de sobriedade digital porque as *Bic Tecs* globais deixaram de ser encaradas “[...] como companheiras inofensivas inevitáveis, empenhadas em amenizar, ou mesmo eliminar, arestas da existência cotidiana [...]”. (MOROZOV, 2018, p. 7). As plataformas digitais passaram a ser encaradas, cada vez mais, como poderosos blocos econômicos cujos projetos mercantis pretendem dominar o mundo. A tecnologia digital, afirma o autor, não significa apenas ciência aplicada. A tecnologia digital é filha “[...] de um emaranhado confuso de geopolítica, finança global, consumismo desenfreado e acelerada apropriação corporativa dos nossos relacionamentos mais íntimos” (MOROZOV, 2018, p. 7). Da perspectiva da participação dos cidadãos na esfera pública digital, três pontos merecem destaque na análise crítica de Evgeny Morozov (2018). Primeiro, a lógica que impulsiona o crescimento das gigantes de tecnologia é o *extrativismo de dados* (grifo nosso) – uma analogia com o extrativismo de recursos naturais por empresas de energia e produtores de *commodities*. A premissa básica que orienta o extrativismo de dados é a noção de que os usuários das plataformas digitais representam estoques de informações de alto valor para tais empresas (MOROZOV, 2018, p. 165). Os dados são essenciais ao sucesso do modelo de negócios das *Big Techs* e essas empresas têm usado maneiras inteligentes de extraí-los dos usuários de forma voluntária. Os provedores projetam os sistemas com a finalidade de distrair o máximo que puderem o usuário a fim de maximizar a coleta de dados. Assim, “eles continuam escavando a nossa psique tal como as empresas de petróleo escavam o solo” (MOROZOV, 2018, p. 166). Quanto às *fake news*, trata-se de um fenômeno inerente ao modelo de negócio das *Bic Tecs*, que privilegia cliques e curtidas. Embora o fenômeno da *fake news* não seja novo, a dimensão que tomou na era digital é nova. As *fake news* são encaradas como um fenômeno mais amplo. Matthew D’Ancona (2018) associa ao fenômeno mais amplo da pós-verdade. Em outras palavras, “a *web* é um vetor definitivo da pós-verdade, exatamente porque é indiferente à mentira, à honestidade e à diferença entre os dois” (D’ANCONA, 2018, p. 55). Por sua vez, “a pós-verdade também vende. Aqueles a quem se pode denominar “[...] de ‘mercadores da atenção’ competem pelo nosso tempo e o comercializam como um produto de alto valor. Fazem quase tudo para nos distrair e nos envolver” (D’ANCONA, 2018, p. 54). De modo que não se deve perder de vista o fato de que o próprio modelo de negócios da *web*, baseado em anúncios de bens e serviços e *likes* dos potenciais clientes, constitui um forte incentivo à proliferação de *fake news*, além das bizarrices, comuns ao mundo do *ciberespaço*. Para Evgeny Morozov (2018), o modelo de negócios das empresas

digitais, baseado no extrativismo de dados, nos cliques e curtidas, explica as *fake news*. As *fake news* são um fenômeno inerente ao modelo de negócios das *Big Techs*, porque na lógica de tal modelo é irrelevante saber se as mensagens são verdadeiras ou falsas. O que importa é se elas viralizam. “Sobre a ótica das plataformas digitais, as *fake news* são apenas as notícias mais lucrativas” (MOROZOV, 2018, p. 11). A verdade passa a ser aquilo que gera mais cliques e visualizações

Um ponto importante da crítica de Evgeny Morozov (2018) é o que trata dos efeitos colaterais dos algoritmos. O aperfeiçoamento da IA, a partir da extração massiva de dados, tem levado à retomada de uma visão positivista do pensamento político. Por essa acepção, muitas tarefas imperfeitas da democracia poderiam ser automatizadas e obter maior capacidade de predição. A ideia é delegar aos algoritmos as tarefas e estes avaliariam os resultados anteriores, em que as possíveis “[...] alterações nas predileções individuais e nas curvas de indiferenças, se ajustariam e revisariam suas regras de funcionamento” (MOROZOV, 2018, p. 139). A crítica que faz à aplicação da Inteligência Artificial (IA) à vida política é que ela não é capaz de oferecer explicações complexas e multicausais. Uma rua esburacada pode ser explicada pela simples ineficiência do departamento governamental responsável, quando poderia resultar de múltiplas causalidades – crises econômicas, cortes orçamentários, queda de receitas, etc. Desse modo, ao invés de uma explicação aberta, não linear e multicausal, a regulação algorítmica baseada na IA oferece uma explicação monocausal (o departamento não cumpre com suas obrigações). Ainda que os bancos de dados conttenham capacidade infinitamente maior que o cérebro humano, os riscos da aplicação da IA para orientar as decisões políticas não são irrelevantes. Para Morozov (2018, p. 142), a política baseada na IA apresenta alguns riscos ponderáveis, tais como: ausência de um componente essencial: “[...] a capacidade de narrar a realidade a partir de determinado ponto de vista histórico e ideológico”. Os especialistas digitais tentam disfarçar tal deficiência recorrendo a uma suposta objetividade, que “[...] uma vez universalizada, nos permitiria levar a política além da ideologia para o domínio dos dados empíricos e da racionalidade” (MOROZOV, 2018, p. 142). Por outro lado, a imperfeição da democracia se converte em virtude quando, a partir disso – da imperfeição –, se permite que todos os pontos de vista, diversos e opostos, “[...] não apenas se enfrentem abertamente, como aproveitem essa oposição para reforçar a saúde do sistema político” (MOROZOV, 2018, p. 142). Isso significa dizer que a mesma história pode ser objeto de múltiplas interpretações; ser narrada a partir de diversas

perspectivas e pontos de vista históricos e ideológicos, o que permite à democracia otimizar sua capacidade de aprendizagem.

