

TEMPORADA 06, EPISÓDIO 4

Título: Redes da discórdia

Roteirista: Pedro Belo

TRECHO DO FILME ESQUECERAM DE MIM

[Kevin] Droga, todo mundo aqui nessa casa me odeia.

[Mãe] Então deveria pedir outra família para o Papai Noel

[Kevin] Eu não quero outra família, família é um saco.

[Mãe] Espero que não esteja falando a verdade. Acho que ficar muito triste se acordar amanhã e não tiver uma família.

[Kevin]: Não vou, não.

[Mãe] Então tente de novo. Quem sabe não acontece.

[Kevin] Eu espero nunca mais ver vocês!

MEGHIE: Seja sincero: quantas vezes no Natal você não quis que pelo menos uma parte da sua família desaparecesse, que nem o Kevin, do Esqueceram de Mim? Algum tio mais complicado, vai, por um tempinho que fosse.

TRECHO DO FILME ESQUECERAM DE MIM

[Kevin]: Eu fiz minha família desaparecer.

MEGHIE: Tá bom, muitas pessoas se dão bem com os parentes ou tão acostumadas com uma convivência próxima. Mas é que nas festas de final de ano às vezes parece que a gente não tem espaço para organizar a cabeça, e ainda vira-e-mexe surgem aqueles papos de política que sempre dão briga, ainda mais nos dias de hoje.

MEGHIE: Então para você que já está ficando ansioso só de ouvir isso, o Pedro Belo, o produtor aqui do podcast, foi buscar umas dicas com o neurocientista e psicólogo Paulo Boggio.

PAULO BOGGIO

[Pedro] Então uma dica com a ceia de Natal, aí, antes de começar o papo bravo: joga um jogo.

[Paulo Boggio] Joga um jogo, exato, fala o que têm em comum, exato. Busca o que têm em comum, busca escutar o outro. Escutar o outro é uma das melhores coisas, né?

PEDRO: Oi gente, Pedro aqui. Eu prometo que esse não é um episódio para desabafar sobre as tretas de fim de ano; não só sobre isso, pelo menos. Eu estou assumindo o microfone aqui porque esse episódio é também o meu trabalho de conclusão de curso na Especialização em Jornalismo Científico do Laboratório de Estudos Avançados em Jornalismo, o Labjor da Unicamp. Então, como me disse o Theo antes de gravar aqui, esse episódio é ciência sendo feita, de certa forma. A minha missão ao longo dos

últimos meses foi pesquisar, apurar e produzir um episódio aqui sobre como as redes sociais promovem a desinformação, o conspiracionismo e a radicalização nas redes, e como isso pode sabotar a ciência e a comunicação científica. Eu também assumi um desafio de fazer esse episódio aqui em um formato de Especial de Natal, já que esse deve ser o último que a gente solta nesse ano do Senhor de 2024. Vai ter mais um episódio em formato de mesacast, e a gente vai dar mais informações sobre isso.

PEDRO: Então é isso, o Paulo Boggio mesmo não é especialista em tratados de paz natalinos. Ele coordena o Laboratório de Neurociência Cognitiva e Social, na Universidade Mackenzie. E vai um outro adendo aqui, para fins de transparência: hoje ele também é, de certa forma, meu chefe. Graças às duas entrevistas que a gente fez com o Paulo nessa temporada, eu passei a atuar fazendo a divulgação das atividades do laboratório, que também é a sede do Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Neurociência Social e Afetiva, o INCT-SANI. Mas o que eu estava tentando entender com o Paulo é se daria para testar alguma das intervenções que ele estuda no dia a dia como pesquisador, em um encontro de final de ano. Para de repente conseguir conversar numa boa com aquele parente que pensa diferente de você, com quem você passou o ano inteiro batendo boca nas redes sociais. A ciência tem resposta, ou pelo menos algum caminho, pra isso?

PAULO BOGGIO

O que a gente tem são estudos que envolvem questões morais, questões afetivas, emocionais e questões relacionadas à cooperação. As pessoas têm que trabalhar em conjunto, interagir e resolver problemas. Então quando a gente pega, por exemplo, mudanças climáticas, a gente precisa de indivíduos trabalhando junto, de governos trabalhando junto, de países trabalhando junto, eles vão cooperar. O problema todo é que isso tudo traz a ideia de que as pessoas compartilhem uma visão de mundo parecida, porque, para elas compartilharem, elas têm que entender o problema mais ou menos da mesma forma.

PEDRO: Mas como a gente chega nisso, em pessoas que pensam diferente, que não conseguem concordar sobre um post de Facebook sequer, convivendo em harmonia para resolver problemas estruturais da humanidade? Ou, vamos ser menos ambiciosos que isso, vai: como que a gente passa por uma refeição só que seja, em paz, sem um bate-boca por causa da “farsa do aquecimento global”?

PAULO BOGGIO

Antes de fazer qualquer tentativa de troca de ideias, você por as pessoas trabalhando em algo em conjunto com a mesma meta. A ideia da cooperação. Então imagina que aqui em cima da mesa, a gente colocasse algo que, para chegar no final, eu e você, a gente ia ter que trabalhar junto, e eu não sei ainda se você pensa X ou Y, vice-versa.

PEDRO: Pode parecer meio inocente, né? Mas o Paulo me contou que essa estratégia de tirar o foco da treta num primeiro momento e criar dinâmicas que estimulem a cooperação com alguém que pensa diferente é coisa séria, que está sendo estudada. O Robb Willer, um sociólogo da Universidade Stanford, chegou a testar mais de 20

tipos de intervenções nesse estudo. Ele gerou o Global Cooperation Project, um projeto de cooperação global, que selecionou algumas das abordagens mais eficientes e vai ser replicado em vários países, inclusive pelo INCT-SANI, que o Paulo coordena. Então, vamos lá, tira o War - bom, talvez o War não, vai -, tira o Imagem e Ação do armário, forma dupla com aquele tio que você gosta mas que não consegue conversar há anos, e bora ver o que acontece.

PAULO BOGGIO

E a gente vai trabalhar junto, então, a gente vai, durante um período, estabelecer uma forma de lidar um com o outro. E no final vai ter um resultado que vai valer para os dois, os dois ganham com aquilo.

PEDRO: E é aí que você começa a ir para o que interessa, para o inevitável, aquela discussãozinha polêmica que uma hora ou outra vai acabar acontecendo.

PAULO BOGGIO

Esse é o tipo da estratégia que também depois facilita pra gente falar assim: “Legal, agora conversem sobre o que que vocês acham sobre o aborto.”

PEDRO: Opa! Tema mais do que polêmico esse, bem capaz de deixar os ânimos exaltados na ceia de Natal, vai? O tema do aborto traz uma série de questões morais, religião... e por outro lado é um tema essencial da saúde feminina, e que pode envolver também questões de violência sexual. Não que a dinâmica proposta pelo Paulo faça milagres, mas a ideia é que, tendo um vínculo positivo e uma dinâmica de diálogo saudável, você consiga estender isso para o debate mais quente, e conseguir atravessar pelo menos parte da resistência do seu tio. Fazer ele baixar a guarda, ouvir um pouco mais, se abrir um pouco mais para ideias diferentes...

THEO: É, Pedrão: o problema é que, hoje, as brigas de fim de ano podem virar brigas diárias por causa do WhatsApp e das redes sociais. Para muita gente, essas plataformas forçaram uma convivência intensa com pessoas que a gente normalmente veria uma, duas vezes ao ano, mas que agora estão sempre ali nas telas. É Natal todo dia, yey. E aí não tem Imagem e Ação que segure, até porque não tem nem o presencial para dar aquela amenizada.

