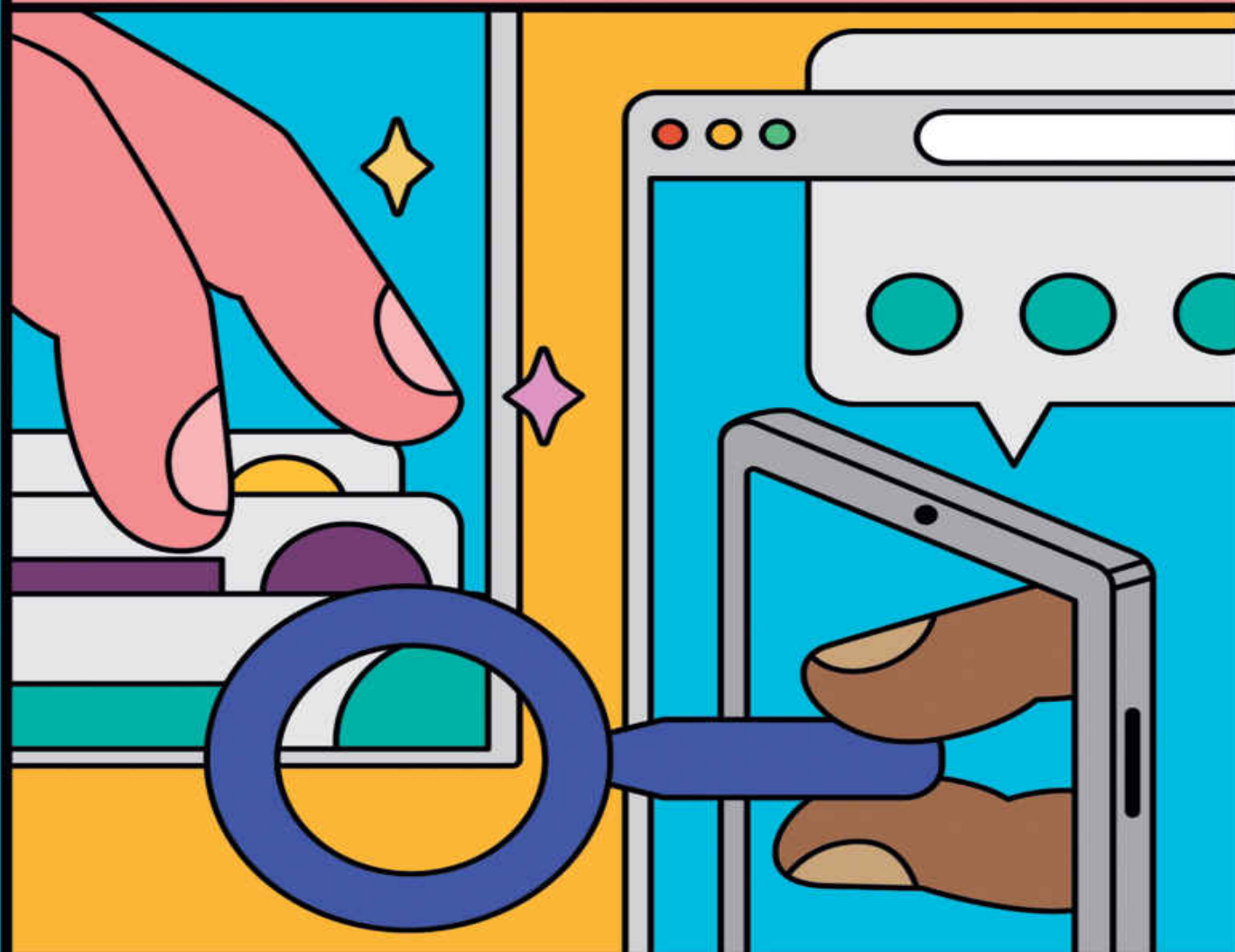


A MÁQUINA DO CAOS



COMO AS REDES SOCIAIS
REPROGRAMARAM NOSSA
MENTE E NOSSO MUNDO

MAX FISHER



12. Infodemia

Não abraça um vacinado

Dois anos antes de um novo e estranho vírus surgir na China, um funcionário da Organização Mundial de Saúde (oms) chamado Andy Pattison, que é suíço, apresentou a seu chefe um plano para uma eventualidade exatamente como aquela.^[1] As mídias sociais haviam se tornado um vetor para desinformação de saúde, disse Pattison a Tedros Adhanom Ghebreyesus, diretor-geral da oms. Relatórios de trabalhadores da saúde em desespero no Brasil e em outros lugares tinham deixado claro que as plataformas seriam um front importante em qualquer emergência de saúde pública. Era necessário iniciar os preparativos.

Tedros concordou e montou um gabinete na sede da agência em Genebra. Como a oms, tal qual outras agências da onu, faz grande parte do seu trabalho orientando — e, se o dia for bom, convencendo — governos, a meia dúzia de funcionários do gabinete focou em cultivar laços com as grandes empresas de tecnologia dos Estados Unidos que Pattison considerava seus próprios centros de poder. O avanço foi lento. Eles ajudaram o Pinterest a melhorar seus resultados de busca em pesquisas relacionadas a vacinas. Prestaram consultoria ao Google em um aplicativo de saúde e bem-estar. “Conseguí interesse mínimo. Conseguí que funcionários do baixo escalão se reunissem comigo, em reuniões curtas”, disse Pattison, acrescentando que havia pouco resultado depois das conversas.^[2]

Então, em 21 de janeiro de 2020, cientistas chineses anunciaram que o vírus, que matara quatro pessoas, estava se espalhando de uma pessoa para outra. Em questão de dois dias, a contagem de mortos subiu para dezessete. Uma semana depois, a OMS declarou emergência global. O gabinete de Pattison ativou seus contatos no Vale do Silício. “Apresentei minha argumentação no nível humano: ‘Voltem às suas empresas, se preparem, comecem a montar equipes’”, lembra-se de ter dito.^[3] Ele organizou conversas entre Tedros e diretores do Facebook, do Google e de outras plataformas. Mark Zuckerberg e Sheryl Sandberg sugeriram que a OMS montasse páginas no WhatsApp e no Facebook para postar atualizações e responder a dúvidas dos usuários.