A política baseada na IA é, em essência, uma política que se pode denominar de gerenciamento de efeitos (MOROZOV, 2018). Ela consiste em identificar os problemas, mediante a conectividade, o algoritmo informar a existência deles, a sala de controle os registrar, e alguém ser enviado para solucioná-los. A política democrática, por outro lado, tem como preocupação central não o gerenciamento dos efeitos, mas a identificação das causas. De forma que “o propósito da deliberação democrática não é apenas discutir o melhor curso de ação diante de um problema, mas também chegar a uma concepção desse problema capaz de conciliá-lo com certos ideais, como o da justiça” (MOROZOV, 2018, p. 143). O apelo à política baseada na IA se sustenta na ideia de custos baixos e neutralidade ideológica. No entanto, este apelo despreza o fato de que, quando não se podem levar em conta as injustiças históricas, é a própria democracia que pagará o preço.

Os defensores da política da IA retomaram a defesa de teorias sobre processos decisórios de políticas há muito tempo superadas. Desde os anos de 1950 do século XX que teóricos e observadores relevantes da política e das organizações descobriram os limites da racionalidade nos processos decisórios de políticas nos regimes democráticos e nas organizações. O economista austríaco Joseph Schumpeter (1961) formulou a teoria que revestiu a democracia de uma abordagem realista. Partindo de uma crítica à teoria utilitarista da democracia, Schumpeter formula a teoria da democracia competitiva. A base dessa teoria reside na premissa da miopia informacional nos processos decisórios de políticas. Miopia que é mais aguda no eleitor que na classe política – mas atinge a ambas. Schumpeter refuta a ideia utilitarista de que a política é orientada pelo bem comum. Um bem comum como noção de fácil definição racionalmente falando. Assim, “não há [...] um bem comum inequivocamente determinado que o povo aceite ou que possa aceitar por força de argumentação racional” (SCHUMPETER, 1961, p. 306). A segunda refutação de Schumpeter diz respeito à noção de vontade geral. A ideia de que se pode construir uma vontade geral pela unificação das vontades individuais mediada pela discussão racional é uma quimera. Por fim, em termos decisórios, a racionalidade dos cidadãos nos negócios públicos não é completa, mas, limitada – sobretudo quando as questões são nacionais ou internacionais. Apenas no plano local o povo revelaria maiores e melhores informações sobre os negócios públicos.

Qual seria, segundo Joseph Schumpeter (1961), o papel do povo nas democracias? Sua resposta é categórica: o papel do povo não é tomar decisões políticas (em substituição aos governos), mas eleger um governo que construa um Poder Executivo nacional para tomar decisões. Para Schumpeter (1961, p. 323), “[...] o método democrático é um sistema institucional, para tomada de decisões políticas, no qual o indivíduo adquire o poder de decidir mediante uma luta competitiva pelos votos do eleitor.” A democracia, portanto, é o processo de competição pelo governo cujo método eleitoral é o único reconhecido e aceito para formação dos maiores governantes. Essa definição de democracia reconhece o devido espaço para a liderança que, segundo Schumpeter, fora negligenciada pela teoria clássica. Neste sentido, a liderança sempre representou um “[...] mecanismo dominante em praticamente todas as ações coletivas [...]”. (SCHUMPETER, 1961, p. 329). Na democracia competitiva, as vontades coletivas autênticas podem permanecer latentes por longos períodos, até serem transformadas em políticas públicas por lideranças representativas – os *policymakers*.

Um dos mais importantes teóricos e estudiosos das organizações – senão o maior –, Herbert Simon (2014) desenvolveu os *insights* de Joseph Schumpeter (1961) quanto à racionalidade completa (sinóptica) nos processos decisórios políticos e organizacionais. A racionalidade sinóptica é tributária da teoria econômica neoclássica da era do *laissez-faire* – que prevaleceu de meados do século XIX a meados do século XX. Por racionalidade sinóptica entende-se a ideia básica de que as organizações e o “homem econômico” decidem de forma racional, que tal racionalidade é completa. Assim, a teoria da racionalidade sinóptica parte da premissa de que os tomadores de decisões conhecem todos os aspectos relevantes dos processos, se não de forma absolutamente completa, pelo menos de forma clara e ampla (SIMON, 2014, p. 143). Para Herbert Simon (2014, p. 143), os tomadores de decisões dispõem, ainda, de um “sistema estável e bem organizado de preferências e uma competência em cálculo [...]”, que lhes capacitam a avaliar possibilidades, “[...] entre os vários cursos alternativos de ação disponíveis, não de permitir-lhe alcançar o ponto possivelmente mais elevado em sua escala de preferência”. Todavia, para Simon, nos processos políticos e organizacionais empíricos as decisões encontram-se limitadas em termos de racionalidade devido a uma série de razões, tais como: informações incompletas, imperfeitas e restrições do tempo para tomada de decisões, autointeresse dos *policymakers*, etc. Portanto, dessa perspectiva, “[...] a racionalidade dos indivíduos seria limitada pelas informações disponíveis, por suas características (e restrições) cognitivas e pelo tempo e recursos limitados de que dispõem para decidir” (MARQUES, 2013,

p. 26). Da perspectiva da teoria da racionalidade limitada, o processo decisório de políticas e nas organizações exige um afastamento da ideia de decisões otimizadas. Em outros termos, seria impossível aos *policymakers* ponderar nos processos decisórios todas as alternativas e cenários possíveis das políticas.