THEO: E nas redes sociais, a desinformação corre bem solta, para dizer o mínimo. Então é basicamente você aguentando seu tio na versão turbinada, disparando um monte de link suspeito sobre como aborto é homicídio, e sobre como isso estaria provado pela ciência. Não está, mas o detalhe é que essa desinformação é estimulada, e disseminada. Então, nesse assunto, você vai ouvir a Débora Salles, pesquisadora do Laboratório de Estudos de Internet e Redes Sociais, o Netlab, da Universidade Federal do Rio de Janeiro.

DÉBORA SALLES

Foi durante a discussão, no ano passado, sobre a ADPF 442, que tinha a ver com a questão dos direitos sexuais reprodutivos, né?

THEO: ADPF é sigla para Arguição de Descumprimento de Preceito Fundamental. É um instrumento que permite ao STF atuar para garantir a ordem constitucional. E a ADPF 442 que ela está falando pedia a descriminalização do aborto até 12 semanas de gestação.

DÉBORA SALLES

Durante o pico dessa discussão, o STF tava avaliando a ADPF, e a Brasil Paralelo lança um documentário sobre aborto.

MEGHIE: Era um documentário sensacionalista, para dizer o mínimo. Mas o lance é que o pessoal do Netlab investigou e viu que a produtora Brasil Paralelo, que diz em seu site que não conta com financiamento de investidores, apenas com assinantes, colocou algumas centenas de milhares de reais para promover esse documentário nas redes. Esses anúncios circularam bem na época que o Supremo Tribunal Federal estava julgando a tal ADPF 442, em 2023. E eles eram super segmentados, iam para ginecologistas, pessoas que trabalham com saúde, pessoas com uma religião declarada.

MEGHIE: O negócio era bagunçar a discussão entre quem estava envolvido nela. Foram mais de 61 milhões de visualizações, que custaram pelo menos 860 mil reais. Só a Brasil Paralelo soltou mais de 3 200 anúncios, e investiu quase 690 mil reais, segundo um estudo do Netlab.

MEGHIE: Parece muito, né? Mas a Débora trouxe para a gente outro dado, que está público na biblioteca de anúncios políticos da Meta, para você ter noção do tamanho da grana que rola nesses círculos. Entre agosto de 2020 e outubro de 2024, a Brasil Paralelo investiu 25 milhões de reais em quase 70 mil anúncios, um pouco mais que o dobro do valor que o governo federal gastou para anúncios na rede no mesmo período.

THEO: O julgamento dessa ADPF acabou sendo suspenso depois de um voto da ministra Rosa Weber para descriminalizar, e de um pedido de destaque do ministro Luís Roberto Barroso. Mas você vê o mesmo modus operandi em outros temas. Quando o assunto é, por exemplo, as mudanças climáticas. Em outubro de 2023, a Débora e a equipe do NetLab publicaram um estudo que acompanhou a repercussão de outro documentário da Brasil Paralelo, o “Cortina de Fumaça”. Para quem não viu, e eu não recomendo ver, ele abusa de teorias conspiratórias, como a de que ONGs internacionais estão de olho na Amazônia, coisa que a gente até já abordou no episódio “Negacionismo climático à brasileira”. Enfim, esse vídeo alcançou 1,8 milhão de visualizações com três meses no ar nas plataformas do Google e da Meta, e não foi por disseminação orgânica, não.

THEO: Uma pesquisa do Netlab concluiu que o algoritmo do YouTube ajudou o conteúdo da Brasil Paralelo a introduzir o debate ambiental em um ecossistema de desinformação, conspiracionismo e extremismo político.

DÉBORA SALLES

Eu acho que o caso da Brasil Paralelo é emblemático por eles serem capazes de aliar os objetivos políticos e econômicos muito bem, usando muito bem as ferramentas que as plataformas oferecem.

THEO: Nesse episódio, a gente vai falar sobre como as redes sociais e as plataformas digitais são um terreno fértil para a circulação da desinformação e do conspiracionismo. E como diferentes atores, inclusive as redes sociais, ganham dinheiro com isso – só pensar nos 25 milhões investidos pela Brasil Paralelo e como eles tiveram resultado. Eu sou o Theo Ruprecht.

MEGHIE: Eu sou a Meghie Rodrigues.

PEDRO: Eu sou o Pedro Belo e esse é o Ciência Suja, o podcast que mostra que em crimes contra a ciência, as vítimas somos todos nós.

[VINHETA DE ABERTURA]

PEDRO: Final de ano é tempo de confraternizar, reunir a família, os amigos e até os colegas da firma. A gente vive em grupo, e é assim desde sempre, por uma questão de sobrevivência. Bem antes de um filho de Deus nascer pobrezinho lá em Belém, bem antes dos pagãos inventarem de se reunir no começo do inverno do Hemisfério Norte para celebrar a colheita que sustentaria a comunidade toda por uma estação gelada e escura, o ser humano já precisava se conectar com o outro.

PAULO BOGGIO

De fato, se eu não alimentar o bebê, ele vai morrer. A questão toda é que, para isso acontecer, eu preciso que esse bebê estabeleça e tenha estabelecido um vínculo com o cuidador. E aí começa uma discussão que a nossa espécie leva muito tempo até o indivíduo ser independente. E para ele ter acesso a todas as questões que resolvem do ponto de vista fisiológico, higiene, alimentação e tal, ele precisa ter vínculo.

PEDRO: O que o Paulo Boggio falou aí é uma discussão super atual na Psicologia: a de que a necessidade de estabelecer vínculos sociais seria tão básica quanto a de se alimentar, ou de dormir.

PAULO BOGGIO

Então essa é uma mudança muito grande que vem dentro da área da Psicologia e por isso que a gente chama inclusive neurociência social, porque a parte social é um Básico. E aí o que que são necessidades básicas sociais: basicamente autoestima, controle, significado de existência e pertencimento.

PEDRO: Como a necessidade de criar vínculos é fundamental para a sobrevivência, o ser humano foi desenvolvendo técnicas para navegar socialmente, para ser aceito, incluído no grupo que faz parte. Você vai literalmente investindo tempo e energia nisso, ou por acaso você não liga, não está nem aí pro que o outro pensa de você?

PEDRO: E aí, quando a gente considera que autoestima e pertencimento são necessidades básicas, dá para entender como as redes tomaram conta da nossa vida. Porque elas intensificaram as relações, elas permitem que a gente se conecte, interaja com um número de pessoas maior do que seria o normal em uma vida analógica.

PEDRO: Aí fica claro também como uma invenção específica dentro do Facebook, lá atrás, foi um ponto de virada na relação que a gente tem hoje com as redes. Eu tô falando de um dispositivo que você usa várias vezes por dia, muito provavelmente. O botãozinho de “curtir”.

PEDRO: Se liga nesse trecho do livro “A Máquina do Caos”, do jornalista Max Fischer. Ele viajou o planeta inteiro para entender as origens, o funcionamento e as consequências das redes sociais.

TRECHO DO LIVRO

Fora da Internet, a validação explícita é relativamente infrequente. É ainda mais raro que seja proclamada em público, que é a forma mais potente de aprovação porque transmite nosso valor a uma comunidade maior. Quando foi a última vez que, 50, 60, 70 pessoas aplaudiram você em público fora da internet? Uma vez em anos? Nunca? Nas redes sociais, isso é parte de uma manhã normal.

