

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO

Sérgio Atieh Ilias

Pós-Verdade e Segmentação Algorítmica nas Mídias Digitais

MESTRADO EM CIÊNCIAS SOCIAIS

São Paulo

2021

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo

Sérgio Atieh Ilias

Pós- Verdade e Segmentação Algorítmica nas Mídias Digitais

Dissertação apresentada à Banca Examinadora da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, como exigência parcial para obtenção do título de MESTRE em Programa de Estudos Pós-Graduados em Ciências Sociais, sob orientação do Prof. Dr. Rafael de Paula Aguiar Araújo.

São Paulo

2021

I28 Ilias, Sergio Atieh
Pós-Verdade e Segmentação Algorítmica nas Mídias
Digitais / SergioAtieh Ilias. -- São Paulo: [s.n.],
2021.
107p ; cm.

Orientador: Rafael de Paula Aguiar Araújo.
Dissertação (Mestrado)-- Pontifícia Universidade
Católica de São Paulo, Programa de Estudos Pós
Graduados em Ciências Sociais.

1. Pós-Verdade. 2. Algoritmos,. 3. Redes Sociais.
4. Servidão Maquínica. I. Araújo, Rafael de Paula
Aguiar . II. Pontifícia Universidade Católica de São
Paulo, Programa de Estudos Pós-Graduados em Ciências
Sociais. III. Título.

CDD 300

Sérgio Atieh Ilias

Pós- verdade e segmentação algorítmica nas Mídias Digitais

Dissertação apresentada à Banca Examinadora da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, como exigência parcial para obtenção do título de MESTRE em Programa de Estudos Pós-Graduados em Ciências Sociais e área de concentração Sociologia, sob orientação do Prof. Dr. Rafael de Paula Aguiar Araújo.

Aprovado em: ____/____/____

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Rafael de Paula Aguiar Araújo - PUCSP

Prof. Dra. Rosemary Segurado - PUCSP

Prof. Dr. Marcelo Burgos Pimentel dos Santos - UFPB

À Fundação São Paulo pelo apoio para realização deste trabalho.

AGRADECIMENTOS

Ao meu orientador, Rafael de Paula Araújo, que se propôs a me ajudar a realizar esse árduo trabalho sempre demonstrando imenso apoio e conhecimento.

A todos os professores do programa de pós-graduação por seus valiosos ensinamentos.

Aos meus colegas mestrandos e doutorandos que me acompanham nessa rica busca no campo das ciências Sociais.

À Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUC-SP, que abriu as portas em tão curto tempo.

RESUMO

Uma clara definição do fenômeno da pós-verdade se faz necessária quando muitos pensam ser apenas uma designação distinta para a mentira, autoengano e oposição à verdade, logo, é preciso discutir se o nosso tempo possui algo de distinto ao que historicamente se testemunhava, e uma das mudanças mais significativas é representada pela lógica algorítmica que segmenta conteúdos aos usuários de maneira mais facilmente verificável nas mídias digitais, mobilizando todo modo de viver de um homem ambientado com verdades rápidas, fáceis e prontas, fundamentadas em sua relação adjacente à tecnologia capaz de legitimar qualquer expectativa de verdade, crença, preconceito ou ideal. Partindo da definição dos termos centrais a essa dissertação, ilustra-se como a pós-verdade é um fenômeno associado ao desenvolvimento tecnológico das comunicações digitais, amparada na lógica cartesiana que procura verdades matematizantes. Mas é necessário pensar que tal ideia não ignora diferentes aspectos da histórica busca dos homens por narrativas que os ajudam a compreender sua realidade: enganar os outros ou se deixar iludir sob distintos interesses pressupõe investigar pistas que fazem parte constitutiva da lógica do fenômeno da pós-verdade. Feita tal digressão, foi necessário se debruçar sobre a lógica algorítmica e todos os seus efeitos que potencializam um usuário propenso a abraçar o discurso fácil de verdades prontas, nos levando a pensar que a pós-verdade, diferentemente das notícias enganosas, mentiras, ou autoenganos, se mostra um fenômeno mais difícil e complexo de ser delimitado ou combatido que as fake news.

Palavras-chave: Pós-Verdade, Algoritmos, Mídias Digitais, Redes Sociais, Servidão Maquínica.

ABSTRACT

A clear definition of the phenomenon of post-truth is necessary when so many think it is just a different designation for lying, self-deception and opposition to the truth, so it is necessary to discuss what is different in our time from what was historically witnessed, and the the most significant change is represented by the algorithmic logic that segments content to users in a more easily verifiable way on social networks, mobilizing every way of life of a man set with quick, easy and ready-made truths based on a relationship adjacent to technology capable of legitimizing any expectation of true belief, prejudice or ideal. Based on the definition of terms central to this dissertation, it illustrates how post-truth is a phenomenon associated with the technological development of digital communications, based on the cartesian logic that seeks scientific and mathematical truths, but it is necessary to think that such an idea does not ignore aspects already seen aspects of a theoretical analysis focused in aspects of men's historical search for narratives that help them to understand their reality: deceiving others or being deceived by different interests presupposes investigating facts that are a constitutive part of the logic of the phenomenon. Having made such a digression, it was necessary to look into algorithmic logic and all its effects that empower a user inclined to embrace the easy discourse of post-truth, which led us to conclude that post-truth, unlike misleading news, lies, or self-deceptions, it proves to be a more difficult and complex phenomenon to be combated than the fake news.

Keywords: Pos-truth, Algorithm Social Networks, Machine Servitude.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
CAPÍTULO I - PÓS-VERDADE	14
1.1 Uma definição para pós-verdade e distinção de outros conceitos.....	14
1.2 Verdade, Mentira, Autoengano, Dados e Informações na pós-verdade	22
1.3 Um novo conceito de verdade racional?	26
1.4 Quando a lógica cartesiana falha mas permanece a condicionar a busca por verdades totalizantes	28
1.5 A busca de sentido sequestrada pela segmentação das redes	36
1.6 A verdade pode prevalecer sob os moldes reflexivos?	39
1.7 Redes sociais e pós-verdade: a arena por excelência da retórica centrado no <i>páthos</i>	43
1.8 A tensão provocada pelas <i>big techs</i> em como a verdade é construída e o papel das mídias tradicionais	49
CAPÍTULO 2 - SEGMENTAÇÃO ALGORÍTMICA: O PASSO ESSENCIAL PARA O FENÔMENO DA PÓS-VERDADE	59
2.1 Algoritmos: a tecnologia como extensão do homem a serviço da pós-verdade.....	59
2.2 Pós-verdade: a falta de responsabilização pública dos provedores dos algoritmos como escudo para os discursos anti-establishment	68
2.3 Subjetividade algorítmica como aspecto da servidão maquínica: Como somos convidados a segmentações a exemplo da pós-verdade.	77
3 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	87
REFERÊNCIAS.....	95

“Se a falsidade, como a verdade, tivesse apenas uma face, saberíamos melhor onde estamos, pois tomaríamos então por certo o contrário do que o mentiroso nos dissesse. Mas o reverso da verdade tem mil formas e um campo ilimitado” (Michel de Montaigne).

INTRODUÇÃO

O boom das redes sociais e aplicativos trouxe para o cotidiano de todos nós um tipo de sociabilidade permeada por relações distintas e de abrangência avassaladora, da qual poucos foram capazes de prever as consequências - característica essa de qualquer novo aparato técnico que, desde a Revolução Industrial, vem influenciando diretamente no modo de vida do homem. Em 2016, com as eleições presidenciais nos Estados Unidos e Brexit no Reino Unido, muitos jornalistas, pesquisadores e cidadãos se surpreenderam com os danos causados pelas *fake news* nas redes sociais e no quanto estas foram decisivas, na opinião de muitos destes, para disseminar desinformação capaz de alterar o resultado das eleições interferindo no jogo democrático. Mas junto a este fenômeno um outro se apresentou, criando perplexidade ainda maior, isso porque, com grande frequência, mesmo quando alertados que determinada notícia era falsa, muitos permaneciam crendo em narrativas não fundamentadas nos fatos. Logo, a rodo das *fake news*, o termo “pós-verdade” passou a ser mencionado como um fenômeno que designa indivíduos ou grupos que levam em consideração para a construção das narrativas da verdade, mais os sentimentos e crenças do que os fatos.

Mas se a mentira sempre existiu, o fato de pessoas quererem ser enganadas ou aceitarem versões da verdade mais reconfortantes também não é novidade, logo, não basta dizer que a mentira no discurso público e econômico não é algo novo sendo a pós-verdade responsável por inaugurar um tempo em que a reação a estas tenha se tornado distinta, a própria definição do fenômeno da pós-verdade se coloca num limbo escorregadio e tênue, a ponto de ser preciso demonstrar o que supostamente caracteriza nossa época para que tratemos ser um fenômeno com características e ameaças distintas. Mesmo assumindo uma noção relativista de como se constrói o discurso da verdade, a dissertação terá como foco pensar o que é característico dos nossos tempos para que seja factível atingir diferentes expectativas de verdade, muitas vezes racionalmente - como veremos ao longo da pesquisa - tentando delimitar uma definição da pós-verdade diferenciando-a das mentiras e autoenganos já existentes ao longo da história, já que a pós-verdade parece se movimentar em uma zona obscura e pouco clara, se valendo de uma definição - a do dicionário Oxford - que na visão do presente estudo, não abrange a complexidade do fenômeno. Para isso, uma pesquisa teórica e analítica foi realizada, tendo Gilles Deleuze e Félix Guattari (2010) importantes ao estudo, pois a partir da ideia proposta por estes autores da servidão maquínica, serão defendidos conceitos como segmentação e subjetividade algorítmica, essenciais ao recorte proposto ao estudo do fenômeno da pós-verdade.

Para o presente estudo, a pós-verdade estaria densamente conectada ao funcionamento dos algoritmos que segmentam as informações de maneira individualizada ao usuário, formatando subjetividades e associações coletivas. Ao final da dissertação, Maurizio Lazzarato (2014) concederá importantes contribuições ao desenvolver os conceitos propostos por Deleuze e Guattari (2010), de maneira que se mostrará útil ao demonstrar como o conceito de servidão maquínica abre perspectivas para ilustrar o quanto o sujeito se vê compelido a criar associações muitas vezes reacionárias, a exemplo dos discursos que ignoram os fatos em defesa de ideias preconceituosas e afins - algo tão presenciado nas mídias digitais.

Mas esses conceitos não são suficientes, e não é possível ignorar o clássico estudo de mentira realizada por Hannah Arendt. Logo, as ideias da autora permearão toda a dissertação, e, de maneira mais acentuada, no primeiro capítulo. Essencialmente, os conceitos contidos em “Verdade e Política” do livro “Entre o Passado e o Futuro” (2019) darão inúmeras referências à dissertação. Pensar em Hannah Arendt faz sentido porque, mesmo que o presente estudo parta da ideia de que a segmentação algorítmica tenha permitido ao fenômeno da pós-verdade se tornar relevante a ponto de o termo ganhar notoriedade, tal ferramenta de segmentação de conteúdos potencializou muitos comportamentos históricos de que Arendt já havia pensado.

Por outro lado, a segmentação algorítmica permite como nunca, além da noção de que “o inferno são os outros”, legitimar relações superficiais e precárias, já que as segmentações podem ser totalizantes em suas verdades, prejudicando o espaço cívico. É possível dizer que as pessoas são enganadas por *fake news*, se deixando muitas vezes seduzir por discursos raivosos, mas tal movimento também pode ser conveniente em alguns casos, e é neste ponto que a pós-verdade se diferencia de outros fenômenos. É razoável assumir uma tendência relativista, onde alguns tendem a acreditar naquilo que querem ou lhes é mais conveniente, mas também, com frequência, alguns atores se abrem para novas perspectivas. Mas, mesmo quando isso ocorre, o homem se vê diante de relações sociais cada vez mais superficiais e rápidas, onde até as almas mais atentas e dispostas a se certificar da verdade podem aderir à pós-verdade. Neste ponto, é preciso ressaltar duas ideias essenciais à dissertação advindas de Paul Virilio (1996): Ao mesmo tempo que, desde o Iluminismo o homem se vê treinado a aderir a verdades absolutas e matematizantes – ideia esta tão sublinhada por Nietzsche e pensada nesta dissertação – o homem contemporâneo se vê envolto na velocidade das relações, o que Virilio determinou como dromologia, favorecendo que outro conceito por ele pensado seja frequentemente citado, a dizer, o quanto a superficialidade da tela dos smartphones e computadores tem efeito totalizante da realidade, concedendo noções capazes de diminuir a complexidade das relações

sociais. Tais conceitos fundamentam a noção do quanto o homem se vê suscetível a aceitar verdades fáceis e pouco profundas, a exemplo do fenômeno da pós-verdade.

Logo, como método, foi assumida uma pesquisa bibliográfica. A dissertação adotou como bases norteadoras o pensamento de Hannah Arendt em “Entre o Passado e Futuro” (2019) com seus conceitos contidos essencialmente no capítulo “Verdade e Política”, além da noção de servidão maquínica pensada por Deleuze e Guattari (2010) e desenvolvida por Maurizio Lazzarato (2014), e as ideias de superficialidade da tela (2007) e dromologia (1996) pensadas por Paul Virilio. De maneira coadjuvante, mas também significativa, os estudos a respeito dos algoritmos na tecnologia digital realizados por Pasquale (2017), Gillespie (2018) e Pariser (2012) estão presentes ao longo da dissertação.

Dividido em dois capítulos, o primeiro parte das definições e diferenciações essenciais ao estudo para depois tentar ilustrar o quanto a lógica Iluminista fundamentou o fenômeno da pós-verdade através da ideia de que o homem aceita verdades matematizantes, a exemplo de quando legitimamos aparelhos tecnológicos de comunicação digital como condutores de nossas relações sociais, a ponto da pós-verdade apresentar, ao contrário da definição mais aceita realizada pelo dicionário Oxford, muitos aspectos racionais, já que os usuários fundamentarem suas crenças ao se valerem destes instrumentos alcançando suas expectativas de verdade. Além disso, o capítulo concede pistas que demonstram como a pós-verdade não é apenas um nome distinto para mentira e autoenganos historicamente vistos, e tal constatação é feita após análise de comportamentos que antes do advento dos algoritmos digitais puderam ser potencializados pelo seu funcionamento. Um exemplo de tal ideia está no discurso retórico fundamentado na emoção, tão difundido pelas redes sociais. Mas se a lógica Iluminista sempre deixou brechas por onde os homens se valeram de diferentes crenças, aderindo muitas vezes a discursos e narrativas que pouco se valiam da verdade fatural, de maneira relevante, autores como Bauman (2001) e Nietzsche, além da análise de Arendt dos conceitos de *Vernunft* e *Verstand* pensados por Kant, serão estudados para fundamentar a ideia de que as mentiras, autoenganos e oposições ao discurso da verdade nunca deixaram de permear nossa realidade, fundamentando o que a segmentação algorítmica traria – o fenômeno da pós-verdade.

No segundo capítulo é pensado como a lógica algorítmica da Internet, inicialmente criada para incremento de vendas com anúncios de produtos personalizados, encontrou na seleção de conteúdos um enorme nicho para ganhos financeiros para as *big techs*. Os algoritmos permitem uma realidade perfeita para o lucro e ganho de influência das empresas de tecnologia,

onde, através da seleção de conteúdos para o usuário, se tornou possível legitimar verdades que muitas vezes ignoram ou deturpam os fatos. Torna-se cada vez mais difícil a um usuário se ver confrontado diante de verdades incômodas, já que a realidade segmentada algoritmicamente se mostra totalizante e autoreferendada nos seus gostos e comportamentos medidos por estas ferramentas digitais. Esse capítulo se valerá dos importantes estudos realizados por Elie Pariser (2012), Tarleton Gillespie (2018) e Frank Pasquale (2017) a respeito dos algoritmos. Mesmo com distintos encaminhamentos, os três autores convergem em duas ideias das quais o recorte do nosso estudo se viu compelido a abraçar, a saber: o quando os algoritmos possuem lógicas de funcionamento pouco claras não só ao usuário comum, mas até para qualquer órgão estatal que se disponha a regulamentá-lo; e, em que medida seu funcionamento camufla não serem meros dispositivos técnicos imparciais, escondendo julgamentos de seus criadores que não pesam o interesse público dos algoritmos, podendo ser utilizados por aqueles que melhor compreendem seu funcionamento, tais como grupos de poder que muitas vezes fomentam narrativas *anti-establishment* - aspecto esse, relevante para a definição que será proposta a pós-verdade.

Se o segundo capítulo caminhou para viabilizar a ideia do quanto a pós-verdade se vê conectada à intensificação do ideal tecnológico centrado na coleta de dados de usuário para que sejam oferecidos conteúdos personalizados, o derradeiro subcapítulo centrou-se na análise crítica do quanto a subjetivação algorítmica move, partindo do conceito de servidão maquínica de Deleuze e Guattari (2010) e desenvolvido por Lazzarato (2014), indivíduos para coletividades a exemplo da pós-verdade, o que reitera de maneira considerável o argumento que tal fenômeno precisa de uma nova e mais ampla definição, afastando o ataque de se tratar de um nome distinto para fenômenos historicamente reconhecidos.

Como resultado de toda análise crítica da presente dissertação, foi possível delimitar mais a fundo o quanto o fenômeno da pós-verdade não pode ser pensando, por um lado, nem de maneira independente de estudos clássicos a respeito da mentira na política e autoengano, caracterizando ter raízes nesses comportamentos, e, ainda menos, desconsiderando a decisiva segmentação algorítmica e toda lógica tecnológica que permeia nossa realidade.

CAPÍTULO I - PÓS-VERDADE

1.1 Uma definição para pós-verdade e distinção de outros conceitos

Em 2016, Zygmunt Bauman declarou em uma entrevista ao jornal espanhol El País que “vivemos em um momento entre reinos, uma etapa onde tínhamos certezas e outra em que a velha forma de atuar não nos já tem êxito”. Se habitamos um tempo em que as transformações são mais rápidas do que o homem tem capacidade de processar, a grande drama se apresenta quando não apenas não é possível, mas quando não nos preocupamos em compreender o mundo em que vivemos, e a própria verdade fatual¹, fundamento de qualquer ideia que caracteriza a ciência e democracia, é relativizada, e com ela, nosso próprio meio de nos situarmos com o outro com quem obrigatoriamente devemos conviver com o mínimo de estabilidade e segurança.

O próprio termo pós-verdade, apesar de tão divulgado em determinadas esferas, parece mais uma ideia vaga, da qual alguns pesquisadores querem fazer crer, do que uma questão que deve ser compreendida. Quando uma expressão ainda não está consolidada, o signo por qual uma sociedade expressa um fato ou sentimento está ainda em estado embrionário. Para Amon e Idiart “O signo é um substantivo imperfeito da coisa ausente, mas seu usuário reprime a imperfeição e vive o signo como se ele fosse o que representa” (2019, p.72), logo, até mesmo expressões aceitas e antigas são problemáticas. As autoras exemplificam tal frase ao dizer que as rosas que uma pessoa envia a outra são signo do amor que tem por ela; o amor não está presente, ele se faz pelas rosas, que representam o amor em parte, mas não na totalidade, pois a representação sempre deixa escapar algo. Há signo sempre que uma comunidade escolhe e acolhe algo como meio de uma coisa distinta. Um igual signo pode ser compreendido de forma distinta conforme quem o interpreta ao se utilizar de códigos distintos.

Toda a discussão a respeito da pós-verdade parte da ideia de como as pessoas estão aderindo a versões alternativas da verdade, autoengano, ou como outros autores preferem dizer, às mentiras. O primeiro a usar o termo foi Steve Tesich, em 1992, quando tratou do escândalo Irã-Contras nos anos 80, em que membros do alto escalão do governo de Ronald Reagan

¹ Para a definição de verdade fatual o presente estudo recorre a Hannah Arendt (2019); para a autora, não há qualquer problema em haver divergência de opiniões, mas estas devem ser ancorados em fatos, estes, não sujeitos a interpretações. Arendt exemplifica tal ideia ao dizer que em alguns anos pode existir divergências a respeito de qual nação é a maior culpada pela Primeira Guerra Mundial, mas ninguém pode negar que foi a Alemanha quem invadiu a Bélgica.

estavam envolvidos no tráfico de armas tanto para o Iraque - a quem oficialmente apoiavam - quanto para o governo xiita do Aiatolá Khomeini do Irã, que anos antes havia comandado a invasão à embaixada dos Estados Unidos do seu país num imbróglio que durou um ano e dois meses. “A verdade vinha sendo equiparada a más notícias, e as pessoas estavam fartas de más notícias, logo muitos escolheram ser resguardadas de tamanha aflição” (TESICH, 1992, p.12 *apud* GUERRA; BARBOSA, 2019, p.132). Sua afirmação, talvez profética, apenas vislumbriaria uma tendência também elucidada por Keyes (2017), onde pessoas aderem às mentiras baseados por supostas “boas intenções” do mentiroso, numa área nebulosa da ética onde é possível dissimular sem se sentir antiético. A esse comportamento maleável, o autor intitulou “*al. ethics*”. (KEYES, 2017, p.19), e a motivação para tal condescendência estaria na quebra da vida em comunidade associado ao anonimato da rede.

Em 2004, o jornalista do *New York Times* Ron Suskind entrevistou Karl Rove, proeminente assessor do então presidente dos Estados Unidos George W. Bush que declarara, nas palavras de Suskind: “Rove disse que caras como eu estavam ‘no que chamamos de comunidade baseada na realidade’, que ele definiu como pessoas que acreditam que as soluções surgem de seu estudo criterioso da realidade discernível. Não é mais assim que o mundo realmente funciona, somos um império agora, e quando agimos, criamos nossa própria realidade. E enquanto você estuda essa realidade -judiciosamente, como você fará – agiremos novamente, criando outras realidades, que você pode estudar também, e é assim que as coisas vão se resolver. Somos atores da história... e vocês, todos vocês, serão deixados para estudar o que fazemos” (MANKOFF, 2017).

Para Guerra e Barbosa (2019), não é possível tratar de uma suposta era da pós-verdade com suas intrínsecas e complexas implicações sociológicas e políticas como um fenômeno compreendido e definido; não há distanciamento temporal para isso. Para eles, a revolução nos meios de comunicação, popularizando como nunca um discurso que relativiza a noção de verdade, pode ter oposto ainda mais Filosofia e Política, pensando na ideia de Hannah Arendt (1993). Para Feitosa (2017), o termo pós-verdade, como um ponto de intersecção entre Política e Filosofia é problemático, além disso, o próprio termo só alteraria a designação da mentira na política, criando um eufemismo para uma velha e conhecida prática. A verdade, por mais áspera e dura que possa ser, sempre será aquilo que não podemos mudar como fato consumado, daí que reverbera o seu poder.

Logo, a definição pós-verdade carrega consigo algumas questões que parecem não serem completamente contempladas. O dicionário *Oxford* classifica o termo como “um adjetivo definido como relativo ou denotando circunstâncias nas quais os fatos objetivos têm menos influência na formação da opinião pública do que apelos à emoção e às crenças pessoais”. Os dicionários *Cambridge* e *Collins* também designaram o termo como adjetivo. O *Priberam* de Portugal é o único dicionário até o momento na língua portuguesa a conceber uma definição² e curiosamente a define como substantivo e adjetivo:

“*Substantivo feminino ou masculino* 1- conjunto de circunstância ou contexto em que é atribuído grande importância, sobretudo social, políticas e jornalística, a notícias falsas ou a versões verossímeis dos fatos, com apelos às emoções e as crenças pessoais, em detrimento de fatos apurados ou da verdade objetiva.

Adjetivo de dois gêneros e dois números 2- que atribui mais importância a notícias falsas ou não fundamentais do que à verdade objetiva”.

Para Guerra e Barbosa (2019), o termo pós-verdade atribui-se às circunstâncias da contemporaneidade (adjetivo), não a uma característica distinta de nossos tempos (substantivo), o que consistiria num eufemismo para a arte de mentir. Para os autores, esse deveria ser o centro de toda discussão: a ideia de que é possível suavizar a mentira, criaria uma armadilha de se realizar estudos baseados num discurso moralista. Para os autores, dizer que vivemos uma era de não verdades, ignora que ainda resida dentro daqueles que desconfiam ou negam determinada informação, uma busca abundante por algo que suplante até o conceito de verdade. “É por isso que quanto mais esvaziados se tornam os referenciais, mais aguerrida e beligerante se torna a busca por uma autoridade verdadeira” (GUERRA; BARBOSA, 2019, p.157). A grande questão que se coloca para a pós-verdade é como a realidade fática pode carregar tantas esperanças distintas e por isso visões opostas.

Clark (2016) lança uma incômoda e relevante discussão - da qual esse estudo tentará refutar - onde a pós-verdade nada mais é que um neologismo patrocinado pelo *establishment* - essencialmente, a mídia tradicional, acadêmicos e políticos ultrapassados - preocupados com a perda de influência diante do crescimento de políticos “ditos populistas” e da mídia digital. Segundo Clark, quem mais alerta para os perigos da pós-verdade, são, historicamente, os maiores disseminadores de notícias falsas e dá como maior exemplo a maneira que mídia

² Até o dia 15 de julho de 2020.

tradicional, representado por redes de televisão e renomados colunistas de jornais, aderiram entusiasticamente ao discurso de que o Iraque tinha armas de destruição em massa em 2003, levando à ocupação de um país.

Para obter apoio das populações para guerras ilegais, o *establishment* promove incontáveis “falas notícias”, como se fossem notícias não falsas [...] Fontes “anônimas” são sempre citadas, muito frequentemente plantadas pelos serviços de segurança. Simultaneamente, uma vasta brigada de atiradores de laptop neoliberais põe-se a esbravejar [...] e é a mesma multidão “ética e “indignada”, vale anotar, que acusa os políticos ditos “populistas” de ignorarem “fatos objetivos” e manipularem as emoções populares [...] Depois de distorcer sistematicamente os fatos, velha mídia queixa-se da enxurrada de mentiras difundidas nas redes sociais. Faz sentido: os oligopólios não toleram concorrência. (CLARK, 2016).

Priolli (2017), assim como posteriormente Guerra e Barbosa (2019), nega ao termo pós-verdade uma suposta devoção à mentira, vendo nele um comportamento que denota insensibilidade à verdade. Já a revista *The Economist* (ARTE..., 2016)³ em seu editorial, opina que historicamente as mentiras na política tinham como objetivo criar uma vantagem, enquanto hoje a pós-verdade se caracteriza por ser uma arte intensificadora de preconceitos, criando grupos de influência caninamente fiéis.

Guerra e Barbosa (2019), ao se debruçarem no conceito de mundos líquidos de Zygmunt Bauman - que pensou um arranjo de coisas onde as relações sociais revelam-se menos costumeiras e contínuas – perceberam que a falta de segurança se revela nos arranjos do indivíduo na pós-modernidade. Diante de um mundo com excesso de informação e incapacidade de reflexão - ideia que remete a Baudrillard (2005) e Postman (1994) – as narrativas pessoais também seriam difundidas à exaustão quando são mais confortáveis, firmando a ideia de que quem acolhe os próprios fatos, na verdade acreditaria somente em si mesmo. Guareshi (2018) pensa que talvez tenhamos chegado a uma era sem mais volta, em que não haveria mais detentores exclusivos dos fatos. A verdade não teria perdido seu espaço para a mentira, na verdade, e essa seria uma sutil diferença, muitos agora pensariam ter por excelência o direito de buscar os fatos por si mesmos.

Segundo Santaella (2018), o que difere nosso período é como as notícias são criadas, difundidas e compreendidas. Historicamente, as notícias eram concebidas com procedências mais seguras assentadas em normas jornalísticas, e com o surgimento da internet se expandiram distintos meios de disseminação e consumo de informações e notícias que fogem dos tradicionais crivos editoriais propiciando o compartilhamento e comunicação a todo lugar e

³ Editorial traduzido e republicado no jornal *O Estado de São Paulo* (vide em Referências “A arte da Mentira”).

tempo (SANTAELLA, 2018, p.30). Segundo Bucci (2019), o termo “política da pós-verdade” provavelmente foi utilizado pela primeira vez em 2010 por um blogueiro chamado David Roberts quando este analisou o que pensou ser uma lógica política em que o discurso público influenciado pelas narrativas midiáticas havia se desconectado das ferramentas onde são discutidas as políticas públicas. Já Kakutani (2018) e D’Ancona (2018) associam diretamente uma era de pós-verdade às conjunturas de notícias enganosas acentuadas durante as campanhas para Brexit e na eleição de Trump para a presidência dos Estados Unidos, ambas em 2016.

Logo, ao final da leitura do todas as ideias, definições e análises a respeito da pós-verdade, parece curioso que todos os pesquisadores ou tenham corroborado com a definição proposta pelo dicionário Oxford, ou a criticaram sem diretamente se propor a elaborar uma distinta. De qualquer maneira, elas se mostram incapazes de abranger a totalidade do fenômeno, e é esperado ter em mente que, mesmo assumindo um relativismo da maneira como as pessoas e grupos podem acolher os discursos da verdade em diferentes momentos, seja sendo enganadas por *fake news*, acreditando no que querem, negando uma verdade óbvia, ou se abrindo para novas perspectivas, no que diz respeito àquilo que pode ser considerado objeto deste estudo, a definição usualmente aceita da pós-verdade proveniente do dicionário Oxford se mostra incompleta, abrindo mais dúvidas que certezas. Ao assumirmos a pós-verdade conforme definida pelo dicionário Oxford, como um adjetivo relativo ou denotando circunstâncias nas quais “os fatos objetivos têm menos influência na formação da opinião pública do que apelos à emoção e às crenças pessoais” cairíamos constantemente na armadilha de sermos questionados que tal definição seria apenas um nome distinto de algo que sempre ocorreu ao longo da História.

A definição de pós-verdade, conforme elaborado pelo dicionário Oxford, parece incompleta ao deixar de lado se tratar de um fenômeno que não coincidentemente se notabilizou na era da comunicação digital, logo, o presente estudo atentará a um tipo de definição no qual a pós-verdade só faz sentido no âmbito da segmentação algorítmica capaz de personalizar conteúdos digitalmente: É impossível pensar na pós-verdade separadamente da revolução das comunicações propiciadas pela a Internet, notabilizada pela expansão da lógica das redes sociais movendo os homens para distintas sociabilidades e ideais de comunicação e como lidam com a tecnologia. Ao mesmo tempo em que esse fenômeno se adequa muitas vezes à histórica expectativa que temos com algum fato legitimando mentiras, discursos enganadores, parcialidades propositais e outras que são mais facilmente palatáveis - conforme estudos

clássicos de autores como Hannah Arendt⁴ - os algoritmos e toda lógica de ultra exposição e personalização das notícias e realidades das redes sociais, ao solidificarem discursos que obscurecem a verdade fatual, abrem portas para um tipo comportamento social que atenua qualquer imprevisibilidade, característica essencial, tanto da ação política, quanto da esfera pública democrática e plural. Mas esse estudo não deixa de considerar, apesar de não ser o seu objeto, o quanto essas tecnologias de comunicação e informação sabem operar no âmbito das emoções humanas “operando no núcleo da subjetividade humana, não apenas no seio de suas memórias, da sua inteligência, mas também na sua sensibilidade, dos seus afetos, dos seus fantasmas inconscientes” (GUATTARI, 2013, p.16).

Logo, uma definição ao fenômeno da pós-verdade, assumida por este estudo poderia ser dada nos seguintes termos: Fenômeno próprio da segmentação algorítmica nas redes sociais e demais fontes de comunicação de massa⁵, em que notícias e espaços de opinião personalizadas da Internet intensificam, fundamentam ou criam discursos e agrupamentos digitais muitas vezes servindo às narrativas *anti-establishment*, obscurecendo as verdades fatuais ao se valer da expectativa da verdade concedida por esses aparatos tecnológicos, muitas vezes apelando, não só às emoções inerentes às relações sociais, econômicas e políticas, como a questões inconscientes dos indivíduos.

Mas essa definição torna necessárias duas outras para as análises imediatamente seguintes: No que diz respeito à ideia de que o fenômeno da pós-verdade nas redes sociais se legitima a partir da “segmentação algorítmica” proporcionando uma chamada “subjetividade algorítmica”. Se apenas no capítulo 2 do presente estudo os algoritmos que delimitam grande parte do conteúdo digital que consumimos serão tratados de maneira direta, é preciso deixar claro as definições que serão pensadas para esses dois conceitos ao longo do presente estudo, e que serão retomados com frequência.

⁴ É importante ressaltar que a manipulação da verdade em função da presença tecnológica do mundo da informação surge também nos estudos de Hannah Arendt, mas a revolução proporcionada pelas redes sociais e seus algoritmos trouxeram distintas dinâmicas que deverão ser analisadas neste estudo, influenciando decisivamente para o fenômeno da pós-verdade.

⁵ Apesar das diversas fontes de comunicação de massa terem importância para a pós-verdade, as redes sociais e seus algoritmos são decisivos para tal fenômeno, de maneira que surja a justa sensação de que se trata de algo com características distintas.