Charles Lindblom (2014) – importante cientista político norte-americano entre as décadas de 1950 e 1970 – foi um crítico consistente da teoria da racionalidade sinóptica. Para Lindblom (2014), as decisões tomadas na esfera política e das organizações não são capazes de maximizar os produtos em termos de satisfazer o conjunto das alternativas e cenários disponíveis a custos mínimos (LINDBLOM, 2014, p. 193). Em resposta, formulou o que se tornaria uma das mais importantes abordagens nos estudos dos processos decisórios políticos e organizacionais: *a teoria das decisões incrementais, a qual sustenta que, nas experiências de reformas em Estados democráticos, as decisões de políticas públicas, na maior parte das vezes, são incrementais* (grifos nossos Assim, propostas de políticas públicas que promovam alterações profundas e completas terão menores chances de êxito. Como, em regra, as questões são complexas e a racionalidade é limitada, a mudança incremental é exploratória e está associada às tentativas de erros e acertos. Neste sentido, “[...] em toda controvérsia política, ela [*a reforma*] diminui a proporção das apostas e, assim, anima os perdedores a suportar suas perdas, sem quebra do sistema político” (LINDBLOM, 2014, p. 198). Portanto, em um quadro de informações opacas e custos elevados – que costuma envolver as decisões de políticas – é razoável reduzir as apostas. Mudanças incrementais seriam mais sucessíveis de êxito porque, dentre outras razões, estão em maior sintonia com a teoria da racionalidade limitada, os interesses dos *policymakers* e os constrangimentos institucionais. Trata-se de uma abordagem teórica claramente pensada para tomada de decisões em ambientes democráticos. Neste sentido, como apontou Eduardo Marques (2013, p. 29), “[...] demonstra o caráter intrinsecamente político do processo de produção de políticas [...], envolvendo negociações entre decisões, mesmo que de forma indireta.”

Por fim, na teoria das decisões incrementais de políticas presume-se que as mudanças não são nem conservadoras nem lentas, como pode parecer à primeira vista. Isso porque, “uma sequência de pequenas mudanças pode produzir alterações drásticas no *status quo* de uma forma mais rápida do que o faria uma grande mudança política, implementada apenas uma vez ou outra” (LINDBLOM, 2014, p. 198). Nas decisões incrementais, os passos podem ser dados de forma rápida porque as mudanças são incrementais. Estes passos “[...] não suscitam grandes

antagonismos e grandes dissidências, como o fazem as propostas de mudanças drásticas” (LINDBLOM, 2014, p. 199). Por outro lado, nas decisões incrementais é possível a prática do ajustamento mútuo entre os *policymakers*. O ajustamento das escolhas entre as diversas partes envolvidas expressa uma decisão fragmentada/descentralizada de políticas que múltiplos atores exercem influências nas decisões. Por este conceito de ajustamento das escolhas das partes, a concepção de decisão incremental propiciaria a solução do problema de interdependência e da coordenação entre os *policymakers*, na medida em que cada um poderá ajustar suas escolhas, ao longo do tempo, levando em conta as escolhas dos demais (MARQUES, 2013, p. 29). A importância da teoria incrementalista reside, ainda, na ideia de que as políticas públicas incrementais poderiam, inclusive, ser revertidas em negociações subsequentes, um processo que Charles Lindblom denominou de “comparação limitada sucessiva” das alternativas.

4. A política do apito para cão e o reforço dos extremos

Os modelos matemáticos que traçam padrões sociais (preditivos) são antigos – a exemplo dos modelos de análise de regressão –, apenas não tinham a escala de aplicabilidade que a *Big Data* possibilitou. O matemático sueco David Sumpter (2019) mostra como, de forma simples e em escala reduzida, utilizando algoritmos, é possível aplicar a Teoria do Big Five e traçar personalidades de grupos e indivíduos.² Selecionando 32 amigos no Facebook, a partir de 15 publicações, categorizadas em atividades públicas e privadas, e tabuladas em uma matriz com 13 colunas e 32 linhas, foi possível saber que o pequeno grupo apresenta três categorias: a que publica sobre trabalho, a que publica sobre família e uma terceira, que publica sobre ambas (SUMPTER, 2019, p. 29-30).³ Todavia, ao aumentar o número de dimensões, surge um problema: a difícil visualização dos dados, porque “nosso cérebro é limitado a funcionar em duas ou três dimensões, uma vez que é dessa forma que vivemos nosso cotidiano” (SUMPTER, 2019, p. 30). A solução para essa limitação foi simplificar o modelo, produzindo duas imagens bidimensionais que captassem os padrões de comportamento do grupo social. Assim, indivíduos que costumam publicar sobre estilo de vida (alimentação e viagens) não costumam publicar

²A Teoria do Big Five ou modelo dos Cinco Grandes Fatores teve origem nas pesquisas sobre personalidade, nas teorias fatoriais e de traços de personalidade, cujo pioneiro a desenvolvê-la foi McDougall, na década de 30, ao conceber que a análise da linguagem de uma população ajudaria a compreender a sua personalidade, analisada a partir de cinco fatores independentes. Os trabalhos de McDougall inspiraram diversas pesquisas e estudos sobre o assunto.