PEDRO: É inegável a satisfação de receber joinha, risadinha, coraçãozinho. É um conforto emocional especial, porque está ligado diretamente ao nosso sistema de recompensas do cérebro, aquele que orienta as nossas emoções, as nossas motivações. O Paulo Boggio me explicou que essas necessidades básicas de aceitação e aprovação têm relação direta com a dopamina, um neurotransmissor que ajuda a modular a sensação de prazer. Aí, depois dessa sensação gostosa, se começa a faltar like na sua vida, vem um sentimento meio ruim, meio baixo astral.

PAULO BOGGIO

Por isso que a rede tem esse poder relativamente interessante e perigoso de adicção.

PEDRO: É aí que começa a ficar complicado. No livro “A Máquina do Caos”, que orientou bastante essa apuração como você vai ver, o Fisher afirma que os algoritmos das redes sociais se apoderaram mesmo dessa compulsão por se conectar. Uma compulsão que elas mesmas criaram, aliás, quando amplificaram e bombaram essa sensação de conexão e de aprovação.

PEDRO: As plataformas absorveram nos algoritmos, aqueles códigos que determinam o que você vai ver ou não, um conceito do psicólogo Burrhus Frederic Skinner, que é considerado o pai da análise comportamental e do behaviorismo. É o reforçamento intermitente de intervalo variável.

PEDRO: É um nome cabeludo, mas o conceito até que é simples: o Skinner descobriu que os participantes dos estudos dele só tinham motivação para realizar tarefas

repetidas se eles fossem recompensados. Só que, se eles recebiam sempre a mesma recompensa, também perdia a graça, dava uma desanimada. Mas se, de vez em quando, o Skinner distribuísse alguma bonificação aleatória, de tamanhos diferentes, o paciente continuava ali, repetindo as tarefas e até mais focado, mais dedicado.

PEDRO: Recompensas eventuais, e de tamanhos variados. Se isso parece familiar, é porque é mesmo. Qualquer máquina de caça-níqueis, ou o jogo do tigrinho, funciona assim. E isso fica mais sinistro agora.

PAULO BOGGIO

No relacionamento abusivo, tá lá tudo lindo, maravilhoso. Aí começou a ficar meio estranho, aí gritou, aí bateu, aí se coloca de arrependido, aí trata bem e aí você fica nesse padrão que você nunca sabe o que é. É um cenário que tem muita ambiguidade e essa ambiguidade é um problemão, né? Porque a pessoa não sabe se sai ou não sai. Ah não, mas ele melhorou agora, não agora vai ter mais, aí de repente tem de novo, e vai e volta e vai e volta.

PEDRO: Então assim, por causa do jeito que nosso cérebro funciona e da maneira que as redes sociais foram projetadas, não só é possível desenvolver uma relação de dependência com a rede social, como também ela pode virar abusiva.

MEGHIE: Tá, então o que o Pedrão trouxe da pesquisa dele mostra que a nossa necessidade de conexão favorece uma espécie de fissura pelas redes sociais. Só que faz tempo que essas plataformas não ficam só nessa de conectar as pessoas. Muita gente hoje se informa e consome conteúdo em alguma plataforma dessas. Aí misturando essas duas coisas – as conexões e os conteúdos –, a gente cai nas câmaras de eco, ou nas bolhas, como se diz. São pessoas que acabam interagindo com conteúdos em comum, e que vão recebendo mais desses conteúdos, e aí começam a interagir entre elas, e param de ver coisas que estão fora desse grupo, ou fora desses interesses.

LETÍCIA CESARINO

A esfera pública vai se bifurcando em públicos separados, mas que não são só diferentes. Eles são como um espelho invertido um do outro, que são os casos extremos, que levam à radicalização, que levam às teorias da conspiração. Que é essa estrutura que começa a convergir para uma lógica que você parece muito mais uma lógica de guerra do que com uma lógica do debate democrático, né?

MEGHIE: Essa é a antropóloga Letícia Cesarino, da Universidade Federal de Santa Catarina. A Letícia estuda radicalização e conspiracionismo nas redes, e também é assessora especial de Educação e Cultura em Direitos Humanos no Ministério dos Direitos Humanos e da Cidadania.

MEGHIE: O que ela contou para a gente é que essas conexões criadas em torno de interesses comuns são, de certa forma, fabricadas pelas redes sociais. Claro que na Era Pré-Redes, a gente também se cercava mais de quem compartilhava visões de

mundo parecidas, mas a convivência com outras pessoas acontecia com bastante frequência – porque ela tinha que acontecer mesmo, e era mais complicado evitar por completo esse pessoal. Agora não. Nas redes, você é empurrado para bolhas que endossam seu pensamento e fazem você engajar, ficar vidrado na tela. E aí não tem debate democrático com pessoas diferentes, como a Letícia comentou. Vira uma lógica de guerra, do nós contra vocês.

LETÍCIA CESARINO

Então existe uma característica das plataformas, ou do modelo de negócios que elas seguem, que é esse da chamada economia da atenção, que favorece esses processos de desinformação também.

MEGHIE: As plataformas de redes sociais competem pela sua atenção. E não só elas, mas os jornais, o rádio, a televisão, a Netflix, os streamings, nós aqui do Ciência Suja. E quem ganha mais atenção leva mais dinheiro. Essa lógica não tem nada de novo: jornal já disputava a atenção do leitor com outro jornal, e com livro, e aí com rádio, e aí com a TV. Só que na rede social o ritmo é outro, mais frenético. E isso tem um efeito.

LETÍCIA CESARINO

Essa ênfase na hiperaceleração, no tempo real, antropológicamente ela leva a um estado social que eu chamo de um estado ou uma temporalidade de crise permanente. É como se a relação entre o usuário e o contexto da informação nunca se estabilize, porque a gente sendo sempre inundado, interpelado por esse fluxo muito rápido e muito desorganizado de desinformação.

MEGHIE: Quem viveu a pandemia e o governo Bolsonaro nas redes entende o que é essa ideia de crise permanente. E o que a Letícia disse é que essa hiperaceleração do consumo de informações nas plataformas polariza a comunicação, e gera uma divisão entre extremos que está sempre em conflito.

THEO: Para tentar entender como a gente chegou nesse enrosco, e para quem ele interessa, vamos voltar um pouco no tempo e fazer uma viagem para um lugar mágico, onde aparentemente tudo pode acontecer. A Califórnia, e mais especificamente o Vale do Silício.

THEO: Não dá para explicar o impacto que os computadores, a internet, os celulares e as redes sociais causaram no mundo sem falar do Vale do Silício. Aquele vale encantado do empreendedorismo, onde titãs visionários da indústria trabalharam muito para criar um admirável e livre mundo novo (ironia, tá?). E é impossível falar da cultura do Vale do Silício sem falar da Ideologia da Califórnia.

RAFAEL EVANGELISTA

Ideologia da Califórnia é um termo que surge nos anos 90. Um autor chamado Richard Barbrooke vai fazer uma crítica da cultura do Vale do Silício ainda naquela época, porque ele vai olhar para esse caldo de cultura que formou a cultura do Vale do Silício.

THEO: Esse é o professor Rafael Evangelista, doutor em antropologia social e professor do Laboratório de Estudos Avançados em Jornalismo, o Labjor da Unicamp, onde o Pedrão tá terminando a especialização dele.