A “segmentação algorítmica”⁶ diz respeito ao conteúdo personalizado concedido pelos meios digitais com intuito de aumentar o engajamento do usuário. Graças ao funcionamento dos algoritmos, não apenas aos produtos pelos quais eventualmente os usuários pesquisem ou que vejam oferecidos a ele na Internet, como também pessoas, objetos, acontecimentos, opiniões influenciadoras e até verdades fatuais são selecionadas. Já que os algoritmos funcionam de maneira relacional, ou seja, examinando indivíduos que curtem ou compartilham os mesmos conteúdos que nós, delimitam grupos que recebem conteúdos similares, e que assim logo se veem associados nesses ambientes, permitindo que se expandam para o “mundo real”.

Já a “subjetividade algorítmica”, além de um efeito esperado da segmentação algorítmica, no sentido que, ao mesmo tempo em que há sensação de que os algoritmos são delimitados por nossos gostos, numa relação íntima homem/máquina, também delimitam a verdade e opiniões que temos acesso através do conteúdo que recebemos. Além disso, a subjetividade algorítmica pode ser pensada sob o olhar da dinâmica de funcionamento das redes sociais, onde o usuário é encorajado ao engajamento para que deixe mais dados, facilitando seu mapeamento e propiciando associações coletivas. A subjetividade algorítmica está centrada num “eu expandido” onde conteúdos personalizados dão impressão de conceder mais espaço para as subjetividades, quando, na verdade, são pautados por informações que apenas incentivam o engajamento. Tal ideia se baseia no conceito de servidão maquínica de Deleuze e Guattari (2011), com a ênfase maior de estar centrada nos ambientes das redes sociais com suas conjunturas altamente viciantes e auto referendadas pelo funcionamento da segmentação algorítmica, capaz de fornecer a pretensa noção de potencializar subjetividades, quando em grande parte as direcionam sob a máscara de um grande eu expandido e autocentrado: “Não seria o fim do indivíduo, nem mesmo sua dessubjetivação. Porém, a anulação das subjetividades, congelando sujeitos em suas bolhas ideológicas e identitárias” (TELES, 2018 p.3). Deleuze e Guattari enxergam um mundo afinado com desenvolvimento técnico como forma de domínio fundamentado no controle estrutural dos conhecimentos. A ambientação de

⁶ Essa definição se fundamenta na definição de governamentalidade de Foucault, obviamente adicionada à reflexão dos algoritmos digitais. O ideal de Foucault se baseia na ideia de uma autoridade que legitima sua influência graças às suas ações na multiplicidade dos indivíduos e menos no território: “trata-se do controle mais da circulação e das relações, do que dos indivíduos e seus recursos” (Foucault, 2008, p. 28), baseada em uma série de arguições e arranjos próprios, através de arranjos com apurações e/ou estatísticas usadas para modelar e prever as subjetividades dos homens.

como isso se incorpora em nosso dia a dia, assim como convívio nesse ambiente, muda como o homem habita seu mundo, assim como seu comportamento e sentimento⁷.

A ideia de que o fenômeno da pós-verdade tem íntima relação com os algoritmos, notadamente testemunhados nas redes sociais e nos serviços e notícias oferecidas a cada usuário, surge no momento em que os homens, mesmo quando confrontados com a verdade dos fatos, assumem, conscientemente ou não, preferir discursos outros, e talvez por isso seja a hora de se voltar às críticas acima feitas por Clark (2016), que pensa a pós-verdade como um neologismo hipocritamente “superdimensionado” (CLARK, 2016, p.2) pelos grupos que tradicionalmente disseminavam mentiras. Não há como negar a relevância da crítica de Clark, mas seus argumentos certamente podem ser usados pelos disseminadores de notícias falsas na rede, assim como pela camada mais extremista e reacionária que dela se alimenta, fomentando discursos *anti-establishment*. Talvez o maior dos enganos de suas críticas seja confundir a disseminação de notícias falsas e enganadoras com o fenômeno pós-verdade⁸, e por esse motivo que só agora, após a definição do fenômeno seja possível contrapor a ideia colocada por Clark. Se notícias falsas, assim como mentiras patrocinadas por políticos e grupos de poder remontam ao próprio exercício da política e da disseminação de notícias na mídia tradicional, as redes sociais propiciaram ao receptor um suposto poder de exercer influência a qualquer discussão – seja fundamentado em fatos, acontecimentos forçadamente recortados ou mesmo fabricados. Se antes, quando o público receptor estava restrito às manifestações e protestos públicos, assim como cartas a jornais ou ligações realizadas diretamente para rádios, jornais, revistas e televisões, hoje é possível a qualquer usuário das redes ter uma verdade só sua com conteúdo que valide sua crença. Se as falsas notícias assentidas pela mídia tradicional, assim como recortes de realidade não são louváveis, o que hoje ocorre também não é, mas trata-se de fenômenos próximos, mas distintos. Com o fenômeno da pós-verdade é possível não só o usuário disseminar preconceitos, notícias falsas, crenças, como fechar-se em uma realidade totalizante à prova de qualquer fato, e isso ocorre porque há uma tecnologia capaz de potencializar crenças e preconceitos validando qualquer ideia, tornando não só irrelevante qualquer fato, como a discussão de ideias. Se, apesar das mentiras patrocinadas pela imprensa tradicional, a invasão ao Iraque em 2003 sofreu inúmeras críticas presenciando-se

⁷ Como pensava Bourdieu (1983), as vozes de conhecimento científico, aos moldes no que o presente estudo pensa serem capazes de produzir em nossos dias a lógica dos algoritmos, vão articulando nossa subjetividade e fundamentando nossas crenças, correspondendo nossas expectativas de verdade.

⁸ Se partirmos de ideia de que *fake news* são informações compartilhadas para causar danos, os discursos da pós-verdade podem se utilizar de tais informações para fundamentar crenças, sem necessariamente se importarem com a verificação de sua veracidade.

manifestações em diferentes países que denunciavam a falta de provas da existência de armas de destruição de massa no país do Oriente Médio, hoje, com as mídias sociais e sua segmentação algorítmica, além de ser possível que grande parte dos usuários sequer tivesse conhecimento ou dimensionamento real das manifestações e críticas, caso houvesse repressão a uma eventual manifestação que causasse dezenas de mortos, qualquer grupo encontraria facilmente um nicho daqueles que veriam nisso justificativa plausível, minimizando tal fato com argumentos centrados em acontecimentos passados, como os colocados por Clark (2016).

1.2 Verdade, Mentira, Autoengano, Dados e Informações na pós-verdade

Se partirmos da ideia de que a pós-verdade é um fenômeno associado ao desenvolvimento tecnológico das comunicações digitais, ela está fundamentada na lógica cartesiana que procura verdades científicas e matematizantes, mas isso não ignora diferentes aspectos que atestam a busca dos homens por narrativas que ajudam a compreender sua realidade: enganar os outros ou se deixar iludir sob distintos interesses pressupõe investigar alguns aspectos que, apesar de se fazerem claros e até óbvios, fazem parte constitutiva da lógica do fenômeno. Se a pós-verdade não é outro nome para a mentira, autoengano ou oposição consciente à verdade, isso não pressupõe que pensar o significado desses termos não seja relevante, pois eles fundamentam a lógica do fenômeno. Buscar a verdade tem como intuito não apenas à sobrevivência ao se terem esclarecidas questões básicas, diferenciando o que o homem apreende de sua realidade como forma de maximizar seu lugar no mundo, mas também - o que pode parecer paradoxal ou embaraçoso - se presta a mascarar incertezas que afastem o aceite do desconhecido preservando valores.

Mentira e autoengano não estão apenas presentes nos homens, como em diversas outras espécies, assumindo, muitas vezes, um papel de sobrevivência evolutiva “Há uma diferença muito pequena entre fingir-se de morto de um besouro e a síncope de um homem em um campo de batalha”. (WILE, 1942, p.294 *apud* ZORTÉA, 2014, p.1). Logo, o engano ao outro se configura como essencialmente um comportamento social, pois não é apenas um mecanismo de sobrevivência física, mas também uma forma de se relacionar com o outro mantendo a legitimidade de uma identidade e potencial exercício de poder. Como exemplo de tal ideia, Callegaro e Sartoro (2009) demonstraram em estudos com grupos adolescentes que os que detinham maior status eram aqueles com maiores habilidades para mentir.

Já o autoengano “diria respeito à crença na própria descrição excessivamente distorcida da realidade e estaria evolutivamente relacionada ao aperfeiçoamento da habilidade de enganar as outras pessoas” (ZORTÉA, 2014, p.2), isso porque, para o mentiroso, custa muito mais processamento mental mentir do que falar a verdade, facilitando ao ouvinte a detecção, logo, o autoengano ajuda a mentir melhor, transformando um comportamento individual - mentir para si mesmo - em algo que se desenvolve para o exercício social (CALLEGARO; SARTORIO, 2009). Conforme coloca Fernandez (2015) “entre todas as espécies, apenas ao ser humano levou a sofisticação evolutiva a começar enganando a si mesmo como melhor forma de afrontar com maior naturalidade a habilidade de mentir aos demais”. A mentira pode ser pensada como uma forma de mostrar suprema oratória e cognição, a ponto de podermos imaginar que facilita abdicarmos da consciência dos fatos como forma de convencer melhor os outros. Talvez por isso mesmo o melhor mentiroso não se considere alguém digno de desprezo: ao permear as relações sociais, a mentira garante segurança ao que os grupos sociais encaram como algo sagrado a si mesmos para poderem se impor aos demais, garantindo ao discurso enganoso a função de garantir a versão mais conveniente dos fatos, proporcionando maior capacidade para defesa de seus interesses.

Em certo sentido somos os fabricantes dos significados e do sentido (ou “sem-sentido”) daquilo em que fixamos nossa atenção. E viver com sentido é saber que o nosso é o mundo verdadeiro; desquiciados, falsos, mentirosos, hipócritas, profanos, disparatados são os mundos dos outros. (FERNANDEZ, 2015).

Pensando nesses termos, a associação entre verdade, mentira, autoengano e pós-verdade parece íntima, mas tênue e com muitos nuances. Se os indivíduos procuram validar suas crenças e opiniões por qualquer notícia, seja verdadeira, falsa ou dúbia a partir de grupos que se estabelecem nas redes sociais identificados por comportamentos similares realizados pelos algoritmos, tanto o conteúdo com mentira quanto com autoenganos, propiciam maior competência ao engodo, servindo para não se ver diante daquilo que se teme do outro, concedendo ao fenômeno da pós-verdade uma dinâmica singular e muito poderosa. Hannah Arendt (2019) nos alertou que a verdade fatural pode ser desacreditada por opiniões, como testemunhamos em nosso dia a dia, mas a lógica das redes sociais parece ter criado diferenças acentuadas aos seus alertas ao legitimarem distintas narrativas para a verdade.

Mas se um dos maiores danos do fenômeno da pós-verdade é o excesso de opiniões não fundamentadas em fatos impossibilitando o encontro do interesse comum, além do discurso *anti-establishment* fomentando fervores capazes de negar qualquer fato alçando líderes e ideias

reacionárias como tábuas de salvação, é preciso não perder de mente como um ideal que legitima a mediação da verdade através de aparelhos tecnológicos pode ser capaz de dar relevância única às mentiras e autoenganos. Conforme bem observa Bucci (2019), dados digitais se configuram em uma infinidade de informações para todos os gostos e pensamentos interditando os fatos, o que impossibilita que alcancemos a verdade.

Enquanto um dado associado à informática é o que se consegue decodificar como fatos não processados, a informação só pode ser apreendida quando há interpretação dos dados investigados. Logo, na dinâmica desses aparatos tecnológicos, o arranjo e composição dos dados é o que proporciona que a informação a respeito de qualquer coisa ou alguém possa se constituir. Ao se encaixar o dado sob determinado ponto de vista e um conjuntura específica, ele passa a ter sentido se tornando informação. Ou seja, a informação só pode ser alcançada ao se decodificar os dados brutos. Feita essa distinção, para se chegar aos fatos constituindo a verdade, uma adesão a um conjunto de dados sem significado, ou mesmo informações que, intencionalmente ou não, trabalharam de forma errada com os dados, pode servir ao discurso da pós-verdade.

Enquanto o discurso *anti-establishment*, numa espécie de oposição a algum poder vigente – seja real, distorcido ou imaginário – tem muitas vezes o efeito de interditar os fatos pelo desejo de se lutar por alguma causa, a tecnociência a serviço de verdades absolutas ganha potencial para interditar a realidade, conforme pensado por Adauto Novaes, “ganha força e uma religião, domina as instituições políticas, as artes, os costumes, a linguagem e as mentalidades” (NOVAES, 2017 *apud* BUCCI, 2019, p.80). Os dados, muitas vezes, são usados para substituir os fatos. Mantidos atrás de uma tela, o homem que vive na “superfície” (Virilio, 2007) de um smartphone perde contato com a realidade, revelando o problema incômodo de se pensar os fatos sem qualquer expectativa de vivenciar as experiências reais.

Se alguém não acredita no cenário que acabo de descrever, que tente responder a algumas interrogações [...] quem fiscaliza a engenharia subterrânea dos algoritmos que coordenam o fluxo das ideias na esfera pública que se globalizou? [...] Sim, os dados se impõem como fatos consumados – mas não são fatos, e sim *representações* dos fatos, ou mais ainda, *representações de aglomerações de fatos*. (BUCCI, 2019, p.77).

Segundo Bucci (2019), a partir da percepção do matemático norte-americano Claude Shannon se estabeleceu uma teoria centrada na comunicação, onde, de maneira simplificada, foi comprovado como é possível a desvinculação da teoria com sentido, significado ou verdade, onde um bit de informação – dígito binário que só pode ser 1 ou 0 – não necessita, em última

instância, de validações éticas, tendo apenas que ser um bit. Tal ideia não apenas reverberou no campo científico acadêmico, mas em chips, smartphones, algoritmos e *big data*:

A palavra informação, nesta teoria, é usada num sentido especial que não deve ser confundido com seu uso comum. Em particular, a informação não deve ser confundida com o significado. Na verdade, duas mensagens, uma das quais é fortemente carregada de significado e outra apenas absurda, podem ser exatamente equivalentes, do ponto de vista aqui adotado, no que diz respeito à informação. É isso, sem dúvida que Shannon quer dizer quando diz que os aspectos semânticos da comunicação são irrelevantes para os aspectos da engenharia. Mas isso não significa que os aspectos da engenharia são necessariamente irrelevantes para os aspectos semânticos. (SHANNON; WEAVER, 1964 *apud* BUCCI, 2019, p.44).

E é dessa aglomeração de dados que se valem os algoritmos para que, na teoria, sejam capazes simplificar e agilizar a nossa vida. Tal ideia se aproxima do pensado por Virilio (1996) como dromologia de nossa época - na ideia de dromos como velocidade. O século XXI se caracterizaria pela dromologia, dropolítica e dromocracia, em que a presença das redes sociotécnicas influenciaram um tipo de relação social pautado na velocidade. E o fenômeno pós-verdade não pode ignorar a superficialidade do real e sua relação com a tecnologia da tela pensada por Virilio (2007). A tela passa uma ideia de “teleobjetividade” organizando discursos, relações sociais, alterando abstrações, regulando emoções e diminuindo as vivências reais. Tal superficialidade da vida se transforma em um elemento lógico e real de vivência, podendo nos fazer abstrair o quanto reverbera no relacionamento pouco aprofundado com os fatos.

Com o acesso do real alterado pela presença da tela, essa velocidade deve ser pensada não só nos conteúdos sociais que circulam, mas também aos variados conhecimentos. Os conteúdos acessados pela tela nos passam uma noção totalitária de conhecimento e simplificação do mundo, sendo que recebemos apenas uma ínfima porcentagem recortada e muitas vezes representada do real. Logo, as expectativas dos indivíduos a respeito da verdade também são compradas nesse ambiente imaginário de modo totalitário, permitindo a confusão do público com privado verificada nas redes sociais. Se o fenômeno da pós-verdade é um discurso sistematizado que ignora ou coloca os fatos em um plano secundário, tal fenômeno pressupõe como indivíduos estão vulneráveis à banalização do real em sua lógica simplificada de transmissão enquanto conseguem manter uma expectativa de realidade pautada em instrumentos tecnológicos. Apenas uma estrutura cognitiva simplificada do mundo é capaz de criar um ambiente propício para que a pós-verdade possa se desenvolver. Muitas vezes uma *fake news* não é um engano em si, pois tal engano se vê facilitado pelo empobrecimento e superficialidade da vida real com seu consequente e inevitável enfraquecimento do espírito cívico.

Mas para qualquer exercício que tente garantir a frágil verdade, é necessário, antes de tudo, poder compreender onde ela está e como encontrá-la. Segundo Pariser (2012), num artigo publicado na revista de tecnologia e ciência *Wired*, em 2010, o seu então editor-chefe, Chris Anderson, previu o desenvolvimento digital e emergência das redes sociais com seus algoritmos, onde seria cada vez mais ineficiente nos esforçarmos a formular ideias e hipóteses em linguagem humana quando seria paulatinamente mais simples e eficiente aderir a correlações a partir de trilhões de dados (KEVIN, 2012). Tal ideia ignora o fato de que os homens, ao contrário das máquinas, são incapazes de dirigir corretamente suas vidas exercendo de maneira significativa sua liberdade tendo condições de encontrar a verdade, se não compreendem as diretrizes que seguem, ou ao que, ou onde recorrer caso não as compreenda:

Danny Hills, o inventor dos supercomputadores, disse uma vez que a maior conquista da tecnologia humana é desenvolver ferramentas que nos permitem criar mais do que entendemos, mas essa é a mesma característica que cria os maiores desastres. Quando o código que move a personalização algorítmica fica mais parecido à complexidade da cognição e emoção humana, torna-se mais difícil entender por que ou como ele está tomando as decisões que toma [...] E o resultado é que, com isso, é mais difícil responsabilizar esses sistemas e seus criadores por suas ações (PARISER, 2012, p.181).

Segundo Arendt (2019), se torna um engano qualquer liberdade de opinião se dela não repousar o interesse na verdade dos fatos. A imensidão de dados e informações desprovidas de sentido baseado em fatos ameaçam o domínio do espaço público ao servir de base para opiniões, e tornar claro essa ameaça é, ao final das contas, um dos grandes objetos do presente trabalho, logo, como será visto à frente, é o domínio da política e de suas paixões estar em guerra com a verdade e todas as suas formas, pois é através do domínio da verdade que se constitui a legitimidade de qualquer poder.

Os fatos e as opiniões não se opõem uns aos outros, pertencem ao mesmo domínio. Os fatos são a matéria das opiniões, e as opiniões, inspiradas por diferentes interesses e diferentes paixões, podem diferir largamente e permanecer legítimas enquanto respeitarem a verdade de fato (ARENDT, 2019, p.298).

1.3 Um novo conceito de verdade racional?

O título deste subcapítulo parece paradoxal, isso porque, se o fenômeno da pós-verdade se notabiliza por muitas vezes renegar os fatos, ele pode representar um novo conceito de verdade racional? Porém, conforme foi definido o fenômeno da pós-verdade, o foco desse

estudo consiste em relacionar o fenômeno da pós-verdade com a segmentação da realidade inserida na lógica tecnológica dos algoritmos, mas isso nos obriga a fazer uma investigação de como em algumas circunstâncias a mentira, oposição à verdade e os autoenganos funcionam sem esses aparatos tecnológicos, potencializando seu efeito quando entram em cena. O caminho para uma resposta satisfatória estaria em pensar como os homens conseguiram, notadamente, desde o Iluminismo, responder e justificar suas angústias, temores, paixões ou mesmo infrutíferas investigações científicas com alguma resposta satisfatória ancorada muitas vezes em discursos bem fundamentados ou algum argumento ou informação legitimada em instituições racionais.

Essas respostas, conforme será visto ao longo deste estudo, hoje parecem serem satisfeitas como nunca por verdades autoevidentes inflacionadas pela segmentação algorítmica e na maneira como ocorre circulação de conteúdos numa sociedade de controle, apontando para uma realidade auto referendada de uma subjetividade algorítmica - tendo em vista os conceitos de servidão maquínica de Guattari e Deleuze. Se a tecnologia não apenas produz ou intensifica desejos, também fomentando fronteiras que parecem autorreferentes, a maior tarefa das pessoas parece saber lidar com o impacto da imensidão dos dados concedendo a eles alguma significação “integrando-as na sua visão do mundo, como tarefa inevitável para os sujeitos” (GUARESHI, 2006, p.29,30).

Mas para se chegar a esse ponto da análise propiciando o entendimento do recorte feito ao estudo do fenômeno da pós-verdade, serão apresentados diferentes aspectos de como a mentira na política, assim como autoengano e negação de fatos incômodos puderam prosperar com a revolução da Internet, logo, é preciso ter em mente como a lógica Iluminista foi capaz de criar uma conjuntura para que nosso período ofereça distintas dinâmicas, legitimando discursos em que pessoas ou grupos não aceitam, consideram ou tenham contato com a verdade fatural, seja porque realmente acreditam em mentiras- sendo enganados por diferentes grupos de poder - ou porque os discursos e conteúdos lhe parecem mais convenientes. É preciso sublinhar de que maneira as redes sociais e outros aparelhos tecnológicos encontraram terreno fértil para que grupos politicamente extremistas e discursos que renegam as verdades fatuais pudessem tornar o fenômeno da pós-verdade tão relevante a ponto de se tornar a palavra do ano em 2016. Se mentiras, combate à verdade e autoenganos sempre existiram, o que preparou o terreno para que isso ocorresse, e quais fatores determinantes para que isso seja possível?

Partindo da ideia de que a busca por verdades totalizantes do discurso cartesiano sempre deixaram buracos incapazes de satisfazer paixões não correspondidas e questões não respondidas, seguirá uma análise a respeito de alguns aspectos da construção da verdade e mentira, dando pistas de como a conjuntura das redes sociais com seus algoritmos puderam embaralhar tão eficazmente as cartas da, historicamente, complexa e frágil construção dos discursos e processos em que os homens se informam dos fatos formando juízos, crenças e constituindo associações coletivas. Sob influência de uma lógica cartesiana, onde homens em relação adjacente com as máquinas buscam verdades impulsionadas e/ou legitimadas por esses aparatos tecnológicos, houve, com o decisivo advento das Internet e algoritmos, um momento em que as expectativas pré-concebidas de verdades puderam triunfar diante dos fatos, e isso ocorre justamente porque muitas vezes as paixões e ideais podem ser fundamentados, camuflando-os. Além disso, mesmo assumindo que a pós-verdade não seja apenas uma nova designação para mentira, é necessário demonstrar ao longo do presente estudo como uma sociedade ancorada na tecnologia concedeu o que é a grande questão do que podemos considerar como o que caracteriza o fenômeno da pós-verdade como algo distinto do que já ocorria historicamente: a possibilidade das pessoas comuns assumirem e terem reconhecidos seus preconceitos e crenças como verdades, imaginando terem pleno controle sobre suas ações. O fenômeno da pós-verdade parece permitir ao homem aliar suas paixões cientificamente, sem que se pareçam paixões, aparentando opiniões fundamentadas em fatos.

1.4 Quando a lógica cartesiana falha mas permanece a condicionar a busca por verdades totalizantes

O homem sempre procurou narrativas que fizessem sentido, e esse sentido muitas vezes não tem como referência os fatos. Seria o fenômeno da pós-verdade uma reação à queda do projeto matemático cartesiano, onde indivíduos e grupos agora teriam a possibilidade de se verem libertos de noções matemáticas e totalizantes para abraçar narrativas e crenças próprias, ou apenas um desdobramento dessa própria lógica, onde, numa sociedade em que os imaginários se configuram em associação com tecnologia, é possível significação na imensidão de dados e informações?

Apesar da tendência *anti-establishment* inerente a muitos grupos identificados como propensos a rejeitar os fatos indicar para a primeira, a resposta parece se adequar mais à segunda alternativa, mas com alguns nuances: já que a lógica totalizante cartesiana nunca cumpriu seu

propósito, mantendo insatisfações e paixões sempre vivas, uma suposta era de pós-verdade, à primeira vista, poderia parecer uma reação vislumbrada pelo pós-modernismo para denunciar o quanto o homem se sentia preso a teorias com verdades totalizantes e totalitárias que pouco diziam a sua realidade, abrindo espaço para aqueles que melhor soubessem despertar paixões e ressentimentos de grupos que se consideram excluídos do debate público. Porém, ao pensarmos no simples fato de que o fenômeno da pós-verdade sempre se vê associado às tecnologias digitais de informação e comunicação, parece mais coreto afirmar que seja um dos efeitos da lógica totalizante da ciência que agora permite que distintas narrativas alcancem as plateias capazes de lhe conceder audiência cativa. Mas para alcançarmos tal ideia, cabe ilustrar algumas relações verificadas ao longo da História, tentando compreender o que seja capaz de mover o homem a se agarrar em narrativas que melhor se adequem aos seus desejos.

E a busca de sentido na imensidão dos acontecimentos da vida serve aos distintos discursos de quem quer acreditar acolhendo verdades, no poema “*A máquina do mundo*” de Carlos Drummond de Andrade (1983), a vida se apresenta como uma estrada pedregosa e árida, onde o homem vive atônito, perturbado e com futuro incerto. Logo, a máquina do mundo se apresenta com todas as respostas da existência, e então o poeta ilustra como o homem reage ao finalmente ter diante de si todo o sentido da vida e existência: repelindo a verdade. Se a vida não é fácil, reconhecer a realidade crua, sempre será um abalo imensurável para o ser humano, algo que remete, desde a quem busca escapar da caverna de Platão, até ao existencialismo de Sartre; e se a verdade crua nos disser sermos apenas animais como nossos primos símios, com existência finita e sem alma, num planeta ignorado pelos deuses, num canto obscuro do universo, sendo que o que nos diferencia dos outros animais é nossa capacidade intelectual para criar mentiras e autoenganos encontrando algum tipo de conforto e felicidade? Se não faz sentido ser bom quando não há inferno, qual o significado de não ter nada de especial além dos próprios desejos por explicações? Se deixarmos de procurar respostas, a verdade deixa também de importar. Quando a máquina do mundo se abre para o homem, ela tenta convencê-lo a aceitar o que revela, do jeito que a realidade é, pedindo que se abra ao novo, deixando de ser hermético ao liberar sentidos sedimentando empatia com os outros homens.

Para Oliveira (2019), a ideia de Drummond lembra os discursos de Sócrates sobre o combate a ignorância, ou, na verdade, da reflexão a respeito da *amathia* - “*falta de sabedoria*”. Cerrados para novas ideias que possam trazer angústias, os homens fixados em suas próprias trevas, crendo genuinamente que o desconhecimento – ou desinformação, comparação que cabe a alguns grupos que creem em fakes news e assumem os discursos da pós-verdade – é a direção

mais fácil para a existência; a *amathia* na visão de Sócrates (OLIVEIRA, 2019), é pensada como o maior dos males. Para Sócrates, a revelação do mundo era necessária para afastar as pessoas do seu pior lado, e ao tentarmos fazer um exercício deste pensamento do filósofo, a máquina do mundo estaria ligada diretamente à criação de empatia para com outras pessoas e ao próprio mundo. Segundo Oliveira (2019), o poema demonstra como o homem se agarra às suas verdades, interpretando o seu mundo como aprendeu que deveria ser em suas crenças arquitetadas, solidificadas para melhor resistir à realidade que o oprime. Em vez de se abrir às pessoas tendo empatia, o homem defende sua própria sociabilidade fechando sua mente com os meios que melhor se adequam a esse fim. Mas como numa moeda, o homem tem outro lado; inconformado com o seu destino, procura respostas aceitando-as ou negando-as sem jamais conseguir ser indiferente ao “*mistério*”. Ao procurar armas na sociabilidade nos defendemos, alterando o que nos oprime ou negando ao outro esse direito quando isso nos convém. Logo, o debate do que é mistério, cabendo aos cálculos do que é verdade ou mentira, nunca terá fim enquanto os homens não aceitarem os fatos. Sempre haverá quem acate ou rejeite a revelação do desconhecido, mas não se pode ignorar a legitimidade assumida por cada homem de como a verdade lhe é apresentada, ou, pensando no poema de Drummond, de que maneira cada máquina reveladora pode se apresentar, e até que ponto a renegar é um sinal de liberdade individual ou de censura ao outro ao não compartilhar interesses comuns necessários ao domínio político.

Mas há outra interpretação ao poema, no sentido de demonstrar que o homem que nega tal revelação demonstra um nível de consciência do quanto a verdade demanda não apenas conhecimentos, mas esforços infinitos, e por isso mesmo inatingíveis. Para o escritor e filósofo Antonio Cícero (2010), a ciência que busca a interpretação de tudo é exímia, mas hermética, no sentido que não permite a passagem do ar ao homem. Tendo aberto o universo aos seus olhos, o homem não consegue consentir à conjuntura da descoberta de algum segredo, isso porque sua experiência já lhe demonstrou que o acolhimento a verdades absolutas pode apenas trazer desilusão, e o homem do poema de Drummond se mostra incurioso e fatigado ao se vislumbrar com a possibilidade de ter verdades reveladas pela máquina do mundo. O ponto de reflexão que converge ao fenômeno da pós-verdade talvez esteja nesse ponto, ao pensarmos que verdades prontas, totalizantes e fáceis se adequam melhor diante de um mundo que demanda conhecimentos e buscas contínuas, e o homem se dispõe a acolher aquilo que lhe parecer mais familiar ao seu universo de verdades e conceitos:

Por isso mesmo, não há chave que abra o nosso universo como um todo nem revelação que o explique. Trata-se de um universo cuja totalidade patente permanece para sempre -não apenas de fato, mas de direito- inexplicável. É a partir dessas

constatações que se entende o paradoxo de que, ao ver se entreabrir a máquina do mundo, o poeta tenha negado “colher a coisa oferta/que se abria gratuita a seu engenho”. (CÍCERO, 2010).

E foi Nietzsche quem denunciou esse vazio, pois na procura de desnudar os mistérios, tanto a ciência moderna quanto a religião seriam igualmente modos tolos e parciais de negação da vida em sua total potência, potencializando, desde sempre mentiras, autoengano e o que a tecnociência intensifica como pós-verdade. Sócrates e seu discípulo Platão - que falhara, segundo Nietzsche, ao não tentar superar seu mestre – ajudaram a aprisionar o homem ao pregar a totalidade da vida ao racional, mesmo que esse racionalismo seja o inalcançável porvir redentor de alguma verdade – lógica que influenciou, segundo Nietzsche, a moral cristã e o Iluminismo. Tal ideia fundamentou as bases em que o homem se vê em relação adjacente com os aparelhos tecnológicos atuais, esperando neles a totalidade das verdades em antes identificar a complexidade dos fatos.

Se qualquer mitologia traz consigo uma dose de racionalidade, apenas a ciência cartesiana deu ao homem a responsabilidade de ter consigo todas as ferramentas necessárias para as questões que circundam a existência, algo que só pode ser satisfeito quando essa ciência caminha referendando a si mesma, deturpando a incapacidade de dar conta a todas as verdades. E é dessa lógica que surgem os homens que não aceitam a contingência, a dúvida e o tempo necessário para se construir a verdade em sua frágil complexidade. E é com tal costume matemático consagrado no Iluminismo de causalidade-consequência que se abre campo fértil para as *fake news* e o fenômeno da pós-verdade, e é nesse ponto que as narrativas mais adequadas sempre tiveram penetração, o que foi potencializado com a segmentação algorítmicas propiciando que, teoricamente, a mensagem mais adequada chegasse ao ouvido correto. Se a ciência moderna trouxe enormes ganhos para o homem, ela também sedimentou ser possível que uma mentira seja aceita facilmente pelo pacto funcionalista e causal com a verdade. Aprendemos desde cedo uma lógica causa-consequência, e isso, a rigor, não passa de um cálculo. Nessa ótica, as *fake news*, um dos aspectos que podem ser pensados como sintomas da pós-verdade, tem grande reverberação na medida em que os homens estruturaram esse mito da verdade por ser cada vez mais insuportável aceitar a contingência como parte da vida em sociedade.

Mas se Nietzsche (1983) lamenta a tradição cartesiana com sua lógica que consagrou a ideia de um homem treinado a compreender os objetos e sua vida de forma limitada, com essa fé no conceito de *veritas* – de onde recebemos nossa concepção de verdade - perde-se o

perspectivismo e a riqueza hermenêutica entre o certo e errado, verdade e mentira, opinião e fato. Como um dos principais expoentes da fenomenologia, Martin Heidegger (1984) reconhece e aprofunda as ideias de Nietzsche, pregando que a verdade não pode ser fabricada ou pensada em termos simples. Heidegger lamenta como o homem passou a pensar a verdade, não com o intuito de, tanto desvelar algo já dado pela natureza, quanto na existência de algo ainda velado - conforme pensado pelos gregos como *aletheia* - mas sim na ideia da *veritas*, como uma adequação de uma ideia a uma coisa, numa oposição matemática entre verdade e mentira. Segundo Heidegger, em conflito com a ideia da *veritas* consagrada pela ideal cartesiano, onde um objeto qualquer não está em movimento, é matemática⁹, a verdade já existe na natureza de forma oculta, cabendo aos homens em parceria com ela desvendá-la,

Mas essa ideia está muito distante de relativizar a mentira, abrindo qualquer fato a interpretações distintas consagrando um tempo de pós-verdade como Kakutani (2018) ou D'Anconna (2018) acusam ter como origem o pensamento de Nietzsche, seguido pelos pós-modernos e pós-estruturalistas. Isso porque, para a incompreensão desses críticos, não é exclusividade da lógica cartesiana um pensamento científico que nega pensamentos absurdos ignorando verdades fatuais ou mesmo técnicas apuradas com método, análise e decomposição pela reflexão. A ideia de que de pensadores como Derrida, Deleuze ou Lyotard, inauguraram o relativismo da verdade, sendo idealizadores não planejados da pós-verdade como acusam D'Ancona (2018) ou Kakutani (2018), se valem de interpretações superficiais de frases proferidas dentro de um ambiente acadêmico, usadas justamente para ilustrar a permeabilidade da realidade humana e de como as vivências sociais de grupos marginalizados não constituíam as narrativas dos fatos, o que contribuiu para maior amplitude nos debates a respeito de políticas públicas. Em vez de serem vistos como expoentes da pós-verdade, tais autores pensaram em como os fatos de muitos grupos não eram considerados, castrando políticas públicas justamente porque muitos fatos não são considerados.