³Família/parceiro, atividades ao ar livre, trabalho, piadas/memes, produtos/propaganda, política/notícias musica/esportes, ativismo e estilo de vida.

sobre política/notícias. As duas dimensões se correlacionam negativamente: “amigos que compartilharam fotos de um restaurante recém-visitado tenderam a não dar opinião sobre temas atuais” e, por outro lado, “[...] amigos que escreveram sobre música, cinema e esporte também tenderam a compartilhar piadas e memes” (SUMPTER, 2019, p. 30). Surgem alguns casos em que há publicações múltiplas: música, cinema, notícias e política – uma terceira dimensão. Aplicando o método de ACP (*Principal Component Analysis*)⁴, a categorização permitiu visualizar três dimensões: i) público *versus* pessoal – cujos membros estavam vocacionados ao debate público *versus* os que se dedicavam à vida pessoal; ii) cultura *versus* local de trabalho – categoria cujas postagens sobre cultura *versus* local de trabalho se caracterizavam por representar momentos de relaxamento após conferências (trabalho). Por fim, o resultado é que, dispostos em um gráfico bidimensional, visualizam-se três categorias: “pessoas que usam o Facebook com foco em sua vida pessoal; pessoas que usam o Facebook com foco em seu trabalho e estilo de vida pessoal; pessoas que usam o Facebook para comentar eventos variados da sociedade” (SUMPTER, 2019, p. 31). A classificação capturou, de forma precisa, as similaridades e diferenças existentes no pequeno grupo. Assim, “é impressionante como apenas 15 publicações conseguem capturar nossas vidas. Imagine o que o Facebook consegue fazer com bilhões de publicações” (SUMPTER, 2019, p. 36). Aqui surge um problema que exige resposta: o fenômeno da caixa-preta ou ausência de transparência na construção dos modelos de predição algorítmicos.

17

O caso *Cambridge Analytica* se tornou paradigmático por duas razões: a invasão de privacidade de milhões de cidadãos americanos e por aplicar em larga escala modelos de predição matemáticos baseados na Teoria do Big Five para fins eleitorais nas campanhas de Ted Cruz e Donald Trump em 2016.⁵ Corretamente, um dado importante, revelado por uma das principais cientistas de dados da empresa – responsável pela campanha de Ted Cruz e Donald Trump em 2016 –, Brittany Kaiser (2020), é que os interesses da *Cambridge Analytica* no mercado americano se devem à ausência de leis de proteção de dados naquele país (o que explica a grave violação de privacidade). Um primeiro contrato foi realizado com a campanha de Ted Cruz, senador pelo Texas, e candidato nas Primárias à indicação do Partido Republicano a eleição

⁴Trata-se de método estatística que reduz um conjunto de variáveis correlacionada um grupo menor de variáveis não-correlacionadas. Restando os componentes principais, que são capazes de gerar padrões.

⁵Trata-se de uma empresa consultora em marketing político de origem inglesa – já falida –, subsidiária do SCL Group. A empresa prestou consultoria em vários países, como Europa, Ásia, África e Estados Unidos.

presidencial de 2016. Assim, “pelo que vi, a *Cambridge* havia feito um bom trabalho apoiando a campanha e o comitê de ação política ao transformar Cruz de ovelha negra do Congresso em um nome familiar e um senador conhecido” (KAISER, 2020, p. 185). Ted Cruz não obteve a indicação do Partido Republicano – desistindo da campanha bem antes do fim. No entanto, o trabalho da *Cambridge* foi anunciado como uma grande vitória do marketing político baseado nos modelos de predição e anúncios personalizados de impulsionamento algorítmico. Para Brittany Kaiser, “o triunfo de longa data da campanha de Cruz foi anunciado em jornais e canais de TV nos Estados Unidos, chegando a ser conhecido em outros lugares do mundo [...]”. (KAISER, 2020, p. 185). Se isso de fato representou uma vitória ou não, o certo é que a consultoria usou o “triunfo” como trampolim para realizar seu mais importante contrato com uma campanha presidencial: a de Donald Trump à eleição nacional em 2016.

A campanha de Donald Trump foi uma das que mais gastou com marketing digital. Somente os gastos com a *Cambridge Analytica* representaram 100 milhões de dólares. Das *Big Techs*, o Facebook recebeu a maior parte desses recursos. Não sem razão, a chave de compreensão do escândalo de violação da privacidade de milhões de cidadãos americanos reside neste fato. Tamanho gasto fez aumentar a oferta de dados e serviços pelas plataformas digitais à campanha de Donald Trump. As *Big Techs* – Facebook, Google e Twitter – ofereceram à campanha de Trump importantes serviços. Apresentaram “[...] novas ferramentas e serviços que poderiam ajudar as campanhas em tempo real” (KAISER, 2020, p. 191). Mais que isso, revela Kaiser, “os gigantes das mídias sociais estavam oferecendo não apenas novas tecnologias, mas mão de obra também” (KAISER, 2020, p. 191). A essa mão de obra extra, o Facebook denominou de “atendimento ao cliente”; o Google chamou de trabalho em “caráter consultivo”; e o Twitter, por sua vez, de “mão de obra avulsa”. Por outro lado, a campanha de Hilary Clinton, afirma Kaiser, não aceitou os serviços das *Big Techs*. Em que consistiam tais serviços? Consistiu na agregação de *lookalikes* (público semelhante), ferramenta que permite segmentar e encontrar novos usuários cujos interesses, tendências e comportamentos mostram-se similares a uma base de dados pré-construída. A partir dessa agregação, pode-se “criar públicos personalizados e implementar os chamados *dark ads*, conteúdos que somente algumas pessoas poderiam ver nos seus *feeds*” (KAISER, 2020, p. 192). O recurso aos termos de pesquisa consumiu muitos recursos. Uma busca no Google por “Trump”, “Guerra” e “Iraque” revelava que a adversária votou a favor da Guerra, enquanto Trump se opôs à Guerra.