MEGHIE: E onde terminei meu mestrado no longínquo 2015, onde o Rafa foi meu orientador. A gente estudou muito esse negócio de Ideologia da Califórnia e outras ideias que são a base de sustentação do Vale do Silício.

THEO: O Richard Barbrooke, que fez esse ensaio sobre a ideologia da Califórnia, chega a dizer que “uma nova fé” surgiu ali, misturando a boemia cultural de São Francisco com a indústria high-tech do Vale do Silício. É tipo uma crença que a tecnologia tem um potencial libertador, de emancipação, de revolucionar o mundo. E que a tecnologia é impulsionada por um empreendedorismo subversivo, sem amarras.

RAFAEL EVANGELISTA

Esse lado dos hippies se junta com esses playboys da época, liberais e etc, para formar uma ideologia que é muito anti estado, muito contra qualquer interferência do Estado em qualquer regulação na internet.

THEO: Engraçado não querer qualquer tipo de envolvimento do Estado, até porque a história do Vale do Silício começa na Segunda Guerra Mundial, com um investimento estatal gigante do chamado Complexo Militar Industrial norte-americano. Na Guerra Fria, uma unidade da Lockheed Martin, uma das grandes fabricantes de armas dos Estados Unidos, se instalou ali, naquele canto meio isolado da América, trazendo muito engenheiro para o pedaço.

THEO: Então lá tinha muito dinheiro, muito engenheiro e, depois, um centro de pesquisa da Universidade Stanford. Ou seja, muito pesquisador também. Isso foi pensado para repetir um modelo que tinha funcionado na época da Segunda Guerra, baseado na colaboração entre cientistas e empresas privadas. Se liga nesse trecho do livro A Máquina do Caos:

TRECHO DO LIVRO

Stanford borrou a fronteira entre a pesquisa acadêmica e o lucro, uma mudança que se tornou central para a visão de mundo do Vale do Silício, absorvida e propagandeada por incontáveis empresas que circulavam pelo Research Park. Tirar a sorte no mercado de tecnologia e contribuir para o progresso humano, segundo aquele raciocínio, eram não só compatíveis - eram exatamente a mesma coisa.

THEO: Então imagina: um monte de homem branco de classe média alta fissurado em tecnologia pesquisando e empreendendo, e sendo financiado por uns caras iguais a eles, só que mais velhos, que tinham estourado anos antes com as próprias invenções. É sobre esse caldo de cultura que o Rafael estava falando.

THEO: É uma grande sopa de sapatênis disruptivo achando que está liderando o progresso da humanidade, quando na verdade o que eles estão fazendo é criar

tecnologia, ponto. E às vezes de um jeito despreocupado com os impactos que essas tecnologias podem trazer na sociedade. Abre aspas de novo para o A Máquina de Caos:

TRECHO DO LIVRO

Isso ajudou a definir as startups do Vale para todo o sempre como o território dos desajustados com iniciativa, que crescem pelo mérito que têm - legado que levaria suas futuras gerações a exaltar misantropos que largam a faculdade e a legitimar culturas corporativas venenosas.

MEGHIE: Pois é, quanto conteúdo você já consumiu que ajuda a propagar essa mitologia do gênio antissocial que largou a faculdade e construiu um império nas redes sociais? Ou de um humilde herdeiro de mina de esmeraldas na África do Sul do apartheid que hoje posa de salvador da humanidade fabricando carro elétrico e defendendo a liberdade de expressão contra supostos “Estados autoritários”?

MEGHIE: Em pouco mais de meio século, o Vale do Silício foi do William Shockley, um vencedor do Prêmio Nobel com pesquisa de semicondutores que era eugenista e supremacista, para figuras como o Elon Musk, que já tem 12 filhos e acha que precisa espalhar sua genética pelo mundo. Isso é sério: ele realmente acredita nisso.

MEGHIE: O historiador Walter Lippold, professor do Instituto Federal do Rio Grande do Sul, ligou inclusive esse tipo de mentalidade ao colonialismo. Esse pessoal se acha iluminado e superior ao ponto de fazer pouco caso de como as tecnologias que eles estão propagandeando são construídas.

WALTER LIPPOLD

Não há software sem hardware: parece que tem que ficar dizendo óbvio às vezes. E não há hardware sem minérios. Por isso que a gente chama de colonialismo digital. Não há software sem hardware, não há nuvem. A nuvem é um servidor, é um computador, feito de placas tipo silício com colômbio, ouro, cobalto, que saem das minas do Congo, que saem de garimpo ilegal de terras Yanomami no Brasil.

MEGHIE: Nesse mundo digital, a gente esquece que computadores, redes, servidores e tudo mais têm, sim, materialidade. É a indústria da tecnologia que consome boa parte dos minérios disputados na guerra civil no Congo e o homicídio em massa do povo Yanomami. Então sim, a gente deveria se preocupar quando um bilionário que nem o Elon Musk se recusa a cumprir ordens judiciais no Brasil e fala que é ok dar um golpe de Estado na Bolívia, um país com uma riqueza mineral gigante.

THEO: Além de dono do Twitter (ou o X, né, mas vamos chamar de Twitter), o Musk tem uma das maiores empresas de carros elétricos, que precisa de minério para caramba. E da Starlink, uma provedora de internet por satélite que dá conexão pra muito garimpo ilegal por aí.

THEO: Pessoal, que fique claro que a gente não é contra a tecnologia, e nem contra as

redes sociais. Nem daria para ser quando a gente faz podcast, um tipo de conteúdo que também está sentado em bastante tecnologia, né. Mas o ponto aqui é entender que:

1) Redes sociais geram impactos reais, e não deveriam ser operadas sem regulação por gente que faz pouco caso dos efeitos colaterais das próprias empresas e que ainda acha que está liderando o progresso e o bem-estar da humanidade.

2) Desinformação não é só efeito colateral, mas pode ser parte do negócio desse pessoal. Mas isso a gente vai abordar depois do intervalo.

INTERVALO

THEO: O Ciência Suja é um podcast apoiado pelo Instituto Serrapilheira, que promove a ciência e a divulgação científica no Brasil. Tem cada vez mais pesquisadores e comunicadores incríveis sendo apoiados pelo Serrapilheira, então vale a pena seguir o instituto nas redes. É, tem um lado bom das redes, né.

MEGHIE: E a gente também tem um projeto de financiamento coletivo repaginado, que a gente lançou junto com essa nossa temporada atual. Dá para fazer apoios recorrentes a partir de 10 reais, e ganhar uns brindes juntos, ou até enviar um PIX para a gente. Entra no nosso site, o cienciasuja.com.br, que tem todas as informações lá, ou em um dos destaques do Instagram, que está como “Apoie”. Ou manda uma mensagem pra gente no cienciasuja@gmail.com

MEGHIE: E aproveitando, fica aqui um abraço especial pros nossos apoiadores Rômulo Neves, Deolindo Crivelaro, Rafael Cardoso, Patricia Maria, Mauricio Terra e Iguatemi Costa. Obrigado pelo apoio e por estarem conosco!