Para Bauman (1999), a mentalidade moderna arquitetada em oposições, nutriu a ficção que surge delas – ficção porque abriga uma condição sempre contraparte da primeira, sujeita à outra pela rejeição ou objeção, estruturando a dicotomia entre natureza e cultura, compreendendo a natureza como criadora da desordenação oposta à racionalidade humana. Bauman (1999) pensa que a verdade se torna ainda mais fracionada e especializada e a unanimidade se particulariza ficando abrangente em si mesma. Bauman demonstrou como

⁹ Ao nos lembrarmos de nossas aulas de Física na escola temos clara noção de tal afirmação: qualquer questão fundamentada em proposições newtonianas possuía como enunciado “condições ideais de temperatura e pressão”.

certas realidades tornaram-se impossíveis de serem facilmente ordenadas - nem verdades, nem mentiras, certas ou erradas – abrindo as portas para apropriação e extremismo dos discursos.

Para Amon (2019), se a modernidade foi uma era que massificou a crítica e razão, tornando sua ligação com a busca de uma verdade construída algo imprescindível, tal tempo também arquitetou a *contraposição* entre as crenças dos indivíduos e o método científico num ato de fé, numa diligência cheia de certeza na possibilidade do entendimento completo de fatos organizados sem qualquer contradição. Mas essa tarefa muitas vezes foi frustrada, na medida em que a maioria dos fenômenos jamais podem ser apreendidos integralmente. A razão moderna, numa disputa com a ambivalência característica da existência em sociedade, criou as conjunturas para o surgimento da pós-verdade “pelo avanço das injustiças sociais, pelo esvaziamento da esperança, pela linguagem que se manteve a mesma, porém vazia e desencantada, favorecendo o ambiente para a pós-verdade, uma palavra que viria a preencher de crenças encantadas o vocabulário moderno desabitado” (AMON 2019, p.83). Se, como pensavam Adorno e Horkheimer (2008), o malogro da modernidade em reparar todas as injustiças humanas com uma linguagem extremamente racional mostrou-se também vazia e incapaz de dar qualquer esperança, ela também facilitou, segundo Amon, um cenário da pós-verdade que viria a suplementar um mundo cheio de verdades desamparada de pessoalidades.

A pós-verdade renegou o projeto da modernidade ao deslocar o espaço da verdade contido pela ciência para situá-lo distante, à margem da empiria, junto às crenças e as emoções, aquelas que a mentalidade moderna se esforçou para suprimir ao interceder pelo sucesso da racionalidade instrumental. A pós-verdade, como um adjetivo que caracteriza o mundo hoje, expressa a dificuldade, senão a impossibilidade, da compreensão absoluta dos fenômenos, porque renunciou a qualquer relação com eles, desmanchando os alicerces do ato de fé da modernidade, de que é possível compreendê-los em sua totalidade, explicando-os em um universo explicativo ordenado e com poucas ambivalências. Os muros que a sociedade moderna acreditou ter erguido para barrar a fé, o mistério, o desconhecido, o segredo e a contingência foram derrubados, e a sociedade hoje anseia pela inclusão de todas essas dimensões, sendo a pós-verdade uma expressão. Essa que tomou como um relevo, no *continuum*, de possibilidades, a palavra pós-verdade parece ávida por resistir à ordenação e ao avanço que acabaram por transformar as pessoas em estátuas pensantes. Ao sobrepor as crenças aos fatos, como critérios de verdade, a sociedade estaria, talvez, buscando dar conta do vazio que um dia foi preenchido pela esperança da universalidade da verdade científica absoluta. (AMON, 2019, p.56).

Segundo Amon (2019), a consciência pós-moderna se vê no direito de duvidar de qualquer verdade, aceitando a profusão sem nenhuma ambição de submetê-la a hierarquizações ou ordenações genéricas. Os indícios experimentais, lógica da mentalidade racional, perderiam cada vez mais lugar no ideal cotidiano, enquanto os êxitos da ciência e a racionalidade

descobriam outros objetivos que não apenas aparelhar o adestramento da natureza ao aprisionar o as carências humanas – e com isso os próprios homens.

Já para Bauman (1999), a modernidade com suas proposições dicotômicas e intuítos organizadores, não deu lugar a uma pós-modernidade cada vez mais complexa e com seu alfabeto polissêmico e diversificador, ambas as mentalidades convivem. Bucci (2019) alerta que em nossa época a razão está cindida. A mesma razão que angariou o apoio das verdades fatuais apartando mitos, deuses e crenças, sofre como nunca o cerco de uma sociedade voltada ao entretenimento, se valendo das muralhas da informática nas redes sociais. A lógica das redes sociais se avoluma nos espaços entre o homem e a natureza, resgatando idolatrias obscurantistas, num ideal que Bucci chama de “tecnociência a serviço do suicídio das consciências”:

Já não são acessíveis as condutas que serviriam de suportes para cassações, só o que se tem são labirintos contábeis, matrizes algébricas, infográficos em telas luminescentes [...] a dúvida cética que outrora foi o motor da verdade e da ciência, perde seu posto para a ordem unida tecnológica. Os *big datas* e a inteligência artificial sintetizam a holografia de autoridade pós-humanas. (BUCCI, 2019, p.113).

Ao se debruçar sobre o pensamento de Arendt em “Entre o Passado e o Futuro” (2019), mais especificamente ao capítulo “Verdade e Política”, Eugênio Bucci (2019) parece sintetizar o quanto o fenômeno da pós-verdade não representa uma descontinuidade à lógica cartesiana, apenas um de seus efeitos não planejados, ideia corroborada pelo presente estudo. Se Bucci (2019) questiona como, mesmo após anos de arbitrariedade na forma como eram produzidas e selecionadas a informação, só agora a pós-verdade entrou em discussão, é porque as redes sociais aceleram e lucram com tal processo. Ao serem baratas e sedutoras, o impulsionamento dos algoritmos fortalecendo as segmentações, promovem o dissenso e amplificam a eficácia desses discursos, acabando com a ideia da neutralidade das redes.

Estará em curso uma onda de nostalgia do Iluminismo? Ou se tecerá uma percepção difusa de que Iluminismo, assim como a Modernidade, ainda não cumpriu o seu ciclo? (BUCCI, 2019, p.65).

Tais ideias de Bucci e Bauman abrem caminho para pensarmos nos argumentos pensados por Amon (2019) que afirma que a pós-verdade renega o espírito moderno, pois alçaria as paixões, mentiras e afirmações nada científicas sem ambição de outrora de submeter hierarquizações ou ordenações. Mas se o homem assume narrativas à prova dos fatos, legitimando o fenômeno da pós-verdade, ele não poderia estar negando um ideal moderno universalizante, e sim apenas repetindo o mesmo ciclo com um novo ato de fé a deuses de

semelhantes linhagens, isso porque, conforme afirma Bauman (1999), talvez estejamos numa era em que ambas as mentalidades convivam, ou, como pensado por Bucci (2019), numa lógica próxima de Adauto Novaes (2017) - sobre influência do conceito de servidão maquínica de Deleuze e Guattari que também serve ao presente estudo – onde o homem hoje se vê diante de uma era em que os dados e a tecnologia assumem papel central na organização dos discursos. Vale pensar que as mesmas oposições racionais absolutas modernas de que Amon suspeita estarem perdendo espaço diante do fenômeno de pós-verdade, aparecem como justificativa nos discursos de diferentes grupos de oposição das redes sociais, isso porque essas associações se alimentam das *big techs*¹⁰ e seus algoritmos, onde a lógica não parece tão distinta de qualquer outro projeto racional, já que as pessoas, com intuito de legitimar suas verdades, se utilizam desses instrumentos tecnológicos para satisfazer sua expectativa de verdade.

Raramente alguém grita “creio nisso porque sim”, ao contrário, dados, mesmo que fictícios ou questionáveis são apresentados. Há uma sutil diferença para um grande público receptor que quer legitimar seus interesses, se ele se vale das redes sociais com *fake news* ou dos grandes conglomerados de TV ou jornais dos séculos XIX e XX, seja num país totalitário produzindo notícias falsas para doutrinar uma população, ou mesmo em redes de notícias países democráticos, segmentando suas informações. Alguns poderiam dizer, com razão, que há distinção de como se lida com a verdade fática, ou mesmo na capacidade de não ser mero receptor da notícia, mas o ponto central é que as pessoas não apenas seguem, como intensificaram como nunca a utilização de instrumentos tecnológicos a ponto de seu funcionamento parecer cada vez mais adjacente à consciência humana, o que corrobora o quanto lógicas matemáticas ainda podem legitimar discursos. Mesmo aqueles que pregam ritos religiosos ou notícias enganosas, buscam notícias ou as recebem graças ao funcionamento de seus instrumentos tecnológicos, algo produzido e arquitetado pela lógica do discurso cartesiano. Ao negarem ou não reconhecerem verdades fáticas, diferentes grupos das redes sociais muitas vezes se utilizam de falsos ou notórios especialistas, denotando o quanto a lógica racional pode até legitimar paixões, perdurando sua influência.

Pensar a pós-verdade como um fenômeno que renega os fatos em prol de alguma narrativa apaziguadora de conflitos internos talvez faça mais sentido quando se pensa no funcionamento psicológico, mas não é uma análise que abarque todo o problema. Mesmo quando falamos de informações falsas e enganosas, o ponto a ser considerado é que não há

¹⁰ Apple, Amazon, Facebook e Google.

divergência ou incompatibilidade da razão consolidada no Iluminismo, e tal fenômeno, na medida em que se verifica instrumentalização e cálculo para nos situarmos na existência social através dos objetos tecnológicos, influenciam como nunca no discurso da opinião pública. Mesmo que se trate claramente de uma narrativa que ignora os fatos apaziguando uma verdade que possa parecer ameaçadora, opressiva e angustiante, para aqueles que creem ou querem crer e a compartilham com os outros, se verifica o produto de uma lógica matemática e instrumentalizada de se enxergar o mundo. A era da informação com volume exagerado de dados do qual vivemos, faz parte de um mesmo fenômeno de uma colonização do mundo da vida pelo mundo do sistema, “colonização ou mediatização, já que o mundo da vida seria, neste caso, absorvido inteiramente pelos meios (mídia) dos sistemas da economia, da política ou da burocracia” (HABERMAS, 2013, p.394).

1.5 A busca de sentido sequestrada pela segmentação das redes

Mas o subcapítulo anterior pode deixar a impressão de uma importante questão no ar: Somos todos culpados por crer naquilo que nos parece mais plausível ou confortável? De onde surge a necessidade da busca de sentido capaz de formatar nossa realidade acomodando os discursos da verdade? Seria apenas fruto de preconceitos, crenças e paixões? Ao voltarmos à definição colocada por esse estudo ao fenômeno da pós-verdade, falamos de fantasmas inconscientes e da expectativa da verdade concedida pelos aparatos tecnológicos, mas essa expectativa não pode ter surgido apenas pela existência da tecnologia.

Para Arendt (2009), naturalizar grandes atrocidades de uma realidade social tem como ponto causador inequívoco a irreflexão. Ao tratar da distinção kantiana entre a razão que busca sentido e significado – *Vernunft* – e o intelecto, como busca da verdade e entendimento que se manifesta na evidência – *Verstand* - a filósofa nos diz que o pensamento que antes da modernidade era muitas vezes relacionado à contemplação e meditação, passou a ser instrumentalizado e subordinado a noções científicas. Mas verdade e sentido muitas vezes não coincidem, a necessidade da razão nem sempre é inspirada pela busca da verdade, mas pela busca de significado. E verdade e significado não são a mesma coisa:

[...] embora o pensamento seja empregado na busca pela verdade na tentativa de conhecer, ao fazer isso ele está desviado de seu projeto. O intelecto pode constituir um obstáculo à razão, porque na expectativa de fazer dele seu servo o pensamento desvia o seu empreendimento, que é buscar o sentido, criar, examinar opiniões, doutrinas, valores e teorias, mostrar seus significados ou dissolvê-los pela insignificância, fazer perguntas que um dia serão respondidas pela ciência, formular questões irrespondíveis. (AMON, 2019. p.48-49).

Valores e crenças se postam à busca do sentido, pois “nosso espírito não é capaz de um conhecimento certo e verificável em relação a assuntos e questões sobre os quais, no entanto, ele mesmo não se pode impedir de pensar”. (ARENDT, 2001, p.31). Ao final de toda investigação mental ansiamos por crer em algo baseado em alguma pista e indício, muitas vezes como um ato de convicção oculto em nossas crenças e valores, ou mesmo como forma de fazer perguntas que um dia serão respondidas racionalmente. Por trás de todas as questões cognitivas para os quais os homens encontram respostas, escondem-se as questões irrespondíveis que parecem inteiramente vãs, e que desse modo, sempre foram denunciadas (ARENDT, 2001). Talvez um aspecto explicitado pelo fenômeno da pós-verdade nas redes digitais, esteja situado nas lacunas menosprezadas desde a modernidade, coisas das quais os homens não conseguem deixar de refletir. Se para Arendt, a possibilidade da distinção entre o bom e mau está diretamente ligado à capacidade da reflexão, esta não deve servir a objetivos totalmente pragmáticos, sendo um fim em si mesma: A modernidade tirou o caráter da contemplação ao pensamento, totalmente mobilizado para a ciência e técnica, logo, poderíamos pensar como a sociedade centrada na tecnociência, ao nos bombardear de conteúdos, não permite que nossa mente vagueie, fugindo de qualquer racionalidade instrumentalizada.

Para Arendt (2001), o pensamento, como uma relação consigo mesmo, cria os ingredientes para o julgamento crítico, tendo como principal efeito as ações que possibilitam a convivência com o outro nos atos públicos. O pensamento por si só, não cria valores ou padrões do que é bom ou mau, mas faz surgir sentidos e não significações. O pensar é político não por si, mas por seus encadeamentos “a manifestação do sopro do pensamento não é o conhecimento; é a habilidade de distinguir o certo do errado, o belo do feio. E isso pode sem dúvida prevenir catástrofes” (ARENDT, 2009, p.456) A partir da noção kantiana da razão prática, Arendt imagina ser possível constituir uma consciência moral. Quando não se fala consigo mesmo - constituindo a falta de um pensamento reflexivo – torna-se possível um mundo em que o mal não tem limites, e a verdade seria uma de suas primeiras vítimas.

O pensamento humano não instrumentalizado coloca em segundo plano a temporalidade comum, podendo estar o mais longe possível de influências mercantis; apenas com o pensamento o homem inaugura uma conversa com si mesmo, sendo dois em uma só pessoa (ARENDT, 2009). Se as opiniões a respeito das coisas que o homem não consegue deixar de refletir justificam não só crenças, mas maior receptividade para narrativas superficiais e paixões, estas - que nunca saíram de cena – adquirem maior autoridade através da

instrumentalização digital e superficialidade da tela reconhecida de maneira totalitária da realidade, exercendo um papel relevante e muitas vezes radical nas dinâmicas sociais ao assumir as diretrizes que fundamentam tanto o real, quanto ao imperceptível e ao que se quer ignorar. Caso possamos admitir que a verdade não é privilégio de um filósofo ou cientista, sendo inseparável de onde se forma, ela pode se criar nas maneiras como se formam as subjetivações, domínios de objetos e nos discursos e saberes como um dado real da experiência, algo sobre o qual se funda o pensamento. Mas ao imaginarmos que a verdade se forma nos mesmos moldes das opiniões, abrem-se pistas para o momento atual, em que conteúdos recebidos sob o filtro de algoritmos que inflamam crenças e emoções, podem ser vistas como fruto da busca de significado, já que o homem, como colocado por Arendt (2001), sempre tentará criar sentido para aquilo que não consegue explicar. Mas se filósofos e cientistas buscam padrões para o que é e como alcançar a verdade, a busca pelo entendimento do mundo se constitui num conflito de narrativas para influenciar as ações dos outros homens:

[...] as flexíveis opiniões do cidadão acerca dos assuntos humanos, os quais por si próprios estão em fluxo constante, contrapõem o filósofo à verdade acerca daquelas coisas que eram por sua mesma natureza sempiternas e das quais, portanto, se podiam derivar princípios que estabilizassem os assuntos humanos. Por conseguinte, o contrário da verdade era a mera opinião o que conferiu ao conflito sua pungência política. (ARENDT, 2019 p. 289).

Se para Arendt, a reflexão seria o pressuposto para o critério ético, protegendo o homem de um mundo de pós-verdade (BUCCI, 2019), a pensadora não tinha como prever as mídias digitais com um agente fundado na lógica de entretenimento interativo, onde o homem é seduzido por seus desejos e jogado no abismo de seus temores. Diante da maneira como as notícias são apresentadas, a falta de reflexão não se mostra evidentemente clara, e, por isso mesmo, vista como destrutiva, mas sim, muitas vezes confundida com um entretenimento fundamentado em opiniões superficiais, em que o estranhamento do outro pode se reforçar. Logo, seria difícil imaginar dinâmicas em que o homem, superando o funcionamento das redes sociais, refletiria e checaria constantemente informações antes de poder fazer julgamentos, e mesmo quando o fazem, certamente procurariam – e encontrariam - verdades das quais se adequariam às suas significações. Mesmo aqueles que se julgam detentores de uma moral reflexiva, herdeira da lógica científica cartesiana, estariam fundamentando suas opiniões em crenças e paixões pelo mesmo *modus operandi* de funcionamento da segmentação algorítmica numa sociedade em que a servidão maquínica assume o posto da ordem social acelerando e ordenando ainda mais superficiais as dinâmicas sociais, ordenando associações coletivas com suas subjetividades.

1.6 A verdade pode prevalecer sob os moldes reflexivos?

O presente subcapítulo se debruça numa questão que pode aparecer na mente de quem acaba de ler o anterior: Seria possível pensar como antídoto para o fenômeno da pós-verdade a reflexão em busca de sentido, aos moldes da análise de Hannah Arendt dos princípios de Kant, sem cair na armadilha de pregar soluções inatingíveis ou mesmo anacrônicas? A resposta não parece promissora, pois se a reflexão do homem a respeito das coisas sem respostas pode ser mais facilmente preenchida e legitimada com narrativas compensadoras e mais plausíveis para valores arraigados, o próprio questionamento pode parecer irrelevante diante de uma realidade de uma tecnologia digital que aprendeu a legitimar as verdades de diferentes grupos sendo capaz de mover indivíduos em direção aos seus interesses. Logo, parece difícil imaginar a volta de um tempo – se é que já existiu – em que, os homens se unam em torno da mais óbvia verdade – essencialmente diante de uma crise – ainda mais quando essa verdade envolva o interesse público, que por definição, sempre suplantará interesses – e verdades – particulares e privadas.

O grande problema reside nas ambiguidades presentes no fenômeno da pós-verdade, que vão além da fragilidade da própria revelação da verdade fatural conforme tão explicitado por Arendt (2019). Isso porque, o fenômeno da pós-verdade demonstra que, para muitos que creem e propagam suas narrativas, de maneira paradoxal, os fatos – ou o que acreditam ou querem acreditar ser – importam, ao contrário do que o que ocorre em muitos casos com a mentira.

A partir de crenças referenciadas pelos usuários, a segmentação algorítmica se mostra capaz de cumprir a importante missão em um mundo marcado por relações rápidas (Virilio, 1996), ordenando o bombardeio de dados e conteúdos e tornando possível a legitimação de narrativas absurdas que renegam até verdades fatuais. Graças a uma expectativa de verdade validada em instrumentos técnicos, se expande uma noção de liberdade em se buscar informações e entretenimento, já que a revolução digital permitiu inegável ganho em velocidade e facilidades aos homens, estando muito distante de ter apenas aspectos negativos. Se vivemos sob a influência dos moldes cartesianos pela inequívoca instrumentalização dos objetos tecnológicos, também é verificável que um mundo imerso na imensidão de dados dos usuários e conteúdos alimenta ferramentas que ajudem na busca de um sentido que seja minimamente verificável, dando munição para que crenças sejam difundidas. Logo, basta ainda crer, conforme colocado por Arendt, que a verdade dos fatos é aquilo que não se pode mudar, ou,

quando as vozes difusas se tornam tão poderosas que engrossam o coro das mais diversas narrativas, a verdade dos fatos, que para Arendt (2018), não pode jamais vir da política, perde terreno diante da disseminação de discursos que não promovem o consenso, servindo apenas a identidades segmentadas, minando profundamente a possibilidade de se alcançar o interesse público?

Conforme pensado por Novaes (2017), é possível concluir que graças ao ambiente tecnológico, hoje é mais fácil, seja para agentes públicos ou para “influencers” das diferentes redes sociais, não só se comunicar de maneira construtiva, como exercer algum poder de manipulação, e tal influência é difícil de ser percebida e quantificada. A tecnologia aparenta estar amalgamada às intencionalidades humanas, onde as verdades são potencializadas pela praticidade nas comunicações. Um exemplo disso reside no fato que com o desenvolvimento da oferta de serviços de internet, mesmo as camadas mais baixas conseguiram acesso às redes sociais. No que diz respeito à realidade brasileira, segundo relatório *Ding Global Prepaid Index* (GPI) de 2020, 60% dos usuários de smartphones se utilizam de planos pré-pagos – o dobro da média do Reino Unido e Estados Unidos, e as redes sociais, como WhatsApp, Youtube, Facebook e Instagram não têm os dados consumidos nas operadoras no Brasil, podendo ser acessados livremente e com isso assumindo papel relevante para entretenimento e informação.

Mas se as intencionalidades humanas parecem amalgamadas com a tecnologia, isso significa que não se pode cair no erro de um tecnodeterminismo, o que remonta ao conceito actante de Bruno Latour (2012), que recusa tanto o determinismo da técnica em relação ao homem, quanto do ser humano sobre a técnica¹¹. E nossos tempos se caracterizam num conhecimento da verdade fatual que não foge a essa lógica, sendo condicionada em associação entre os homens e a tecnologia digital. A conjuntura tecnológica algoritmicamente segmentada a partir das preferências dos usuários consolida como a mentira pode se disseminar no ambiente público, amplificando a rede de impacto das narrativas fraudulentas em sua relação com as intencionalidades humanas, afastando a possibilidade de uma atividade reflexiva sobre o lugar do homem no mundo em relação com a verdade.

Mas se tal ideia parece melhor se adequar ao estudo da pós-verdade, tampouco ignoramos o fato de que temos pouca noção do alcance e efeito político do que produzimos nas redes sociais, ainda mais numa era em que raramente há tempo para reflexão do lugar do homem

¹¹ Tal conceito se aproxima muito da servidão maquínica, com maior ênfase de ser pensado na dinâmica das ações dos indivíduos, não do sistema tecnológico.

na sociedade diante da aceleração dos processos e incremento incessável de novas tecnologias. A associação do homem com a tecnologia rompendo qualquer ideal ontológico antropocêntrico, conforme pensam Guattari e Latour (2012), pode ser utilizada para potencializar o acesso ao conhecimento e a verdade fatual quando reconhecemos como diversos discursos antes ignorados passam a ter voz ativa nas redes sociais. Porém, tal fato não invalida uma segmentação algorítmica, já que por mais plural que um feed de notícias possa parecer, ele é apenas um retrato fiel de uma bolha, e é impossível fugir de outros atores que encontram na Internet um ambiente potencializador do efêmero - simbolizado no consumo em detrimento a um convívio com outros que motivem um constante questionamento ao lugar do homem no mundo - viabilizando não cair nas armadilhas dos discursos fáceis trazidos pela pós-verdade.

E há um motivo para que a resposta colocada no título deste subcapítulo pareça pouco promissora: mais do que nunca os homens pensam estarem sendo racionais, por isso mesmo, sentem tanta liberdade em dar opiniões sendo tão obtusos quando contrapostos. E com cada vez mais conteúdos disponíveis, há menos tempo e maior dependência à tecnologia. Quando não tínhamos facilmente smartphone às mãos como um objeto além de simples acessório, nosso tempo parecia limitado, agora com ele, mesmo diante das enormes facilidades por ele trazidas que aparentemente nos pouparia tempo, deixamos de ser inacessíveis e somos convidados não só a nos posicionarmos a todo tempo, como tal posicionamento raramente provém do tempo necessário para reflexão aprofundada; trocamos o conhecimento dos fatos por representações das segmentações.

Por mais plural e disposto a encarar a verdade que seja o indivíduo, o ritmo frenético das relações e transformações não lhe permite questionar-se e ser questionado por outros em detrimento da facilidade das paixões e entretenimento encontrados na tela, onde a complexidade da sociedade raramente é colocada em pauta concedendo grande aderência à pós-verdade, o que dificulta ainda mais a reflexão proposta por Arendt (2009). E um mundo orientado para o consumo através da superficialidade da tela com seus algoritmos segmentadores, permite maior adesão a uma lógica meritocrática em todos os segmentos, onde a sociedade dos interesses particulares e dos mais propensos, não consegue refletir para enxergar no outro pouca coisa além de aliados ou obstáculos aos seus interesses particulares, numa métrica quantitativa em detrimento aos fatos.

Arendt (2019) pensava que, por mais frágil que a verdade fatual esteja diante da verdade atingida racionalmente - estando sempre sobre o perigo iminente diante de qualquer jogo de

poder - não existiria substitutivo viável para ela, essencialmente porque ela teria força por si, dessa feita, a opinião não poderia se desvincular da verdade fatual sem consequências. Porém, se cada sociedade antes podia escrever a sua história, hoje, cada grupo pode atingir a expectativa de legitimar sua verdade, ignorando fronteiras territoriais e sociais. O exemplo dado por Arendt (2019) - do qual se valeu a definição de verdade fatual do presente estudo - em que numa conversa entre um francês e um alemão a respeito da Primeira Grande Guerra, jamais poderia se dizer que a Bélgica invadiu a Alemanha, hoje, cada dia mais, parece menos importar para grupos da subjetividade algorítmica, já que mesmo as verdades fatuais em sociedades de livre imprensa e democráticas, parecem sempre se enquadrarem em alguma narrativa que pareça confortável aos seus interesses e temores. Mesmo quando os fatos são preservados, a narrativa sempre tem potencial de ser deturbada. Se essas ações trarão consequências tais como a irrelevância para os grupos deslocados da realidade, não é possível se ignorar o quanto suas visões extremistas podem ser nocivas para o exercício democrático, vide a invasão do congresso dos Estados Unidos patrocinada por adeptos de Donald Trump sob a justificativa de fraudes eleitorais na eleição perdida para Joe Biden, em 2020.

Se “em nome de interesses pessoais, muitos abdicam do pensamento crítico” (ARENDR, 2010), quando os aparelhos tecnológicos passam a sensação de legitimar meu julgamento diante do mundo, cada vez mais se torna impossível ter noção clara no que diz respeito ao espaço público de qualquer vídeo ou comentário realizado ou compartilhado por qualquer usuário. Porém, um dos aspectos mais sutis e complexos em relação ao fenômeno da pós-verdade, reside no quanto a verdade fatual pode ser combatida como se em sua falta não reverberassem consequências nefastas.

Enquanto podemos nos recusar a indagar se a vida ainda seria digna de ser vivida em um mundo destituído de noções como justiça e liberdade, o mesmo, curiosamente, não é possível com respeito à ideia de verdade. (ARENDR, 2009, p.285).

Acima, Arendt nos alerta como os homens podem abdicar da verdade, o que responde de maneira pouco otimista o questionamento colocado no início do subcapítulo. Conforme Arendt relata ao longo de grande parte de sua bibliografia, situar o pensamento “entre o passado e o futuro” (2019) fomenta a possibilidade de se aprender com a herança deixada pela História, onde temos a possibilidade de escolher que mundo desejamos coabitar. Numa realidade em que não fosse fácil aderirmos ao fenômeno da pós-verdade, seria preciso compreender o porquê de os homens se mostrarem tentados por discursos fáceis, e para isso seria preciso ter consciência da falta de enraizamento do homem em relação ao outro pela aceleração e superficialidade das

relações, onde os indivíduos muitas vezes enxergam o outro como benefícios para seus interesses individuais, o que impossibilita a reflexão como ato político e muitas políticas públicas.

1.7 Redes sociais e pós-verdade: a arena por excelência da retórica centrado no *páthos*

Conforme pensado desde Platão e explorado séculos depois por Hannah Arendt (2019), a política é essencialmente a arena das paixões, de onde não é possível exigir a verdade dos fatos. Logo, é possível imaginarmos que a segmentação algorítmica, capaz de fomentar e legitimar diferentes discursos, torna as redes sociais ambientes por excelência da pós-verdade, justamente por serem capazes de transportar a lógica das discussões políticas a qualquer assunto, afinal, se estou envolto por narrativas legitimando minhas opiniões, como suportar quem não as assume? Tal ideia se mostra importante para situarmos o debate da pós-verdade como algo distinto da mentira, oposição à verdade e autoengano tradicionais, justamente pela noção não só de sociedades, mas de realidades polarizadas. Não parece ser à toa que qualquer discussão nas redes sociais possa se configurar ao jargão de que “tudo virou disputa política”, tornando relevante investigar aspectos clássicos de como discursos capazes de mobilizar as paixões da plateia sempre influenciaram no discurso político. Já que a lógica das redes sociais transformou qualquer discussão resumida a supostas posições políticas, dificultando o surgimento da verdade dos fatos, esta, sempre tênue e refém das paixões, se vê cada vez mais impossibilitada de surgir, estando à mercê de discursos arquitetados para despertar as paixões mais profundas.

Para Arendt (2019), o maior perigo seria imaginar um tempo em que a política e todos os interesses do poder vigente tivessem o controle sobre todos os assuntos, logo, estar em guerra com a verdade sempre foi e assim permanece natureza desses poderes, enquanto o empenho para a verdade fatual sempre será visto como garantia para exercício político de todos os homens. Arendt nunca deixou de nos alertar que a verdade fatual pode ser desacreditada por opiniões, como testemunhamos em nosso dia a dia, mas a lógica das redes sociais parece ter acentuado muito a relevância de seus alertas. Arendt imaginava com clareza, que fatos e opiniões, embora possam andar separados, não são antagônicos, na medida em que as opiniões não neguem verdades fatuais.

Fatos informam opiniões, e as opiniões, inspiradas por diferentes interesses e paixões, podem diferir amplamente e ainda serem legítimas no que respeita à sua verdade

factual. A liberdade de opinião é uma farsa, a não ser que a informação fatual seja garantida e que os próprios fatos não sejam questionados. (ARENDT, 2019, p.295).

Mas num tempo em que opiniões parecem serem legitimadas pela segmentação dos conteúdos, é possível que a mentira não deixe rastros, pois mesmo quando os fatos são capazes de desmentir as narrativas de sujeitos inseridos em sua segmentação, o homem se vê sob influência de atores capazes de despertar paixões por sua boa retórica. Para ser um “influencer”, basta estar no nicho identificado pelo algoritmo, e logo você terá alguém disposto a ter suas paixões inflamadas, dividindo angústias e medos. Platão, em *Diálogos III Fedro* (1997), demonstra como a linguagem, por ser contraditória e sujeita a distintas interpretações, é um *pharmakón*, capaz de criar três diferentes efeitos: *remédio*, quando promove o ensinamento revelando a verdade, *veneno* quando é destrutiva, levando às subjetividades ou mentiras, e *cosmética*, quando engana, maquiando os fatos, sem necessariamente se utilizar de mentiras.

Pensando nesses termos platônicos, os discursos do fenômeno da pós-verdade seriam um remédio, veneno ou cosmético? Além de um óbvio caráter venenoso, talvez a linguagem, quando utilizada de maneira cosmética, seja aquela que mais esteja em voga¹², pois tem o poder de deixar a verdade menos frustrante ou apavorante, criando mentiras convincentes e sendo uma poderosa ferramenta de persuasão ao ter elementos de verdade no discurso, o que concede pelo caráter sutil e cheio de ambiguidades contidas na verdade dos fatos, devastador poderio destrutivo. Justamente por ter em sua essência doses de verdade e subjetividade capazes de criar conexão com o ouvinte, a maneira como as palavras são ditas faz toda a diferença, não dependendo apenas de sua formação estética, mas também dos gestos e trocas emocionais, muitas vezes carregadas de espetacularizações.