Não apenas termos de pesquisas foram construídos para mostrar as falhas da adversária, como *fake news* foram disseminadas com a complacência das *Big Techs*. David Sumpter (2019) chamou atenção para o fato nos seguintes termos: “a questão não é se *fake news* existem ou não. Há poucas dúvidas a respeito. A questão é o quanto elas influenciam nossos pontos de vista políticos. Será que vivemos num mundo pós-verdade?” (SUMPTER, 2021, p. 179). Estudando este período da história recente, Matthew D’Ancona (2018) associa as *fake news* ao fenômeno mais amplo da pós-verdade. Para D’Ancona, não é à toa que a ascensão do conceito de pós-verdade tenha ocorrido no contexto da eleição de Donald Trump, em 2016. Também não foi por acaso que o *Oxford Dictionaries* elegeu a pós-verdade como palavra do ano de 2016. Assim, “a *web* é um vetor definitivo da pós-verdade, exatamente porque é indiferente à mentira, à honestidade e à diferença entre os dois” (D’ANCONA, 2018, p. 55). Por sua vez, os mercadores da atenção competem pela nossa atenção e “fazem quase para nos distrair e nos envolver” (D’ANCONA, 2018, p. 54). Portanto, o próprio modelo de negócios da *web*, baseado em anúncios de bens e serviços e *likes* dos potenciais, constitui um forte incentivo à proliferação de *fake news*.

Para David Sumpter (2018), podemos afirmar que “[...] há muitas *fake news* escritas, mas elas são esquecidas de imediato e raramente são levadas a sério” (SUMPTER, 2021, p. 181). No entanto, não é possível – nem sempre – desprezar os efeitos deletérios da disseminação de *fake news* pelos algoritmos da Google. Para ilustrar a afirmação, traz o exemplo de uma *fake news* sobre a contagem de votos e irregularidades nas eleições americanas de 2016. Uma busca por “números finais das eleições” levava a uma página denominada *70 News*, que trazia a seguinte mensagem: “Trump ganhou tanto no voto popular quanto no colégio eleitoral”, o que era absolutamente inverídico, já que Hilary Clinton havia vencido a eleição no voto popular. A surpresa era que a campanha de Trump lhe dava a vitória no voto popular a partir da *fake news* em que a página *70 News* afirmava que mais de três milhões de imigrantes ilegais haviam votado na eleição presidencial de 2016. Assim, “supondo que a maioria desses ilegais votou em Hilary Clinton, a *70 News* conclui que Trump havia, de fato, ganho no voto popular” (SUMPTER, 2021, p. 182). Dessa forma, ainda que conspirações e *fake news* surjam no interior das câmaras de ecos de militantes conservadores extremistas, elas acabam ultrapassando estes limites. O que surpreende não é a existência deste tipo de “notícia” em páginas de direita. Surpreende o alcance que elas ganham na classificação de empresas como o Google. Para David Sumpter (2021, p. 182), exemplos como este, muito comum, revelam que as *Big Techs* – a exemplo do Facebook e do Google – estão sendo pegadas por *circuitos de feedback*. Foi assim que “o algoritmo

do Google deixou-se levar com a celebração da vitória e colocou a publicação como notícia de primeira página” (SUMPTER, 2021, p. 183). Ao elevar as buscas e compartilhamentos de certos termos, os algoritmos elevam o grau de classificação de “notícia”, ainda que sejam falsas. O engajamento é a única atividade que interessa ao *business model* das plataformas digitais. Para Giuliano Da Empoli (2021, p. 145), “que esse valor aumente em função de um bombardeio de poemas de Rainer Maria Rilke ou de *fake news*, pouco importa para o Facebook”.

Os defensores da política da IA retomaram a defesa de teorias sobre processos decisórios de políticas há muito tempo superadas. Desde os anos de 1950 do século XX que teóricos e observadores relevantes da política e das organizações descobriram os limites da racionalidade nos processos decisórios de políticas nos regimes democráticos e nas organizações

Retomando a questão dos modelos matemáticos de predição, a cientista de dados Cathy O’Neil (2020) aponta os riscos do uso político-ideológico das novas tecnologias a partir de tais modelos, riscos que foram potencializados com os avanços da IA e dos algoritmos. Assim, da perspectiva da democracia, os avanços da IA, da *Big Data* e dos algoritmos opacos conduzem ao que O’Neil denominou de *Algoritmos de Destruição em Massa* (ADMs). Na era da *Big Data*, os modelos matemáticos são construídos para traçar perfis de indivíduos e grupos sociais visando os mais diversos interesses – dos interesses comerciais aos interesses políticos. Todavia, ao construir um modelo de predição de padrões, “fazemos escolhas sobre o que é importante o bastante para ser incluído [...]” (O’NEIL, 2020, p. 33). Aqui reside a chave da compreensão dos riscos da utilização dos modelos de predição: ainda que sejam reputados imparciais, refletem objetivos, escolhas e ideologias dos seus construtores. Neste sentido, “nossos próprios valores e desejos influenciam nossas escolhas, dos dados que optamos por coletar às perguntas que fazemos. Modelos são opiniões embutidas em matemática” (O’NEIL, 2020, p. 35). E, exatamente, por serem “opiniões embutidas em matemática” que refletem escolhas, objetivos e ideologias, em que, funcionando ou não, é algo que não preocupa os construtores. Portanto, em casos específicos, é preciso indagar sobre quem construiu e o que pretende alcançar com tal modelo.