Em 13 de fevereiro, duas semanas depois de a disseminação do vírus da Covid-19 ser declarada emergência global, Pattison chegou à Califórnia para uma reunião com as maiores empresas do Vale do Silício, que aconteceu no Facebook. A vida seguia normal nos Estados Unidos e na Europa, mas a noção de crise já tinha mudado. Havia, contou ele à CNBC no dia da reunião, uma “infodemia”.^[4] As grandes plataformas sociais, entre as quais Twitter e YouTube, estavam “inundadas de desinformação”, disse.

Postagens no Facebook já vinham ganhando centenas de milhares de interações ao insistir, um mês e meio antes de Trump propagar a mesma alegação do púlpito da sala de imprensa da Casa Branca, que o vírus tinha cura se você bebesse alvejante diluído.^[5] Influenciadores do Instagram explicavam que Bill Gates inventara o vírus para justificar a vacinação obrigatória.^[6] Um viral encaminhado pelo WhatsApp dizia que a CIA estava estocando alimentos.^[7] Vídeos do YouTube atribuíam a culpa pela doença às torres de celular 5G, sugerindo que

não havia vírus, e de repente ganharam milhões de visualizações.^[8]

Por insistência de Pattison, as empresas se comprometeram a endurecer algumas regras. O YouTube iria eliminar vídeos que fossem contrários à orientação da OMS. O Facebook enviaria notificações a usuários se tentassem compartilhar uma postagem ligada à covid que os moderadores houvessem assinalado como falsa. As plataformas prometeram a Pattison e ao mundo que tinham aprendido com seus erros. Dessa vez, iam fazer tudo certo.

Enquanto o vírus se espalhava por países inteiros naquelas primeiras semanas, o medo e o isolamento se espalharam junto. Comércio e espaços públicos levantaram tapumes. Uma quietude apocalíptica pairava sobre grandes vias públicas e distritos comerciais, rompida apenas pelas sirenes conforme os hospitais entupiam-se de gente — e, em alguns lugares, pelo ruído macabro de caminhões-frigorífico na frente de necrotérios lotados. Famílias se fecharam em casa como se estivessem se preparando para uma invasão, aventurando-se apenas em visitas tensas ao supermercado, durante as quais, na nossa ignorância coletiva, muitos vestiam luvas ou passavam limpa-vidros em hortifrútis cuja superfície, até onde sabíamos, podia representar contágio fatal. As cidades se reanimavam por um único minuto a cada noite, quando os moradores entocados em apartamentos abriam as janelas para dar vivas aos trabalhadores na linha de frente, mas também, quem sabe, como uma maneira de aproveitar algum senso de comunidade, de proteção entre os números.

Durante as outras 23 horas e 59 minutos do dia, os temerosos ou os solitários podiam recorrer àquela outra janela para o mundo externo: seu computador. Anos de inclusão digital aconteceram da noite para o dia. O

Facebook informou que, em alguns países, o uso aumentou 70%.^[9] No Twitter, 23%. Uma empresa de serviços para internet estimou que a parcela do tráfego mundial no YouTube em relação a toda a internet saltou de 9% para 16%.^[10] O uso geral de internet cresceu 40%, disse a mesma empresa, o que indica que, na realidade, o tráfego do YouTube quase triplicou.

Apesar do empenho de Pattison para preparar as empresas, poucas insígnias de informação checada não tinham como resolver o problema central. As mídias sociais ainda eram uma máquina projetada para distorcer a realidade pela lente do conflito tribal e conduzir usuários a extremos. E a pandemia — o espectro de uma ameaça invisível, onipresente, incontrolável — ativou as mesmas emoções que alimentavam a máquina, em uma escala maior do que qualquer outra desde a criação das próprias plataformas.

Foi como se o mundo inteiro houvesse se tornado um vilarejo afligido pelo zika, cujas mães desesperadas se voltavam a boatos de internet. Ou virado um coletivo de homens jovens e solitários, incitando a desilusão e a anomia uns dos outros até chegarem a uma luta em comum contra um inimigo inventado. As conspirações do coronavírus, ao prometer acesso a verdades ocultas que outros não tinham, levavam os adeptos à sensação de certeza e autonomia em meio a uma crise que havia tomado as duas coisas. Ao pôr a culpa de tudo em um vilão ou complô, elas davam algum sentido, por mais que sinistro, a uma tragédia que não tinha sentido algum. E ofereciam aos usuários uma maneira de tomar uma atitude, primeiro ao compartilhar seu conhecimento secreto com os demais, depois ao contar uns aos outros que iriam se unir contra qualquer culpado que a conspiração apontasse.

A narrativa englobante — o coronavírus é um complô Deles para Nos controlar — estava por todos os lados em abril.^[11] Muitas vezes, as conspirações se originam de usuários comuns com poucos seguidores. Uma postagem no Facebook do missionário de uma cidadezinha acusando Bill Gates e a China de espalharem o coronavírus para minar Trump.^[12] O tuíte de uma esteticista de Houston que listava epidemias do passado lado a lado com os anos de eleição para presidente (as datas estavam erradas) junto à mensagem “O coronavírus é uma doença inventada pelo homem”.^[13] Um vídeo, no YouTube, de dois médicos apresentando afirmações fajutas de que a covid era praticamente inofensiva e que se podia abrir mão das máscaras.^[14] Cada uma dessas postagens alcançou públicos que somavam milhões, tudo graças aos sistemas de promoção das plataformas.

Estavam longe de ser pontos fora da curva. Vídeos de desinformação quanto às vacinas brotaram pelo YouTube, instruindo dezenas de milhões de espectadores a não acreditar na “máfia médica” que queria embutir microchips nos filhos.^[15] O Facebook também passou por “um crescimento explosivo em visualizações antivacina”,^[16] segundo um estudo na *Nature*, conforme o sistema de recomendação da plataforma dirigia grandes números de usuários de páginas de saúde tradicionais a grupos antivacina.