E em um tempo em que os homens se veem impelidos não só pelas redes sociais, mas por toda lógica em que eles se inserem a não se darem conta como velocidade das suas relações se interpõe à complexidade da vida, se tem fundamentada a tentação para se ter opiniões rápidas a respeito de tudo; os “influencers”, audiência de grande parte dos usuários, muitas vezes, além de transmitirem opiniões, propagam informação enviesadas. Esse tipo de manipulação das palavras se mostrou extremamente eficiente, ainda mais com barato e simples acesso para produção e consumo de conteúdo a cada detentor de smartphone. Mesmo que esse tipo de discurso potencializado pela segmentação algorítmica cause grande dose de destrutividade,

¹² Um exemplo aparentemente inofensivo de linguagem cosmética é como hoje qualquer empresa não se utiliza mais funcionários, mas sim “colaboradores”, passando uma imagem mais simpática.

sendo claramente venenosa, é em seu aspecto carregado de doses cosméticas que se torna muito mais indetectável e por isso mesmo tão perigoso, fundamentando o fenômeno da pós-verdade. Bauer e Glaveanu (2017) pressupõe a persuasão retórica como um processo complexo, não podendo ser pensada numa análise de palavras independentemente, regra que condiz com o pensamento de Roland Barthes (1990). Segundo os autores, para o entendimento da retórica é preciso levar em conta quatro fatores:

- 1- **Situação**, ou seja, a circunstância do problema que se articula a quatro variáveis: O público com quem se interage; a personalidade que deve ser encarnada durante a fala; a hora e maneira certa de organizar determinado discurso; e a questão a ser tratada. Um exemplo de tal situação poderia ser dada no tipo de discurso de um político num comício, ou durante uma celebração religiosa.
- 2- **Gênero**, que discute a divisão dos discursos retóricos, tipificando-os em deliberativo, judicial ou epidíctico, “sendo, por exemplo, numa assembleia para discutir o futuro, em um julgamento para discutir o passado ou em uma celebração para o presente”¹³ (CAVALHEIRO; BRANDÃO, 2019, p.99).
- 3- **Faculdades ou aptidão da retórica**, demarcadas em composição, estilo, treino de memória e exposição. Todas dizem respeito à capacidade para apanhar as pessoas onde já estão utilizando-se dos melhores argumentos. A composição diz respeito à criação de um argumento que preserve a atenção dos ouvintes, o estilo se utiliza do uso de figuras de linguagem metafóricas prendendo a atenção além dos fatos, as técnicas exploram as lembranças se utilizando de situações contextuais, aguçando a visualização de imagens no ouvinte, e, por último, a exposição, através da linguagem corpórea para sedução do ouvinte, tais como o ritmo das frases, tonalidade da voz, ou o olhar direto para os interlocutores.
- 4- **Formas de prova**, ou técnicas de oratória, categoria que acumula a maior habilidade para seduzir as sociedades para fora do âmbito reflexivo pelo seu caráter ilustrativo e associativo, abrangendo de muitas maneiras os três fatores acima, onde ter razão pode transcender o caráter da prova material através da retórica se utilizando de três elementos: o *ethos*, *páthos* e o *logos* (BAUER; GLAVEANU, 2017).

¹³ Tal ideia parte da descrição aristotélica que pensa estas três provas argumentativas: a política ou deliberativa que procura persuadir ou dissuadir; a judicial que acusa ou defende; e o epidíctico ou demonstrativo que elogia ou censura.

Para Bauer e Glaveanu (2017), pelo prisma da retórica, a realidade material pode ser suplantada na capacidade inventiva criadora de justificativas para que os ouvintes criem empatia, conduzindo os fatos num plano de maior, menor ou de nenhuma importância. Os elementos que criam sintonia entre o falante e os ouvintes podem se fundamentar pelo *ethos*, *páthos* e o *logos*. O *ethos* tem como maior referência a insuspeição de quem fala, o *páthos* se refere a como o orador consegue induzir emocionalmente seus ouvintes, enquanto o *logos* diz respeito às exposições práticas bem construídas logicamente. Por convenção incrementada na era moderna, um juiz, sacerdote, músico, poeta, professor e cientista, se valem de todos os elementos. No romance “Os Três Mosqueteiros de Alexander Dumas, vemos exemplos clássicos de cada um desses elementos: Aramis (*logos*), Athos (*ethos*) e Porthos (*páthos*), enquanto D’Aartagnan represente o equilíbrio de todos”. (Cavalheiro e Brandão, 2019, p.100).

Se a boa retórica motiva o ouvinte se utilizando de todos os elementos, no caso da pós-verdade, mesmo admitindo o quanto o *ethos* e o *logos* dos discursos de “influenciadores” são bem construídos e relevantes, o efeito se torna mais relevante quando se valem de doses emocionais capazes de estabelecer empatia, tendo a capacidade de transformar o olhar diante até das verdades fatuais testemunhadas. Porém, a segmentação dos conteúdos não explicita necessariamente a existência de grandes oradores para que se tornem relevantes – apesar de existirem – basta a mensagem chegar a quem se dispuser a aceitá-la.

Segundo Gillespie (2018), quem mais consome vídeos proporciona aos algoritmos posições mais facilmente verificáveis com cores mais fortes e livres de sutilezas da verdade, tendendo a serem classificadas com mais sucesso nesse tipo de funcionamento, o que motiva aos desenvolvedores a sugerirem conteúdos aos usuários com esse tipo de engajamento emocional, e os criadores de conteúdo, motivados a se tornarem “influencers” e “webcelebridades”, se adequam a essa lógica como forma de ganhar público e dinheiro, servindo não só aos interesses distintos, como à distinção dos públicos, muitas vezes colocando os fatos à mercê.

O fenômeno de webcelebridades e dos influenciadores digitais, novos “formadores de opinião” que se forjam nas redes digitais junto a públicos específicos a partir de determinados tipos de capital social – deixou de ser estrita ao entretenimento e descolado da esfera política chamando a atenção para o papel dos algoritmos nesse processo, que tendem a impulsionar conteúdos produzidos em consonância com seus critérios de monetização. (REIS; ZANETTI; FRIZZERA, 2020, p.42).

Arendt (2019) pensa em um aspecto que abre algumas pistas a respeito do aspecto *anti-establishment* da definição feita por esse estudo ao fenômeno da pós-verdade, e que pode se

adequar a um discurso centrado no *páthos*. No ambiente das redes sociais, capaz de transportar a lógica das discussões centradas em paixões políticas a qualquer assunto, a retórica abre caminhos para além da esfera antes quase que exclusiva dos políticos ou profissionais que dela historicamente se beneficiam – como advogados - para qualquer um que se torne “influencer” para determinado grupo segmentado algorítmicamente: Hannah Arendt (2019) diferenciava o mentiroso como um homem de ação, aquele que, ao contrário do defensor de uma verdade, ganha empatia da audiência justamente por, por mais ridículas que sejam suas atitudes e afirmações, se mostre como alguém com capacidade – ou coragem - de transformar a realidade estando ao lado de alguém que se sinta excluído por não ser levado à sério.

Para o político profissional é quase igualmente irresistível superestimar as possibilidades dessa liberdade e, implicitamente, tolerar a negação ou distorção mentirosa dos fatos. A propaganda de massa descobriu que seu público-alvo estaria sempre disposto a acreditar, por mais absurdo que fosse, e que não tinha objeções a respeito de ser enganado porque considerava que toda a declaração, de qualquer forma era mentirosa. Os líderes basearam sua propaganda na correta suposição psicológica de que, sob tais condições, alguém poderia fazer as pessoas acreditarem nas afirmações mais fantásticas um dia e ter certeza de que, se no dia seguinte fossem dadas provas irrefutáveis de suas mentiras, essas pessoas se resguardariam no cinismo; em vez de abandonar os líderes que haviam mentido para elas, as pessoas alegariam que sabiam o tempo todo que a declaração era mentirosa e admirariam os líderes por sua inteligência tática superior. (ARENDT, 2019, p.310).

A interpretação feita ao que Hannah Arendt revela como o discurso mentiroso bem proferido muitas vezes se encaixa melhor com a visão dos fatos de uma determinada camada da sociedade do que a própria verdade. O efeito de uma mudança evidente e completa da veracidade dos fatos graças aos discursos propositadamente emocionais que criam interpretações mentirosas em suas narrativas elaboradas, não é apenas serem creditadas como verdadeiras enquanto os fatos são renegados, mas sim uma marcha de aniquilamento da lógica narrativa dos discursos pela qual nos conduzimos no mundo real, abarcando as maneiras mentais para esse objetivo (ARENDT, 1971).

[...] se as mentiras são tão grandes que requerem um rearranjo completo de toda a trama fatural, a criação de outra realidade, por assim dizer, na qual elas se encaixem sem remendos, falhas ou rachaduras, exatamente como os fatos se encaixam em seu próprio contexto original, pouco impede essas novas histórias, imagens e pseudofatos de se tornarem um substituto adequado para a realidade e faturalidade. (ARENDT, 2019, p.313).

Líderes demagógicos sempre souberam se dirigir às massas, pois os indivíduos precisam sentir que falam a eles individualmente. Se, como afirmou o satirista Karl Krauss, o segredo do demagogo é se fazer de tão estúpido quanto sua plateia para que esta se imagine tão esperta quanto ele, a narrativa comum aceita por seus apoiadores se solidifica ao criar vínculos com

esse líder, motivando-os a perceber que sua suposta irrelevância como indivíduo é resultado, justamente de ser tratado de maneira fria e impessoal. Se “o povo inglês está cansado de ouvir os especialistas”, como disse Michael Gove, em 2016, ministro da educação por quatro anos durante o mandato do primeiro-ministro do Reino Unido David Cameron, além de um típico populismo político usado para se esquivar de verdades constrangedoras, tal discurso tem grande potencial para ecoar com simpatia para um público cada vez mais cansado de buscar verdades complexas e indigestas. Tal retórica, principalmente quando ancorada em ideais cheios de proselitismos contra o *establishment* e a ordem econômica, política e institucional, fomentam paixões que emprestam àqueles capazes de produzi-las um caráter de coragem messiânica, concedendo a esse indivíduo o *ethos* necessário para que suas afirmações fujam de qualquer ordem lógica, influenciando uma leva de seguidores a se tornarem “influencers”.

Quando a desinformação e retórica centrada em paixões se mostram tão capazes para produzir “likes” e visualizações, com notoriedade e remuneração a reboque, técnicas como “firehose” - mangueira de fogo - mirando ressentimentos diversos, são eficientes justamente por tornar a complexidade da verdade inverificável. A verdade, inerente à vivência de uma sociedade diversa, não encontra terreno fértil para aqueles que se sentem negligenciados e incomodados diante de sua realidade, identificando nos grupos sociologicamente excluídos e naqueles que se dispõe a eles finalmente dar voz, enorme ressentimento e imagem de opressores, não de atores que historicamente não possuíam representação¹⁴, como se os problemas da sociedade atual fossem efeitos diretos da luta pelo reconhecimento de vozes antes não ouvidas¹⁵. A partir do momento que redes digitais permitem, através do funcionamento algorítmico, um mapeamento dos gostos¹⁶, interesses e preferências dos indivíduos em níveis impensáveis a qualquer serviço de inteligência estatal em anos da guerra fria, não só a

¹⁴ Tal ideia remonta aos estudos de Ernesto Laclau, a respeito do populismo.

¹⁵ Como declarou em entrevista ao jornal digital do Rio grande do Sul, Gaúcha ZH, em 2019, o pensador conservador Roger Scruton: “A esquerda está sempre brava com os conservadores porque os conservadores dizem o que as pessoas realmente querem ouvir. A identidade é o que faz com que as pessoas permaneçam juntas como uma comunidade. Isso está ameaçando por uma série de motivos: migração, dificuldades econômicas, perda da religião, colapso da educação e assim por diante: Trump, Bolsonaro, Orbán têm esse poder porque as pessoas estão perturbadas com as mudanças que as afligem”

¹⁶ Conforme os estudos feitos por Michel Kosinski na Universidade de Cambridge utilizando-se do que ficou conhecido como *Big Five*, ou seja, do que ele segmentou como sendo as cinco dimensões centrais da personalidade humana. Com o uso de um aplicativo utilizado por milhares de pessoas, foi possível fazer comparações com o que curtiam, compartilhavam ou pesquisavam, tanto no Facebook, Twitter e Google, fornecendo o até então maior banco de dados a respeito da personalidade da História. Através do cruzamento desses dados, foi possível determinar o partido de preferência, orientação sexual, cor da pele, entre outras características com enorme potencial para uso político e econômico (Guareschi, 2019).

propaganda, como os discursos de quem sabe se inserir nas lógicas dessas ferramentas tecnológicas tem potencial exponencialmente amplificado¹⁷.

1.8 A tensão provocada pelas *big techs* em como a verdade é construída e o papel das mídias tradicionais

Será possível que a imprensa tradicional pode ser relevante para que haja uma maior unidade epistemológica para o combate ao fenômeno da pós-verdade? Onde ela se encaixa numa dinâmica em que se assume que o estado atual das coisas se difere das mentiras, acobertamentos e omissões por ela realizado historicamente? Tal discussão pode ser confundida com o papel do jornalismo, mas serve, acima de tudo, para localizar em que intensidade sua atividade serve como antídoto ou combustível ao discurso da pós-verdade, já que o jornalismo exerce papel de destaque na busca dos fatos. Se a verdade fatural sempre foi frágil, pois depende de testemunhos e homens dispostos a revelá-la contra toda sorte de interesses, não se pode negar como os homens conseguiram, notadamente, desde o Iluminismo, responder em muitas ocasiões de maneira satisfatória, algumas das questões inerentes da sua vivência graças à liberdade de imprensa. Com o desenvolvimento técnico acentuado do período moderno, questões cada vez mais intrincadas por dinâmicas sociais, econômicas e políticas forçaram o desenvolvimento do âmbito público, e o mesmo teria que acontecer no teor das notícias e em como eram produzidas. A maneira massificada como as informações passaram a ser compartilhadas tinha que acompanhar o mundo que se tornava mais complexo, o que possibilitou a jornalistas levarem seus conhecimentos a um grande público. A revolução nas comunicações que atingiu seu ápice no século XX com o advento do rádio, televisão e Internet, notabilizou um tempo em que a oferta de informações roubou a cena do significado (BUCCI, 2019), e, conforme pensado por Arendt, os fatos, também mais frágeis que axiomas e teorias, se viram alvos fáceis para paixões distintas.

¹⁷ Vosoughi, Roy e Aral (2018) pesquisaram a propagação de notícias falsas, chegando a resultados que ilustram como estas possuem 70% mais chance de serem compartilhadas do que uma verdadeira, o que solidifica nichos extremamente problemáticos ao exercício democrático. Nessa mesma pesquisa, utilizando-se do léxico pensado pelo *National Research Council Canada*, que separou oito tipos de emoções associadas a 140 mil palavras - raiva, medo, surpresa, alegria, desgosto, confiança, antecipação e confiança - os pesquisadores demonstraram que nas notícias falsas, as emoções mais despertadas são surpresa, seguida por desgosto e medo, enquanto nas verdadeiras são tristeza, antecipação, alegria e confiança (Santaella, 2018).

A ideia de se questionar a atuação da mídia tradicional e se o incremento de notícias de qualidade pode ser um antídoto para a pós-verdade se faz relevante nesse estudo porque, mesmo que não percebamos, toda lógica da segmentação algorítmica que se vale da infinidade de dados e velocidade das relações, não apenas influenciou, como fez com que a mídia tradicional muitas vezes nela orbitasse, seja a renegando, repercutindo ou aderindo¹⁸. A imprensa – para bem ou mal – se tornou, a partir de seu desenvolvimento, a maior responsável por trazer à tona as verdades fatuais. Buscar e noticiar os fatos em países democráticos e livres, mesmo diante de todas as críticas de um viés economicista e que historicamente banalizaram as desigualdades servindo aos diferentes poderes vigentes, foi, por excelência, o trabalho da imprensa, que por mais tendenciosa que possa ser, sempre esteve à mercê de pressões para ter certos limites éticos.

Mas quando essa busca pela verdade dos fatos é rejeitada - conscientemente ou não - por aqueles que deveriam sentir-se beneficiados por ela, tornando-a menos lucrativa e/ou relevante? Se a infinidade de dados e a velocidade das relações facilitando a aderência de uma subjetividade algorítmica são em grande parte responsáveis pela pouca profundidade das discussões, uma maior porcentagem de notícias de qualidade seria capaz de alterar uma conjuntura de pós-verdade, ou essa seria mais uma tentativa para uma volta a um modelo de se estabelecer discursos produzindo e consumindo notícias consolidada na revolução das comunicações de massa do século XX? Seria possível imaginar que seria trabalho da imprensa tradicional romper com o que testemunhamos?

Mesmo se assumirmos que não há ou houve uma única imprensa e que modelos sensacionalistas e pouco afeitos aos fatos sempre existiram colocando a audiência e não a verdade em primeiro lugar, um aspecto relevante da questão colocada acima reside em como a mídia tradicional se vê influenciada pelo fenômeno da pós-verdade, a ponto de alguns meios de comunicação tradicionais não só reverberarem suas pautas, como assumirem suas narrativas. O jornalismo, de alguma maneira sempre teve que se reportar à sociedade, enquanto o conteúdo trazido pelos algoritmos tem menores regulamentações para apenas ver usuários. A informação é uma mercadoria, e como tal, precisa vender. Dizer que grandes conglomerados de rádio, jornal e televisão não têm mais relevância é falso, mas certamente sofrem economicamente, estando

¹⁸ Um bom exemplo a tal afirmação pode ser dado do quanto, durante a Pandemia da Covid-19, o debate público no Brasil esteve centrado em corroborar ou negar a necessidade do isolamento social ou da eficiência da Hidroxocloroquina, tais narrativas que se valeram em grande medida de inúmeros “testemunhos”, dados, notícias e desinformação segmentadas algorítmicamente sob o impulso do discurso e ações do governo federal.

à mercê de pressões não mais apenas de sua audiência direta ou de grupos de poder, mas daqueles que nas redes sociais se sentem desagradados com a verdade dos fatos e agora encontram, graças às segmentações algorítmicas, um tipo de narrativa que corrobora suas expectativas de verdade¹⁹ e os anunciantes que eles atraem. Além do próprio processo de perda de primazia nas comunicações dando lugar às *big techs*, ao não reverberar narrativas falsas ou factoides surgidos nas redes sociais que, mesmo a contragosto influenciam no debate público, os meios de comunicação tradicionais se veem sob o risco de envelhecerem diminuí de maneira mais rápida e acentuada.

Ao exercer uma função que fere distintos interesses, a imprensa está sempre situada entre os cidadãos, diferentes grupos de poder e exercício político, mas hoje, com a possibilidade de criação de conteúdo com poder de convergir com os desejos de qualquer usuário, a imprensa tradicional sofre ataques dos próprios cidadãos que se beneficiam de tal exercício por receberem a verdade dos fatos. Se uma sociedade democrática pede, conscientemente ou não, para ser enganada e isso vende, não é difícil pensar como tal lógica pode chegar até a grande imprensa que, como qualquer outro ramo de negócio, precisa sobreviver mantendo-se relevante, o que justificaria jornais, canais de televisão e rádios assumindo posicionamentos que reverberam o fenômeno da pós-verdade ao contratarem ou seguirem pautas de “influencers” do Instagram,

¹⁹ Segundo o Digital News Report de 2019, divulgado pela Reuters Institute e Oxford University, 87% do volume das notícias são recebidas através das mídias on-line, sendo que 64% das redes sociais. Porém, um dado curioso é ilustrado na pesquisa da revista britânica *The Economist* (2020), realizada durante o período inicial da pandemia do COVID-19. A porcentagem de indivíduos que diziam se informar prioritariamente por redes sociais, pela primeira vez declinou - mesmo que levemente - de 49% para 45%, com proporcional aumento nas mídias tradicionais. Se essa mudança denota que em questões de vida ou morte algumas pessoas percebem que devem procurar informações confiáveis, talvez isso não signifique, necessariamente, que discursos repletos de negacionismos povoados de pós-verdade se alterem, mas apenas que, em nome de uma identidade grupal, alguns preferiram adotar apenas privadamente e sem testemunhos a verdade fatual, afinal, para os adeptos da pós-verdade, a coerência não é um atributo obrigatório.

Twitter e Youtube, com suas opiniões não apenas questionáveis, como muitas vezes baseados em mentiras ou informações enganosas²⁰. Programas televisivos com formatos importados dos Estados Unidos, onde dois debatedores, um reconhecido especialista, e outro pinçado nas profundezas panfletárias negacionistas, tem voz igual em tempo em um debate, criando a sintomática noção de que uma posição absurda deve ser levada com seriedade, solidificando polêmicas que só servem ao dissenso. Se para Hannah Arendt as opiniões só podem ser legitimadas diante da verdade fatual, em nome da audiência e algum tipo de relevância, o grande objetivo é manter a discussão para que nunca seja possível haver um consenso, reforçando o caráter *anti-establishment* da pós-verdade.

[...] os fatos são superados pelas crenças quando o provedor de opiniões ou informações falsas é visto como um corajoso desbravador de hipocrisias, transformando a verdade dependente de uma convicção honesta, não da evidência de uma verdade objetiva, o que explica histórias sabidamente fabricadas se tornarem virais, mesmo que tal empreendimento não se mostre à primeira vista lucrativo. (MANKOFF, 2017, §9).

A frase acima de Milton Mankoff (2017), certamente poderia ter sido escrita por Hannah Arendt. Para Mankoff, os jornais, redes de rádio e televisão, ao concederem espaço para lados distintos em pretensos debates fomentando polêmicas fundamentadas na lógica das redes sociais, podem até vender a imagem de estarem sendo objetivos e imparciais, mas transformam os jornalistas em meros estenógrafos enquanto os apelos ideológicos angariam facilmente um tipo de audiência cada vez mais presa no fenômeno da pós-verdade e em todos os anunciantes que os seguem querendo vender seus produtos. As redes sociais têm em toda sua forma de funcionamento uma lógica capaz de reforçar pensamentos arraigados e preconceitos, algo que diante do escudo institucional da formação jornalística não combina com a ética para alcançar a verdade. Muito do trabalho jornalístico abrigado nas mídias tradicionais perde a chance de ser um porto seguro contra as narrativas segmentadas, dando lugar a bravatas e polêmicas “lacradoras”.

²⁰Se em 2016, a revista Veja atingiu tiragem de um milhão e duzentas mil cópias por edição, a partir da posse de Jair Bolsonaro, a queda de sua tiragem ocorreu de maneira exponencial, chegando, ao final de 2020, a menos de 270 mil cópias (YAHYA, 2021). Uma das justificativas para tal decréscimo, além da crise econômica e concorrência dos meios digitais, talvez esteja no fato da revista não assumir um viés que seus leitores esperavam, assumindo todas as pautas do presidente eleito. Tal ideia pode ser corroborada pelo fato de Bolsonaro publicar em seu perfil do Instagram tal informação, em 15/03/2021. O presente estudo entrou em contato com o IVC – Instituto Verificador de Comunicação – para confirmar a veracidade da informação acima, a resposta veio dia 04/08/21, condicionando tal divulgação a um papel timbrado da Universidade, com assinatura de algum responsável assumindo o promisso que a informação fosse divulgada apenas no presente estudo.

Mas produzir notícias de qualidade é caro, ao contrário da lógica de propagação de conteúdo segmentada pelos algoritmos nas redes sociais, logo, com o aumento vertiginoso de todo tipo de conteúdo e informação, não só a verdade pode ser personalizada, como os interesses dessa personalização podem acompanhar vultosos patrocínios. Ao mesmo tempo em que a mídia tradicional se deu conta que sua influência sobre as pautas que permeiam a esfera pública diminuía, a segmentação de públicos com tantos interesses distintos permitiu às *big techs* poderes e influência jamais vistas. Segundo Smythe (2001), se até meados dos anos 1990 jornais, rádios e TVs não proporcionavam apenas conteúdo para a audiência, como audiência para os patrocinadores, hoje as redes sociais não somente se utilizam das preferências para selecionar as informações para os usuários, mas dados dos usuários para os algoritmos, garantindo influência maior a cada clique e criando um tipo de dinâmica que atrai audiência selecionada concedendo maior capacidade para obtenção de lucro aos anunciantes. (GILLESPIE, 2018).

Empresas da mídia tradicional e as *big techs* disputam, com desvantagem para os primeiras, verbas publicitárias (BELL *et al.*, 2017). Com o advento da Internet, o site Craigslist, maior classificado dos Estados Unidos, quase que do dia para noite, retirou uma fatia de 18 bilhões de dólares dos jornais (PARISER, 2012). E se os publicitários não sabiam ao certo a proporção do dinheiro investido por seus clientes que mais rendia em diferentes anúncios realizados nos veículos de comunicação tradicional - já que esse tipo de medição nunca foi uma ciência - o mesmo não pode ser dito a respeito do que fundamenta a lógica da Internet com os algoritmos: Para qualquer tipo de público que os anunciantes necessitam alcançar, hoje é possível segui-los, logo, um dos incentivos para busca da verdade fatual perdeu parte de sua atratividade econômica.

Google e Facebook possuíam, em 2015, 75% de todo patrocínio destinado ao mercado de informações nos Estados Unidos, o que representa três quartos de um bolo de 73 bilhões de dólares (BOND, 2017), configurando um estado de coisas em que os detentores dos dados dos usuários, não quem produz as informações, recebem a maior parcela do dinheiro que circula no mercado. Logo, anunciantes se veem propensos a abandonar ou diminuir o investimento nas mídias tradicionais em nome de enorme capilaridade das redes sociais.

E, conforme conceito de servidão maquínica, podemos empreender que a suposta falta de mediação humana para produção de notícias parece passar mais credibilidade: Quando em 2016 o Facebook foi acusado de interferir, num sistema misto de automatização

algorítmica/curadoria humana nos destaques exibidos aos usuários no feed através da ferramenta “trending”, a ideia de que apenas algoritmos selecionam notícias relevantes caiu por terra, o que, para D`Andréia, Jurno e Dalben (2019) escancarou interesses não declarados, pois os argumentos de quem se sentiu prejudicado – no caso, os congressistas e simpatizantes do Partido Republicano dos Estados Unidos - residiam numa suposta perda de credibilidade do Facebook por conta da intervenção humana, lógica que ignorava inúmeras notícias falsas e/ou enganosas que circulam sob a ideia de exclusiva intermediação não humana (D`ANDRÉIA; JURNO; DALBEN, 2019).

Uma sociedade obcecada pelos resultados do Google Notícias fez com que esses resultados se tornem importantes, e seria insensato supor o contrário (que as pessoas estão obcecadas com os resultados porque não são importantes) sem uma descrição do porquê o algoritmo é superior, a, por exemplo, o julgamento sobre as notícias dos editores da mídia tradicional. (PASQUALE, 2009, p.22).

Da mesma forma como os jornais do século XIX, conforme demonstrado por Bucci (2019), se pareciam com tabloides altamente ideológicos e partidários, foi a conexão de sua função pública com a pressão que os patrocinadores e formadores de opinião, influenciados pelo cientificismo institucionalizado, que contribuíram para criar regulamentações que, mesmo que raramente se contrapondo a acionistas e poderosos, ao menos passaram a serem cobrados - como função institucionalizada – a buscar a verdade. Mas toda essa situação dá pistas de que se altera com o fortalecimento das *big techs* e a possibilidade que discursos personalizados atinjam os usuários.

A política e a cultura, fortemente influenciadas pelos meios de comunicação de massa no século XX, permaneceram praticamente estáveis até meados da década de 1990. A partir deste período, a esfera pública sofreu uma transformação estrutural, em razão da automatização das decisões comunicacionais capitaneadas por megaempresas digitais como Amazon, Facebook e Google. (PASQUALE, 2017, p.19).

Além disso, muitas das matérias consideradas mais “simples” já podem ser escritas por software, o chamado “jornalismo robô”, o que pode significar que, ao serem eliminadas dimensões humanas para a produção de uma notícia, o que é relevante para desnudar a verdade fatural passa a ser formulado em equações que trabalham inúmeros dados do usuário, tornando mais plausível serem destinadas unicamente a ter audiência. A ideia de um jornalismo automatizado teve início na década de 1970, com a aplicação do software *Natural Language Generation* (NLG), processo que se intensificou a partir de 2010 com maiores investimentos em startups (GRAEFE, 2016), o que, segundo Hammond (2015), tornaria engenheiros da computação responsáveis por baratear a cobertura jornalística, numa discussão que ignora

inúmeras questões como a adequada apuração dos fatos (D'ANDRÉIA; JURNO; DALBEN, 2019). Para Greenfield (2012) “se os jornalistas e as pessoas que dependem delas devem ou não ter medo de um futuro maquínico, vai depender do que você pensa que o jornalismo é”.

Quando Krisna Bharat teve ideia do que hoje é o Google Notícias, justificou sua criação, anos mais tarde dizendo que cabia aos jornalistas produzirem notícias enquanto aos profissionais das redes digitais as levarem às “pessoas corretas” (PARISER, 2012), o que deixa no ar a indagação: Se a lógica jornalística sempre foi problemática por mediar e recortar a realidade, ignorando fatos ou servindo aos poderes, a segmentação algorítmica sequer se dispõe a procurar a verdade, tendo apenas como objetivo agradar a sua audiência, o que por si só já é um grande argumento que conecta tal lógica à pós-verdade. Em 2013, Jeff Bezos, fundador da Amazon e assíduo na lista dos mais ricos do mundo, comprou o Washington Post, o que criou uma justa suspeita em terem aplacadas as tendências críticas de um tradicional jornal - cujo valor de mercado é cem vezes menor que a Amazon - ao modelo de negócios e tratamento de dados advindos dessas plataformas digitais. Tamanha riqueza acumulada pelas *big techs* proporciona um poder de influência sobre as mídias tradicionais, cada vez mais empobrecidas, algo similar ao ocorrido quando provedores de Internet (ISPs) compraram operadoras de telefonia (PASQUALE, 2017)²¹.

E essa adequação das mídias tradicionais aos moldes das redes sociais e seus algoritmos - a exemplo de como até grandes televisões ou estúdios de cinema se veem obrigados a aderir à lógica do “*on demand*” - apenas escancara a tendência de muitos formadores de opinião não mais assistirem telejornais ou mesmo lerem jornais impressos e até mesmo on-line, se informando apenas por resumos trazidos por seu algoritmo ou através de “influencers” que seguem no Twitter, Youtube, Instagram, ou sendo notificados por seus amigos em grupos de WhatsApp. Mas se o crescimento da Internet colocou os veículos de imprensa tradicionais nas cordas, isso não só ocorreu pela perda de rendimentos, mas também pela diminuição da credibilidade. Em 1920, o pai do jornalismo moderno Walter Lippmann concluiu que a “crise da democracia tem como maior causa a crise do jornalismo” (LIPPMANN, 1920 *apud* PARISER, 2012), e não faltam ataques promovidos por políticos de plantão e seus seguidores

²¹ Em fevereiro de 2021, Google e logo depois o Facebook se comprometeram a pagar 1 bilhão de dólares cada, entre 2021 e 2024, para os produtores de notícias. Mais que uma mudança de paradigma, em face dos vultuosos valores que essas empresas arrecadam, tal valor repassado mais parece uma esmola.

das redes sociais às redes de comunicação que, mesmo merecendo críticas, exercem seu trabalho de trazer a verdade fatural.

Se a forma como os grupos de mídia tradicional, notadamente nos Estados Unidos e Reino Unido, compraram as versões de seus governos a respeito da existência de armas de destruição em massa no Iraque como justificativa para a invasão daquele país em 2003, muito longe de ser o único grande exemplo de mau procedimento jornalístico, tal fato serviu de plataforma para os devaneios *anti-establishment* dos apoiadores de Trump, sendo frequentemente citado como justificativa para discursos que deslegitimavam os fatos apurados pela imprensa tradicional. Se a revolução digital coloca em xeque a profissão do jornalista e a maneira como é automatizada até a maneira como verdade fatural pode ser reconhecida, as redes sociais se caracterizam pela descentralização, superficialidade, e velocidade, numa relação adjacente aos instrumentos tecnológicos, permitindo a divulgação mais simples e rápida dos “bastidores” de diversas situações às quais antes raramente era possível serem tornadas públicas (THOMPSON, 2002), logo, quando nenhuma instituição ou produtor de notícia é capaz de passar credibilidade, é mais fácil vender uma verdade para um determinado público, tornando os fatos apenas acessórios, usados quando convenientes.

Nem mesmo pessoas mais cultas e com acesso às informações de qualidade estão totalmente livres de pensamentos baseadas em lógicas deficientes, isso porque a expectativa da verdade fundamentada na relação íntima entre homem/máquina fomentando uma subjetividade algorítmica não distingue apenas grupos considerados reacionários. Confiar na razão humana para atender a desordem epistemológica, como tão bem demonstra Hannah Arendt (2019), pode parecer cada vez mais difícil e restrito a um pequeno gueto, mas como a filósofa demonstra, as opiniões devem ser livres, não os fatos – estes não sujeitos à subjetividade - e a verdade, ao contrário da ficção, é cheia de imprevisibilidades (ARENDT, 2019). Bucci (2019) ilustra o lugar da política e imprensa diante da verdade, no pensamento de Arendt:

[...] reside na política o engenho especial de se apropriar dos fatos a partir de representações e relatos elaborados em outros domínios, inclusive no jornalismo, mas a função de localizar e apontar a verdade bem como função de difundi-los não tem seu lugar no domínio público. (BUCCI, 2019, p.101).