Uma vida política baseada na racionalidade perfeita, em que o governo se resume a uma simples equação matemática, reduzindo ao máximo as margens de irracionalidades e incertezas, constitui um ideal que, embora impossível, além de autoritário, persegue teóricos e estadistas ao longo da história. Para o ensaísta italiano – estudioso das políticas das plataformas digitais – Luciano Da Empoli (2020), uma vida política baseada na racionalidade perfeita parece mais

próxima na era da IA. Na sociedade digital, afirma, “[...] cada um de nós desloca-se voluntariamente com sua própria ‘gaiola de bolso’, um instrumento que nos torna rastreáveis e mobilizáveis a todo o momento” (DA EMPOLI, 2020, p. 145). O fluxo maciço de dados produzido pelas *Bic Tecs* levou a enormes desafios de interpretação. Surge, assim, o “físico” de dados. “E é aí que pesa a vantagem competitiva do físico, que, ao contrário do político, está habituado a trabalhar com uma quantidade infinita de dados” (DA EMPOLI, 2020, p. 145). Os avanços na AI, na *Big Data* e nos algoritmos geraram transformações *disruptivas* nas formas de marketing político. Dessa forma, “[...] o trabalho dos físicos estatísticos permite enviar uma mensagem personalizada a cada eleitor com base em suas características individuais” (DA EMPOLI, 2020, p. 152). Com os avanços da IA, hábitos, preferências, emoções, paixões etc. podem ser mensuráveis, de forma que a eficácia das mensagens não reside apenas na personalização, mas também em evitar que temas controversos, assumidos por candidatos para conquistar certos eleitores, gerem ruídos – encerrando um dilema ético (DA EMPOLI, 2020, p. 152). Assim, na política do apito para cão (*dog whistle politics*), os mais controversos assuntos podem ser abordados, desde que – a partir da construção de perfis de personalidades – sejam endereçados àqueles que se revelarem sensíveis a tais assuntos. Isso é potencializado pela lógica de negócios das *Big Tecs*, baseada no extrativismo de dados, que tem a adesão voluntária dos próprios indivíduos (DA EMPOLI, 2020, p. 145). Nossa personalidade está sendo clicada e armazenada no interior das plataformas digitais em ritmo frenético todos os dias (SUMPTER, 2021). Para David Sumpter (2021), o nível de detalhes do que é revelado nas redes sociais, em regra, reservamos apenas àquelas pessoas mais íntimas. Ainda, ao contrário dos nossos íntimos, plataformas como o Facebook estão “sistematicamente armazenando, processando e analisando nosso emocional. Ela está rotacionando nossa personalidade em centenas de dimensões, de modo que possa encontrar a direção mais fria e racional para nos estudar” (SUMPTER, 2021, p. 41). Estamos, afirma o autor, dominados pelos números; nossas personalidades estão sendo esquadrihadas em centenas de dimensões, as emoções enumeradas, cujo objetivo é prever nossos comportamentos futuros.

A campanha eleitoral de Donald Trump em 2016, com o auxílio dos serviços técnicos das *Big Techs* – que cometeram graves crimes de invasão de privacidade contra milhões de cidadãos americanos –, testou cerca de 5,9 milhões de mensagens personalizadas (com conteúdos diferentes) contra apenas cerca de 66 mil da adversária Hilary Clinton. Além de dirigir anúncios personalizados para potenciais eleitores, na lógica da política do apito para cão (*dog*

whistle politics), a campanha de Donald Trump se utilizou deste tipo de mensagens para desestimular os eleitores de Hilary a não comparecerem às urnas (DA EMPOLI, 2020). Em particular, as mensagens personalizadas se dirigiam a três segmentos do eleitorado: “[...] os liberais idealistas, brancos, que haviam apoiado a campanha de Bernie Sanders, o rival democrata de Hilary durante as primárias; as mulheres jovens de 18 a 36 anos; e os afro-americanos residentes em bairros conturbados” (DA EMPOLI, 2020, p. 153). As mensagens ligavam Hilary aos setores financeiros (“Partido de Davos”), à corrupção, a supostos negócios nebulosos do marido, aos escândalos sexuais do marido, em que Hilary foi mostrada como cúmplice das perversões do esposo, o ex-presidente Bill Clinton. Por fim, os afro-americanos residentes em bairros conturbados foram alvo de mensagens sobre as reformas na assistência social, em que se enfatizou o fim dos auxílios incondicionais, além de um polêmico discurso de Hilary Clinton, no qual classificou como “superpredadores”, “que deveriam ser postos de joelhos”, certa categoria de homens negros.