Ao longo de 2020, três forças cresceram em paralelo nas plataformas sociais, das quais as conspirações do coronavírus foram só a primeira. As outras duas se provariam igualmente decisivas: variantes do extremismo online em longa gestação, atendendo por nomes que muitos norte-americanos consideravam ridículos no início daquele ano e que os apavoravam no final; e, à parte, entre norte-americanos de modo mais

geral, a indignação ultrapartidária e a desinformação exageradas a ponto de tornar a rebeldia armada não apenas aceitável, mas, para muitos, necessária. Essas três forças se valiam de causas que existiam à parte das redes sociais — a pandemia, a revolta branca contra uma onda de manifestações por justiça social durante o meio do ano e, principalmente, o presidente Donald Trump. Mas as redes sociais impeliram e moldaram essas causas até que, em 6 de janeiro de 2021, elas convergiram em um ato de violência coletivo, organizado via internet, que mudaria a trajetória da democracia norte-americana, talvez para sempre.

Durante todo o segundo trimestre, conforme as mentiras e os boatos sobre a covid se espalhavam, as gigantes das mídias sociais insistiram que estavam tomando todas as medidas que tinham à sua disposição. Mas documentos internos sugerem que, em abril, executivos do Facebook perceberam que seus algoritmos estavam impulsionando desinformação perigosa, que tinham como refrear o problema drasticamente se apertassem um só botão e que se recusavam a apertá-lo por medo de prejudicar o tráfego.^[17] Pesquisadores da empresa haviam descoberto que “compartilhamentos em série” — postagens compartilhadas repetidamente de usuário a usuário — tinham mais chance de ser desinformação. O algoritmo, ao ver essas postagens como bom estímulo viral, impulsionava seu alcance artificialmente. Desligar esse impulsionamento, descobriram os pesquisadores do Facebook, iria frear a desinformação quanto à covid em até 38%. Mas Zuckerberg cortou o barato.^[18] “Mark acha que não podemos abrir mais”, escreveu em um memorando uma funcionária que havia informado o executivo sobre a situação. “Não iríamos lançar se houvesse uma troca material com msi”, complementou, usando a sigla para

engajamento no Facebook, *meaningful social interactions* [interações sociais significativas].

Naquele mesmo mês, pesquisadores do Facebook investigaram páginas de “viralidade fabricada”, que repostavam conteúdo que já era viral para atrair seguidores, uma ferramenta benquista entre golpistas, caça-cliques e traficantes de influência russos.^[19] Os trambiqueiros virais, eles descobriram, guiavam 64% da desinformação e 19% do tráfego entre *todas as páginas do Facebook* — números chocantes, apesar de relativamente fáceis de derrubar. Mas quando os pesquisadores levaram suas conclusões a Zuckerberg, ele “despriorizou” o trabalho. O Facebook manteve as duas conclusões em segredo.

Com as plataformas maquiando tudo como sempre e 6 mil pessoas morrendo de covid por dia, um terço delas norte-americanas, até maio o mundo já estava a postos para *Plandemic* [Planodemia]. O vídeo, um falso documentário com 26 minutos de duração, foi publicado em 4 de maio no Facebook e no YouTube. Apresentava um cientista pioneiro do HIV (na verdade, um ex-pesquisador desacreditado) conforme revelava, segundo o narrador, “a epidemia de corrupção que põe todas as vidas humanas em risco”. O vídeo afirmava que o vírus havia sido projetado para criar uma justificativa para vacinas perigosas, visando o lucro, que máscaras provocavam doenças, que a hidroxicloroquina, um remédio usado contra malária, era um preventivo contra a covid, e muitas outras alegações.

A rota que o vídeo percorreu até viralizar revelou, e talvez entalhou, as trilhas das redes sociais pelas quais boa parte do caos de 2020 iria fluir.^[20] Começando por grupos de *antivaxxers*, conspiracionistas no geral e o QAnon, sua história afirmava as visões de mundo de cada um. Ampliava sua noção de que estavam lutando

em um grande conflito. E os mobilizava em torno de uma causa: a oposição às forças sombrias por trás da covid. Dentro de uma semana, *Plandemic* se espalhou entre comunidades de medicina alternativa, a seguir entre influenciadores da área de bem-estar, depois entre páginas genéricas de estilo de vida e ioga.^[21] Circulou de maneira independente por páginas e grupos que se opunham a quarentenas, depois entre páginas pró-Trump, depois entre páginas de qualquer causa social ou cultural que tinham o mínimo alinhamento conservador. Cada ambiente assumiu aquilo como um chamamento às armas, entrelaçado a sua identidade coletiva. Muitos levaram o vídeo ao Twitter e ao Instagram, recomeçando o processo. Em um roteiro que já estava ficando monótono, as empresas de mídias sociais só reagiram depois que agências de notícias começaram a ligar pedindo que dessem declarações a respeito.^[22] Aí já era tarde. Embora tivessem apagado o vídeo em si, suas alegações e convocações já haviam entrado fundo na corrente sanguínea digital e têm ressurgido em conspirações nas redes sociais desde então.

Em agosto, Andy Pattison, o oficial da oms, concluiu que teria que mudar de tática com o Vale do Silício, e por completo. “Os desafios que tenho com eles são colocar sustentabilidade e maturidade acima do lucro absoluto”, disse a uma publicação sobre desenvolvimento, falando de modo mais áspero do que faria com veículos de imprensa.^[23] “E essa é uma conversa difícil, porque todas querem resultado financeiro.”