A ideia de que o trabalho essencial do jornalismo é aquele que revela os fatos, transformando-se em político quando se dispõe a interpretá-los, também é pensado por Bucci (2019). Mesmo o autor assumindo que a imprensa livre tradicional sofra pressões para se adequar aos novos tempos, devendo ser criticada por historicamente estar sujeita às amarras

dos grilhões do poder, isso não significa dizer que não é relevante e que sempre se rendeu de maneira intrínseca e automática; sempre houve uma disputa, representada entre o que os jornalistas alcunham como Igreja – no caráter sagrado da redação - e Estado - representado pelo espaço comercial – e tal dicotomia se concebia em como muitas vezes esses profissionais não conviviam e se misturavam nem no mesmo espaço físico (PONTES; SANTOS, 2018).

Mas se Arendt (2019) pensava que o conhecimento da verdade não pode vir da política e que verificação dos fatos deve estar fora de sua esfera, denotando a importância da liberdade da imprensa e de um sistema justiça com regras que garantam sua independência, qual futuro uma sociedade de consenso que valorize a complexidade das questões terá se para encontrarmos informação baseada na verdade fatural, continuaremos dependendo da segmentação algorítmica? A questão é importante, pois a grande preocupação não diz respeito à crise da imprensa tradicional, mas como será possível a uma sociedade legitimar minimamente fatos para que a verdade surja. Se a imprensa tradicional se vê pressionada a renunciar ao seu papel ecoando conteúdos segmentados algorítmicamente ou perdendo audiência, é difícil imaginar que dela surgirá uma revolução em que a qualidade da informação reverterá o fenômeno da pós-verdade; talvez seu papel será cada vez mais ser uma mídia voltada ao entretenimento, onde as informações de qualidade em meio as suas programações e pautas podem ser apenas “aturadas” pelo grande público, enquanto pequenos nichos consumirão algo que sentem estar condizente com a verdade dos fatos.

A ideia de que massificação da informação de qualidade pode reverter uma era de pós-verdade, já que hoje não se cumpririam compromisso com a verdade e a uma ordem social justa, parece apenas depositar mais fichas numa perspectiva racional reflexiva de muitas maneiras difícil de ser alcançada e até anacrônica. De qualquer maneira, Bucci destaca o papel da imprensa livre e a quebra do monopólio das *big techs* como forma de combater uma era de informações sem qualquer conteúdo ou veracidade que parece cada vez se intensificar. Porém, Bucci (2019) alerta para o fato de a informação de qualidade não poder ser produzida gratuitamente, pois aqueles que defendem que os fatos podem ser revelados gratuitamente, se esquecem que o mundo gira em torno da produção “esperamos que nos entreguem a verdade, por menos lucrativa que seja a verdade” (LIPPMAN, 1997, p.203 *apud* BUCCI, 2019, p.64). Se Bucci admite que a verdade tem um custo, a questão sem resposta que fica é: quem irá pagar para ela ser irrestrita e com qualidade? Com qual interesse? Isso dará alguma garantia que as narrativas da pós-verdade perderão relevância?

As análises feitas até aqui dão pistas que dificilmente. Mas a verdade dos fatos sempre será economicamente rentável, mesmo que para um grupo diminuto, mas que tal afirmação represente um potencial para eliminar o fenômeno da pós-verdade, parece algo um tanto otimista, principalmente se as pessoas continuarem a ter acesso a conteúdos graças a uma segmentação algorítmica do qual não compreendem o funcionamento nem motivações de seus criadores, vendo apenas suas vantagens práticas no entretenimento e com a noção de que poupam tempo ganhando inequívoca praticidade na infinidade de conteúdos da rede. Por outro lado, as eleições municipais no Brasil realizadas em 2020, comparado ao testemunhado em 2018, passaram a sensação de ter um nível menor de *fake news*, fato corroborado pela afirmação do então presidente do Tribunal Superior Eleitoral, ministro Luís Roberto Barroso: segundo ele, plataformas digitais e agências de checagem de informações exerceram papel primordial. Enquanto isso, nos Estados Unidos, após a avalanche de *fake news* em 2016, em 2020, Donald Trump foi derrotado nas eleições presidenciais para Joe Biden. Porém, no caso brasileiro, vale a espera das eleições de 2022, onde Jair Bolsonaro prepara a narrativa da pós-verdade para uma eventual derrota ao criticar o voto eletrônico, num movimento próximo ao realizado pelos seguidores de Trump que, numa atitude próxima a regimes pouco democráticos, invadiram o congresso de seu país alegando fraude nas eleições.

Logo, mesmo que as *fake news* tenham tido menos aderência em 2020, pensar como uma parcela considerável da população dos Estados Unidos comprou a ideia de fraudes eleitorais²² a ponto de produzirem o espetáculo inimaginável de invadir o congresso de seu país apenas reforça a lógica da pós-verdade, pois as *fake news* talvez nem sejam mais necessárias ou possíveis - ao menos de maneira ampla - diante da segmentação e subjetividade algorítmica. Mesmo que a força da pós-verdade não seja capaz de vencer pleitos democráticos, ainda pode debilitar a democracia e causar enormes estragos como os vistos na enorme mortalidade observada no Brasil e Estados Unidos durante a pandemia do Covid-19, já que as baterias das *fake news* e discursos da pós-verdade se voltaram ao negacionismo. Se as *fake news* podem sumir, sendo melhor controladas pelas *big techs* – ou ao menos perderem reverberação fora das fronteiras segmentadas algoritmicamente – só o tempo poderá dizer se a pós-verdade talvez tenha vindo para ficar²³.

²² Não podemos nos esquecer a parcela significativa da população norte-americana que se recusou a se vacinar contra a Covid-19.

²³ Segundo pesquisa realizada pelo jornal The Washington Post e pela rede de TV ABC News, 86% dos que se declaravam democratas e apenas 45% dos que se declaram republicanos se vacinaram contra a COVID-19. O

CAPÍTULO 2 - SEGMENTAÇÃO ALGORÍTMICA: O PASSO ESSENCIAL PARA O FENÔMENO DA PÓS-VERDADE

“Todas as razões humanas serão, então, naturalmente tabuladas segundo essas leis, matematicamente, como a tábua de logaritmos até 108 mil e incluídas num índice no qual tudo será calculado e explicado tão claramente, que não haverá mais acidentes ou aventuras na vida” (Fiódor Dostoievski).

2.1 Algoritmos: a tecnologia como extensão do homem a serviço da pós-verdade

Esse capítulo se mostra relevante por fundamentar como a revolução técnica da era digital foi capaz de trazer ao nosso dia a dia um tipo de lógica inicialmente restrita à publicidade – a oferta de produtos individualizada através dos algoritmos da Internet – para cada ato do usuário na rede. Tal lógica pôde, não apenas mudar a nossa noção de privacidade de maneira pouco percebida, como justificar e fundamentar qualquer vivência e noção descolada da realidade através da segmentação personalizada de conteúdos, preparando terreno para o fenômeno da pós-verdade ter tamanha relevância a ponto do próprio termo se tornar conhecido, se diferenciando das tradicionais mentiras na política e autoenganos, estes, sempre testemunhados ao longo da História. Mas isso não implica uma simples e direta relação causa – consequência, como se os algoritmos fossem capazes de despertar um comportamento por si só, mas sim como usuários dos aparelhos tecnológicos podem, seja através da oferta de conteúdos com narrativas dúbias ou falsas oferecidas por grupos de interesse, ou por encontrarem com maior facilidade conteúdos que lhes agradem, terem crenças, tendências ou preconceitos já existentes reforçados. Tais questões não podem nos fazer perder de mente a sedução que os algoritmos podem exercer nas Ciências Sociais, sob pena de se transformar em uma ciência em que os aspectos tecnológicos inerentes a uma sociedade digital sejam sob todas as causas mediados por algoritmos e por eles explicados sob muitas condições:

A Ciência Social voltou-se avidamente para as técnicas computacionais ou para o estudo da sociabilidade através do “big data” (LAZER *et al.*, 2009), na esperança de desfrutar de um tipo de *insights* que as ciências biológicas alcançaram, buscando algoritmicamente agulhas nesses palheiros digitais como todos esses dados. Para um certo tipo de cientista social, os padrões de tráfego de milhões de e-mails parecem ter caído do céu [...] mas as técnicas de pesquisa computacional não podem ser barômetros sociais: elas produzem hieróglifos moldados pela ferramenta pela qual são esculpidas, exigindo uma interpretação sacerdotal, eles contam histórias poderosas,

mais grave foi constatar que 6% dos democratas não pretendiam se vacinar, enquanto o número subia para 47% dos republicanos (MELLO, 2021).

mas muitas vezes mitológicas- geralmente a serviço dos seus deuses. (GILLESPIE, 2018, p.116).

A lógica algorítmica se insere nas dinâmicas sociais sendo um determinante aspecto de mediação de conteúdos, se estabelecendo como um fator importante a ser considerado pelas ciências sociais. No tocante do presente estudo, a lógica algorítmica é central para diferenciar a mentira e o autoengano verificados ao longo dos séculos para que surja o que hoje testemunhamos ser o fenômeno da pós-verdade; ela também é relevante para outros aspectos essenciais à definição, a saber: como segmentam e ajudam a moldar um tipo de subjetividade no usuário - conforme ideia de servidão maquínica de Guattari e Deleuze – fomentando, crenças e narrativas autoevidentes e autocentradas, onde homem e tecnologia se veem numa relação adjacente. A velocidade dos fenômenos e relações sociais e políticas²⁴, como pensado por Virilio (2007), encontra no funcionamento dos algoritmos terreno fértil fomentando o fenômeno da pós-verdade. Com a imensidão de dados colhidos dos usuários, as *big techs* e demais empresas de tecnologia conseguem mapear os gostos, muitas vezes otimizando o tempo de inúmeras atividades num tipo de comportamento que habitua o usuário a verdades prontas e rápidas, de maneira com que este veja na superficialidade da tela uma realidade totalitária capaz de criar ou sedimentar desejos e tarefas, aumentando sua relevância a ponto dos discursos segmentados pelos algoritmos serem legitimados, colocando muitas vezes em plano secundário a verdade fatural. Um exemplo de tal dinâmica pode ser dado em como podemos passar horas apenas seguindo sugestões de vídeos oferecidos pelo Youtube, muitas vezes deixando de estudar, pesquisar notícias por nós mesmos ou falar com amigos.

O *machine learning* se baseia em comportamentos de usuários que consomem conteúdos similares, logo nem sempre oferece conteúdos que agradam, porém, tal ideia não deslegitima a importância dos algoritmos, pois, da mesma forma como os gostos ou comportamentos do usuário podem mudar ao longo do tempo, os algoritmos acompanham o usuário se adequando constantemente, dando a sensação de liberdade a quem consome tais conteúdos e noção de invisibilidade e imparcialidade aos algoritmos. O que os programadores chamam de *machine learning*, torna um algoritmo capaz de selecionar nossas preferências ao examinar nossos hábitos na rede, preparando terreno para o terreno da pós-verdade. Logo, se as hipóteses do programa, aparentemente, fogem de qualquer subjetividade atribuída aos

²⁴ Segundo Epstein et. al. (2018), na revista *Anais Neural Information Processing Systems Conference*, especializada em respeito inteligência artificial, foram publicados mais artigos descrevendo novos algoritmos do que explicando os já existentes.

programadores humanos, elas parecem livres de qualquer suspeição, já que têm a aparência de terem sido retiradas de dados irrelevantes do sujeito. Mas essa ideia do usuário da rede pode ser camuflada pelos cálculos de quem remunera os programadores de tais sistemas, deixando claro o quanto o homem ainda se vê cercado por uma realidade matematicamente arquitetada. Ao transformar as tecnologias em sua posse, colocando-as em suas práticas cotidianas, os usuários concedem características de certa forma inovadoras, porém imprevisíveis. “Nós moldamos nossas ferramentas e então nossas ferramentas nos moldam”, tal frase atribuída ao teórico da comunicação Marshall McLuhan, mas que posteriormente se descobriu ser de seu colega de Harvard, John Culkin, ilustra como os instrumentos tecnológicos configuram nossa vida, delimitando nosso tempo, espaço e relações. Se os algoritmos com sua inteligência artificial se nutrem dos comportamentos humanos para criar suas sugestões, eles também são capazes de reproduzir preconceitos, desigualdades, mentiras e ignorâncias (PARISER, 2012). Um exemplo de tal fato é como uma ferramenta criada pelo Google chamada Cloud Natural Language API, perpetuou aptidões preconceituosas ao inferir como negativo ser gay ou negro (Pierro, 2018), o que reforça a ideia de como o fenômeno da pós-verdade se vê numa relação dual em que, ao mesmo tempo em que o *machine learning* recebe predisposições e gostos do usuário, a oferta maximizada de conteúdos que outros usuários com os mesmos gostos consomem reforçam ideias e grupos reforçando a segmentação e subjetividade algorítmica.

Para o professor de História da Cultura e Tecnologia da Universidade do Colorado, Ted Striphas, os algoritmos nutrem o usuário com informações e dados autoevidentes, produzindo neles novos hábitos e pensamentos que não existiriam. Tal funcionamento concede aos maiores ambientes dessa tecnologia como Apple, Google, Facebook ou Amazon, grande, porém desconhecida influência no campo cultural, já que somos dependentes cada vez mais da Internet, de onde gira a possibilidade de inserção não só no âmbito produtivo, como de sociabilidade, sedimentando, graças à segmentação de conteúdos, os hábitos de ação e pensamento para o fenômeno da pós-verdade. Um exemplo simples de como os algoritmos são capazes de mover comportamentos pode ser dado quando fazemos uma pesquisa para a compra de determinado produto e passamos a receber inúmeros anúncios relacionados ao que procuramos, algo que pode nos habituar a deixar de sair de nossa casa para buscar daquilo que desejamos, diminuindo a possibilidade para novas descobertas e experiências tanto no espaço público das ruas e praças, quanto no privado de shoppings e lojas ao ar livre.

Segundo Sadin (2015c), o estímulo do qual somos bombardeados pela enxurrada de dados, vídeos e notícias selecionados através de nossas preferências medidas pelos algoritmos,

não nos coage a tomar qualquer decisão, mas origina uma sensação de evidência surgida quase que de uma ordem epifânica, nos revelando continuamente aquilo que supostamente estaríamos necessitando, confundindo a necessidade do que sentimos, como prova do nosso pensamento crítico. Ao termos nossa curiosidade aguçada com alguma notícia que recebemos ou pesquisamos, logo recebemos conteúdos que os algoritmos reconheceram que outros usuários como nós consumimos ligados a determinado assunto; e o fato de existirem muitos como nós que consomem conteúdos que argumentam conforme imaginamos, nos sentimos motivados a crer estarmos ao lado da verdade.

Pois nós somos colocados sob um regime da sedução induzido pela ergonomia fluida das interfaces da dimensão lúdica das aplicações tanto quanto que pela “intuição algorítmica” capaz de nos sugerir recomendações personalizadas. A incitação algorítmica não nos força a nada, ela cria um sentimento de evidência. Ela surge quase que de uma ordem epifânica para nos revelar continuamente aquilo de que supostamente estaríamos necessitando. (SADIN, 2015a, p.74 *apud* GUARESCHI, p.29, 2019).

Com os algoritmos personalizam conteúdos a partir da análise dos dados e comportamento dos usuários na rede, pessoas distintas podem conceber verdades ou narrativas conflitantes para uma mesma pesquisa, configurando abalo de um instrumento comum para diálogo entre populações habitantes até no mesmo espaço físico, deteriorando em muito o entendimento político ao não se terem reconhecidos mínimos pressupostos comuns (SUSTEIN, 2010)²⁵. Sustain (2010) pensa o funcionamento dos algoritmos com suas repercussões públicas de maneira similar ao imaginado por Foucault nas relações saber/poder²⁶ ou mesmo de Guattari e Deleuze²⁷ no que diz respeito às transformações dos vínculos e sentimentos, já que possuiriam características capazes de encadear mecanismos de controle sem precisar de retóricas ou ideologias governamentais. “Enquanto os dados entram e saem em quantidades, velocidades e variedades enormes, e os elementos da operação se inserem em funções sem debates ou discordâncias, os discursos são mantidos dentro de bolhas cada vez mais fechadas e

²⁵ Apenas em 2016 um defensor da ideia de que o holocausto seria uma invenção ou que foi maximizado, deixou de ter sua teoria confirmada ao realizar uma pesquisa com o termo no Google. Isso porque, após inúmeras pressões, apenas naquele ano, o Google aceitou deixar de apresentar logo nos primeiros resultados de uma pesquisa, sites que corroborariam ideais de indivíduos com “interpretações” baseadas no comportamento relacional segundo sua segmentação algorítmica. Mas outras, como o homem não ter chegado à Lua, ou complôs a respeito aos atentados de 11 de setembro permanecem não só disponíveis, como constantemente sugeridas como mais relevantes para quem gasta horas consumindo tais narrativas.

²⁶ “trata-se do controle mais da circulação e das relações, do que dos indivíduos e seus recursos” (Foucault, 2008, p. 28).

²⁷ A ambientação de como isso se incorpora em nosso dia a dia, assim como convívio nesse ambiente, muda como o homem habita seu mundo, assim como seu comportamento e sentimento.

direcionadas. Para alguns pesquisadores, este modo de correlação produz a radicalização das opiniões e a fragilidades das experiências comuns” (SUSTEIN, 2010, p.65).

Se desde 2009 o Google não padroniza as pesquisas realizadas pelo usuário personalizando os resultados, a questão óbvia que se abre é de que não só interpretações podem ser distintas aos usuários, mas como os próprios fatos. O mesmo ocorre com o Facebook que dá prioridade em nosso feed de atualizações para amigos e notícias que os algoritmos reconhecem como sendo de maior possibilidade de serem clicadas, comentadas e compartilhadas pela ideia de serem mais similares ao que nós pensamos e ansiamos, gerando maior lucro para essa empresa. Desta maneira, pessoas e conteúdos que os algoritmos interpretam serem parecidas conosco, criam um mundo próprio ao nosso redor. Se temos a impressão de que os mecanismos de pesquisa são cada vez melhores e mais precisos, isso ocorre justamente pelo fato de que se adequam cada vez mais ao nossos hábitos “cada vez mais, o monitor do nosso computador é uma espécie de espelho que reflete nossos próprios interesses, baseando-se na análise de nossos cliques feitas por observadores algorítmicos” (PARISER, 2012, p.9). O que se apresenta é a quase impossibilidade de assumir qualquer fato que não esteja segmentado para nós, o que sustenta um dos argumentos para motivar não apenas discussões tão radicalizadas, como para delimitar um mundo em que não há qualquer possibilidade de disputas em busca de consenso por estarem validadas realidades algorítmicas que quase não se tocam.

Se em alguns momentos os homens podem demonstrar propensão maior em limitar os argumentos racionais aceitando verdades que digam mais aos seus anseios ou crenças, os algoritmos se mostram extremamente influentes, pois carregam na oferta de conteúdos referendados no comportamento do usuário uma tendência a explicações mais simples e centradas em noções individualistas, justamente pelo seu caráter autocentrado. Por outro lado, como pensado no capítulo anterior, o homem contemporâneo carrega em si a noção trazida desde o modernismo em crer nos aparatos tecnológicos matematizantes, e os algoritmos concedem uma expectativa de verdade dos usuários, o que torna o fenômeno da pós-verdade em algo além da mentira ou autoengano. Como exemplo de tal ideia, podemos pensar que quando recebemos uma notícia de um grande portal a respeito da condenação de algum político na justiça, em poucos instantes temos oferecidos diferentes conteúdos, além de, invariavelmente termos contato outras notícias, muitas vezes falsas em grupos de WhatsApp que frequentamos, legitimando tal decisão judicial sem conseguirmos nos aprofundar no quanto isso pode ser ilegal ou injusto.

Partindo do pressuposto que em grande parte temos radicalizados ou destacados ideias e crenças pré-existentes, ao encontrarmos nichos dos quais não nos preocupamos com verdades desagradáveis aos nossos valores, torna-se impossível rejeitar que os algoritmos desempenham papel importante, não apenas em nosso entretenimento, como em nossa circulação pelo espaço social, participação na vida pública e construção dos discursos que fundamentam a verdade. Ao passo que associamos ao nosso comportamento esses aparatos tecnológicos computacionais, temos nossa forma de manifestação e comunicação transpassando toda nossa realidade, influenciando nosso discurso e compreensão, pois correm de maneira adjacente ao nosso pensamento: “o fato de estarmos recorrendo a algoritmos para identificar o que precisamos saber é tão marcante quanto termos recorrido aos especialistas credenciados, ao método científico, ao senso comum ou à palavra de Deus” (GILLESPIE, 2018, p.97). Logo, respondendo à questão posta no início do presente estudo, sempre houve e haverá autoengano, mentiras e paixões movidas por discursos políticos ou ideológicos, mas só foi possível pensar no fenômeno da pós-verdade quando tivemos nossos gostos e pensamentos reverberados e segmentados algorítmicamente, estruturando uma subjetividade algorítmica.

E essa tecnologia foi projetada para se adaptar aos desejos humanos; para Gillespie (2018), os algoritmos não são apenas o que os programadores definem como simples softwares, mas, na verdade “são procedimentos codificados que, com base em cálculos específicos, transformam dados em resultados desejados”. Os procedimentos dão nome tanto ao problema quanto aos passos para a resolução (GILLESPIE, 2018, p.97, 98). Graças à oferta de dados que se oferecem para serem monitorados dos usuários, se torna possível potencializar lucros, onde o maior foco é controle dos conteúdos através do manejo dos dados dos indivíduos, não diretamente dos próprios indivíduos com seus discursos, num funcionamento que remete diretamente ao pensamento de Foucault (2008) no que diz respeito ao governo do fluxo de informações, não de pessoas. Além disso, pensando em Deleuze (1999), as informações utilizadas pelos algoritmos poderiam conduzir fluxos e conexões: “Não se enclausuram pessoas, mas, ao fazer estradas, multiplicam-se os meios de controle. Não digo que seja o único objetivo das estradas, mas as pessoas podem trafegar até o infinito livremente, sem a mínima clausura, e serem perfeitamente controladas” (DELEUZE, 1999).

A lógica da segmentação algorítmica não diz respeito apenas às relações de indivíduos e grupos com a tecnologia, mas também a como modulam o regime de verdade, normas jurídicas e práticas que constituem a nossa sociedade, numa espécie de data-panoptismo em que “um entrelaçamento cada vez mais íntimo entre os seres e os algoritmos que induziram

indissociavelmente tanto um conhecimento aprofundado sem cessar das pessoas, dos fatos e das coisas, quando uma regulação automatizada do campo de ação”. (SADIN, 2015b, p.173).

Tal ideia parece eficiente em influenciar, não apenas o consumo, mas no modo de pensamento e como se constrói uma verdade. Se o sucesso dos algoritmos depende de se amalgamarem aos desejos do usuário tornando os conteúdos autovidentes, a metodologia do tratamento dos dados fundamenta suas funções, o que, ao pensarmos em Deleuze (2010), equivaleria ao diagrama de Foucault “Definindo-se por meio de funções e matérias informes, ele ignora toda distinção de forma entre um conteúdo e uma expressão, entre uma formação discursiva e não discursiva. É uma máquina quase muda e cega, embora seja ela que faça ver e falar” (DELEUZE, 2010, p.48). Segundo Teles (2018), através de diversas tecnologias, a computação que trata dados de maneira autônoma obtém, interpreta, hierarquiza ações, conexões e abstrações em tempo real, registrando diversas transformações: “define-se a autonomia das máquinas por sua capacidade de autoconhecimento, pela dinâmica de ajuste próprio diante do imprevisto, otimização e auto prevenção, reparação ou mau funcionamento da adaptação ao ambiente e serviços”. (TELES, 2018, p.2).

Nessa articulação usuário-máquina, o grande papel do usuário é lançar conteúdos dotados de certos atributos que apelam ao vernáculo da plataforma [...] e ao interesse da audiência, critérios de convencimento e sedução da linguagem audiovisual (REIS; ZANETTI; FRIZZERA, 2020, p.55).

Para Couldry (2012), não é correto imaginar as consequências das ações dos algoritmos exclusivamente nas ações das pessoas, mas sim numa vinculação diversificada entre os algoritmos colocados em prática e as estratégias que as pessoas adotam face a eles. Os usuários são focos em deslocamento, forçando os algoritmos a se alterarem, e, nessa queda de braço, os algoritmos sempre tentam moldar algum tipo de comportamento previsível ao usuário para que seu mapeamento seja mais fácil e lucrativo. Para Gillespie (2018), os bons algoritmos se valem das nuances das pessoas, prevendo não só alterações na maneira como os usuários se informam, mas também como se formam juízos de valores, verdades e até pensamentos racionais, influenciando tanto nas narrativas públicas, quanto a interesses imediatos²⁸. Se somos bombardeados por anúncios de algo que pesquisamos ou por vídeos ou notícias que demonstramos interesse, quando vemos distintos conteúdos sendo oferecidos, temos a noção, conforme demonstrado por Pariser (2012), que somos expostos ao que outros usuários com

²⁸ Um exemplo aparentemente inofensivo é o funcionamento do Google Fotos, nos recordando eventos e criando segmentações em nossos arquivos que ativam memórias e afetos de maneira alheia ao nosso arbítrio.

nosso mesmo perfil, segundo medição dos algoritmos, consumiram. Mas se temos arroubos de desejos novos ou independentes, logo o algoritmo altera sua dinâmica para nos agradar, o que por si só já influencia no modo como produzimos julgamentos a respeito dos fatos. Não é raro que de tempos em tempos, a exemplo do ocorre com produtos, testemunhemos uma mudança em alguns conteúdos a nós oferecidos. Se, por exemplo, estamos numa reforma e pesquisamos cimento, ou querendo comprar uma camisa nova, os anúncios ou notícias oferecidas podem se alterar servindo para formatação de nossas opiniões. Também não é raro que os algoritmos nos ofereçam conteúdos “aleatórios” como forma de medir ou firmar novos parâmetros de consumo. Se tal tipo de “oferecimento” é livre ou não de conteúdos patrocinados, não é possível sempre se ter certeza com clareza.

O recolhimento de dados dos usuários em imensa quantidade, com interpretações e encaminhamentos de conteúdos sendo elaborados com imensa rapidez, constitui-se no que é chamado de *Big Data*, propiciando, graças ao exponencial decréscimo dos valores empreendidos e proporcional oposta capacidade de mapear os usuários quase que instantaneamente, absorver o que ocorre nas redes online de maneira lucrativa e imanente (TELES, 2018). Porém, para que tais dados se transformem em práticas lucrativas aos provedores, é necessário os *datamining* – exploração de dados em busca de padrões, estabelecendo, segundo Rouvrov e Berns (2015), uma autonomia em relação às normas sociais, correlacionando-se à emancipação de inteligência autodidata estabelecendo meios para ação normativa da tecnologia contemporânea “num tipo de racionalidade (a)normativa ou (a)política que repousa sobre a coleta, agregação e análise automatizada de dados em quantidade massiva de modo a modelizar, antecipar e afetar, por antecipação, os comportamentos possíveis”. (ROUVROV; BERNs, 2015, p.42), o que, segundo os autores, aos moldes do pensamento de Foucault, significaria a segmentação da vida através da submissão do ambiente. (FOUCAULT, 2008).

A tecnologia digital, na metáfora das nuvens, paira sobre e em nossas vidas “mitigando as distâncias entre os mundos físico e virtual, acionando e satisfazendo necessidades singulares” (TELES, 2018, p.2). Tal visão pode ser corroborada quando, em 2010, o então vice-presidente do Yahoo, Tapan Bhat declarou algo que se tornou realidade: para ele, o futuro da Internet repousaria na personalização, onde a rede digital giraria em torno do eu (PARISER, 2012). Neste mesmo período, Eric Schmidt, diretor geral do Google, declarou que sua maior meta seria criar um código que já saiba o que o usuário irá digitar, algo que alguns anos depois já testemunhamos de alguma maneira, já que quando lemos uma matéria em que um determinado

termo ou pessoa é citada, como num passe de mágica que adivinha nossa curiosidade, ao começarmos a digitar o termo ou nome da pessoa para pesquisa, o Google o oferece antes a nós, poupando-nos “trabalho” de digitação e concedendo uma curiosa sensação de satisfação ao usuário. Já os fundadores do Google, Larry Page e Sergey Brin, logo se deram conta que para que seu site de pesquisa fosse mais eficaz no que diz respeito à pertinência ao usuário, seria necessário ter mais dados obtidos a partir de uma vigilância contínua e naturalizada, capacitando o Google agradar o usuário de maneira que sejam mitigadas frustrações. Logo, o Google se mostrou ótimo para oferecer respostas para nossas perguntas, justamente por mapear todas as questões que podem surgir quando há um tipo de personalização relacionada a outras que se interessam por determinadas narrativas, afastando do homem a curiosidade/necessidade de procurar saber o que não sabe que quer ou precisa, lógica que permeiam verdades prontas e rápidas relevantes ao fenômeno da pós-verdade. Um exemplo desta situação pode ser dado do quanto seguimos indicações do Google ou de outro aplicativo de GPS como Waze para nos movermos pela cidade, concedendo a estes operadores valiosas informações a respeito de nossos hábitos. Esse tipo de “facilidade” concede ao Google ou qualquer outra big tech impagável chance de mapear nossos gostos e práticas. Quando usamos um GPS, ou quando aceitamos uma recomendação de um parque ou restaurante através de uma pesquisa ou sugestão do algoritmo, nos habituamos a ver nesse tipo de intervenção tecnológica algo acessório a nossa intuição, e tal dinâmica não pode ser pensada como desconectada ao discurso da pós-verdade em sua segmentação algorítmica.

A maneira como o algoritmo é idealizado tenta a todo custo diminuir nosso trabalho na multidão dos dados da rede, o que, comparado ao que renunciamos em nossa privacidade parece uma boa troca, pois damos pouca importância aos dados de nós coletados por se parecerem anódinos e insignificantes, a ponto de, raramente, pensarmos a respeito disso: “A estratégia de correlação de dados visa adaptar os desejos dos indivíduos à oferta e às possibilidades inerentes à velocidade da circulação” (TELES, 2018, p.5). Para Zarsky (2012), as normas algorítmicas aparentam ser democráticas e objetivas, já que, em sua programação fria, são aparentemente cegas às categorias sociais, políticas, e por isso recebem a confiança de usuários que não enxerga nelas interferências de empresas, quando, na verdade, os usuários não são apenas mercadoria a serem negociadas, mas mercadorias/colaboradores/produtores de conteúdo “não são mais consumidores ou usuários, nem mesmo sujeitos que supostamente a ‘fabricam’, mas peças componentes intrínsecas, entradas e saídas”. (DELEUZE; GUATTARI, 2011, p.73),

logo, o sujeito da segmentação algorítmica, poderia ser encarado, pensando na visão de Lazzarato (2014), não apenas meras peças, mas “relés” das máquinas de produção de consumo.

Quando deixamos de ter acesso a importantes informações, é como se uma realidade deixasse de existir através de arbitrariedades que desconhecemos. Não é raro que muitas pessoas se surpreendam com algum escândalo envolvendo alguma celebridade da Internet que grande parte da população desconhece. Se os algoritmos demonstram a capacidade de nos enclausurar ao mapear nossos gostos como se não existissem, criando muros que fomentam diferentes linguagens para quem está fora, é de se supor que isso não possa ser por acaso; de fato, mais que mapear nossos comportamentos, a função de um algoritmo é tentar moldar um tipo de comportamento futuro mais identificável para que possamos ser direcionados de maneira lucrativa economicamente ou mesmo politicamente, já que, na segmentação algorítmica “não se age, não se cria, modela-se” (PARRA, 2016). Essa lógica de medição dos parâmetros algorítmicos nos atribuem cada vez mais pontuações com base em nossa trajetória e comportamento digital, e aos poucos se tornam senhas que nos permitem não acessar, desenvolver, desfrutar e conhecer (DELEUZE, 1991 *apud* GENDLER, 2017): muito além da mentira ou do autoengano, os algoritmos, podem parecer reforçar a razão argumentativa, quando em grande parte se utilizam da mobilização emocional, algo tão familiar aos discursos da pós-verdade.

2.2 Pós-verdade: a falta de responsabilização pública dos provedores dos algoritmos como escudo para os discursos anti-establishment

Pensar o funcionamento dos algoritmos está além de um debate técnico, se inserindo em uma questão sociológica que deve tentar desvendar como se incorporam na construção dos discursos da verdade fatual que impactam em questões públicas com todos os seus pressupostos políticos em sociedades cada vez mais diversas e complexas. Para Rouvroy (2011), as máquinas, divididas em seu lado físico (hardware) e nos programas (software), sempre terão inseridas visões de mundo, expectativas e projeções conscientes e inconscientes de seus criadores e/ou executores. Para Boyd (2010), os algoritmos são meios tecnológicos que formam e estruturam os públicos, moldando como as pessoas se envolvem não apenas nas redes sociais, como nas relações mercadológicas e espaço público. Já para Gillespie (2018), o aprimoramento dos algoritmos pode se inserir como expoente relevante ao debate sociológico no que diz respeito aos conflitos nos discursos públicos, isso porque, ao concedermos a algum ente privado

o privilégio de fornecer conteúdos sem qualquer meio de inspecionar suas motivações e direcionamentos, ficamos dependentes de metodologias e juízos que sequer conhecemos.