THEO: O Ciência Suja também integra a Rádio Guarda-Chuva, junto com vários outros podcasts jornalísticos muito bons. Entre eles, tem o Vida de Jornalista, do nosso querido Rodrigo Alves. O Rodrigo fez a direção do Tramas Coloniais recentemente – a gente já falou desse podcast aqui, quem não ouviu, ouça –, mas ele toca o Vida de Jornalista há uns bons anos já, sempre trazendo bastidores da profissão e reflexões sobre as coberturas de grandes casos. A temporada atual dele, chamada Dicas pra Vida, é bem focada em oferecer caminhos práticos para boas produções jornalísticas. Nesses episódios mais curtos, tem dicas sobre jornalismo regional, ferramentas para transcrever áudio, diversificação de fontes, inteligência artificial... É pá pum, e é bem bom. Até quem já se formou faz um tempinho aprende um monte lá, eu garanto.

VOLTA DO INTERVALO

PEDRO: Oi gente, é o Pedro aqui de novo. Bom, eu estava ouvindo outro dia o podcast “How to be a better human”, “como ser um humano melhor” em português, o psicólogo social e professor da Universidade Stanford, o Brian Lowery, estava dizendo que algumas pessoas podem ficar irritadas com a imigração, ou com a homossexualidade,

porque essas questões “desafiam” a identidade delas, quem elas são lá dentro.

PEDRO: Simplificando bastante, é como se a nossa vida coletiva fosse tão importante que o fato de existirem indivíduos com vidas diferentes, às vezes com outra ideia do que é certo ou errado, faz a gente questionar o nosso próprio jeito de ser, e isso incomoda. Ouve aí mais um pedaço da minha conversa com o Paulo Boggio sobre esse tema.

PAULO BOGGIO

E aí, dentro da Psicologia, a gente tem uma discussão muito forte, muito interessante do como que a identidade e os grupos são formados. Basicamente, a gente forma grupos tentando valorizar e deixar explícito o quanto a gente tem aspectos positivos e o quanto o nosso grupo tem aspectos positivos. Isso é o que a gente chama de *ingroup love*.

PEDRO: Eu vou traduzir *ingroup love* como “amor interno pelo grupo”, vai. E se a gente forma grupos baseados em afinidades, é normal que um grupo discorde de outro grupo que se formou por causa de outros interesses.

PAULO BOGGIO

Além de eu valorizar meu grupo com questões positivas, eu também aponto para o outro grupo os aspectos negativos, que aí é o que a gente chama de *outgroup hate*, então é meio que o ódio pelo outro grupo. E aí começa a ficar uma discussão interessante.

PEDRO: Nas redes sociais, isso tem tudo a ver com o que a Letícia Cesarino falou lá atrás no episódio, sobre a bifurcação da esfera pública em duas. Ironicamente, os conteúdos que fazem a gente cutucar ou debochar dos grupos diferentes, que a gente discorda, são os que mais repercutem e engajam. Eles tocam no nosso cerne e estimulam o ódio pelo outro.

PEDRO: E é isso que vem sendo priorizado pelos algoritmos das plataformas há anos, para fazer com que a gente permaneça mais e mais por lá, rolando e rolando a tela. E, claro, consumindo anúncio atrás de anúncio. Vamos lembrar que a atenção é a moeda corrente aqui.

PAULO BOGGIO

Às vezes o conteúdo é de baixíssima qualidade do ponto de vista da informação que carrega, mas ele é alto em conteúdo explicitamente emocional e moral. Esse viraliza.

PEDRO: Não é à toa que em debates pra prefeito de São Paulo, o Pablo Marçal trouxe à tona temas como o aborto ou as relações diplomáticas com a Venezuela do Nicolás Maduro.

TRECHO DE DEBATE

Grupo terrorista, aprovar liberação de maconha, aborto, esse romantismo com tudo que

destrói a sociedade.

PEDRO: Do ponto de vista de administração pública, esses temas são de competência federal, tem pouco ou nada a ver com a gestão municipal. Mas eles geram raiva, indignação, e favorecem coisa de se sentir parte de um grupo que está macetando o outro grupo, inclusive nas urnas.

PEDRO: O Donald Trump, o presidente eleito dos Estados Unidos, é muito bom de fazer esse uso carregado das emoções também. Nos posts dele, ele sempre enfia algum termo moral, como “mentiroso” ou “corrupto”, para desqualificar os adversários. Coisa que o Marçal também fez aos montes nas últimas eleições.

TRECHO DO DEBATE

[Pablo Marçal] Vou perguntar pro bananinha.

PEDRO: E quando a gente fala das plataformas digitais e das redes sociais, está mais do que claro e documentado que as interfaces e algoritmos foram sendo refinadas e repensadas para conquistar, mobilizar a atenção dos usuários para que a gente se engajasse mais e ficasse cada vez mais tempo online nelas. Inclusive, executivos do Facebook engavetaram um estudo interno da empresa que apontava justamente que a plataforma levava aos usuários cada vez mais conteúdos que levavam à discórdia, o que conquista a atenção e faz o usuário aumentar seu tempo na plataforma. Esse estudo depois foi vazado para o Wall Street Journal e também é citado no livro do Fisher, a Máquina do Caos.

PEDRO: Aliás, eu vou falar mais uma vez do A Máquina do Caos aqui, mas prometo que é a última. No livro, o Fisher fala de pesquisadores como o psicólogo William Brady e a neurocientista Molly Crockett, que desenvolveram junto com um outro pesquisador, o Jay Van Bavel, um modelo para avaliar os efeitos da propagação de conteúdos com valores e juízos morais nas redes sociais e na sociedade. Com isso, eles chegaram à conclusão de que as plataformas estavam causando mudanças não apenas no comportamento dentro da internet, mas também fora dela. Elas estariam mudando a natureza do, abre aspas, “engajamento cívico e do ativismo, da polarização política, da propaganda política e da desinformação.”

PEDRO: Talvez um bom jeito de ilustrar isso seja pensar em todos aqueles senhores e senhoras pacatos, com tornozeleira eletrônica que participaram do quebra-quebra da tentativa de golpe do 8 de janeiro de 2023, em Brasília.

TRECHO DE REPORTAGEM

[Homem] Dona Fatima, de Tubarão, Santa Catarina, 67 anos. Tá quebrando tudo!

[Dona Fátima] Quebrando tudo e cagando. É bosta aqui.

[Homem] Cagou lá no banheiro, fez um sujeira. É isso Dona Fátima, Deus abençoe você.

[Dona Fátima] É guerra!

PEDRO: Ou do Francisco Wanderley Luiz, o “Tiu França”, aquele homem de 59 anos que tentou explodir o STF e o Alexandre de Moraes, mas que acabou se matando com bombas caseiras na Praça dos 3 Poderes.

TRECHO DE REPORTAGEM

[Jornalista] E tinha diferentes postagens nas redes sociais com ameaças ao presidente Lula, a integrantes do Supremo Tribunal Federal e do próprio Congresso Nacional.

PEDRO: Esse pessoal – e nesse último caso tem vários depoimentos disso – não nasceu radicalizado, destilando ódio. Mas o ecossistema virtual e o ambiente político das plataformas foi puxando eles para esse caminho.

PEDRO: As curtidas, os compartilhamentos e a atenção que você vai recebendo de um grupo te incentivam, nessa lógica de guerra, a ficar cada vez mais indignado e revoltado na internet. Você vai internalizando isso e se transformando pouco a pouco. Abre aspas pro Fisher:

TRECHO DO LIVRO

Conforme você é adestrado em transformar todas as discussões em casos de muita indignação, a expressar repulsa pelos exogrupos, a afirmar a superioridade do seu endogrupo, com o tempo você deixará de fazer isso em troca de recompensas que vêm de fora e fará simplesmente porque quer. O impulso vem de dentro. Sua natureza mudou.