Ele se reuniu regularmente com contatos das empresas durante a pandemia. Mas as provas de prejuízo ao mundo real continuavam crescendo. Norte-americanos que usavam Facebook, Twitter ou YouTube, segundo um estudo, tinham mais chance de acreditar que a vitamina C poderia tratar a covid com eficácia ou que o governo

havia fabricado o vírus.^[24] Milhões estavam se opondo às máscaras e ao distanciamento social e viriam a recusar vacinas. Médicos informavam que cada vez mais pacientes não aceitavam tratamentos que podiam salvar sua vida com base em algo que tinham lido na internet, tal como as famílias brasileiras assoladas pelo zika haviam feito um ano antes, geralmente citando conspirações do mesmo tipo.^[25] Trump, tanto guiando a ira da internet quanto guiado pela mesma ira que impregnava sua base de apoio na internet, deu estímulo a cada etapa, impulsionando curas fajutas para a doença e prometendo “libertar” estados com medidas de lockdown.>

“Mais provas de uma Planodemia” foi a mensagem que um homem da Califórnia enviou a seu primo em outubro, com um link para um vídeo do TikTok, o tipo de intercâmbio que havia se tornado rotina na vida norte-americana.^[26] “Não abrace nenhum vacinado, sintomas estão diretamente relacionados a excreção de vacina”, respondeu o primeiro, referindo-se a uma conspiração propagada pelo Facebook.^[27] Os dois estavam com covid. Eles passaram dias trocando mensagens entre si, atribuindo seus sintomas a médicos calculistas ou a vacinas, com base em boatos que tinham visto na internet, segundo mensagens que depois foram recuperadas pela escritora Rachel McKibbens, irmã de um deles.^[28] “O maldito hospital me deixou muito pior. Meus pulmões não estavam tão ruins quando cheguei lá”, escreveu o irmão de McKibbens. Ele tinha certeza de que a equipe do hospital estava “nessa só pela grana”.

Conforme a condição de saúde dos dois piorou, ambos correram atrás de evidências de que os boatos nas redes estavam certos, tendo um deles atribuído o fluxo menstrual mais intenso da esposa a vacinas, com base em uma mentira propagada no Instagram. Um

recomendava ao outro tratamentos fajutos que haviam circulado no YouTube e no Facebook. Acima de tudo, um instigava o outro a recusar conselhos de médicos, autoridades de saúde, até os de McKibbens. O irmão dela foi hospitalizado quando os sintomas pioraram. Porém, certo de que os médicos o estavam envenenando, com base no complô do qual ouvira falar várias vezes na internet, ele recusou tratamento e deixou o hospital, entocando-se em casa. Ali morreu, sozinho, dias depois.

Roubando e atirando

Conforme populações inteiras desabavam na desinformação sobre saúde pública no meio daquele ano, uma segunda toca de coelho se abria em paralelo nas redes sociais, atraindo homens brancos deprimidos que buscavam comunidade e propósito. Era um perfil demográfico que, embora menor que aqueles que sucumbiam às conspirações da covid, se provaria quase tão perigoso assim que as plataformas houvessem cumprido sua função. A direita alternativa na internet, antes focada em pouco mais que Gamergate e memes de Pepe the Frog, foi recrutada para um mundo de grupos que se autodenominavam milícias preparadas para o colapso social que, elas tinham certeza, era iminente.

Para Steven Carrillo, primeiro-sargento de 32 anos da Força Aérea, a mudança entre se vangloriar sobre violência em grupos no Facebook e praticar atos violentos de fato começou em março de 2020, quando um colega usuário lhe mandou em mensagem: “Começa a prep dessa op... Vou dar prossegue nuns porra”. Ele respondeu: “Boa, mano!”.^[29]

Carrillo havia chegado aos grupos depois de uma vida tumultuada. Ele cresceu pobre, vivendo entre a casa dos pais, em uma cidadezinha da Califórnia, e a dos avós, na zona rural do México. Em 2015, sofreu traumatismo craniano em um acidente de carro, o que embruteceu sua personalidade, antes vivaz, e em 2018 perdeu a esposa para o suicídio. Depois disso, entregou os filhos aos sogros e foi morar numa van.

“Ele estava totalmente desligado da realidade”, disse sua irmã.^[30] Mas a Força Aérea o enviou para o Oriente Médio durante boa parte de 2019. Amigos na base o

apresentaram a grupos do Facebook que se diziam milícias. Na verdade, eram páginas de bate-papo dedicadas a fantasias de insurreição ou de guerra civil. Elas ofereciam aos integrantes um sentido no mundo, enquadrando-os dentro da narrativa dos extremistas de que a crise individual tem resposta na solução coletiva, tal como incels do Reddit haviam encontrado comunalidade imaginando um levante contra feministas ou usuários do 8chan exaltavam genocídios até que Brenton Tarrant foi às vias de fato na Nova Zelândia. O grupo de Carrillo havia se nomeado, usando ironia similar, Boogaloo. Era uma coisa que começara como meme do 4chan. Usuários do site convocavam uma insurreição nacional, pensada para derrubar o governo e lançar uma utopia da direita, invocando “Guerra da Secessão 2: Electric Boogaloo”, um jogo com o filme *dance* dos anos 1980 *Breakin' 2: Electric Boogaloo*.^[16]

No segundo semestre de 2020, conforme as plataformas fizeram nascer comunidades que viam os lockdowns exatamente como a tomada do poder prevista em conspirações virais — como as de *Plandemic* ou do QAnon —, os algoritmos das redes sociais identificavam páginas de milícia antes obscuras, tais quais Boogaloo, exatamente como o tipo de coisa que atrairia aqueles usuários a entrar ainda mais fundo nos mundos online. As postagens do Boogaloo se espalharam tão rápido por Facebook, Twitter, Instagram e Reddit que um grupo de monitoramento de extremistas alertou que “insurgências virais” estavam “crescendo à vista de todos”.^[31] Conspiracionistas da covid, interligados às causas de milícias pelos algoritmos das plataformas, trouxeram recrutas a essas milícias, além de uma causa nova e urgente, enquanto elas davam aos conspiracionistas a sensação de propósito: o conflito final e iminente com o governo. Crise e solução. Assim como movimentos

similares do 4chan ao Facebook, o Boogaloo e outras milícias cujos adeptos postavam sobre provocar uma guerra civil pareciam estar na maior parte sinalizando sua filiação ao endogrupo, não uma intenção sincera. Mas alguns perderam a noção da diferença; proliferavam instruções para explosivos e armas de fogo de improviso, feitos em casa. Um arquivo de “Táticas Boogaloo” compartilhado no Facebook e no Instagram os instruía a aguardar para cometer os “assassinatos políticos” contra “os tecnocratas” até que os “crimes” destes fossem “provados em público”, mas, independentemente disso, de modo mais imediato, “algumas pessoas vão rodar”.^[32] Membros do Boogaloo começaram a aparecer em manifestações antilockdown, fortemente armados, esperando o início dos tiros.