Ao relegarmos o tratamento de dados que tem o poder potencial de segmentar o conhecimento dos fatos em mãos supostamente técnicas, muitos interesses e metodologias quanto ao mapeamento dos usuários podem mascarar uma realidade complexa, eliminando a noção do quanto a subjetividade algorítmica tem como característica tornar apaixonadas e extremadas discussões aparentemente políticas, quando uma de suas principais características parece ser impossibilitar tal exercício que depende do aceite de fatos cuja disputa deveria repousar apenas em opiniões, não eliminando o caráter dos processos autômatos ao se instituir uma política preditiva, eliminando uma valiosa característica do exercício político: a sua imprevisibilidade (TELES, 2018) – daí o fator que tanto se faz à mostra, e por isso nos interessa no que diz respeito às narrativas da pós-verdade.

Manter o consumidor ou usuário satisfeito é de interesse de qualquer empresa, e no que diz respeito aos grandes conglomerados digitais, isso significa a possibilidade de se criar infinitas novas aplicações aos dados colhidos do usuário tornando a capacidade lucrativa mera questão técnica, sem que exista como caráter relevante o interesse público de como esses dados são tratados, o que demandaria cuidado e critério para que fosse possível escapar das armadilhas colocadas pela segmentação observada nos discursos da pós-verdade. Quando somos mapeados para sermos mais bem dissecados, é natural que os programadores dos algoritmos tentem compreender um tipo de associação com outras pessoas que, aos olhos destes algoritmos pensam como nós, facilitando que sejamos mapeados, mesmo que isso signifique ignorar a verdade dos fatos. Mas esse tipo de funcionamento é, de muitas maneiras, autorrealizável, já que, ao sermos expostos a similares conteúdos, quanto mais rasas e maiores associações, mais facilmente nossos dados podem ser relevantes para essas empresas, significando um tipo de conteúdo que não leva em conta o caráter público dos conteúdos consumidos, tornando mais difícil tomarmos noção do alcance e danos à verdade do quanto a subjetividade algorítmica planifica o interesse coletivo. Um exemplo aparentemente inofensivo de tal ideia pode ser pensado em como alguém que pesquisa por algum tratamento médico sem comprovação científica para emagrecer, pode receber diversos conteúdos e produtos, muitas vezes com testemunhos falsos ou pagos comprovando sua eficácia, graças ao funcionamento algorítmico.

Segundo Eric Schmidt, diretor-geral do Google, uma das empresas que mais tem relevância em nossa época, a tecnologia dos algoritmos é tão positiva que haverá enormes problemas para um indivíduo fazer qualquer coisa que não tenha sido ajustado a ela. Schmidt certamente está certo em dizer que haverá enormes problemas para alguém fazer qualquer coisa que não seja adequada a nós, mas isso é uma escolha? E como um homem que vive em quase simbiose com a tecnologia tendo seus desejos mapeados, pode pensar em alguma verdade que ultrapasse suas fronteiras, tendo maior noção dos interesses públicos? Para a chefe de operações do Facebook, Sheryl Sandberg “as pessoas não querem algo diretamente ligado a todo mundo, elas querem algo que reflita o que desejam ver e conhecer” (PARISER, 2012, p.76). Mas tal afirmação não parece uma análise psicológica, mas sim um plano marketing que ignora o interesse público e a política, como se tudo que nós eventualmente desejamos seja o que nos é mais relevante, ou, de maneira ainda mais perigosa, constitui-se na verdade dos fatos.

Mas como bem demonstrado por Pasquale (2017), os algoritmos sabem tudo sobre o usuário enquanto este não sabe como são desenhados e moldados, muito menos a imagem que fazem do usuário, o que abre uma interessante reflexão lançada por Pariser (2012): se colocarmos um parque infantil ou um monumento numa praça, isso diferenciaria não só o público frequentado, como os hábitos nas redondezas. Mas neste caso, nós teríamos uma noção maior da função de um parque ou do monumento, ilustrando que podemos dizer que alguém sabe verificar factualmente a presença de um frequentador e da razão que ele esteve lá. Já o tempo que passamos nas redes sociais é incerto, podendo ser capaz de diminuir ou fomentar a cultura cívica na medida em que, em associação com a tecnologia, o homem pode ver no outro um obstáculo para o que crê ser verdade, quando de maneira pouco clara se trata de segmentações digitais. Além disso, os malefícios para aqueles que não se adequam a determinada segmentação são desconhecidos, já que ao depender da maneira como somos mapeados acatando discursos da pós-verdade ou não, podemos perder, não apenas a noção de como se constroem discursos coletivos com o mínimo aceite de fatos, como oportunidades de trabalho e relacionamento, onde corroborar determinado discurso da pós-verdade pode significar não apenas um local na narrativa, mas distinta ambientação social e econômica²⁹.

²⁹ Mesmo sem dados empíricos relevantes que possam fundamentar de maneira consistente tal afirmação, um exemplo a isso pode ser dado em como durante a pandemia do Covid-19, aqueles que estiveram expostos a determinados conteúdos se mostraram mais dispostos a tentar executar – mesmo contra as forças da necessidade – trabalhos remotos.

Se em nome do interesse público é da obrigação de qualquer um sempre permanecer cético e vigilante com qualquer notícia que receba, seja nos jornais, rádios ou TVs, os algoritmos se mostram como nosso guarda digital passando aura de neutralidade, conseguindo ser mais sedutores que as mídias tradicionais por combinar todas suas vantagens visuais acrescidas de outras intuitivas, tomando aparência acessória dos nossos pensamentos ao se inserir no imaginário que formamos da verdade, se formatando como extensão dos imperativos sociais e concedendo noções totalitárias do que é segmentado, como se os julgamentos de nossa subjetivação algorítmica pudessem se expandir a toda realidade. Segundo Gillespie (2018), uma análise sociológica dos algoritmos pressupõe ser necessário escapar de um viés determinista tecnológico, onde se esquecem das arbitrariedades humanas escondidas sob camadas de dados e termos tecnicistas, já que “os algoritmos são instrumentos científicos da sociedade em geral” (GITELMAN, 2006, p.5 *apud* GILLESPIE, 2018, p. 98) e estão envoltos aos nossos julgamentos dos fatos, influenciando às maneiras como ratificamos o conhecimento para o espaço cívico.

As informações e o conhecimento, organizados de maneiras distintas para indivíduos com supostos interesses diferentes, mesmo habitando um mesmo espaço público, transparecem chances de erros que dificilmente serão notados, ou, sob o fenômeno da pós-verdade, reforçados sob interesses individuais, de grupos e influências políticas, econômicas ou mesmo em ignoradas falhas de programação. Pensando dessa maneira, os algoritmos não são apenas mecanismos técnicos que trazem consequências inequívocas ao dia a dia, mas engenhos com uma dinâmica socialmente constituída e institucionalmente conduzida para influenciar no arbítrio de um usuário que passa a interagir de forma limitada no mundo ao enxergar nessa ambientação algorítmica os fatos que determinam o significado do espaço público. O grande fator de seu sucesso parece ser como operam de maneira despercebida, habitando uma lógica de conhecimento natural e livre de arbítrios de verdade recortadas e reconhecidas, tal como um corpo em queda sob o efeito da gravidade. Como exemplo para tal ideia, podemos pensar que quando recebemos conteúdos baseados no que o algoritmo reconhece como nosso gosto, se espera que saibamos o que é melhor para nossa vida em sociedade. Se há uma enchente num bairro distante do nosso e queremos conteúdos de entretenimento, podemos passar por cima de tal questão pública de maneira ainda mais longínqua do que se consumíssemos qualquer veículo tradicional de imprensa como rádio, jornal ou televisão, enquanto aquele que habita tal realidade pode ser deslegitimado de qualquer debate simplesmente por ter noção dos fatos.

Como nem os próprios programadores muitas vezes sabem como operam a totalidade os algoritmos, Pierro (2018), Gillespie (2018), Introna (2016) - que os pensa como impenetráveis e executáveis - (ANDRÉA; JURNO; DALBEN, 2019) ou Pasquale (2016) - que escreve um livro a respeito de tal ideia - definem que os algoritmos podem se tornar “caixas-pretas”, pois poucos conhecem seu funcionamento e constantemente se alteram para se ajustar às dinâmicas relacionais dos usuários sob objetivos que se pressupõe serem estritamente mercadológicos, justificando os efeitos colaterais no discurso público ao esconderem a verdade fatual. Para Sérgio Amadeu da Silveira, pesquisador da UFAC, algoritmos destinados para diferentes serviços públicos só deveriam ser desenvolvidos com a parceria e supervisão de agentes governamentais ou que defendam os interesses da população, sob a justificativa de garantir tanto a neutralidade, quanto eficiência restrita ao que se propõe, para isso, seria essencial que passassem por auditorias públicas e testes (PIERRO, 2018). Os algoritmos, nesse caso, parecem mais álibis - como se não tivessem direcionamentos de seus criadores - do que xerifes de uma frágil verdade fatual que deveria fundamentar a esfera pública, o que levanta valiosas questões a respeito do quanto a tecnologia passa imagem de imparcialidade, quando na realidade apenas reflete o quanto as *big techs* parecem ainda não terem sofrido a devida atenção do tamanho de seu papel para interferir na segmentação dos discursos da verdade, legitimando que possam moldar suas ações ao modo dos ventos que sopram.

Já nos anos 90, pesquisadores como Andrew Chin (1996) alertavam para os riscos da falta de regulação na Internet, que, para Pasquale (2017), já em 2010 revelava seus efeitos com uma rede capaz de influenciar uma esfera pública digital. Em vez de uma rede aberta e democrática, o que se observa é o que o autor chama de “black box society” (2016), onde robôs e trolls a serviço de indivíduos, grupos de poder e até políticos e/ou governos, patrocinam o que poderia ser descrito pelo presente estudo como fenômeno da pós-verdade. Beneficiados pelo anonimato da rede com seus meandros complexos e livres de legislação específica, pouco sabemos das ferramentas que tanto sabem a nossa respeito, e qualquer proposta por maior transparência parece esbarrar - algumas vezes de maneira justa - nos defensores da liberdade de informação e opinião. Mas esse anonimato e acesso democrático de expressão e informação, se também foi capaz de possibilitar ganho de voz a grupos minoritários sociologicamente, protegeu mal-intencionados permitindo não identificação financeira e maior influência de diversos agentes ao manter debates infrutíferos ao mascarar a verdade dos fatos, fomentando o caráter *anti-establishment* à definição proposta da pós-verdade.

[...] todos são convidados a participar, mas também são capazes de desestruturar oposições por meio de hashtag spamming, trolling e outras técnicas de pressão política utilizadas pela sociedade civil, agentes de estados ou usuários mal-intencionados. (PASQUALE, 2017, p.17).

Como os processos de mineração dos dados são extremamente complicados e com sigilos garantidos por muralhas corporativas e jurídicas, é praticamente inviável para qualquer agente – inclusive dentro das empresas desenvolvedoras – terem noção de todas as regras e hierarquizações de seus algoritmos, o que dificulta ainda mais qualquer regulamentação que não esbarre em discursos de liberdade de pensamento, informação ou de propriedade intelectual. “Ninguém sabe exatamente o que acontece quando uma disputa surge, de modo que opiniões se dividem em um equilíbrio que justifica pretensão ‘objetivo’” (PASQUALE, 2017, p.23). Para Pasquale (2017), em defesa de uma esfera pública, é necessário se exigir auditorias dos dados minerados pelos programas algorítmicos; se todos os seus processos são complexos, os registros de seus dados não são, podendo inclusive, de maneira um tanto irônica, serem auditados algorítmicamente. “A possibilidade de que isso venha a ser realizado, por motivos ligados ao capital, é rara, porém, organizações não governamentais podem ajudar empresas a se tornarem melhores guardiões da esfera pública” (ibidem, p.24). As redes sociais, por mais revolucionárias e bem desenhadas tecnicamente, ao segmentarem os públicos com os algoritmos “podem matar a galinha dos ovos de ouro” (PARISER, 2012), no sentido que envenenam o sistema democrático capaz de manter viva a chama de uma sociedade ao fomentar os discursos *anti-establishment* característicos da pós-verdade.

Enquanto empresas como Facebook alegam ser “apenas” tecnológicas, de maneira contraditória também se defendem dizendo que o volume de dados abrigadas em suas plataformas é extremamente alto para serem controlados com responsabilidade. Porém, sabemos que, assim como Google, o Facebook se utiliza tanto de algoritmos quanto de seres humanos como revisores dos dados, assim sendo, o discurso de que o as *big techs* trabalham apenas com mecanismos de inteligência artificial não tendo controle de como os fatos podem servir ao fenômeno da pós-verdade, só se justifica se esses mecanismos não aprendessem com o tempo parâmetros delimitados por revisores humanos (PASQUALE, 2017). Mas todo esse processo carrega dentro de si uma “hipocrisia alienada”, pois, segundo Pariser (2012), os programadores que trabalham para criar os algoritmos se defendem da acusação de irresponsabilidade pública ao explicitarem um total desdém pela política, mas se tal ideia pode parecer simpática por os livrar de qualquer julgamento de serem reverentes ao poder, também abre um perigoso precedente ao ignorar os entendimentos que são apenas possíveis de serem

conciliados pelo exercício político. Se algum conteúdo é considerado mais pertinente ou não pelos algoritmos, os sociólogos não deveriam se abster de debaterem (GILLESPIE, 2018), dando significação de como essa seleção pode ser feita legalmente, sob pena de alienarmos a responsabilização da esfera pública³⁰, naturalizando o fenômeno da pós-verdade como algo inerente ao homem.

Dizer que não há intervenção das políticas dos provedores ao funcionamento dos algoritmos ignora, por exemplo, como o Twitter ou Youtube rebaixam conteúdos violentos ou sexuais excluindo-os, respectivamente, dos trending e dos mais vistos. O Twitter não especifica os critérios usados para selecionar o que atribui como “maior relevância” do que é discutido geograficamente em determinado tempo. O feed de notícias do Facebook, personalizada por algoritmos, e um mundo mediado pelos parâmetros de pesquisa do Google, se veem entrelaçados por interesses comerciais e políticos, sendo suscetíveis às pressões sociais³¹, provando que, na visão de Vaindhyathan (2011), é uma adequação das políticas das redes sociais que moldam seus modelos e resultados. Para Grimmelman (2008), a ideia de que os algoritmos são totalmente automatizados e livres de influência de seus provedores é uma proposição diligentemente confeccionada para que possam se eximir de qualquer jurisdição e com isso, conforme pensado pelo presente estudo, lucrar não só com anúncios, mas com o engajamento dos usuários imersos em sua subjetividade algorítmica.

Segundo Gillespie (2018), os algoritmos, ao selecionarem nossos conteúdos a partir de uma vigilância contínua dos nossos passos, assumem um papel fundamental em nossa vida pública e por isso seus provedores não podem alegar que procuram aumentar nossa liberdade sob a justificativa da suposta gratuidade e livre acesso aos seus dados; é sob sua jurisdição que *fake news* e discursos da pós-verdade proliferam. A maneira como as redes sociais operam, não pode perder de vista que, além de elegerem o que vemos como se seus critérios admitissem o que nos é mais relevante no que diz respeito ao caráter público dos fatos, também nos conectam

³⁰ Tal ideia não ignora o fato de que alguns programadores ou aglutinadores destes assumiram posicionamentos políticos, os exemplos mais proeminentes são Julian Assange, fundador do Wikileaks e Edward Snowden, cabendo lembranças a Walter Delgatti, que detonou a crise de credibilidade na operação Lava-Jato e Alexandra Elbakyan criadora do Sci-Hub. No caso de Alexandra Elbakyan, o fato de ela, ao lado de Assange e Snowden terem que procurar abrigo em países ou embaixadas considerados à margem das asas de poder das *big techs* parece representar mais um artifício de pressão política desses países, enquanto que a ação de Delgatti, longe de ser pormenorizada em seus efeitos, parece ter tido maior reverberação num momento em que o poder da Lava-Jato saiu do gosto da extrema-direita ao se chocar com os interesses do presidente Jair Bolsonaro devido a rivalidade desencadeada com a saída de Sérgio Moro do Ministério da Justiça, em abril de 2020.

³¹ Tal ideia pode ser comprovada pelo fato de até o ex-presidente dos Estados Unidos Donald Trump pôde ter sua conta de Twitter suspensa pelo Twitter após pressões da sociedade civil após divulgar conteúdos comprovadamente falsos.

a discursos sociais e políticos que ignoram esferas distintas do qual teoricamente não gostaríamos, mas poderíamos ter como interesse participar sob pena de deslegitimarmos a realidade dos fatos quando esses se apresentam. Se cada vez mais os algoritmos exercerão poder inequívoco no manejo dos fatos, configurando distintos discursos públicos, isso transcorre de maneira despercebida e naturalizada, abrindo espaço para os discursos *anti-establishment* da pós-verdade que apenas minam a confiança nas instituições democráticas.

Com pequeno controle legal e desconhecimento público de seu direcionamento e procedimentos, as *big techs* pouco são cobradas por qualquer critério social na programação de seus algoritmos. O próprio modo de funcionamento algorítmico influencia na maneira como as pessoas lidam com a verdade e entre si, o que demandaria inevitáveis regulamentações políticas, e é nesse ponto que os chefes das *big techs*, dotados de uma visão global e política consciente do seu papel - a ponto de frequentemente terem representantes nos corredores do Congresso dos Estados Unidos exercendo *lobbys* (PARISER, 2012) - sabem manter sua posição ao se dizerem politicamente neutros, enquanto se orgulham de vender a imagem de que suas empresas são altamente revolucionárias e democratizantes para sociedade.

Se é necessário questionarmos da razão de os algoritmos terem assumido papel central de como nos informamos e das interações que surgem escondidas em seus braços políticos e discursos *anti-establishment*, responsabilizar seus provedores não está no âmbito de uma questão tecnicista: os algoritmos não são meros dispositivos técnicos imparciais, pois escondem julgamentos de seus criadores. A exemplo dos discursos de pós-verdade que geralmente se valem da “viralização” de conteúdo realizado pelos agentes digitais, incontáveis forças políticas encontram rico campo de persuasão contrabalanceando disputas e políticas públicas. Segundo Pasquale (2017), na União Europeia, o direito ao esquecimento – garantia de uma pessoa não permitir compartilhamento de um fato pessoal que lhe traga sofrimento, ainda que este fato seja verídico – revelam que os algoritmos podem sofrer pressões sociais para alterarem seu funcionamento. Tal ideia regulamentária parece ter encontrado proteções tênues Brasil, ao se ter em mente o Marco Civil da Internet sancionada em 2014. Apesar de ter vários dispositivos que protegem a privacidade do usuário, o Marco Civil não conseguiu alcançar o funcionamento dos algoritmos de maneira satisfatória, o que revela, conforme Segurado (2011), que por se tratar de um assunto amplo e complexo envolvendo distintos interesses e direitos, ainda estamos no início de um processo em que a discussão a respeito da regulamentação da Internet não deve terminar, motivando, como exemplo, que a lei que regulamenta o combate às *fake news* não tenha saído da Câmara mesmo após aprovação no Senado, em 2020.

Mas mesmo admitindo que as *fake news* possam ser cerceadas pelas própria *big techs*, a exemplo de como perfis de personalidades, “influencers” e até de Donald Trump recebam *tags* de divulgadoras de informações inverídicas chegando a ser bloqueadas³², tal medida não parece ser tão eficiente no que diz respeito ao fenômeno da pós-verdade, reforçando o mito da narrativa *anti-establishment*. Não é pela falta de notícias verdadeiras que se ignora os fatos, mas sim como a segmentação algorítmica cria câmaras de eco, e a exemplo dos jornais antisemitas que chegaram a ser fechados no período da Alemanha nazistas, quem profere discursos mentirosos ou racistas recebe o selo de um homem de ação, capaz de enfrentar o “sistema”, e tal ideia parece encontrar na segmentação algorítmica o maior dos aliados

Se os algoritmos, na teoria, diminuem o caos do excesso de dados, na prática têm o poder de reforçar imagens falsas ou altamente enviesadas, provocando efeitos extremamente danosos a um mundo social que só pode sobreviver quando se tem como meta acordos coletivos, não a imposição de qualquer ideologia que nega a realidade fática (SANTAELLA, 2018). Se administrar significa dirigir as atitudes das pessoas e eventos, prever com algum nível de acerto comportamentos significa influência política e econômica, o que não seria o fim daquilo que podemos pensar como indivíduo, mas sim o enrijecimento e planificação dos homens em ideias e verdades segmentadas. Quando o homem se vê cercado de lembretes do quanto sua realidade particular é importante, nada mais do que sua própria verdade pode fazer sentido. A respeito disso, vale pensar na proposição de Hannah Arendt:

A presença dos outros que veem o que vemos e ouvem o que ouvimos garante-nos a realidade do mundo e de nós mesmos (...) e a intimidade de uma vida privada e concomitante declínio da esfera pública, sempre intensifica e enriquece grandemente toda a escala de emoções subjetivas e sentimentos privados, esta intensificação sempre ocorre às custas da realidade do mundo dos homens. (ARENDT, 1984, p.65).

Nesse ponto, vale a pena recorrermos a Hans Jonas (2007) que nos convidou a pesar como cada invenção tecnológica deveria ser tratada em seus efeitos futuros para a humanidade. Ao pregar uma ética para a civilização tecnológica, Jonas revela desconfiança de uma tecnologia desvinculada dos interesses coletivos, num movimento oposto ao Iluminismo que enxerga cada inovação e progresso como eventos incontestavelmente positivos. O autor prega que o desenvolvimento tecnológico deveria gerar dilemas éticos, sendo benéfico apenas quando cada invenção fosse pensada em seu caráter futuro nas sociedades, o que nos faz pensar que, apenas esse tipo de ética de responsabilidade pode nos livrar da segmentação algorítmica, ou,

³² Conforme divulgado pelo Facebook, em maio de 2021, usuários que divulgarem esse tipo de conteúdo serão restringidos pelo algoritmo, sumindo do feed dos amigos.

conforme Deleuze e Guattari - que enxergam um mundo afinado com desenvolvimento técnico como forma de domínio fundamentado no controle estrutural dos conhecimentos - poderíamos imaginar um mundo em que as verdades mais rápidas e fáceis incorporadas em nossa lógica de vivência adjacente à tecnologia digital, não sedimentassem com tanta eficiência o fenômeno da pós-verdade. Tal pensamento nos recorda que os algoritmos nada mais são que produtos de uma lógica que procura o lucro, e com isso, outras questões só se mostram relevantes quando há um tipo de pressão pública do quanto tais políticas de funcionamento alegadamente técnicas podem prejudicar sua imagem e lucratividade.

2.3 Subjetividade algorítmica como aspecto da servidão maquínica: Como somos convidados a segmentações a exemplo da pós-verdade.

Como pensado anteriormente, se a segmentação algorítmica influencia decisivamente com quem nos relacionamos, o trabalho que desejamos ter, os lugares onde socializamos e os anúncios que vemos, nossas conversas e conteúdos podem ser previstos e adaptados como se a tecnologia fizesse parte do nosso ser, sendo possível dividir crenças com outros que se adequem aos mesmos parâmetros que nós sem que a verdade dos fatos tenha influência por si só. Quanto mais temos um determinado comportamento online, maior possibilidade de repeti-lo, até que habite no corpo humano inúmeras maneiras de comunicação, influência, predição e modificação da ação, de modo que o fenômeno da pós-verdade se caracteriza por ideais algumas vezes imutáveis, mesmo diante da fluidez dos fatos. Para Gillespie (2018), não considerar os algoritmos no fluxo das informações “seria o mesmo que estudar o que foi dito num protesto público, sem perceber que alguns dos protestantes foram barrados na entrada” (GILLESPIE, 2018, p.97, 98).

Rouvroy e Berns (2015) imaginam que o funcionamento dos algoritmos produz servidão maquínica, já que o sistema não gera discurso ou fala, mas os coloca em movimento, conectando-se diretamente ao sistema nervoso, cérebro, memória e ativando relações afetivas e transitivas. Pelo fato de eliminarem muitas das incertezas, diminuindo a possibilidade de termos que efetuar difíceis decisões, os algoritmos são apolíticos por natureza,

[...] nossos comportamentos jamais foram tão conduzidos – observados, registrados, classificados, avaliados – como agora com esta base estatística, e isto com base em função de códigos de inteligibilidade e critérios absolutamente opacos à compreensão humana. A inofensividade e passividade do governo algorítmico é apenas aparente, pois cria uma realidade ao mesmo tanto quanto registra suscitando necessidades e desejos de consumo e com isso despolitizando os critérios de acessos a certos lugares, bens e serviços; ele desvaloriza a política (uma vez que não haveria mais nada a decidir, a resolver em situações de incertezas, posto que estas são antecipadamente

desarmadas); o governo algorítmico dispensa as instituições, o debate público; ele substitui a prevenção em proveito da preempção. (ROUVROY; BERNIS, 2015, p.48).

Deleuze e Guattari pensam que os indivíduos trabalham e se comunicam através de um meio tecnológico “desmantelando o sujeito individuado, sua consciência e suas representações, agindo sobre os níveis pré-individual e supraindividual” (LAZZARATO, 2014 p.17). Os autores não enxergam um homem confinado ou diante de uma dominação opressiva de maneira claramente violenta, mas, aos moldes da atual conjuntura tecnológica do capitalismo, capaz de mapear comportamentos e desejos, a exemplo de levar alguém ao endividamento, onde este sujeito se imagina ter fracassado em um mundo meritocrático e/ou culpando outros grupos por não crerem em suas verdades segmentadas, o que alimenta a necessidade de uma espécie de ação digital com seus diversos engajamentos através da associação segmentada das redes centradas em rancores e preconceitos. Já que os algoritmos conhecem nossos passos, ao termos uma tecnologia que serve como um acessório aos nossos desejos a ponto de não notarmos o quanto nossa vida nela gravita, a construção dos discursos da verdade se move em uma associação com ela, o que intensifica a confusão entre o interesse privado e público em nossas representações.

Lazzarato nos lembra [...] que o homem empreendedor de si mesmo, nos termos de Foucault, se vê obrigado a assumir a responsabilidade pelos fracassos econômico, social e político do Estado assim como seu próprio fracasso no mundo dos negócios. A partir desta perspectiva, torna-se possível compreender o retorno que se observa hoje tanto aos ideários pré-capitalistas ou de negação destes, como, principalmente, àqueles fantasmas modernos que acreditávamos já em vias de extinção, tais como o nacionalismo, o racismo e o fascismo. (PIRES, 2015, p.192).

Bem sabemos que quando empresas se apoderam de grande poder e influência, a verdade não é o bem mais valioso a ser perseguido. Se as grandes corporações sempre exerceram influência nas políticas públicas, a exemplo do verificado historicamente nos lobbies da indústria do cigarro e propagandas enganosas, estas revelam pistas bem menos sutis que o fenômeno da pós-verdade. Mas este pode ser um efeito não desejado, mas apreciado dessas corporações, que lucram ao influenciar nos rumos das relações humanas exercidas através de telas, movendo os homens enxergarem nestas cada vez mais a representação da realidade. Mas talvez o grande problema esteja no quanto a tecnologia prometa entregar algo ao homem sem que este enxergue suas armadilhas. Por algum tempo pensava-se que com a revolução digital, o cidadão comum poderia vigiar o Estado e ocultar seus dados na vastidão do ciberespaço, conseguindo, com isso, enfrentar as instituições e corporações, porém, o que se observou foi uma mudança nas dinâmicas dessas relações, em que, sob a ilusão de ter voz, o homem, mesmo

sem se dar conta, age sob a tutela cada vez maior da tecnologia, normalizando aderir a verdades que se mostrem prontas à sua expectativa, e, com isso, conforme destacado por Lazzarato (2010), o inserindo no sistema tecnológico – que poderíamos exemplificar como a lógica das redes sociais – e o cooptando a encontrar seus pares num sistema maquínico coletivo, denotando uma subjetivação algorítmica. As pistas deixadas disso são discursos não apenas deslocados da realidade, como fundamentados na legitimidade concedida por pares inseridos nessas segmentações, o que proporciona um retorno a “neoarcaísmos” (LAZZARATO, 2010), onde “o individualismo não basta, faz falta um sujeito coletivo e é certo que, nesse lugar, poderia construir-se outro sujeito coletivo, mas se reconstrói o nacionalismo, o racismo” (LAZZARATO, 2010).

E muitas vezes o homem se vê cooptado a se sentir juiz quando na verdade é uma ferramenta em busca de associações. Hoje nos parece corriqueiro recebermos uma mensagem do Google após visitarmos um local público ou empresa nos convidando para avaliar nossa “experiência” para que outros usuários possam interagir. Após entrar em determinada empresa ou espaço público, recebemos mensagens em nosso smartphone como “conte-nos sua experiência na empresa ou local X”, para momentos depois sermos convidados, em nome de um suposto interesse público, a aderirmos a um tipo de associação “do bem” tal como “você está fazendo sucesso! Mais de 3000 pessoas testemunharam suas experiências! Ajude-nos com suas avaliações”³³. Na China, a partir da pandemia do Covid-19, tornou-se impossível entrar em qualquer estabelecimento comercial sem que um aplicativo que monitora a saúde dos cidadãos indicasse “verde” contra o risco da doença. Caso alguém tenha estado num mesmo ambiente onde outro cliente, tempos depois se comprovasse contaminado, sua liberdade estaria restrita instantaneamente não pelo Estado, mas pelos próprios estabelecimentos comerciais que se negavam a atendê-lo (FRANCE PRESSE, 2020).

Poucos se atentam que ao utilizar diferentes aplicativos, e, de maneira mais nítida o Instagram, somos “convidados” a permitir o acesso aos nossos contatos, localização e microfone a todo tempo, sendo que, na prática, talvez fosse necessário conceder permissão a nossa localização e contatos caso necessitemos marcar algum amigo e estabelecimento apenas durante a publicação de algum conteúdo. Enquanto alguns aplicativos oferecem a opção do acesso aos nossos dados apenas durante o seu uso, as políticas de privacidade de outros

³³ Esses pedidos de avaliações são feitos pelo Google, mas algo similar ocorre também no Facebook. Quando um visitante marca algum local visitado em uma foto, ou “faz um check-in”, o Facebook questiona ao usuário se “indicaria” para outros usuários determinado local.

aplicativos e redes sociais são muito mais nebulosas e invasivas, muitas delas justificadas sob a promessa de troca de experiências de entretenimento e compras, como se para relatar a impressão que tivemos de determinado produto ou marca fosse necessário o acesso aos nossos dados vinte e quatro horas ao dia. A importância desta constatação para o estudo da pós-verdade diz respeito ao quanto o homem se vê envolto à lógica maquínica capitalista, sendo convidado e se acostumando a segmentações que criam associações, a exemplo dos discursos que podem colocar os fatos em segundo plano. Para Lazzarato (2014), partindo das ideias de Deleuze e Guattari, o homem, inserido na realidade tecnológica, se vê numa relação de “produção de subjetividade”, seja na economia, política ou em suas relações sociais, operando na intersecção de movimentos opostos mas simultâneos (LAZZARATO, 2014), reconhecidos por Deleuze e Guattari na sujeição social e servidão maquínica.

A sujeição social corresponde ao processo que nos atribui uma identidade, um corpo etc. É nela que se dá a produção do sujeito individuado, que no capitalismo assume o caráter de “capital humano” e “empresário de si”. Já a servidão maquínica opera no sentido oposto, desmontando o sujeito individuado e suas representações, com caráter pré-individual e supraindividual. Corresponde a um processo de dessubjetivação no qual o indivíduo passa a ser uma engrenagem, um componente de um sistema. Nesse contexto, não há espaço para o dualismo sujeito/objeto ou natureza/cultura. Tanto homem quanto máquina constituem engrenagens intercambiáveis de uma estrutura produtiva, que se agenciam mutuamente. (PIRES, 2015, p.193).

Segundo Lazzarato (2014), a sujeição maquínica toma por base despersonalizar e despolitizar os sujeitos – o que moveu o presente estudo a pensar no quanto tal ideia serve aos algoritmos no fenômeno da pós-verdade, já que a segmentação algorítmica se insere de maneira adjacente aos comportamentos e desejos do homem ao trazer verdades prontas fomentando a deslegitimação da busca do consenso político – enquanto a sujeição social se relaciona com a linguagem social, da mídia, dos políticos e especialistas, atestando que tal modo de funcionamento seja naturalizada, não permitindo vislumbrar outras alternativas concedendo sentido e justificando a lógica maquínica, “reconstruindo o sujeito individual nesse preciso contexto, produzindo histórias e discursos que justificam o papel desse sujeito” (Pires, 2015, p.193). Logo, a aparência de democracia e liberdade, do qual tanto influencia o debate ao fenômeno da pós-verdade, se justifica pelo excesso de dados e opiniões, não pela falta ou censura “Lazzarato aponta novas estratégias de sujeição aparentemente incoerentes, tais como silenciar o cidadão ao fazê-lo falar, excluí-lo, chamando a participar” (PIRES, 2015, p.194). Todo o ambiente se mostra cheio de narrativas e opiniões que, na realidade, se veem muitas vezes pré-estabelecidos e segmentados em moldes que limitam o debate público ao fomentar uma dinâmica que possibilita o não reconhecimento dos fatos num plano não definitivo,

demovendo o debate verdadeiramente político. Logo, toda essa lógica movida pelo consumo de produtos e verdades fáceis se alimenta da pretensa liberdade que camufla o filtro de informações. Quando recebemos um vídeo num grupo de WhatsApp ou uma sugestão de notícias em nosso smartphone, nossa reação - seja endossando ou negando o conteúdo - já está condicionada a toda uma lógica segmentada capaz de subjetivar as experiências formatando associações.