Em conclusão, observada no calor dos fatos, a vitória eleitoral de Donald Trump em 2016 foi encarada como acontecimento aleatório, resultante de uma confluência de circunstâncias que muitos imaginaram inseridas na lógica dos “cisnes negros” (MOORE, 2022; DA EMPOLI, 2020). No entanto, “[...] as surpresas políticas estão se tornando a norma” (MOORE, 2022, p. 10). E essas surpresas que estão se tornando normas, para Martin Moore (2022), resultaram das transformações que a tecnologia produziu na atividade política. Há razões para se apontar que as crises das democracias liberais ocidentais se devam à raiva dos cidadãos ao *establishment* político, à globalização e às políticas neoliberais. Todavia, na história, não são incomuns essas frustrações, mas os resultados foram bem distintos dos atuais. Segundo Martin Moore (2022, p. 9-15), as transformações que a tecnologia provocou na vida política podem ser resumidas da seguinte forma: (i) a democracia de partidos estabelecidos, rígidos hierarquicamente e de centro, está colapsando; (ii) perda da centralidade da informação e instrução política dos veículos de comunicação tradicionais; (ii) perda de legitimidade do conceito de representação política por meio de eleições periódicas; (iii) mudanças profundas nas formas de comunicação política, em que as campanhas eleitorais “[...] são alimentadas por uma central que a supre de montanhas de dados dos eleitores, submetidos a modelos algorítmicos complexos e usados para o envio de mensagens direcionadas com precisão milimétrica aos eleitorais mais cobiçados” (MOORE, 2022, p. 10); (v). Por fim, na lógica da política do apito para cão – em que as mensagens podem ser direcionadas aos eleitores mais cobiçados –, o centro político perde força e os extremos se

reforçam. Esses métodos – construção de perfis e mensagens personalizadas – funcionam “[...] melhor para quem ocupa os extremos do que para quem se posiciona no centro, para os desejosos de transgredir princípios e convenções políticas e para os dispostos a ignorar normas éticas” (MOORE, 2022, p. 13). Neste sentido, a revolução nas comunicações digitais permitiu a abertura a quem antes não tinha nenhuma, bem como abriu espaço para quem se esquivava do dever de cumprimento da ética, das normas, das leis e práticas convencionais da política e coletiva.

5. CONCLUSÃO

Colocamos como problema de pesquisa a ideia segundo a qual, se, por um lado, a internet é um território livre e autônomo que permite a segurança necessária ao engajamento político e social autônomo, por outro lado, o controle e vigilância exercidos pelas *Big Techs*, a partir da utilização dos modelos matemáticos de predição orientados pelos interesses e ideologias das empresas de tecnologia e pelas forças hegemônicas do capitalismo central, tornam essa autonomia limitada pelas manipulações da Inteligência Artificial. Não há dúvida de que as plataformas digitais são canais horizontais e interativos de autocomunicação de massa, livres e autônomos, que permitem a indivíduos e coletividades o exercício autônomo da contestação pública. As revoluções digitais no início da segunda década dos anos 2000 atestam essa condição da internet como território livre e autônomo que possibilita a ação autônoma de indivíduos e grupos sociais. Todavia, é inegável, também, que essa autonomia encontra solo mais fértil em relação ao Estado e menos em relação aos poderes privados das *Big Techs* e aos valores políticos e econômicos hegemônicos por elas representados. A vigilância, manipulação algorítmica e a capacidade que as *Big Techs* têm de dismantelar as instituições das democracias liberais não é irrelevante. Quando elas próprias não fazem isso, permitem que grupos e indivíduos o façam. O poder e as capacidades das empresas de tecnologia de manipular e impor uma visão hegemônica decorre de duas razões: primeiro, as plataformas digitais são poderosos blocos econômicos com projetos mercantis de dominar o mundo. Elas constituem um emaranhado de poder geopolítico e finanças globais, cujo controle do que pensamos, consumimos e inclinações político-ideológicas não tem precedente na história. Segundo, baseado no extrativismo de dados, as *Big Techs* impõem modelos matemáticos de predição com uma pretensão de realizar uma política neutra ideologicamente e capaz de gerar uma racionalidade sinóptica. No entanto, tal pretensão não passa de uma política de gerenciamento de efeitos. Uma política democrática busca as causas dos problemas. A política da IA apela para as ideias de custos baixos e

neutralidade ideológica, quando, na verdade, tais apelos desprezam o fato de que as injustiças históricas não podem ser deixadas de fora das decisões políticas, sob pena de comprometer a existência da própria democracia. Por outro lado, os defensores da política da IA retomaram a defesa de teorias sobre processos decisórios de políticas que foram superadas há muito tempo.

Por fim, os modelos de predição algorítmicos mudaram profundamente as comunicações políticas. Na lógica da política do apito para cão, em que as mensagens são personalizadas e direcionadas aos eleitores mais cobiçados, os modelos matemáticos são construídos para traçar perfis de indivíduos e grupos sociais visando os mais diversos interesses. No entanto, ao construir um modelo de predição de padrões, fazemos escolhas sobre o que é ou não, de uma perspectiva ideológica, importante incluir ou excluir. Os modelos de predição representam opiniões embutidas em matemática e, por essa razão, refletem escolhas, objetivos e ideologias dos seus construtores. Assim, na lógica da política do apito para cão, os assuntos mais controversos são abordados sem o risco de aqueles que são sensíveis tomarem consciência. Por fim, tais métodos enfraquecem as forças da política de centro e reforçam os extremos políticos. Em outros termos, os modelos de predição focados em perfis e mensagens personalizadas são mais vantajosos para aqueles que ocupam os extremos, aqueles que escolhem transgredir princípios e ignorar as normas éticas.