Ao longo do início de 2020, Carrillo, agora de volta à Califórnia, onde tinha engatado um namoro, passava cada vez mais tempo nas páginas do grupo e adotou o Boogaloo como identidade. Ele adornava seu perfil do Facebook com memes de milícia e, em março, adquiriu um componente de AR-15 através de um site que fazia publicidade do Boogaloo em grupos do Facebook, e que prometia doar parte de seus lucros à família de um suposto membro que havia sido morto naquele mês em confronto com a polícia.^[33] Semanas depois da sua troca de mensagens sobre o planejamento de uma “op”, Carrillo entrou em grupos fechados no Facebook e no WhatsApp, só acessados por convite a membros do Boogaloo de cada região, onde planejavam encontros para “treinos de tiros” e discutiam planos vagos de detonar a guerra civil matando policiais.^[34] Um arquivo de “integração à equipe” que ele preencheu em abril lhe informava, conforme o faz de conta de videogame comum a esses grupos: “Nossas Áreas de Operação

podem nos levar da lama ao centro comercial num piscar de olhos”.

O Boogaloo era só um grupo entre vários. No mesmo mês, ativistas pró-armas de fogo de extrema direita montaram páginas no Facebook de estado em estado, convocando moradores a se manifestarem contra as ordens para ficar em casa. Embora os ativistas tivessem pouco alcance preexistente, seus grupos atraíram 900 mil usuários, um sinal de promoção algorítmica.^[35] Apenas dezenas participaram de cada mobilização, alguns carregando fuzis estilo M15. Mas milhares se mantiveram ativos nas páginas, que, com o tempo, se mesclaram a comunidades maiores de repúdio e conspiração que as plataformas continuaram a mesclar em um todo maior, incentivando essas identidades e causas a se confundir.^[36]

A violência organizada no Facebook ficou mais frequente e mais excessiva. No Arkansas, no mês de maio, membros de uma milícia da plataforma invadiram a propriedade da mansão do governador e o queimaram em efígie. Em Washington, os organizadores sugeriram que uma mobilização poderia culminar em ataques a moradores locais que, como os organizadores ficaram sabendo por boletins policiais, haviam delatado estabelecimentos que se opuseram às ordens de fechamento por conta da covid. Embora os ataques em si nunca tenham se concretizado, 1500 manifestantes compareceram, muitos deles armados.

As milícias, os conspiracionistas da covid e as comunidades pró-Trump solidárias também começaram a ganhar premência de vida ou morte de outra causa com a qual as plataformas as conectavam: o QAnon. Com ajuda do algoritmo, a crença no QAnon agora infundia todas essas causas antes à parte, tal como Renée DiResta havia descoberto o recurso de grupos do

Facebook mesclando *antivaxxers* com o Pizzagate (a conspiração antecessora do QAnon) ainda em 2016.^[37]

Nina Jankowicz, pesquisadora da desinformação, se deparou com uma trilha típica no meio daquele ano.^[38] Ela procurava “medicina alternativa” no Facebook, entrava em um dos grupos de maior destaque, depois seguia a barra de “grupos relacionados”, gerada automaticamente pela plataforma, que levava com frequência a páginas de Q. Era um trajeto breve e brutalmente eficiente que ameaçava atrair qualquer um em busca de tratamentos para a covid numa época em que a ciência ainda não tinha nenhum. O padrão se desenrolava por todas as grandes plataformas, convertendo o medo e o desnorreamento dos norte-americanos primeiro em uma crença mais suave em conspiração, depois em QAnonismo escancarado, um grande impulsionador de engajamento nas plataformas. Canais sobre bem-estar no YouTube e influenciadores de preparo físico no Instagram vagavam de astrologia e conspirações com coronavírus ao QAnon. A maior conjunção antivacina do Facebook se encheu de alertas de Q.^[39] O TikTok foi inundado por conspirações do Pizzagate.^[40] Uma tiktoker de vinte anos, que ajudara a desencadear o renascimento do Pizzagate, disse que havia ficado sabendo por um vídeo do YouTube. Quando os produtores de *Plandemic* lançaram uma continuação, o vídeo foi impulsionado predominantemente por páginas de Q.

Com o princípio da pandemia, a causa QAnon, em meio a seu folclore e esoterismo quase impenetrável de tão denso, havia se fiado em uma crença central: o presidente Trump e generais leais a ele estavam prestes a promover um golpe militar glorioso que iria derrubar o conluio que orquestrara o Pizzagate e que dominava secretamente a vida dos Estados Unidos. No expurgo

subsequente, os militares iriam executar dezenas de milhares de democratas traidores, financistas judeus, burocratas federais e progressistas culturais no National Mall. Os adeptos de Q, a maioria dos quais se reunia no Facebook ou YouTube e nunca se aventurava em fóruns extremos onde os “drops” de Q começaram, ficaram sabendo que tinham um papel crucial, nem que fosse para seguir regras e ajudar a espalhar a palavra.

Naquele meio de ano, 97 ditos adeptos do QAnon iam concorrer no escrutínio partidário para o Congresso; 27 deles viriam a ganhar.^[41] Dois concorreram como independentes. Os outros 25 estavam entre os indicados republicanos com boas chances de chegar à Câmara dos Representantes. Memes e referências do QAnon dominavam páginas de milícias, intensificando a ideia de que a violência seria tão virtuosa quanto inevitável.

Em fins de maio, Ivan Hunter, o integrante do Boogaloo com o qual Carrillo havia trocado mensagens sobre uma “op”, entrou num carro com vários outros e foi até Minneapolis, onde manifestações pelo assassinato de George Floyd, um homem negro desarmado morto por policiais, estavam pegando fogo. Os homens se reuniram em frente a uma delegacia que fora tomada por centenas de manifestantes. Hunter gritou: “Justiça para Floyd”, ergueu um fuzil estilo Kalashnikov e disparou treze vezes contra o prédio.^[42] Ninguém ficou ferido. Ele provavelmente esperava, tal como os Boogaloos costumavam escrever na rede, desencadear violência entre manifestantes e polícia até a coisa virar guerra.