Mas se opiniões de consumidores podem guiar outros para que possam ter uma melhor compra, elas também obrigam empresas a se alinharem a uma nova lógica de monitoramento de padrões de comportamento, isso porque, imaginar que os dados obtidos pelas *big techs* não sejam usados política ou economicamente, interferindo na maneira como reconhecemos os fatos é tão ingênuo quanto perigoso. Mas a grande questão é imaginar como os indivíduos não se dão conta do quanto são monitorados produzindo associações com outros, de maneira que se passa a ideia de se adequarem a uma verdade fundamentada em livre apreciação, quando são artificialmente antepostas. Escapar de tal dinâmica parece muito difícil, e, em breve, a internet das coisas estará em todo o lugar, e os eletrodomésticos e demais objetos “conversarão” entre si disponibilizando seus dados com o Google, Facebook ou com qualquer empresa de big data. Com a possibilidade da obtenção de nossos hábitos mais íntimos, não será difícil imaginar o quanto tal realidade influenciará não só em nosso cotidiano, mas também no funcionamento de como a narrativa da verdade será vista e constituída. Quando um algoritmo dispõe de todos os nossos hábitos, será ainda mais complexa a sociabilidade e qualquer ordem institucional capaz de ser ordenada politicamente, e, conforme Lazzarato (2010), o sistema maquínico coletivo terá ainda mais dados para cooptar o homem para suas coletividades – nos fazendo pensar no quanto podem conceder legitimidade para a pós-verdade com suas segmentações, fundamentando subjetivações algorítmicas.

Mesmo que Google, Facebook, ou uma empresa de e-commerce não assuma qualquer tipo de ação invasiva, fica cada vez mais claro e distante de ser uma teoria de conspiração ou ficção científica o fato de que smartphones podem “escutar” um usuário a qualquer instante. A própria noção de privacidade parece ter se tornado diversa da observada até o início do século XXI, se adequando de maneira mais acentuada à ideia de governamentalidade de Foucault (2008), onde há controle maior da circulação e das relações do que dos indivíduos e seus recursos. Esse controle indireto e disfarçado também se aplica ao que se acredita, significando que as associações coletivas garantem um tipo de subjetivação muitas vezes sob influência de segmentações algorítmicas, onde tecnologia e obscurantismo podem ser colocados lado a lado

graças a uma dinâmica que garante um indivíduo com suas associações se enxergar como soberano. Logo, talvez seja possível imaginar que quando somos convidados a avaliar uma empresa, monumento ou um parque, temos agora a nossa disposição algo que faz de nós formadores de opinião em potencial movidos a nos tornarmos “influencers”, mesmo que essa “influência” se restrinja a um pequeno grupo de WhatsApp do qual façamos parte ou dos nossos amigos do Instagram. Sendo membros ativos de uma servidão maquínica patrocinada por *big techs*, estas grandes empresas são capazes de enxergar no escuro e entre paredes, numa versão onisciente e onipresente do panóptico de Bentham. A respeito de tal perspectiva, parece válido lembrar o que pensaram Foucault e Deleuze:

Como expressão de um período além da modernidade, o contexto atual não se dá apenas na comunicação e sobre os comportamentos interativos, mas também, e cada vez mais, sobre o conhecimento dos códigos básicos da vida e dos corpos [...]. Deleuze anunciou que vivemos em uma sociedade de controle. As estruturas de confinamento típicas de um modo disciplinar estariam sendo suplantadas por dispositivos distribuídos de acompanhamento e modulação dos comportamentos [...]. A nova fase da biopolítica não passa apenas pela garantia da disciplina dos corpos, da saúde posicionada para o trabalho adequado à reprodução do capital, agora ele passa pelo incentivo à ultra individualização, pela necessidade de que os indivíduos sejam acompanhados e parametrizados em suas variações de humor, de perspectiva e objetivos. (SILVEIRA, 2011, p.4).

E quanto mais somos incentivados a darmos nossa opinião legitimados por verdades prontas e superficiais, melhor podemos ser segmentados com outros que recebem os mesmos parâmetros que nós, facilitando para quem melhor souber lidar com essas ferramentas, promover associações que potencializem a manipulação dos fatos. Além disso, um outro aspecto que não pode ser ignorado, reside no quanto é mais fácil para as *big techs* contribuírem com os Estados, que enxergam nessas empresas grande potencial para influenciar na maneira como o cidadão se sente em relação aos fatos, tornando viável esse tipo de governamentalidade.

Segundo o sociólogo Hsing Kwo Liu, as redes sociais não são tão influentes na China, onde as discussões surpreendentemente democráticas ocorrem em fóruns online (PARISER, 2012), o que remete ao estudo promovido por Frederic Martel em *Smart: “O que você não sabe sobre a Internet”* (2015), na ideia de que há distintas “internets” ao redor do mundo, não podendo esta ser pensada como um bloco monolítico. Tal constatação não nos permite ignorar os artífices utilizados pelo governo chinês para direcionar a verdade, como ocorrido após o bombardeio americano à embaixada da China durante a guerra civil nos Balcãs em 1999 (PARISER, 2012). Após ter sido atacada alegadamente por engano, segundo discurso dos Estados Unidos, imediatamente o então presidente Bill Clinton emitiu desculpas não noticiadas pelos órgãos de notícias chineses por cinco dias, enquanto isso, fóruns de bate-papo online na

China ferviam com apoio ao governo. Para Liu, em vez de mostrar de maneira autoritária o que deveria ser dito ou pensado, o governo chinês manipulou muito bem os ânimos. Logo, o regime chinês, num comportamento que direciona narrativas adequadas ao fenômeno da pós-verdade, não censura por completo informações que surgem e se expandem nos novos meios tecnológicos, utilizando-se de estratégias para alterar o curso das informações ao sugerir atritos e retóricas para que o discurso público fique ao lado do Estado.

Quando poucas empresas possuem muito poder, o Estado pode, graças às mudanças de conjunturas, tentar confrontá-las ou entrar em acordo com elas. Tal ideia ilustra como não é necessário bloquear o acesso às informações, já que verdades convincentes e mais cômodas sempre estão às mãos, o que converge com a ideia de Deleuze (2018) que demonstra como estratégias distintas de manipulação não necessitam instigar mudanças ao pensamento de alguém à priori, bastando intensificar certas características paranoicas ao desenhar determinadas condutas as quais as pessoas em algum momento possam perder, sem mesmo se dar conta, a autonomia do seu pensamento crítico; e os meios tecnológicos são um ótimo meio para isso.

No lugar de censurar opiniões em países autoritários, ou mentir até ser desmascarado em países democráticos, ambos os tipos de regime parecem se utilizar do manejo dos cenários como resposta às críticas legitimando o fenômeno da pós-verdade e suas associações. Como forma de alterar a ordem dos fatos e o foco da atenção do público, a segmentação dos conteúdos infla subjetivações envoltas em preconceitos num sistema maquínico coletivo (LAZZARATO, 2010), num funcionamento capaz de colocar os fatos em segundo plano. Se antes o capitalismo se notabilizava por produzir para depois fomentar o consumo, hoje ele se configura como aquele onde se produz depois de que exista o interesse pelo produto, constituindo o chamado “capitalismo social e do desejo” (LAZZARATO, 2010). Tal imagem não deixa de se mostrar relevante quando pensamos na produção dos discursos da verdade, pois, se “hoje em dia, para funcionar, o capitalismo deve produzir subjetividade, tanto no trabalho, quanto no consumo” (LAZZARATO, 2010), a subjetivação algorítmica pode servir ao fenômeno pós-verdade exibindo os mesmos moldes. Para John Rendon, ex-agente da CIA, e presidente de uma agência de relações públicas que presta serviços a diversos governos e agências ao redor do mundo, quando qualquer governo ou político entende como funcionam os algoritmos e a maneira como o público reage de maneira emocional à expectativa do que sentem ser verdade, é possível moldar qualquer conjunto de crenças (PARISER, 2012). Para ele, com a internet e os algoritmos

controlados por poucas empresas, conformar distintos agrupamentos com suas narrativas não é tão complexo quanto pode parecer.

Quando lobbys, integrantes do poder vigente ou candidatos a ocupá-lo se dão conta como os algoritmos inflam subjetividades e agrupamentos, são capazes de tornar nebulosa qualquer discussão ao espalhar factoides, atraindo um exército de “influencers” que enxergam nessa conjuntura de pós-verdade possibilidade de monetização pela popularidade de seus conteúdos. Conforme Reis, Zanetti e Frizzera (2020), na busca pela palavra “Lula” no Youtube durante período eleitoral de 2018, os vídeos que mais apareciam eram de diversos “influencers”, tendo como centro narrativo Jair Bolsonaro. Outro exemplo dessa situação pode ser dado como, durante a pandemia do Covid-19 no Brasil, diversos conteúdos foram oferecidos a reboque do discurso do governo federal defendendo soluções milagrosas para a prevenção ou tratamento da doença; de médicos a “coaches”, não faltaram vídeos ou notícias que garantiram a um exército de “influencers” curtidas e visualizações propiciando monetização e patrocínios. Conforme o Youtube, onde cada vídeo visto pelo usuário resulta numa lista de oferecimentos a outros, tal direcionamento esconde o quanto conteúdos podem ser comercializadas pelos produtores e pela própria plataforma, encobrindo o quanto promovem subjetivações coletivas, já que qualquer experiência de entretenimento se vê permeada por interesses pouco claros.

Se o controle realizado pela tecnologia ao indivíduo em suas movimentações é passivo, seja por conta do monitoramento de seus desejos ou do quanto potencializa o endividamento induzindo que o homem se assuma como exclusivo responsável por sua sorte – seja um advogado ou um vendedor de rua – onde, segundo Lazzarato (2010), até mesmo um desempregado deve se sentir culpado por não ingressar no mercado de trabalho, Deleuze e Guattari demonstraram como nas comunicações de massa “a pessoa deve ser ao mesmo tempo que input-output de uma rede [...] Por um lado, sendo componente de um sistema que nos sobrepassa, faz como se fôssemos centros de decisões com soberania” Lazzarato (2010). E é nesse ponto que a segmentação algorítmica, funcionando de maneira relacional ao examinar indivíduos que curtem ou compartilham os mesmos conteúdos que nós, delimitam grupos que logo se veem associados, movendo nacionalismos, machismo, ou integristas religiosos como formas de subjetivação, sendo um motor para adesão a verdades próprias, onde o capitalismo é capaz de mover o sujeito para além do individualismo (LAZZARATO, 2010). Para Teles (2018) “a governabilidade algorítmica trabalha com a ideia de uma normatividade imanente ao próprio deslocamento e circulação de dados, bloqueando experiências sociais e políticas com a eliminação das esferas de debates e criação do comum”. (TELES, 2018, p 15).

Aos moldes do que ocorre com o desejo incutido para o consumo de produtos nas redes, a padronização de verdades prontas e rápidas, independentemente dos fatos, serve para que os julgamentos dos criadores dos algoritmos e o próprio entendimento do *machine learning* a comportamentos preconceituosos arraigados de seus usuários segmentem uma “padronização de subjetividades”. Se usuários devem desejar para poder comprar, verdades à prova de fatos oferecem vantagens para plataformas.

Para fazer aparência de individualização, se agrega algum detalhe “personalizado”. Junto com o empobrecimento econômico, há um empobrecimento subjetivo. (LAZZARATO, 2010).

Se as empresas mais ricas do mundo ainda são as energéticas, as mais poderosas – ou, usando a terminologia das consultorias de negócio contemporâneas, as “mais valiosas³⁴” - são empresas jovens como Apple, Amazon, Facebook e Google, cuja imagem e função é muito distinta dos conglomerados tradicionais. Seu próprio poder é fundamentado, essencialmente, em como o compartilhamento das ideias e informações entre os usuários passou a pautar o seu tempo e vidas. E quando os indivíduos deixam de serem consumidores passivos da informação com a percepção sensorial de que são produtores de conteúdos, se torna ainda mais complexo - em nome dessa participação altamente inspiradora de emoções e pertencimento social - se dar conta que a tecnologia contribui para segmentação das aspirações, onde os discursos e verdades podem ser previstos, de acordo com a segmentação da informação. Foucault certa vez questionou “o que alguém deve saber sobre si para que esteja disposto a renunciar a qualquer coisa?” A resposta parece ser desanimadora, já que a segmentação de conteúdos parece dar todas as respostas sobre o mundo em nome de uma automatizada e disfarçada renúncia do entendimento da verdade fatual.

Logo, se o fenômeno da pós-verdade pode ser pensado de maneira distinta ao autoengano, oposição à verdade e mentiras presenciados ao longo da história por estar inserido na lógica da segmentação e subjetividade algorítmica observada nas redes sociais e demais veículos de comunicação de massa, os dados dos usuários permanecem entrando e saindo de maneira veloz, abundante e quase irrestrita, limitando a capacidade para que tenhamos a noção correta do quanto devemos ao exercício político pensado na coletividade - este, incapaz de comportar verdades prontas e fáceis. Mas as narrativas dos usuários nas redes, ao atingirem

³⁴ Jeff Bezos, fundador da Amazon, atingiu a incrível marca, em agosto de 2020, de ter se tornado o primeiro homem a atingir a fortuna de 200 bilhões de dólares, enquanto Mark Zuckerberg atingiu a fortuna de 100 bilhões. Tal crescimento foi incrementado pelo aumento do comércio virtual em tempos de pandemia do Covid-19.

suas expectativas de verdade, irão manter segmentações cada vez mais fechadas e direcionados, o que suscita, como sintoma da pós-verdade, na fragilização da política pensada no consenso com a impossibilidade das experiências comuns.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente dissertação se propôs a esclarecer se o nosso tempo tem algo de característico que possa fundamentar uma definição ao fenômeno da pós-verdade que afaste a acusação de que é apenas um nome distinto das mentiras, autoenganos e oposição às verdades verificadas ao longo da história, propondo uma designação que abarque melhor o fenômeno do que a realizado pelo dicionário Oxford. Ao mesmo tempo em que, pouco a pouco pareceu ficar mais clara a ideia de que a pós-verdade se trata de algo legítimo com características próprias, se tornou necessário pensar como tal fenômeno potencializa as mentiras e autoenganos tradicionais, e como esses processos e características historicamente vistas se movimentam e legitimam no imaginário dos homens para causar tamanho dano ao reconhecimento dos fatos.

Logo, ao final dessas páginas, acredito que existam motivos para se crer na definição da pós-verdade como um fenômeno próprio da segmentação algorítmica e dos discursos *anti-establishment* nas redes sociais e demais ambientes digitais, em que notícias e espaços de opinião personalizadas da Internet intensificam, fundamentam ou criam discursos e agrupamentos digitais, obscurecendo as verdades fatuais ao se valer da expectativa da verdade concedida por esses aparatos tecnológicos, muitas vezes apelando, não só às emoções inerentes às relações sociais, econômicas e políticas, como em questões inconscientes dos indivíduos.

Através de uma reflexiva análise teórica, os principais aprendizados retidos podem ser descritos como, ao longo do percurso do presente estudo, a motivação de ter compreensão das razões para que as pessoas aceitem fatos comprovadamente falsos, encontrou intrigantes pistas de como se constrói o discurso da verdade. Logo, a pesquisa ofereceu infinitas portas e armadilhas que arriscariam sua relevância, caso a questão inicial não fosse esclarecida com o devido cuidado; a saber, o que há de distinto em nosso tempo que possa fundamentar o fenômeno da pós-verdade? Após esta pergunta ter uma devida hipótese – os algoritmos – outra precisou ser colocada: E por que os algoritmos são tão bem aceitos a ponto dos fatos muitos vezes não serem mais essenciais? Algumas das respostas apontaram para o fato de gravitarmos no ideal Iluminista que atinge um tal ponto de desenvolvimento onde as comunicações e trocas ocorrem através da internet com sua tecnologia digital; outra se centra no fato de vivermos numa sociedade com rápidas e superficiais relações sociais, onde as telas são aceitas como totalizantes da realidade, diminuindo a capacidade do contato com a complexidade das relações sociais e o tempo necessário para se atingir a verdade.

No intuito de considerar as principais questões abordadas ao longo desta dissertação, serão retomados alguns pontos do que foi discutido em cada subcapítulo. Logo de início, foi necessário colocar na mesa algumas definições e discussões a respeito da pós-verdade e do quanto tais ideias não parecem esclarecer uma única simples questão que deveria ser uma pré-condição a qualquer análise, a saber, qual sua definição? Feito esse ajuste, a meu ver essencial, outros termos importantes se tornaram necessários a serem delimitados e esclarecidos, tais como a segmentação e subjetivação algorítmica e sua relação com o conceito de servidão maquínica trazida por Deleuze e Guattari. Com essas definições em mente foi possível abster, como pensava Bourdieu (1983), que as vozes do conhecimento científico, aos moldes no que o presente estudo verificou serem capazes de tão bem aderir à lógica dos algoritmos, vão articulando nossa subjetividade, fundamentando nossas crenças e correspondendo nossas expectativas de verdade. Logo, a pós-verdade deu pistas do quanto as segmentações promovidas pelos algoritmos produzem “não o fim do indivíduo, nem mesmo sua dessubjetivação. Porém, a anulação das subjetividades, congelando sujeitos em suas bolhas ideológicas e identitárias” (TELES, 2018 p.3).

No subcapítulo seguinte foi pensado na relação da mentira com o autoengano e como dados brutos podem se converter em conteúdo capaz de fundamentar verdades pessoais, transfigurando-se com informação, e, com isso, interditando os fatos. A capacidade de mentir para os outros mostra conexão com o autoengano, onde “a crença na própria descrição excessivamente distorcida da realidade estaria evolutivamente relacionada ao aperfeiçoamento da habilidade de enganar as outras pessoas” (ZORTÉA, 2014, p.2), isso porque, ao se imaginar que o autoengano está conectado ao fato de melhor convencer os outros, ele deixa de ser visto como um comportamento psicológico se desenvolvendo, conforme pensam Callegaro e Santorio (2009), numa prática social. E quando pensamos nesses comportamentos associados ao desenvolvimento da Internet, vimos como a tecnociência se mostra capaz de interditar os fatos, no que Adauto Novaes pensou no quanto a tecnologia “ganha força e uma religião, domina as instituições políticas, as artes, os costumes, a linguagem e as mentalidades” (NOVAES, 2017 *apud* BUCCI, 2019, p.80).

No subcapítulo intitulado “Uma Nova Verdade Racional?”, foram dadas pistas de como o fenômeno da pós-verdade, apesar de associado muitas vezes a crenças e emoções, tem dentro de si aspectos racionais no sentido de se utilizar de aparatos tecnológicos para fundamentar expectativas de verdade. Não parece tão simples contra-argumentar tal ideia caso pensemos, conforme demonstrado por Pariser (2012), que uma simples pesquisa realizada no Google pode

apresentar resultados distintos para pessoas diferentes, já que a ferramenta é concebida para oferecer o que designa - de maneira arbitrária e pouco transparente - ser de maior relevância para o usuário. Tal funcionamento denota o quanto a razão pode permear até esdrúxulas teorias da conspiração.

Já o subcapítulo intitulado “Quando a lógica cartesiana falha mas permanece a condicionar a busca por verdades totalizantes”, é demonstrando o outro lado da mesma moeda, já que, mesmo que o homem busque explicações fundamentadas na lógica cartesiana, desde sempre esta se mostrou falha, de modo que a denúncia desta lacuna pensada por diferentes e consagrados pensadores pós-modernistas e pós-estruturalistas, é interpretada - ao modo de ver do presente estudo - equivocadamente por analistas que hoje pensam ser fonte da pós-verdade, não um dos fatores que a fomentou. Mas a pós-verdade se mostra, diante da segmentação e subjetividade algorítmica, mais uma tentativa de fundamentar verdades absolutas e totalizantes, conforme bem notado por Bucci: “Ou se tecerá uma percepção difusa de que Iluminismo, assim como a Modernidade, ainda não cumpriu o seu ciclo? [...] Os *big datas* e a inteligência artificial sintetizam a holografia de autoridade pós-humanas.” (BUCCI, 2019, p.113).

Em “A busca de sentido sequestrada pela segmentação das redes”, foram dadas pistas de como o pensamento do homem desde a era moderna, escravizado por verdades rápidas e prontas, dá argumentos e legitimação para que a pós-verdade seja pensada como um fenômeno ligado à lógica cartesiana. A análise feita revela como o homem sempre se vê disposto a pensar a respeito de coisas das quais não encontra explicação, onde verdade e sentido muitas vezes não coincidem, e a necessidade da razão nem sempre é inspirada pela busca da verdade, mas pelo significado. Hannah Arendt demonstra que os homens se veem propensos a ter opiniões a respeito de coisas que não conseguem deixar de refletir. A interpretação feita ao que Hannah Arendt revela como o discurso mentiroso bem proferido muitas vezes se encaixa melhor com a visão dos fatos de uma determinada camada da sociedade do que a própria verdade, motivando não apenas crenças e convenções sociais, como concedendo maior acolhimento para narrativas, o que abre brechas, na análise crítica deste estudo, para instrumentalização digital e superficialidade da tela reconhecida de maneira totalitária da realidade - conforme demonstrado por Virilio (2007) - o que exerce papel relevante para fundamentar o fenômeno da pós-verdade em diversos aspectos, entre eles no discurso *anti-establishment*.

No subcapítulo 1.6 intitulado “A verdade pode prevalecer sob moldes racionais?”, foi pensado como nosso mundo, em que o homem inserido numa dromocultura, conforme Virilio

(1996), tende a buscar e abraçar verdades fáceis e rápidas, e a busca da reflexão criando uma visão mais clara entre passado e futuro, conforme demonstrado por Arendt não parece próxima, já que o homem se vê em relação adjacente com a tecnologia, fomentando subjetividades algorítmicas. Curiosamente, os homens não apenas pensam estarem sendo racionais, como de fato o são muitas vezes, por isso mesmo, sentem tanta firmeza em conceder opiniões, pois fundamentam-nas em verdades atingíveis tecnologicamente. E, com cada vez mais dados disponíveis na rede, restringe-se o hábito das questões se aprofundarem, solidificando-se uma maior relação com a tecnologia. O grande problema reside nas ambiguidades presentes no fenômeno da pós-verdade, que vão além da fragilidade da própria revelação da verdade fatual conforme tão explicitado por Arendt (2019). De maneira paradoxal, em muitos aspectos o fenômeno da pós-verdade demonstra que há uma busca por fatos – ou no que se acredita serem – de maneira oposta ao que ocorre muitas vezes com a tradicional mentira. Conforme pensado por Novaes (2017), é possível concluir que a tecnologia aparenta estar amalgamada às intencionalidades humanas, onde as verdades são potencializadas pela praticidade na obtenção de conteúdos.

Em “Redes sociais e pós-verdade: a arena por excelência da retórica centrado no *páthos*”, foi pensado como as redes sociais podem ser arenas capazes de radicalizar qualquer discussão ao dar palco para influenciadores e políticos que melhor sabem mover paixões nos ambientes digitais. Mas esse movimento só é possível graças a tecnologia de comunicação digital e de massas, não invalidando o aspecto matematizante do fenômeno pós-verdade, já que é através da retórica facilmente disseminada pela segmentação que se concede tanta certeza ao usuário de suas posições. O subcapítulo também se mostrou importante para esclarecer a proposição realizada pelo presente estudo à definição para a pós-verdade no tocante ao discurso *anti-establishment*, encontrando na segmentação algorítmica terreno perfeito para demonstrar como a pós-verdade pôde tão bem se notabilizar através do recurso da monetização de conteúdos. Conforme pensado por Reis, Zanetti e Frizzera (2020, p.42) “o fenômeno de webcelebridades e dos influenciadores digitais, novos “formadores de opinião” que se forjam nas redes digitais junto a públicos específicos a partir de determinados tipos de capital social – deixou de ser estrita ao entretenimento e descolado da esfera política chamando a atenção para o papel dos algoritmos nesse processo, que tendem a impulsionar conteúdos produzidos em consonância com seus critérios de monetização”.

Já no item 1.8., intitulado “A tensão provocada pelas *big techs* em como a verdade é construída e o papel das mídias tradicionais”, foi pensado como toda dinâmica das discussões

e narrativas concebidas nas redes sociais influenciam as mídias tradicionais, sendo colocado em questão se notícias de qualidade e aprofundadas poderiam ser lucrativas sendo um antídoto para pós-verdade. Pistas são dadas no sentido de que, diante de um fenômeno distinto da mentira e autoengano tradicionais, as próprias mídias tradicionais muitas vezes se veem reféns da perda de poderio econômico diante das *big techs*, tornando pouco plausível que assumam qualquer primazia epistemológica ou no ditame do conhecimento dos fatos. Mesmo que ainda relevantes, as mídias tradicionais se veem cada vez mais tentadas a assumir narrativas próximas daquelas segmentadas algoritmicamente. Se, conforme demonstra Bucci, ao pensar em Hannah Arendt “reside na política o engenho especial de se apropriar dos fatos a partir de representações e relatos elaborados em outros domínios, inclusive no jornalismo, mas a função de localizar e apontar a verdade bem como função de difundir-los não tem seu lugar no domínio público.” (BUCCI, 2019, p.101), vislumbramos uma grande crise em que o jornalismo perde terreno na luta para que o público conheça os fatos. Porém, mais que uma discussão a respeito do papel da imprensa, o subcapítulo mostrou como a alta lucratividade da segmentação algorítmica fundamenta toda uma nova dinâmica para a existência do fenômeno da pós-verdade.

O segundo capítulo se tornou necessário ao longo da presente dissertação; não foi planejado, mas em algum momento a pergunta inicialmente colocada como recorte da pesquisa obrigou que fossem estudados os algoritmos e seus aspectos verificáveis no que diz respeito ao fenômeno da pós-verdade: Pensar como qualquer narrativa que coloca os fatos em segundo plano parece se legitimar mostrou ter como ponto comum toda lógica algorítmica. Em “Algoritmos: a tecnologia como extensão do homem a serviço da pós-verdade”, foi demonstrado como tal funcionamento não implica necessariamente numa simples e direta relação causa – consequência, como se os algoritmos fossem capazes de despertar um comportamento por si só, mas sim, como os aparelhos tecnológicos podem se articular como extensão dos desejos do homem numa relação íntima e adjacente - conforme pensado por Deleuze e Guattari - estabelecendo uma noção de autoevidência entre os desejos dos usuários por produtos, conteúdos e verdades, moldando uma subjetividade algorítmica. A lógica algorítmica se insere nas dinâmicas sociais, e, como instrumento de mediação de conteúdos, é um fator importante a ser considerado por fundamentar o *machine learning*, moldando senhas que não mais nos permitem acessar, desenvolver, desfrutar e conhecer (DELEUZE, 1991 *apud* GENDLER, 2017). Além da mentira ou do autoengano, os algoritmos, ao segmentarem nossas experiências, podem parecer reforçar a razão argumentativa, quando em grande parte visam apenas potencializar os lucros das *big techs*. Pensando em Deleuze e Guattari, Teles conclui

que as *big techs* trabalham para que os comportamentos sejam previsíveis, maximizando os lucros, onde “produz-se uma política preditiva, determinando decisões com base nos processos automáticos, eliminando quase por completo uma característica fundamental da ação política, o risco de sua imprevisibilidade. E este é o elemento sedutor dos algoritmos, o de que estaríamos construindo uma vida mais segura, estável e produtiva”. (TELES, 2018, p.6).

No subcapítulo seguinte, intitulado “Pós-verdade: a falta de responsabilização pública dos provedores dos algoritmos como escudo para os discursos *anti-establishment*”, foi analisado como os algoritmos exercem poder inequívoco no manejo dos fatos, configurando distintos discursos públicos dos quais as *big techs* não colocam como relevantes a suas políticas. Mas isso ocorre de maneira despercebida e naturalizada, abrindo espaço para os discursos *anti-establishment* da pós-verdade que facilmente fomentam nichos específicos, minando não apenas a confiança nas instituições democráticas, como nos fatos - por mais óbvios que sejam. Como, indubitavelmente, as *big techs* tem como principal meta o lucro, a responsabilização pública de suas políticas raramente entra em pauta, e informações e conhecimentos organizados de maneiras distintas para indivíduos com interesses supostamente diferentes - mesmo habitando um mesmo espaço público - transparecem chances de erros que dificilmente serão notados, ou, sob o fenômeno da pós-verdade, reforçados sob interesses distintos e influências políticas e econômicas. Um ponto muito importante a ser sublinhado nesse item, e que se torna essencial ao fenômeno da pós-verdade, diz respeito a como os algoritmos não são meros dispositivos técnicos imparciais, pois escondem julgamentos de seus criadores; além de terem como objeto o lucro, quem lidera as *big techs* têm consciência daquilo que desenvolvem e o que deixam de oferecer ao usuário através de suas plataformas. Tal fato deixa claro como não é desejável que continuem agindo como se suas plataformas não influenciassem no discurso público, naturalizando suas políticas sem qualquer debate público ou regulamentações. Conforme demonstrado por Pasquale (2016), em vez de uma rede considerada aberta e democrática, o que se observa é uma “black box Society” onde robôs e trolls, a serviço de indivíduos, grupos de poder e até políticos e/ou governos, patrocinam engano e mentiras em diversas mídias digitais beneficiados pelo anonimato da rede com seus meandros complexos e livres de legislação.

No último item da dissertação, uma valiosa contribuição de Lazzarato (2010) nos fez pensar como os algoritmos, sendo ferramentas da servidão maquínica, funcionam em associação aos nossos desejos nos convidando para associações coletivas a exemplo da pós-verdade, numa ideia que converge com a definição dada para o fenômeno pelo presente estudo.

Como num agenciamento entre homem e tecnologia, onde mesmo que exista uma dinâmica de um sujeito soberano, as associações coletivas como racismo, nacionalismo ou adesão a verdades próprias, funcionam como um modo de subjetividade, onde “a hipermodernidade derrota o sujeito porque o coopta no sistema maquínico coletivo”. (LAZZARATO, 2010). Tal ideia fecha, na visão do recorte proposto nessa dissertação, a noção de como o fenômeno da pós-verdade se movimenta entre aparatos tecnológicos e ações individualistas, fomentando associações capazes de criar legitimidade para algo que alcance a expectativa de verdade dos indivíduos graças às subjetividades algorítmicas. Como resultado, foi possível delimitar mais a fundo o quanto o fenômeno da pós-verdade não pode ser pensando, por um lado, nem de maneira independente de estudos clássicos a respeito da mentira na política e autoengano - caracterizando fincarem raízes nesses comportamentos - muito menos com a segmentação algorítmica e toda lógica tecnológica que permeia nossa realidade.

Como maior aprendizado desta pesquisa, pode-se ressaltar o quanto o tema que moveu o estudo é escorregadio, tênue e sujeito a inúmeras mudanças de perspectivas também capazes de se mostrarem extremamente relevantes. O recorte da dissertação, apesar de se mostrar em alguma medida restrito e até conservador, se mostrou capaz de revelar que o fenômeno da pós-verdade não surgiu de um dia para outro, tendo toda uma lógica da técnica matemática fundamentando sua aceitação, ancorado em um modo de vida cada vez mais acelerado em que os homens abraçam verdades fáceis que atingem suas expectativas de verdade ao terem uma relação adjacente com os instrumentos tecnológicos. Ao longo de toda a dissertação, com a cabeça sempre voltada ao recorte proposto, diversas vezes houve questionamento a respeito da relevância e abrangência do fenômeno da pós-verdade, colocando em dúvida se se tratava realmente de algo tão sério quanto o tamanho das questões levantadas, e, infelizmente, os fatos que acompanharam tal percurso – como a reação à pandemia da Covid-19 - revelaram que não se tratava de um exagero.

Se nos parece fácil crer que para cada expectativa de benefícios trazidos pela Internet desde sua massificação, há um lado desconhecido, cinzento e até danoso, tal conclusão pode ser estendida a qualquer revolução tecnológica da qual o homem se jogou sem antes calcular seus efeitos. A exemplo do que ocorre com o fenômeno da pós-verdade, os homens parecem confiar menos nos recortes realizados por outros homens que nas segmentações algorítmicas, das quais muitas vezes encaramos com normalidade imaginando serem absolutamente democráticas e sem qualquer orientação de classe, política, étnica ou de gênero, como se o *machine learning* não repetisse os vícios de seus usuários e desenvolvedores. Logo, não

podemos deixar de considerar o quanto qualquer tecnologia se vê subordinada e vinculada a narrativas que repetem representações socialmente constituídas associadas a valores e interesses dos determinados grupos sociais. Além disso, não podemos nos esquecer do quanto qualquer conjuntura social e econômica não exclui os grupos em suas relações com a tecnologia.

É trabalho das Ciências Sociais mapear os fenômenos e delimitá-los, de modo a levantar questões que outras ciências não possuem instrumentos para ilustrar, e o presente estudo deu motivos para argumentar que o fenômeno da pós-verdade não é um neologismo para algo que sempre ocorreu, mas que a ameaça do que representa esteve presente desde que nos propusermos a legitimar verdades fáceis. Mais do que isso, as Ciências Sociais demonstraram já ter instrumentos e estudos que corroboravam a ideia de uma sociedade capaz de segmentar e subjetivar verdades através de uma associação íntima com instrumentos tecnológicos, capazes de, na visão dos indivíduos, otimizar o tempo, já que enxergam suas relações sociais e políticas tão aceleradamente, a ponto de ver as verdades fáceis de maneira tão sedutora.