REFERÊNCIAS

ATIVISMO *nas Redes Sociais: características, impactos e exemplos*. Disponível em: <https://fia.com.br/blog/ativismo-nas-redes-sociais/>. Acessado em 15/02/2026.

ATIVISMO *digital: 16% dos brasileiros assinaram petições online em 2021*. Disponível em: <https://tiinside.com.br/07/01/2022/ativismo-digital-16-dos-brasileiros-assinaram-peticoes-online-em-2021/>. Acessado em 10/02/2026.

BAUER, Martin *et al*. Qualidade, quantidade e interesses do conhecimento: evitando confusões. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George. Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático; tradução Pedrinho A. Guareschi. – São Paulo: Editora Vozes, 2002.

BRAUM, Júlia. 13 de junho de 2013: a noite que durou 10 anos. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/articles/coj5125089do>. Acessado em 15/02/2026.

CASTELL, Emanuel. *Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet*; Carlos Alberto Medeiros. – Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

D'ANCONA, Matthew. *Pós-Verdade: A Nova Guerra Contra os Fatos em Tempos de Fake News*; tradução Carlos Szlak. – São Paulo: Faro Editorial, 2018.

EMPOLI, Giuliano Da. *Os engenheiros do caos*; tradução de Arnaldo Bloch. 1. ed. São Paulo: Vestígio, 2019.

GOHN, Maria da Glória. *Manifestações e protestos no Brasil: correntes e contracorrentes*. – São Paulo: Cortez Editora, 2017.

KAISER, Brittany. *Manipulados: como a Cambridge Analytica e o Facebook invadiram a privacidade de milhões e botaram a democracia em xeque*; tradução Roberta Chapp e Bruno Fiuza. – Rio de Janeiro: Harper Collins, 2020.

LEIGH, David; HARDING, Luke. *Wikileaks: a guerra de Julian Assange contra os segredos de Estado*; tradução Ana Resende. – Campinas, SP: Verus, 2011.

LINDBLOM, Charles. *Muddling through 2: a ubiquidade da decisão incremental*. In. HEIDEMAN, Francisco; SALM, José Francisco. *Políticas públicas e desenvolvimento: bases epistemológicas e modelos de análise*. – Brasília: Editora Universidade de Brasília, 3ª Edição, 2014.

MARCONI, Marina Andrade; LAKATOS, Eva Maria. *Fundamentos de metodologia*. – São Paulo: Editora Atlas, 2007.

MAGRANI, Eduardo. *Democracia conectada: a internet como ferramenta de engajamento político-democrático*. São Paulo: FGV, 2014.

MARCONI, Marina Andrade; LAKATOS, Eva Maria. *Fundamentos de metodologia*. – São Paulo: Editora Atlas, 2007.

MARQUES, Eduardo. *As políticas públicas na ciência política*. In. MARQUES, Eduardo; FARIA, Carlos Aurélio Pimenta de. (org.). *A política pública como campo multidisciplinar*. – São Paulo: Editora Unesp, 2013.

MOORE, Martin. *A democracia hackeada: como a tecnologia desestabiliza os governos mundiais*. – São Paulo: Editora Hábito, 2022.

MOROZOV, Evgeny. *Big tech: a ascensão dos dados e a morte da política*; tradução Cláudio Marcondes. - São Paulo: Ubu Editora, 2018.

CORREÇÃO: O'NEIL, Cathy, *Algoritmos de destruição em massa: como o big data aumenta a desigualdade e ameaça a democracia*. - tradução Rafael Abraham. - Santo André, SP: Editora Rua do Sabão, 2020.

RODOTÀ, Stefano. *A vida na sociedade da vigilância: a privacidade hoje*; tradução Danilo Doneda e Luciana Cabral Doneda. – Rio de Janeiro: Renovar, 2007.

RICHARDISON, Roberto Jarry. *Pesquisa social: métodos e técnicas*. – São Paulo: Editora Atlas, 1999.

RIFKIN, Jeremy. *A era do acesso: a transição de mercados convencionais para networks e o nascimento de uma nova economia*; tradução Maria Lucia G. L. Rosa. – São Paulo: Editora Makron Books, 2002.

SILVA, Izabella Brito; NAKANO, Tatiana de Cássia. – Modelo dos cinco grandes fatores da personalidade: análise de pesquisas. Avaliação Psicológica; vol.10 no.1 Porto Alegre abr. 2011. Disponível em: https://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1677-04712011000100006. Acessada em 13/03/2026.

SCHWAB, Klaus. A quarta revolução industrial; tradução Daniel Moreira Miranda. – São Paulo: Edipro, 2016.

SIMON, Herbert. Modelo comportamental de escolha racional. In. HEIDEMAN, Francisco; SALM, José Francisco. Políticas públicas e desenvolvimento: bases epistemológicas e modelos de análise. – Brasília: Editora Universidade de Brasília, 3ª Edição, 2014.

WE ARE SOCIAL. DataReportal 2026 Brazil. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2026-brazil#:~:text=The%20%E2%80%9Cstate%20of%20digital%E2%80%9D%20in,percent%20of%20the%20total%20population>. Acessado em 20/02/2026.

_____. Digital 2026 Global Overview Report. Disponível em: <https://wearesocial.com/uk/blog/2025/10/digital-2026-global-overview-report/>. Acessado em 12/02/2026.