Dias depois, em 28 de maio, Carrillo postou um vídeo de manifestações do Black Lives Matter em um grupo do Boogaloo no Facebook que ele frequentava: “Agora está na nossa costa, isso tem que ser no país inteiro... é uma grande oportunidade de mirar os rapazes da sopa”, escreveu, uma referência à “sopa de letrinhas” das

agências com siglas, como o FBI, cujos agentes os Boogaloos falavam em matar para incitar o conflito geral que desejavam. E complementou: “Temos multidões de gente furiosa do nosso lado”.^[43] Outro usuário da região, Robert Justus, respondeu: “Vamos pro *boogie*”. Naquela noite, Carrillo pediu a namorada em casamento com um anel de plástico de 25 dólares, que ele prometeu trocar por um de diamante, e fez as malas para partir pela manhã.^[44]

As páginas do Boogaloo como a dele não geravam essa noção de conflito civil iminente por conta própria. Elas a absorviam das plataformas sociais, que eram permeadas por esse tipo de coisa. Naquela mesma noite, 28 de maio, Trump, tanto guiando quanto servindo-se de tal postura, postou no Twitter e no Facebook que, se as autoridades de Minneapolis não reprimissem as manifestações do Black Lives Matter, ele ia “mandar a Guarda Nacional & fazer como tem que ser”.^[45] E completou: “Qualquer empecilho e nós assumimos o controle, mas, quando começarem os saques, começam os tiros”. Sua última frase, que ecoava a jura infame de um chefe de polícia em 1967 de fechar o cerco contra os bairros negros, aparentemente incentivava violência letal num momento em que as tensões estavam no ápice, conflitos de rua estavam crescendo e tanto a polícia quanto milícias de extrema direita estavam em condição de acatar.

O Twitter colou uma mensagem de alerta à postagem de Trump, dizendo que ela ia contra as regras de “exaltar violência”, e limitou sua circulação. Mas Zuckerberg declarou que, embora a considerasse “incendiária e semeadora de discórdia”, o Facebook ia deixá-la no ar.^[46] “Achamos que as pessoas precisam saber se o governo planeja usar a força”, explicou. Era uma forma estranha de justificar — amplificar a incitação à violência em prol

da conscientização do público. Zuckerberg ligou pessoalmente para Trump para reiterar as políticas do Facebook. Depois fez uma reunião com toda a empresa para defender sua decisão, que funcionários haviam condenado internamente.

As tendências das plataformas estavam afetando todo mundo, não só quem era da direita pró-Trump. No mesmo dia da postagem de “saques e tiros” do presidente, um jornalista de Minneapolis publicou fotos de manifestações do Black Lives Matter na sua cidade. Usuários de esquerda do Twitter perguntaram se as fotos podiam levar à prisão dos manifestantes. Outros usuários ganharam mais atenção dizendo que as fotos, mais do que risco de prisão, garantiam o assassinato dos manifestantes. Eles citavam uma conspiração — desbaratada fazia bastante tempo — que afirmava que manifestantes fotografados em outras manifestações do BLM tendiam a morrer sob circunstâncias misteriosas.^[47] A indignação virou uma bola de neve, com dezenas de milhares de usuários acusando o fotógrafo de pôr vidas negras em risco, e de propósito. Muitos expressaram a vontade de vê-lo ferido ou morto; outros juraram cumprir a vontade. Alguns divulgaram seu número de telefone e endereço.^[48] Naquela noite, uma personalidade de esquerda do Twitter postou fotos das placas do carro de um jornalista da CNN, dizendo serem de “*provocateurs* mentirosos” que haviam se infiltrado no BLM para ajudar a polícia.^[49] A postagem ganhou 62 mil interações, provavelmente chegando a milhões. Naquele fim de semana, manifestantes atacaram um cameraman da Fox News em Washington enquanto outros invadiram a sede da CNN em Atlanta. Incidentes de manifestantes atacando jornalistas, embora menos frequentes do que ataques a jornalistas por parte da polícia, prosseguiram por todo o terceiro trimestre.

Na noite seguinte, 29 de maio, Carrillo e Justus pegaram uma van até os arredores de uma manifestação do BLM em Oakland. Depois de circular, Carrillo foi para os fundos, abriu a porta do veículo e apontou um fuzil de alta potência contra dois guardas da Homeland Security em frente a um prédio federal. Atirou em ambos e matou um. Ele e Justus abandonaram a van, que depois foi encontrada cheia de armas e material para a confecção de bombas.

Até o ponto em que se pode considerar as motivações de Carrillo convincentes, ele aparentemente esperava que seu ataque fosse atribuído ao Black Lives Matter e desencadeasse mais violência. Graças às tendências de afirmação partidária das redes, ele conseguiu atingir pelo menos seu primeiro objetivo. A polícia não havia nem identificado Carrillo publicamente quando páginas do Facebook pró-Trump ganharam centenas de milhares de interações atribuindo a culpa da morte do policial de Oakland aos “tumultos” do BLM, a “terroristas domésticos de esquerda” e a “mais uma cidade democrata mal administrada”. Descreveram o acontecimento como o último em uma onda de violência atizada por “democratas, a imprensa conglomerada & a campanha do Biden”, uma extensão da tirania dos “lockdowns dos democratas” e das minorias sem controle.

Ao longo dos dias seguintes, Carrillo trocou mensagens pelo WhatsApp com outros membros do grupo, entre os quais Hunt — que estava escondido depois dos disparos contra a delegacia de Minneapolis —, para planejar mais atos de violência. Porém, uma semana após o ataque, a polícia rastreou o paradeiro de Carrillo até sua casa em uma cidadezinha rural chamada Ben Lomond. Quando chegaram, ele estava em um morro próximo, aguardando para fazer uma emboscada. Disparou várias vezes com um AR-15 artesanal e jogou explosivos improvisados, matando um policial e ferindo vários. Havia mandado

mensagens aos amigos, pedindo reforços, mas depois de meses de tagarelice encorajadora, eles o ignoraram. Ferido pelo revide da polícia, Carrillo fugiu em um carro roubado, mas logo foi capturado. A polícia descobriu que ele escrevera “*boog*” com o próprio sangue no capô. A troca de tiros se desenrolara a menos de setenta quilômetros da sede do Facebook.