PEDRO: Então, se você acha que um coach pode reprogramar sua mente, pense de novo (e ouça nosso episódio de estreia da temporada). Quem está fazendo isso são as redes sociais – os coaches, no caso, só se aproveitam disso.

PEDRO: Mesmo você aí que se julga progressista ou de esquerda, fala a verdade, você não compartilha, comenta ou discute muito mais naqueles conteúdos que te tiram do sério, e que servem para criticar os adversários? Talvez até mais do que propostas positivas do seu grupo interno? E pensa aí também quantas vezes você já não foi movido por raiva ou medo para escrever aquele comentário bem indignado nas redes.

PAULO BOGGIO

O papel de emoções, como medo, como raiva, como nojo, essas emoções têm um papel importante evolutivamente, né? E hoje também: eu tô num ambiente diferente, é bom você se sentir preocupado, você detectar ameaças. Elas são importantes. Mas o problema é que hoje, no mundo como a gente está, com um monte de informações, não necessariamente a gente está num ambiente ameaçador, num ambiente perigoso, as redes às vezes amplificam isso. E aí te seguram mais.

THEO: Todo esse clima de conflito permanente que o Pedrão trouxe distancia pessoas com pensamentos diferentes, claro. Mas o negócio (literalmente) é que, enquanto isso está acontecendo e a gente está ficando com a cabeça bagunçada, os nossos dados e as nossas emoções estão sendo sistematicamente instrumentalizados pelas redes

sociais. Quem falou isso foi o Walter Lippold, que antes do intervalo lembrou que todo software precisa de um hardware.

WALTER LIPPOLD

Através do Big Data, desse grande volume de dados que a internet proporciona, é possível explorar a psique humana pela primeira vez na história. Era a última fronteira que o capitalismo precisava, porque eu não lembro o que eu cliquei, o que eu passei o dedo no touch na semana passada, mas no Big Data está lá gravado.

THEO: Com esses dados, dá pra fazer muita coisa.

WALTER LIPPOLD

Então ela seria possível através desses dados, biodados, metadados e dados, você criar psicoperfis para entregar através do microdirecionamento, ou microtarget, anúncios segmentados que você provavelmente vai se interessar, segundo o seu psicoperfil. E isso também traria a possibilidade de predição de comportamentos de consumo.

THEO: Quem nunca recebeu aquele anúncio patrocinado sobre um produto que estava pensando no outro dia e entrou numa paranoia de estar sendo vigiado, de as plataformas estarem ouvindo suas conversas no dia a dia? Então, isso é só efeito de um acúmulo massivo de dados mesmo. E se dá para prever comportamentos de consumo, talvez dê para influenciar comportamentos também, não é mesmo?

MEGHIE: O filósofo sul-coreano Byung-Chul Han escreveu no livro “Infocracia” que o capitalismo de hoje tem justamente essa característica de incentivar comportamentos com as informações e os dados extraídos. Mas tudo é feito de um jeito sutil, clean, arrojado, bem com aquela carinha “libertária-inovadora-disruptiva” dos californianos.

TRECHO DO LIVRO “INFOCRACIA”

O capitalismo da informação se apropria das técnicas de poder neoliberais. Em oposição às técnicas do poder do regime disciplinar, não trabalham com a coação e interdições, mas com estímulos positivos. Exploram a liberdade ao invés de a reprimir. Conduzem nossa vontade a âmbitos inconscientes em vez de romper com ela com violência. O poder disciplinar repressivo dá lugar a um poder *smart*, que não dá ordens, mas *sussurra*, que não comanda, mas que *dá um toque* com meios sutis para controlar o comportamento.

MEGHIE: Mas nem tudo está nas sutilezas, nas entrelinhas, não.

CAIO MACHADO

Quando a gente olha para a discussão sobre o banimento do Twitter, do Elon Musk e tudo mais. O Twitter deu um passo atrás nisso. O Elon Musk passou a usar a plataforma de forma muito aberta para produzir e propagar o seu conteúdo, inclusive decidir quem recebe, quem não recebe, quem fala, quem não fala.

MEGHIE: Esse aí que você escutou agora é o Caio Machado, um advogado e cientista social que é pesquisador em Harvard e está fazendo o doutorado em Oxford. Ele pesquisa temas em direito e tecnologia há um bom tempo, inclusive produziu muita coisa sobre desinformação, e é um dos fundadores do Instituto Vero. E o que ele estava contando é que até um tempo atrás as plataformas de redes sociais em geral tentavam pagar de neutras.

MEGHIE: Porque assim, existe regulação para a internet: o cabeamento, o tubo que transmite os sinais. E existe a regulação para veículos de comunicação. Mas as redes sociais estão no meio disso, e então seguem correndo sem freio.

CAIO MACHADO

Então, se as plataformas, para terem essa proteção, essa imunidade, tentam manter uma situação de neutralidade, que a gente pode discutir quão neutra é. Facebook, Instagram, Tik Tok, todas elas tentam nutrir, manter essa neutralidade. O Twitter deu um passo contrário. O Twitter quebrou com a premissa dessa imunidade. E aí a gente precisa sentar e discutir, falar: “Bom a gente, tem esse perigo das pessoas que estão operando as redes sociais um belo dia decidirem que o algoritmo delas vai favorecer determinadas posições visões políticas”.

MEGHIE: Logo após a eleição do Trump para a presidência dos Estados Unidos esse ano, o Núcleo publicou um editorial apontando como o Twitter se tornou uma ferramenta política muito eficiente e ajudou a eleger o novo presidente estadunidense. E o Núcleo, gente, é um veículo dedicado à cobertura da internet e das redes sociais, eles manjam muito disso, e estão sempre publicando matérias ótimas. Fora que toda semana eles disparam a newsletter Polígono, sobre ciência nas redes, que eu e a Chloé assinamos.

MEGHIE: O Musk realmente conseguiu criar um ambiente perfeito para promover um cara como o Trump, que se alimenta do clima de caos permanente. Depois que ele assumiu o Twitter, a plataforma ficou marcada por certificados de verificação, aquele selinho azul, e mais engajamento para quem quiser pagar; por um crescimento de alcance de contas veiculadas à extrema direita; e também por uma transparência zero para o que está rolando ali em termos de moderação.

MEGHIE: Como retribuição, o Musk vai liderar o Departamento de Eficiência Governamental do governo Trump. Então sair dessa aparência “neutra” para assumir um lado valeu a pena pra ele.

THEO: Mas não foi só o Twitter que ficou mais “explícito” na defesa de certas pautas. Pelo menos não em abril de 2023, quando teve aqui no Brasil a discussão do projeto de lei para regular as plataformas, o PL 2630. Quem lembrou dessa história foi a Débora Salles, do Netlab da UFRJ, que você já escutou na abertura do episódio.

DÉBORA SALLES

Na época do PL 2630, o Google criou um espaço para conteúdo que ninguém pode

ocupar, só eles. Eles colocaram na primeira página da busca para que todo brasileiro que tivesse entrando no Google naquele momento. Aquele espaço é um conteúdo que o Google fez e que ninguém pode mais ocupar, você não pode comprar aquilo como anúncio, por exemplo.