Por último, é possível se ressaltar que, diferentemente das tão danosas *fake news*, o fenômeno da pós-verdade tão associado a estas, provavelmente apresenta características mais sutis e difíceis de serem delimitadas e combatidas, sendo costumeiramente confundidas com liberdade de opinião. Ao final das contas, pensando na definição de Deleuze e Guattari (2010) a respeito da servidão maquínica na qual se fundamentou o que o presente estudo fundamentou como segmentação e subjetividade algorítmica, as manifestações inconscientes dos indivíduos não foram abordadas de maneira aprofundada - sendo admitido que o autoengano nas relações sociais funciona como poder maior de convencimento - o que pode abrir campo para um futuro estudo no próprio ambiente da Sociologia em associação com a Psicologia Social.

REFERÊNCIAS

- A ARTE DA MENTIRA. São Paulo: Estadão (online), 16 set. 2016. **O Estado de São Paulo**, Disponível em: <https://internacional.estadao.com.br/noticias/geral,arte-da-mentira,10000075581>. Acesso em: 25 maio 2020. (Título original Post-truth politics: Art of the lie. The Economist, Sep 10th 2016 edition)
- ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2008.
- ALEXANDER, C.; ISHIKAWA, S.; SILVRSTEIN, M. **Uma linguagem dos padrões**. Porto Alegre: Editora Bookman, 2012.
- AMON, Denise. Ensaio 1: O Contexto socioantropológico da pós-verdade. In: GUARESCHI, Pedrinho A.; AMON, Denise; GUERRA, André (org.). **Psicologia, Comunicação e Pós-Verdade**. 3ª ed. rev. Porto Alegre: ABRAPSO, 2019. p.31-52.
- AMON, Denise; IDIART, Sofia. **Linguagem**: uma abordagem histórica e conceitual para a compreensão e crítica à pós-verdade. In: GUARESCHI, Pedrinho A.; AMON, Denise; GUERRA, André (org.). **Psicologia, Comunicação e Pós-Verdade**. 3ª ed. rev. ampl. Porto Alegre: ABRAPSO, 2019. p.59-83.
- ANDRADE, Carlos Drummond de. **Poesia e prosa**. Rio de Janeiro: Novo Aguilar, 1983.
- ARENDT, Hannah. **A condição humana**. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1984.
- _____. **A promessa da Política**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2008.
- _____. **A vida do espírito**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2009.
- _____. **As origens do totalitarismo: antissemitismo, instrumento de poder**. Rio de Janeiro: Ed. Documentário, 1995.
- _____. **Crise da República**. São Paulo: Perspectiva, 2005.
- _____. **Eichmann em Jerusalém**. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.
- _____. **Entre o passado e o futuro**. São Paulo: Perspectiva, 2019.
- _____. **Filosofia e política**. Rio de Janeiro: Ed Documentário, 1993.
- _____. Thinking and Moral Considerations: a lecture. **Social Research**, v.38, n.3, p.417-446, 1971. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/40970069>. Acesso em: 2 set. 2020.
- BARSOTTI, Adriana. As Máquinas não param: O jornalismo em rede na era da convergência das redações. **Revista Líbero**, ano XXI edição 41, 2018.
- BARTHES, Roland. A Retórica da Imagem. In: _____. **O óbvio e o obtuso: ensaios críticos III**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e simulações**. Lisboa: Relógio D'Água, 2005.

BAUER, Martin W.; GLAVEANU, Vlad Petre. Comunicação como retórica e argumentação. In: HOOK, D.; FRANKS, B.; BAUER M.W. (org.) **A psicologia social da comunicação**. Petrópolis: Vozes, 2017. p.181-210,

BAUMAN, Zygmunt. As Redes sociais são uma armadilha [Entrevista concedida] a Ricardo de Querol. **El País**, Madrid, 08 jan. 2016.

_____. **Globalização: as consequências humanas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.

_____. **Identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005.

_____. Medo do Outro e de Si mesmo. [Entrevista concedida] a David Perillo. **Le O'bservatore Romano**, 14 out. 2016. (Tradução de Ramiro Mincato). Disponível em: <http://www.ihu.unisinos.br/185-noticias/noticias-2016/561375-medo-do-outro-e-de-si-mesmo-entrevista-zygmunt-bauman>. Acesso em: 19 de maio de 2020.

_____. **Modernidade e ambivalência**. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 1999.

_____. **Modernidade e Holocausto**. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 1998.

_____. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2001.

BELL, Emily J. *et al.* A imprensa nas plataformas: como o vale do silício reestruturou o jornalismo. **Revista de Jornalismo ESPM** (online), p.43-83, jul/dez, 2017. Disponível em: <https://bit.ly/3ffVB6B>. Acesso em: 2 set. 2020.

BERRY, David Michael. Introduction. In: Berry, David Michael. **Life in code and software: mediated life in a complex computational ecology**. London: Open Humanities Press, 2012.

BOND, Shannon. Google and Facebook build digital duopoly. **Financial Times** (online). March 14 2017. Disponível em: <https://www.ft.com/content/30c81d12-08c8-11e7-97d1-5e720a26771b>. Acesso em: 2 set. 2020.

BOURDIEU, Pierre. O Campo científico. In: ORTIZ, R (org.). **Pierre Bourdieu: sociologia**. São Paulo: Ática, 1983.

BOYD, Danah. Social network sites as networked publics: affordances, dynamics, and implications. In: Papacharissi, Zizi (ed.). **A networked self: Identity, community and culture on social network sites** Routledge, 2010.

BRUNO, Fernanda. **Máquinas de ver, modos de ser: vigilância, tecnologia e subjetividade**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

BUCCI, Eugênio. **Existe democracia sem verdade factual?** São Paulo. Estação das Letras, 2019.

BUCHER, Taina. Want to be on the top? Algorithmic power and the threat of invisibility on Facebook. **New Media and Society**. v.14 n.14, p.1164-1180, 2012.

CALLEGARO, M.; SARTORIO, R. Evolução da mentira e do auto-engano. In: Otta, E.; Yamamoto, M.E. (ed.). **Fundamentos de psicologia: psicologia evolucionista**. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 2009.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em rede – a era da informação: economia, sociedade e cultura**. São Paulo: Paz e Terra, 2009. v.1.

_____. **O poder da comunicação**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2017.

CAVALHEIRO, Glauco; BRANDÃO, Carolina. Um Contexto Teórico para pensar a pós-verdade. In: GUARESCHI, Pedrinho A.; AMON, Denise; GUERRA, André (org.). **Psicologia, Comunicação e Pós-Verdade**. 3ª ed. rev. ampl. Porto Alegre: ABRAPSO, 2019. p. 89-103.

CHIN, Andrew. **Making the world wide web safe for democracy: a medium-specific first amendment analysis**. Hastings Communications and Entertainment Law Journal (online), v.19, n.2, article 2, 1996. Disponível em: Available at: https://repository.uchastings.edu/hastings_comm_ent_law_journal/vol19/iss2/2. Acesso em: 2 set. 2020.

CHIU, Yu-Ping. Social Recommendations for Facebook Brand Pages. **Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research**, Talca, v.16, n.1, 2021. Disponível em: http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-18762021000100106&lng=en&nrm=iso. Acesso em: 10 jan. 2021.

CÍCERO, Antonio. A Máquina do Mundo. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 07 ago. 2010, Caderno Ilustrada.

CLARK, Neil. **Quem Inventou a “Pós-Verdade”?** (tradução de Vila Vudu). Publicado 01 dez. 2016. Disponível em: <https://outraspalavras.net/geopoliticaeguerre/quem-inventou-a-pos-verdade/>. Acesso em: 18 maio 2021.

COHEN, Sarah; HAMILTON, James T.; TURNER, Fred. Computational journalism. **Communications of the ACM** (online), v. 54, n.10, p.66-71, 2011. Disponível em: <https://cacm.acm.org/magazines/2011/10/131400-computational-journalism/fulltext>. Acesso em: 20 set. 2020.

COULDRY, Nick. **Media, society, world: social theory and digital media practice**. Cambridge, UK: Polity Press, 2012.

COVINGTON, Paul; ADAMS, Jay; SARGIN, Emre. Deep neural networks for Youtube recommendations. In: **Proceedings of the 10th ACM Conference on Recommender Systems-RecSys**. Boston, Massachusetts, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1145/2959100.2959190>. Acesso em: 10 set. 2020.

D`ANDRÉA, C.; JURNO, A.; DALBEN, S. Mapeando controvérsias algorítmicas (e suas tensões com o jornalismo). In: MARTINS, Bruno Guimarães *et al.* (org.). **Experiências metodológicas em textualidades midiáticas**. Belo Horizonte, MG: Relicário, 2019. p.141-162.

D'ANCONA, Matthew. **Pós-verdade: a nova guerra contra os fatos em tempos de *fake news***. São Paulo: Faro Editorial, 2018.

_____. **“Posdata a las sociedades de control”** (varias ediciones). 1991. Disponível em: <http://www.fundacion.uocra.org/documentos/recursos/articulos/Posdatasobre-las-sociedades-de-control.pdf>. *apud* GENDLER, Martin Ariel. Sociedades de control: lecturas, diálogos y (algunas) actualizaciones. **Revista Hipertextos**, Buenos Aires, v.5, n.8, p.60-87, 2017.

_____. **Conversações**. São Paulo: Editora 34, 2018.

_____. **Foucault**. São Paulo: Editora Brasiliense, 2010.

_____. **O Ato da Criação**. Palestra de 12 de março de 1987. (Tradução de José Marcos Macedo). Folha de São Paulo, São Paulo, 27 jun.1999.

_____. **Post-Scriptum sobre as sociedades de controle**. In: L’Autre jornal, nº 1, maio de 1990. Disponível em: https://historiacultural.mpbnet.com.br/pos-modernismo/Post-Scriptum_sobre_as_Sociedades_de_Control.pdf. Acesso em: 18 maio 2021.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Felix. **Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia**. (Tradução de P.P. Pelbart e J. Caiafaia). São Paulo: Editora 34, 2011. v.5.

_____. Produção e produção de subjetividade: entre sujeição social e servidão maquínica, In: LAZZARATO, Maurizio. **Signos, máquinas, subjetividades**. São Paulo: Edições SESC, 2010.

EPSTEIN, Ziv *et al*. Closing the AI knowledge gap. **Computer Science**, arXiv:1803.07233, mar. 2018. <https://arxiv.org/abs/1803.07233>. Acesso em: 28 maio 2020.

ÉRIC Sadin e a Era do anti-humanismo radical. **Revista IHU On-line**. 28 jun. 2017. Disponível em <http://www.ihu.unisinos.br/78-noticias/569082-eric-sadin-e-a-era-do-anti-humanismo-radical>. Acesso em: 22 de março de 2021. (Entrevista publicada pelo Jornal Argentino Río Negro em 27/06/2017)

FEITOSA, Charles. Pós-verdade e Política. **Revista Cult**. 19 de julho de 2017. Disponível em <https://revistacult.uol.com.br/home/pos-verdade-e-politica/>. Acesso em: 21 maio 2020.

FERNANDEZ, Atahualpa. **Sobre a mentira**. Empório do Direito, 03 jul. 2015. Disponível em <https://emporiiododireito.com.br/leitura/sobre-a-mentira>. Acesso em: 02 set. 2020.

FOUCAULT, Michel. **Tecnologias Del Yo – Y otros textos afines**. (tradução de Mercedes Allendesalazar). Barcelona: Paidós Ibérica, 1999.

_____. **Em defesa da sociedade**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

_____. **Nascimento da biopolítica**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

_____. **Segurança, território, população**. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

FRANCE PRESSE. **Na China, aplicativos de rastreamento de coronavírus estão em toda parte** [atualizado em 13/05/2020]. Disponível em: <https://g1.globo.com/mundo/>

noticia/2020/05/13/na-china-aplicativos-de-rastreamento-do-coronavirus-estao-em-toda-parte.ghml. Acesso em: 17 jul. 2021

GALLOWAY, Alexander R. **Protocol**: How control exists after decentralization. Cambridge: MA, MIT Press, 2004.

GENDLER, Dmitrij *et al.* Derivation of an algorithm for calculation of the intersection area of a circle with a grid with finite fill factor. **Computer Science**, 16 dez. 2018. Disponível em <https://arxiv.org/abs/1812.10515>, Acesso em: 21/01/2021.

GENDLER, Martin Ariel. Hay un Algoritmo en mi Sopa? Personalización Algorítmica y sua relación com los procesos de apropiación de tecnologías. Buenos Aires. **Horizontes Sociológicos AAS**, n. 7, 2020.

_____. Sociedades de control: lecturas, diálogos y (algunas) actualizaciones. **Revista Hipertextos**, Buenos Aires, v.5, n.8, p.60-87, 2017. Disponível em: http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/103299/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 25 dez. 2020.

GILLESPIE, Tarleton. A relevância dos algoritmos. **Parágrafo**, v.6, n.1, p.95-121, 2018. <http://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/722>. Acesso em: 25 dez 2020.

GOSH, Sayantani G; ROY, Sudipta; BANDYOPADHYAY, Samir K. A tutorial review on text mining algorithms. **International Journal of Advanced Research in Computer and Communication Engineering**, v.1, n.4, p.223-233, 2012. Disponível em: <https://www.ijarccce.com/upload/june/6-A%20tutorial%20review%20on%20Text%20Mining%20Algorithms.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2020].

GRAEFE, Andreas. **Guide to automated journalism**. January 7, 2016. Disponível em: https://www.cjr.org/tow_center_reports/guide_to_automated_journalism.php. Acesso em: 15 jun. 2020.

GREENFIELD, Rebecca. Robot journalism isn't scary. It's just plain bad. **The Atlantic**. 20 mar. 2012. Disponível em <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2012/03/robot-journalism-isnt-scary-its-just-plain-bad/330324/>. Acesso em: 16 jun. 2020.

GRIMMELMAN, James. The Google dilemma. **New York Law Scholl Law Review**, v.53, n.4, p.939-950, 2008. Disponível em: https://digitalcommons.nyls.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1525&context=nyls_law_review. Acesso em: 02 set. 2020.

GUARESCHI, Pedrinho. Ensaio 5: Psicologia e pós-verdade: A Emergência da Subjetividade Digital. In: GUARESCHI, Pedrinho A.; AMON, Denise; GUERRA, André (org.). **Psicologia, Comunicação e Pós-Verdade**. 3ª ed. rev. ampl. Porto Alegre: ABRAPSO, 2019.

_____. Mídia e Cidadania. **Conexão Comunicação e Cultura**, Caxias do Sul, v.5, n.9, p. 27-40, 2006.

_____. Psicologia e pós-verdade: a emergência da subjetividade digital. **PSI UNISC**, v.2, n.2, p.19-34, 2018. Disponível em: <https://online.unisc.br/seer/index.php/psi/article/view/12242>. Acesso em: 20 ago. 2021.

GUATTARI, Félix. **Caosmose**: um novo paradigma estético. (Tradução de A.L. Oliveira e L.C. Leão). São Paulo: Editora 34, 2013.

GUERRA, André; BARBOSA, Cláudia. Ensaio 4: Crítica e pós-verdade. In: GUARESCHI, Pedrinho A.; AMON, Denise; GUERRA, André (org.). **Psicologia, Comunicação e Pós-Verdade**. 3ª ed. rev. ampl. Porto Alegre: ABRAPSO, 2019. p.107-66.

HABERMAS, Jürgen. **Teoria do agir comunicativo**. São Paulo: Martins Fontes, 2013. v.1.

HAMMOND, Philip. From computer-assisted to data-driven: journalism and big data. **Journalism**, v.18, n.4, p.408-424, 2015.

HEIDEGGER, Martin. Alétheia. In: **Heráclito de Éfeso**. São Paulo: Abril Cultural, 1984. (Coleção Os Pensadores – Os Pré-Socráticos).

HOW objectivity in Journalism became a matter of opinion. **The Economist**. 16/07/20. Disponível em <https://www.economist.com/books-and-arts/2020/07/16/how-objectivity-in-journalism-became-a-matter-of-opinion>. Acesso em: 22/07/2020.

INTRONA, L.D. Algorithms, governance, and governmentality: on governing academic writing. **Science, Technology & Human Values**, v.41, n.1, p.17-49, 2016.

JONAS, Hans. **O princípio da responsabilidade**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2007.

KAKUTANI, Michiko. **A Morte da verdade**: notas sobre a mentira na era Trump. Rio de Janeiro: Ed. Intrínseca, 2018.

KANT, Immanuel. **Textos seletos**. Petrópolis Editora Vozes: 2005.

KELLY, Kevin. Better than human: Why robots will – and must – take your jobs. **Wired**, 24 dez. 2012. Disponível em <https://www.wired.com/2012/12/ff-robots-will-take-our-jobs/>. Acesso em: 01 fev. 2021.

KEYES, Ralph. **Era da pós-verdade**: desonestidade e enganação na vida contemporânea. Petrópolis: Editora Vozes, 2017.

KIRKPATRICK, David. **O efeito facebook**. Rio de Janeiro: Editora Intrínseca, 2011.

KITCHIN, Rob. Thinking critically about and reseraching algorithms. **Information, Communication & Society**, v.20, n.1, p.14-29, jan.2017.

KOWALSKI, Robert A. Predicate logic as programming language. In: **Information Processing 74**, Amsterdam, NL: North-Holand Publ., 1974. p.569-574. Disponível em: <https://www-public.imtbs-tsp.eu/~gibson/Teaching/Teaching-ReadingMaterial/Kowalski74.pdf>. Acesso em: 20 jan. 2021.

LATOUR, Bruno. **Reagregando o social**. uma introdução à teoria do ator-rede. Salvador: EDUFBA, 2012.

LAZER, David, *et al.* Computacional social science. **Science Magazine**, v.323, n.5915, p.721-723, 2009.

LAZZARATO, Maurizio. Atualmente vigora um capitalismo social e do desejo. [Entrevista concedida] a Pedro Lipcovich. **Revista IHU Online**, p.12, 20 dez. 2010. Disponível em: <http://www.ihu.unisinos.br/78-noticias/39543-atualmente-vigora-um-capitalismo-social-e-do-desejo-entrevista-com-maurizio-lazzarato>. Acesso em: 18 set. 2019.

_____. **Signos, máquinas e subjetividades**. (Tradução de P.D. Oneto). São Paulo: SESC, 2014.

LIPPMANN, Walter. Liberty and the news. Princeton, Princeton University Press, 1920. *apud* PARISER, Eli. **O Filtro Invisível**: O que a Internet está escondendo de você. Editora Zahar, 2012.

_____. Public opinion. New York: Simon and Schuster, 1997. *apud* BUCCI, Eugênio. **Existe democracia sem verdade factual?** São Paulo. Estação das Letras, 2019.

LLORENTE, J.A. A Era da Pós-verdade: realidade versus percepção. **Revista Uno**, n 27, p.8-11, 2017.

MAGER, Astrid. Algorithmic ideology: How capitalist society shapes engines. **Information. Communication and Society**, n.5, p.769-787, 2012.

MANKOFF, Milton. **The Reality-based community and Trump`s orwellian dystopia**. [Updated Dec 09, 2017]. Disponível em: https://www.huffpost.com/entry/the-reality-based-community-and-trumps_b_13351438. Acesso em: 13 set. 2020.

MARTEL, Frederic. **Smart**: O que você não sabe sobre a Internet. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2015.

MELLO, Patrícia Campos. Governo Biden abre guerra contra redes sociais por causa da avalanche de notícias falsas sobre vacina. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 31 de julho de 2021. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2021/07/governo-biden-abre-guerra-contra-redes-sociais-por-causa-da-avalanche-de-noticias-falsas-sobre-vacina.shtml>. Acesso em: 01 ago. 2021

MENA, Isabela. **Verbete Draft**: O que é cultura do algoritmo? 03 ago. 2016. Disponível em <https://www.projetedraft.com/verbete-draft-o-que-e-cultura-do-algoritmo/>. Acesso em: 01 jan. 2021.

NIETZSCHE, Friedrich. **Assim Falou Zaratustra**: um livro para todos e para ninguém. Tradução Mario da Silva. Rio de Janeiro: Bertand Brasil, 1998.

_____. **Obras Incompletas**. (Tradução e notas de Rubens Rodrigues Torres Filho). São Paulo: Abril Cultural, 1983 (Coleção Os Pensadores).

NOVAES, Adauto. **Mutações**: dissonâncias do progresso: dissonâncias do progresso. São Paulo: Editora SESC, 2017. *apud* BUCCI, Eugênio. **Existe democracia sem verdade factual?** São Paulo. Estação das Letras, 2019.

OLIVEIRA, Bruno. A Máquina do mundo: o que tem a nos dizer o maior poema brasileiro de todos os tempos. **Revista Marginalia**, 09 set. 2019. Disponível em <https://medium.com/margin%C3%A1lia/a-m%C3%A1quina-do-mundo-o-que-tem-a-nos-dizer-o-maior-poema-brasileiro-de-todos-os-tempos-6ef0fdf56013>. Acesso em: 15 ago. 2020.

PARISER, Eli. **O Filtro Invisível**: O que a Internet está escondendo de você. Editora Zahar, 2012.

PARRA, Henrique. Abertura e controle na governamentalidade algorítmica. **Ciência e Cultura**, São Paulo, v.68, n.1, p.39-49, 2016. Disponível em: http://cienciaecultura.bvs.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0009-67252016000100013. Acesso em: 18 mar. 2021

PASQUALE, Frank. A esfera pública automatizada. **Revista Eletrônica do Programa de Mestrado da Faculdade Cásper Líbero**, n.39, p 17-39, 2017.

_____. **The Black Box Society**: the secret algorithms that control money and information. Cambridge, MA: Harvard University Press, 2016.

PIERRO, Bruno de. O Mundo Mediado por Algoritmos. **Revista Pesquisa Fapesp**, edição 266, abr. 2018. Disponível em <https://revistapesquisa.fapesp.br/o-mundo-mediado-por-algoritmos/>. Acesso em: 10 ago. 2020.

PIRES, Eduardo Weinhardt. A crise do capitalismo como crise de subjetividade. **Galáxia**, n.30 p 191-196, dez. 2015.

PLATÃO. **Diálogos III Fedro**. (tradução de Manuel Pulquério e Maria Tereza Shiappa de Azevedo). Lisboa: Edições 70. 1997.

PONTES, Felipe Simão; SANTOS, André Packer. A queda do muro entre redação e comercial e sua consequência para o jornalismo: um estudo de seis iniciativas financiadas por Crowdfunding no Brasil. **Revista Líbero** (online), v.21, n.41, p.130-141, 2018. Disponível em: <http://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/960>. Acesso em: 10 ago. 2020.

POSTMAN, Neil. **Tecnopolia**: quando a cultura se rende à tecnologia. Lisboa: Difusão Cultural, 1994.

POST-TRUTH. In: **Cambridge English Dictionary** (online). Cambridge University Press. Disponível em <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/post-truth> Acesso em: 21 set. 2019.

_____. In: **Collins English Dictionary** (online). Harper Collins Publishers. Disponível em <https://www.collinsdictionary.com/pt/dictionary/english/post-truth> Acesso em: 21 set. 2019.

_____. In: **Oxford Living Dictionaries**. Disponível em <https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/wor-of-the-year-2016>. Acesso em: 19 set. 2019.

PÓS-VERDADE. In: **Dicionário Priberian da Língua Portuguesa** (online). Disponível em: <https://www.priberian.pt/dlpo/p%C3%B3s-verdade>. Acesso em: 18 set. 2019.

_____. In: **Dicionário Infopédia da Língua Portuguesa** com Acordo Ortográfico (online). Porto: Porto Editora. Disponível em <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/p%C3%B3s-verdae>. Acesso em: 18 set. 2019.

PRIOLLI, Gabriel. Uma, nove ou dez pós-verdades sobre a mídia. **NPC Núcleo Piratininga de Comunicação**, 25 abr. 2017. Disponível em: <https://nucleopiratininga.org.br/uma-nove-ou-dez-pos-verdades-sobre-a-midia-por-gabriel-priolli/>. Acesso em: 28 maio 2020.

RAVE reviews Why do they matter most to local businesses. **Column Five**. Disponível em: <https://www.columnfivemedia.com/work-items/infografic-rave-reviews-why-do-they-matter-most-to-local-business> Acesso em: 18 set. 2019.

REIS, Ruth.; ZANETTI, Daniella.; FRIZZERA, Luciano. A conveniência dos algoritmos: o papel do Youtube nas eleições brasileiras de 2018. **Revista Compolítica**, v.10 n.1, p.35-58, 2020. Disponível em: https://bibliotecadigital.tse.jus.br/xmlui/bitstream/handle/bdtse/6968/2020_reis_conveniencia_algoritmos_eleicoes.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 01 fev. 2021

RIEDER, Bernhard; MATAMORO-FERNANDES, Ariadna; COROMINA, Òscar. From ranking algorithms to ‘ranking cultures’: Investigating the modulation of visibility in Youtube search results. **Convergence The International Journal of Research into New Media Technologies**, v.24, n.1, p.60-68, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1354856517736982> Acesso em: 18 set. 2019.

ROUVROY, Antoinette. Technology, virtuality and utopia. governmentality in an age of autonomic computing. In: HILDENBRANT Mireille; ROUVROY, Antoinette (ed.). **Law, Human Agency and Automatic Computing: philosophers of law meet philosophers of technology**. London, UK: Routledge Taylor & Francis, 2011. p.119-140.

ROUVROY, Antoinette; BERNS, Thomas. Tecnopolíticas e vigilância: governamentalidade algorítmica e perspectivas de emancipação: o díspar como condição de individuação pela relação? **Revista EcoPós**. v.18. n.2, p.1-7, 2015. Disponível em: https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/issue/view/254. Acesso em: 02 dez. 2020.

SADIN, Eric. **La vie algorithmique: critique de la raison munérique**. Paris: L’Echappée Editions, 2015a *apud* GUARESCHI, Pedrinho. Psicologia e pós-verdade: a emergência da subjetividade digital. **PSI UNISC**, v.2, n.2, p.19-34, 2018. Disponível em: <https://online.unisc.br/seer/index.php/psi/article/view/12242>. Acesso em: 20 ago. 2021.

_____. **La vie algorithmique**: critique de la raison numérique. Paris: L'Echappée Editions, 2015b.

_____. Le techno-capitalisme cherche à exploiter chaque sequence de l'ésisitence. [Entrevista concedida] a Pierrie Marissal. **Sociétés**, v.3, n.129, p.73-77, 2015c. Disponível em: <https://www.cairn.info/revue-societes-2015-3-page-73.htm>. Acesso em: 15 nov. 2020.

SANTAELLA, Lucia. **A pós-verdade é verdadeira ou falsa?** Barueri, SP: A Estação das Letras e Cores, 2018.

SANTAELLA, Lucia e CARDOSO, Tarcísio. O desconcertante conceito de mediação técnica em Bruno Latour. **Matrizes**: Nas Pesquisas de Comunicação, v.9, p.167-185, jan/jun. 2015.

SANTOS, Audrey Schmidt; CAMARGO, Luis Felipe Riehs; LACERDA, Daniel Pacheco. Avaliação das técnicas de classificação para identificação de comentários falsos sobre produtos e serviços na Internet. **Gestão e Produção** (online), v.27, n.4, p.e4672, 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/gp/a/zRJnDWvfKMSyRcXBFPwR5nL/abstract/?lang=pt&format=html>. Acesso em: 18 set. 2019.

SCHUDSON, Michael; ANDERSON, Chris Anderson. Objectivity, professionalism, and truth seeking in journalism. In: Wahl-Jorgensen, Karin; Hanitzsch, Thomas (ed.). **The Handbook of journalism studies**. London, UK: Routledge Taylor & Francis, 2009.

SCRUTON, Roger. Os conservadores dizem o que as pessoas querem ouvir. [Entrevista concedida] a Débora Ely. **Gauchazh**, Porto Alegre, 28 set. 2019. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/comportamento/noticia/2019/06/roger-scruton-os-conservadores-dizem-o-que-as-pessoas-querem-ouvir-cjxg4z6yr03pv01o9m9sfbqfs.html>. Acesso em: 10 nov. 2020

SEGURADO, Rosemary. Política da Internet: a regulamentação do ciberespaço. **Revista USP**, n.90, p.42-57, 2011.

SHANNON, C.; WEAVER, W. **The mathematical theory of communication**. Urbana, Ill: University of Illinois Press, 1949. *apud* BUCCI, Eugênio. **Existe democracia sem verdade factual?** São Paulo. Estação das Letras, 2019.

SILVEIRA, Sergio Amadeu. Ferramentas conceituais para a análise política nas sociedades informacionais e de controle. In: _____. **Trigésimo quinto encontro anual da ANPOCS, GT01 – Ciberpolítica, Ciberativismo e Cibercultura**, 2011. 17p. Disponível em: <http://www.anpocs.com/index.php/encontros/papers/35-encontro-anual-da-anpocs/gt-29/gt01-21/839-ferramentas-conceituais-para-a-analise-politica-nas-sociedades-informacionais-e-de-controle?format=html>. Acesso em: 22 nov. 2020.

SMYTHE, Dallas W. On The Audience commodity and its work. In: Durham, Meenakshi Gigi; Kellner, Douglas M. **Media and cultural studies keywords**. Oxford: Blackwell Publishing, 2001. Cap.16. Disponível em: https://com327fall2016ncsu.files.wordpress.com/2016/09/smythe_audiencecommodity.pdf. Acesso em: 10 nov. 2020.

SUSTEIN, Cass R. **A era do radicalismo**. São Paulo: Elsevier, 2010.

TAN, P.; STEINBACH, M.; KUMAR, V. **Introdução ao data mining**. Rio de Janeiro: Moderna, 2009.

TELES, Edson. Governamentalidade algorítmica e as subjetivações rarefeitas. **Kriterion**, Belo Horizonte, n.140, p. 429-448, 2018. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/kr/a/PQTcJnpCGrP7PD5TrXKWzZm/?lang=pt>. Acesso em: 20 nov. 2020.

TESICH, Steve. The Watergate syndrome: a government of lies. **The Nation**, 6 jan., 1992, p.12-13. Disponível em <https://br.search.yahoo.com/search?ei=UTF-8&fr=crmas&p=The+Watergate+Syndrome%3A+A+Government+of+Lies.+In+The+Nation>. Acesso em: 20 ago. 2021. *apud* GUERRA, André; BARBOSA, Cláudia. Ensaio 4: Crítica e pós-verdade. In: GUARESCHI, Pedrinho A.; AMON, Denise; GUERRA, André (org.). **Psicologia, Comunicação e Pós-Verdade**. 3ª ed. rev. ampl. Porto Alegre: ABRAPSO, 2019. p.107-66.

THOMPSON, B. John. **A mídia e a modernidade**. Petrópolis: Editora Vozes, 2001.

_____. **O escândalo político: poder e visibilidade na era da mídia**, Petrópolis: Vozes, 2002.

VAINHYANATHAN, Siva. **The Googliation of everything** (and Why we should worry). Oakland, CA: University of California Press, 2011.

VIRILIO, Paul. Banlieues em crise. La Gripe viarie. **Revue Urbanisme**, n.347, Mar-Abr, 2006. Disponível em <https://www.urbanisme.fr/mobilites-exclusions/magazine-347/AGORA>. Acesso em: 15 dez. 2020.

_____. **L'Arte dell'Accecamento**. Milano, IT: Cortilla Raffaello Editore, 2007.

_____. **Velocidade e política**. São Paulo: Estação da Liberdade, 1996.

VOSOUGHI, S.; ROY, D.; ARAL, S. The spread of true and false news online. **Science**, v.359, n.6380, p. 1146-1151, 2018.

WILE, I. S. Lying as a biological and social phenomenon. **The Nervous Child**, v.1, p.293–317, 1942. *apud* ZORTÉA, Tiago Carlos. Política, mentira e autoengano: aspectos filogenéticos. In: Comportamento & Sociedade. Disponível em: https://comportese.com/2014/12/23/politica-mentira-e-autoengano-aspecto_23, 23 de dezembro de 2014. Acesso em: 17 maio 2021.

YAHYA, Hanna. Revistas sofrem grande queda de circulação impressa em 2020. **Poder 360**. Disponível em <https://poder360.com.br/midia/revistas-em-2020-circulacao-impressa-despencam/>. Acesso em: 03 abr. 2021

ZARSKY, Tal. Automated prediction: perception, law and policy. **Communication of the ACM**, v.55, n.9, p.33-35, 2012.

ZORTÉA, Tiago Carlos. Política, mentira e autoengano: aspectos filogenéticos. **Portal Comporte-se Psicologia e Cia.**, 23 dez. 2014. Disponível em:

https://comportese.com/2014/12/23/política-mentira-e-autoengano-aspecto_23. Acesso em: 17 maio 2021.

ZUBOFF, Shoshana. Big Other: surveillance capitalism and the prospects in information civilization. **Journal of Information Technology**, v.30, p.75–89, 2015. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1057/jit.2015.5>. Acesso em: 18 set. 2019.