Carrillo, que continua sem se desculpar, casou-se posteriormente em uma cerimônia na penitenciária com a namorada a quem havia pedido a mão na véspera das mortes. Seu amigo Robert Justus, que também foi preso, disse aos promotores que Carrillo o obrigara a acompanhá-lo. Em janeiro de 2022, a irmã de um dos agentes que ele assassinou processou o Facebook, alegando que a empresa deixou conscientemente seus algoritmos promoverem e facilitarem o extremismo violento que levou à morte do irmão.^[50] Embora as chances de o processo vingar sejam poucas, ele representa a noção de que a cumplicidade aparente do Vale do Silício na desintegração do país desde 2020 não podia ser ignorada — uma constatação que, em questão de horas após o crime de Carrillo, já havia começado a chegar aos próprios funcionários das empresas.

Atrito

Na segunda-feira, 1º de junho, uma semana depois do assassinato de George Floyd e três dias após o ataque de Carrillo, centenas de funcionários do Facebook deixaram mensagens de ausência temporária, proclamando que, por um dia, se recusavam a trabalhar. Alguns assinaram petições exigindo dos chefes mudanças no contingente e nas políticas. A novidade era que muitos condenavam o patrão em público. “A inércia do Facebook em derrubar a postagem de Trump que incitou violência me causa vergonha de trabalhar aqui”, tuitou a engenheira Lauren Tan. “Isso não está certo. Silêncio é cumplicidade.”^[51]

A função da paralisação era nominalmente se manifestar contra a recusa do Facebook, alguns dias antes, de derrubar a postagem de Trump que ameaçava mandar a Guarda Nacional atirar nos manifestantes por justiça racial. Mas até isso foi, como muitos disseram, apenas a afronta final. Em uma época de violência crescente e desinformação letal, o Vale do Silício, depois de recrutar os engenheiros mais talentosos do mundo com a promessa de que eles ajudariam a salvar o mundo, parecia estar estimulando, até guiando, males sociais que ameaçavam rasgar os Estados Unidos ao meio, tal como haviam feito em Mianmar e no Sri Lanka. Como se quisesse reforçar o argumento dos funcionários, no dia da paralisação, a pauta dominante no Facebook era a desinformação que atribuía o duplo homicídio de Carrillo ao Black Lives Matter.

A paralisação marcou o início de uma disputa pública e crítica entre os líderes do Vale e uma aliança, em grande parte inédita, que se levantou contra eles: seus próprios funcionários, seus próprios anunciantes, ativistas de destaque nos direitos civis e, mais tarde, lideranças do

Partido Democrata. Era uma situação categoricamente diferente de enfrentar analistas externos ou programadores dissidentes que, até então, vinham liderando as críticas ao Vale. Era um desafio significativo aos principais interesses comerciais do Vale, que eram apresentados, segundo seus participantes, em nome de um mundo que cada vez mais via essas empresas como grande ameaça.

Os receios quanto à desinformação nas eleições vinham crescendo fazia meses. Em fins de maio, no dia após o assassinato de Floyd, Trump havia postado uma enxurrada de mentiras em oposição às políticas de voto antecipado na Califórnia, tendo escrito: “Vai ser uma Eleição Armada”. Depois de anos viabilizando Trump, o Twitter afinal agiu. Mais ou menos. A plataforma anexou uma caixinha dizendo “Conheça os fatos”, com link para uma página à parte que delicadamente fazia a checagem das afirmações do presidente. Foi um gesto, acima de tudo, simbólico.

Após a paralisação do Facebook, em um lenitivo aos funcionários, Zuckerberg anunciou que apoiava o BLM. Mas, no mesmo dia, a postagem mais popular da plataforma foi um vídeo de Candace Owens, personalidade de direita, afirmando que “brutalidade policial com motivação racial é mito” e que George Floyd era “bandido” e “péssimo ser humano”.^[52] O vídeo foi assistido 94 milhões de vezes, quase tanto quanto a final do campeonato de futebol americano.

Ao longo de junho, saíram matérias a respeito de Joel Kaplan, o lobista conservador na folha de pagamento do Facebook, ter diluído as políticas da empresa de modo a proteger Trump de regras contra a desinformação, efetivamente estimulando o empenho do presidente em usar a plataforma para pressionar autoridades públicas a reprimir a votação e atrapalhar as eleições.^[53] Para

muitos, era prova de que, mesmo com tudo que estava em risco, o Vale do Silício não era digno de confiança para fazer o certo. Grupos de defesa dos direitos civis comandaram uma campanha, Chega de Ódio por Lucro, fazendo pressão em anunciantes para boicotar o Facebook.^[54] Várias empresas e agências de publicidade aderiram. Algumas travaram orçamento publicitário da ordem de 100 mil dólares por dia.

É improvável que isso tenha feito algum arranhão nos 80 bilhões de dólares que a empresa fatura por ano com publicidade. Mas a ameaça às contas inspirou algo parecido com uma atitude, e não só no Facebook. Em fins de junho, Facebook e Instagram baniram o Boogaloo de suas plataformas.^[55] O YouTube derrubou vários extremistas brancos, entre os quais Richard Spencer, organizador da Unite the Right — quase três anos depois do ocorrido em Charlottesville.^[56] Talvez o mais significativo seja que o Reddit fechou 2 mil comunidades que declarava terem se envolvido em discursos de ódio, entre elas The_Donald, o ponto de encontro não oficial da extrema direita na internet.^[57] As medidas repressivas foram o ponto de virada, o reconhecimento implícito de que hospedar ódio tinha sido efetivamente uma política de apoio à sua difusão. Nessas plataformas, discursos do bem não iam derrotar naturalmente os do mal. Ainda assim, as remoções aconteceram, como tantas outras, tarde demais. A identidade e o modo de pensar dos insurrecionistas e nacionalistas brancos, junto a dezenas de conspirações e mentiras que lhes davam justificativa, já eram endêmicos, estavam entranhados nas comunidades maiores, do mundo real, nas quais as plataformas os haviam inculcado com tanta eficiência.