THEO: A Débora está falando sobre um banner na página inicial do Google que chamava para um editorial. E esse editorial falava que o PL ameaçaria a liberdade de expressão. E o Google nunca coloca esse tipo de link ali no banner, na abertura. O máximo que eles fazem são aqueles doodles engraçadinhos. E essa questão da ameaça de liberdade de expressão é rebatida por diferentes especialistas; o que a regulamentação iria fazer é obrigar as plataformas a serem responsabilizadas ao menos em parte pelo conteúdo que tá circulando nelas.

THEO: E é irônico falar em ameaça à liberdade para evitar regulamentação quando você está ganhando dinheiro com a circulação da desinformação – e deixando de gastar para criar formas de frear isso. Mas enfim, o fato é que essa blitz do Google e de outras plataformas ajudou a emperrar o projeto. Ele foi arquivado pelo presidente da Câmara, Artur Lira. E quero ver voltar.

MARIE SANTINI

A desinformação tem um modelo de negócios que se sustenta na forma como as plataformas ganham dinheiro. E elas de alguma forma participam disso. São sócias desse ecossistema de desinformação.

THEO: Essa que você ouviu agora é a Marie Santini, pesquisadora e professora da UFRJ, onde está sediado o NetLab, lembra. Ela também foi orientadora da Débora no doutorado.

MARIE SANTINI

Hoje a gente está numa situação bastante grave, onde a desinformação não é só um post orgânico. Existe uma indústria que anuncia, que bota dinheiro. Ou seja, você tem capital inicial para produzir anúncio, comprar audiência para a desinformação que você quer passar. Você escolhe a segmentação que você quer atingir.

THEO: A Marie disse que esse comércio da desinformação não acontece no varejo, não. É no atacado, em grande escala. E um terreno fértil para desinformação acaba sendo também fértil pro crime.

THEO: Para puxar esse assunto, a Marie falou de um relatório que o Netlab fez mostrando golpes que estavam usando um vídeo fake do deputado federal de extrema-direita Nikolas Ferreira.

MARIE SANTINI

E um anunciante só, se eu não estou falando besteira, investiu 500 mil reais, comprando anúncios para dar golpes.

THEO: E ela não está falando besteira não, tá? Foi um pouco mais de 493 mil reais investidos, e um perfil só pagou mais de 160 mil. Para você ter uma ideia, o governo do Estado de São Paulo gastou 113 mil reais no mesmo período, entre abril e maio de 2024.

MARIE SANTINI

Ora, pensa comigo: se você tem um crime cujo investimento inicial é 500 mil reais, a gente tá falando de um crime organizado. É um crime super organizado. E mais: o lucro deve ser muito maior. Então isso indica para gente que eles ganham muito dinheiro com isso. Então existe um capital inicial que a gente não sabe da onde, mas a gente tem evidências.

THEO: O Nikolas Ferreira foi vítima nesse caso, mas também já aprontou algumas nas redes. E é com gente do espectro político dele que as big techs estão se aliando para evitar qualquer tipo de regulamentação. Afinal, a comunicação dessas figuras políticas passa pela desinformação e pelo pânico moral. Ela depende dessa ausência de freios e do estímulo que as redes dão para o conteúdo desinformador.

THEO: Esse caso do Nikolas Ferreira também é um exemplo de como as plataformas ganham dinheiro com desinformação e, nesse caso, fraude. Foi quase meio milhão de reais pagos para veicular o anúncio com a imagem fake do Nikolas, e que foram embolsados pela Meta, que vendeu a segmentação pro cliente fraudador.

MARIE SANTINI

Então a gente vem estudando, a desinformação enquanto indústria. E aí surgiu a possibilidade de uma parceria, que pra gente foi muito fundamental e interessante, com a Senacon, que é a secretaria nacional do Consumidor, que fica dentro do Ministério da Justiça.

MEGHIE: Não existe regulamentação para plataforma no Brasil, mas o Código de Defesa do Consumidor tem punições previstas para publicidade falsa, enganosa ou fraudulenta, seja na plataforma que for.

MARIE SANTINI

Então a gente começou a produzir evidências sobre isso e a gente foi liberando os resultados parciais dos nossos estudos publicamente, mas também para a Senacon, que começou a notificar as plataformas e dar medidas cautelares e dar prazos. “Olha, se vocês não retirarem esses anúncios sobre, por exemplo, programas do governo”, e a gente foi fazendo vários estudos de casa, “vocês serão multadas diariamente, numa multa de 150 mil por dia”.

MEGHIE: Foi aí que começaram os ataques ao Netlab. A ofensiva partiu de parlamentares e influenciadores ligados à extrema-direita. Basicamente, o Netlab e os pesquisadores ligados a ele foram inundados de comentários negativos nas redes. E tinha método: o foco era questionar o financiamento do laboratório pela Secretaria Nacional do Consumidor, a suposta motivação oculta por trás das pesquisas no

NetLab. E também as credenciais dos pesquisadores. As próprias plataformas de redes sociais, quando foram questionadas sobre esses estudos do NetLab, vieram com uma defesa questionável, de acordo com a Marie.

MARIE SANTINI

Mas é muito comum as big techs, ao serem questionadas por jornalistas que estão tentando fazer matéria e ouvindo o outro lado, dizerem que nós não temos dados suficientes ou que a nossa metodologia não é válida. Esse argumento é interessante, porque elas dizem isso, porém não dizem a metodologia que elas usam, e nem liberam dados para pesquisa. Então elas estão praticamente dizendo o seguinte: “A única entidade que pode falar sobre esse fenômeno somos nós, sobre nós mesmos, só o nosso método é válido. Só nós temos dados, não vamos liberar para ninguém”.

MEGHIE: Assim fica fácil dizer que você não tem nada a ver com o ecossistema de desinformação atual, né?

THEO: Então vamos voltar para o PL 2630, aquele que foi engavetado e regularia as plataformas.

CAIO MACHADO

O que que eu acho que seria interessante, que estava nessa proposta. Um: esses mecanismos de crise, entendeu? Porque por exemplo tá no volume da internet lá as pessoas estão falando que ivermectina funciona.

THEO: Taí o Caio Machado de novo, aquele advogado que estuda desinformação. Esse mecanismo de crise que ele menciona é algo que foi criado na regulamentação da União Europeia para as redes e plataformas digitais: o Digital Services Act. Ele prevê que, em contextos de ameaça grave à saúde coletiva, como uma pandemia, a comissão europeia poderia adaptar os processos de moderação de conteúdo nas plataformas e os mecanismos de busca e promover informação confiável.

CAIO MACHADO

Você pega quem foi lá e deliberadamente falou que ivermectina funciona e que tinha intenções ruins, tá. Pega essa pessoa, processa, pune e tudo mais. Só que o volume, você não vai sair processando as pessoas, o tio, tia que não sabia que tava compartilhando, tava com a melhor das intenções. Então assim, ter esses mecanismos de controlar, de contingenciar quando você tem uma situação mais grave, eu acho que era uma das soluções interessantes que o projeto de lei oferecia. Quer dizer, a gente tem saídas para conter o dano, né?

THEO: O Caio tem ponderações interessantes sobre esse mecanismo de crise, tá. É importante que ele não fique nas mãos do poder político, por exemplo, por motivos óbvios, né. Nas mãos de um líder autoritário, uma ferramenta que regule o que pode dizer e o que não pode na internet é um perigo. Por isso que organizações como a Coalizão Direitos na Rede defendem a criação de uma entidade independente, com um conselho multissetorial para decidir. Inicialmente, o projeto previa que o Poder

Executivo criaria uma órgão regulador, mas isso foi alvo de muita histeria da extrema-direita, que inclusive chegou a comparar esse possível órgão com um Ministério da Verdade, que nem no livro 1984. Transparência zero, né. Ironicamente, no caso do Twitter, talvez a gente já esteja vendo isso acontecer. Mas ainda tem muito mais que precisaria ser feito e pensado do ponto de vista regulatório.

THAÍS GONDAR

O que que existe ali na internet: são dados que circulam em uma rede social. E o que a gente normalmente esquece é que dados são pessoas. Então, se a gente passar para pensar, do ponto de vista até mesmo filosófico...

THEO: Essa é a Thaís Gondar, que talvez você já conheça de outros episódios nossos. Ela é uma baita fonte para falar sobre regulação, hoje a Thaís inclusive trabalha formando pessoas na Regulatory Academy, uma empresa que ela fundou.

THAÍS GONDAR

É difícil as pessoas fazerem essa associação de que os dados que circulam nas redes sociais são pessoas, que muitas vezes são colocadas em situações que é difícil escapar. Como, por exemplo, uma cura milagrosa, quando a pessoa tá doente, né? São dados circulando, mas são dados que são pessoas. Então não é possível existir um modelo regulatório de internet que não considere dados e conteúdo no mesmo ordenamento jurídico, digamos assim. E isso hoje em dia não existe no Brasil.

THEO: Então o que a Thaís está querendo dizer é que os dados deveriam ser protegidos com a mesma seriedade dos Direitos Humanos. Todo tipo de interação de um ser humano em uma rede ou plataforma é um dado que está sendo armazenado. Esses dados, como a gente falou, são usados pra formar um público e vender de tudo, incluindo desinformação. E a desinformação está dividindo as pessoas e pode até alterar as dinâmicas sociais do mundo real.

MEGHIE: As plataformas estão há alguns anos ganhando dinheiro usando os dados extraídos da gente para vender segmentação pros anunciantes. E, nesse processo, elas ajudam a circular conteúdos desinformadores, até extremistas – porque não tem regulamentação para segurar isso, então o que move o anúncio é só a grana mesmo. Isso não é só um perigo para ciência, é um perigo para democracia.

MEGHIE: Não é novidade que as redes sociais são um ambiente propício para desinformação e para radicalização. Mas tem um alinhamento ideológico entre as empresas que tocam essas plataformas e as figuras da extrema-direita, como no caso do Elon Musk e o Twitter nas eleições norte-americanas – e na disputa com o STF aqui no Brasil. Ou como na aliança entre empresas e políticos para frear qualquer regulamentação. A gente ainda vai ter que prestar atenção nessa história. Vai ser uma caminhada morro acima tentar passar qualquer lei para moderar o funcionamento de todas essas plataformas.

PEDRO: No começo do episódio, a gente falou de algumas estratégias para conseguir

conversar numa boa na mesa de Natal com aquele seu parente que pensa diferente de você. Uma delas, que o Paulo Boggio me contou no dia em que a gente conversou no laboratório sobre isso, tem a ver com encontrar pontos em comum, lembra.

PEDRO: E talvez um ponto em comum para começar esse papo delicado sobre a regulação das redes é admitir que, por um lado, elas promoveram uma conexão sem precedentes, e uma oportunidade de ligar pessoas para o bem também. Enquanto eu escrevia o roteiro desse episódio, eu lembrei várias vezes da vaquinha que eu fiz quando furtaram minha mochila com meu laptop. Foi pelas redes que eu consegui chegar nas pessoas, então eu certamente sei do potencial imenso de união e solidariedade que pode circular por ali; a gente vê problemas individuais sendo remediados pelo coletivo o tempo todo por lá.

PEDRO: Outro premissa básica, e essa já é mais crítica, é que os dados de todo mundo estão sendo usados de algum jeito pra te fazer consumir, ou pensar, ou agir de algum jeito. Esse é um ponto que afeta todos os lados dessa história. Não dá para fugir do debate da regulação das redes, a ciência e a democracia estão sofrendo com isso. Mas imaginar uma discussão mais razoável é possível. E talvez ainda não seja tarde para isso.

ENCERRAMENTO

THEO: A gente entrou em contato com os representantes do Google, Meta, Twitter e Brasil Paralelo nessa apuração, mas não recebemos resposta até o fim da edição do episódio.

PEDRO: Bom, gente, como eu disse, esse episódio foi o meu trabalho de conclusão de curso na Especialização em Jornalismo Científico no Labjor da Unicamp. Esse projeto foi orientado pela professora Sabine Righetti, uma baita jornalista de ciência. Então só tenho a agradecer. Muito obrigado por tudo, Sabine.

PEDRO: Eu também queria agradecer quem acompanhou todo esse processo de perto. Obrigado especialmente a Ana, minha companheira. Obrigado pai, mãe e Ana Clara, minha irmã, por todo o suporte sempre. E agradeço também aos colegas de Labjor que se tornaram bons amigos. Um abraço para o povo de sempre aqui do Ciência Suja, que deixou eu tocar o terror e falar o que eu quisesse nesse episódio.

THEO: Gente, e um recado: a gente teria mais um episódio regular da temporada daqui 15 dias, mas vamos adiar esse episódio por um bom motivo. A gente ainda não pode falar dele, mas eu garanto que vai valer a pena. Mas para não te deixar na mão, a gente vai fazer um mesacast de fim de ano, sobre implantes hormonais e chip da beleza, porque tem muita besteira. Agora bora para os créditos.

MEGHIE: A sexta temporada do Ciência Suja é apresentada por mim, Meghie Rodrigues.

THEO: E por mim, Theo Ruprecht.

MEGHIE: A pesquisa e a produção deste episódio são do Pedro Belo. Ele também fez o roteiro, que foi editado pelo Theo, e teve o apoio de toda a equipe do Ciência Suja.

THEO: As locuções minhas e do Pedrão foram gravadas no estúdio Tyranosom.

MEGHIE: A edição de som, as trilhas, a mixagem e as vozes complementares são do Felipe Barbosa.

THEO: Neste episódio nós usamos trilhas complementares natalinas da YouTube Audio Library. Os áudios externos foram pesquisados pelo Felipe e são da Band Jornalismo, NBC, Rede TV, Carta Capital e TV Cultura, além dos efeitos sonoros característicos de diferentes redes sociais e aplicativos de mensagens. Também usamos áudio do filme Esqueceram de Mim, distribuído pela Fox, e das músicas Jingle Bell Rock, de Bobby Helms e Universal Music e De Repente Califórnia, do Lulu Santos e Warner Music Brasil.

MEGHIE: A consultoria jurídica é do advogado Rafael Fagundes.

THEO: A Mayla Tanferri e o Guilherme Henrique fizeram a arte de capa e o nosso projeto gráfico. O nosso site foi desenvolvido pelo Estúdio Barbatana. Lá você tem mais informações sobre como consegue ajudar a gente a seguir com o Ciência Suja, e os bônus que recebe ao participar do nosso financiamento coletivo. É o www.cienciasuja.com.br

MEGHIE: Você também encontra mais informações nas nossas redes sociais, que são tocadas pelo Pedrão e pela Mirela Lemos. O Ciência Suja está no Instagram, Facebook, TikTok, Twitter e Blue Sky. Siga a gente e compartilhe o nosso trabalho. Isso é bem importante.

THEO: Daqui duas quintas a gente volta com o nosso mesacast. E, em janeiro, com a nossa novidade.