Os críticos do Vale continuaram fazendo pressão por mais mudanças. Um programador do Facebook, cujo último dia na empresa por acaso seria 1º de julho, postou

uma mensagem de despedida de 24 minutos, na qual alertava: “O Facebook está fazendo mal em larga escala”. A empresa estava se “encurralando na nossa ideologia da liberdade de expressão”, disse o programador, ladeado por bonecos de pelúcia e usando uma série de camisetas coloridas do Facebook. “É o nosso fracasso. E o pior é que sagramos esse fracasso a nossas políticas.”^[58]

A ameaça crescente de macular a empresa aos olhos de anunciantes foi o bastante para Zuckerberg e Sandberg se reunirem, no início de julho, com os grupos de boicote. As lideranças de defesa dos direitos civis saíram irritadas, dizendo aos jornalistas que se sentiram tratadas como crianças, com promessas vazias, e como loucas, com alegações de progresso que pareciam propositadamente desconhecer a tecnologia da própria empresa.^[59] O relato delas soava familiar a qualquer jornalista que já houvesse entrevistado os autores de políticas do Facebook.

Coincidentemente, naquela semana, foi publicada uma auditoria independente das políticas e práticas do Facebook que estava em produção fazia dois anos.^[60] Sob pressão do público devido a seu papel na eleição de 2016 e em polêmicas subsequentes quanto a privacidade, a companhia a encomendara em 2018 de um escritório de advocacia de direitos civis, e vinha exibindo-a desde então como prova de seu compromisso com melhorias. Mas os auditores, a quem se deu o acesso que o Facebook havia sugerido que ia provar que os críticos estavam errados, concluíram que os algoritmos promoviam a polarização e o extremismo, que as políticas de conteúdo deixavam a desinformação eleitoral correr solta e que suas práticas internas não lhes davam sensibilidade perante os males do mundo real.^[61] As acusações estavam longe de ser novidade.

Porém, agora levantadas por auditores selecionados a dedo pelo próprio Facebook, baseadas parcialmente em informações internas e feitas não por funcionários dissidentes ou acadêmicos obscuros, mas por uma voz respeitada nos direitos civis, elas tinham peso especial com o público como confirmação oficial que superava tudo que as precedera. O relatório deixou as lideranças do Vale na defensiva: elas podiam tratar Guillaume Chaslot como ressentido ou Jonas Kaiser como equivocado, mas não podiam dar com a porta na cara de advogados de respeito sem correr o risco de promover mais rebelião entre funcionários ou anunciantes.

Por fim, em agosto, Facebook e Twitter fizeram o que até então era impensável: deletaram uma postagem de Trump. Ele havia publicado um vídeo chamando crianças de “quase imunes” à covid. Deixar a saúde de crianças em risco, enfim, fora longe demais. O YouTube fez o mesmo. (As empresas talvez esperassem que isso serviria de tiro de alerta, mas não mudou o comportamento do presidente. Dois meses e muitas mentiras depois, elas viriam a derrubar uma de suas postagens pelo mesmo motivo.) Nesse tempo todo, Trump continuou a se beneficiar da promoção algorítmica, cujo valor excedia em muito o peso de qualquer puxão de orelha. Seus números de engajamento no Facebook superavam os de Joe Biden em quarenta para um em setembro, quando Trump ficava para trás nas pesquisas — mais uma prova de que as plataformas não refletiam a realidade, mas criavam a sua. [\[62\]](#)

No mesmo mês, os Estados Unidos estavam cambaleando em direção a uma eleição na qual a própria democracia parecia em risco. Trump e alguns de seus aliados insinuaram que iriam intervir contra a votação por correio, a qual se esperava fosse favorecer o Partido

Democrata. Também sugeriram que a maioria conservadora na Suprema Corte fosse revogar a perda nas urnas. E que talvez eles se recusassem a entregar o poder. Espalharam-se temores de repressão a eleitores durante a eleição e de violência vigilante logo após. Nancy Pelosi, líder da Câmara, lamentando a penetração da desinformação do QAnon no Facebook, disse: “Não sei como o comitê de diretores do Facebook ou seus funcionários de escalão mais alto conseguem se olhar no espelho. Está evidente que eles já optaram. Seu plano de negócios é lucrar com veneno, e é esse o caminho que escolheram”.^[63]

Sob pressão, o Facebook anunciou naquele mês que iria barrar candidatos de declarar vitória falsamente e que derrubaria quaisquer postagens que citassem a covid para desincentivar a votação presencial. Também impôs uma penalidade visivelmente mais leve para uma das táticas prediletas de Trump: “Ao conteúdo que tentar deslegitimar o resultado da eleição” ou “a legitimidade de métodos de votação” seria apenas fixado um “rótulo informativo”.^[64] Facebook e Instagram também não aceitariam novos anúncios políticos na semana anterior à eleição, inviabilizando qualquer tentativa de encaixar conteúdo que manipulasse eleitores nas plataformas no último minuto. O Instagram foi mais longe. Até a eleição acabar, usuários nos Estados Unidos que seguissem uma hashtag, independentemente do assunto, não conseguiriam mais organizar as postagens pelas mais recentes. “É o que estamos fazendo para reduzir a disseminação em tempo real de conteúdo potencialmente prejudicial que pode surgir perto da eleição”, afirmou uma declaração à imprensa.^[65] As duas mudanças, embora pequenas, cruzavam um limiar importante: frear os recursos básicos dos produtos para a melhoria da sociedade.

A um mês da eleição, o Twitter anunciou as mudanças mais substanciais de qualquer plataforma.^[66] Contas de muitos seguidores, entre os quais políticos, teriam regras mais rígidas que outras — o oposto das dispensas especiais do Facebook. Postagens que desafiassem as regras seriam apagadas ou ocultadas por um rótulo de alerta. Trump já tinha catorze desses rótulos, que serviam como checagem e como redutores de velocidade, diminuindo a facilidade com que usuários podiam ler ou compartilhar as postagens. O Twitter mais tarde barrou em definitivo usuários que retuitaram ou curtiram as postagens injuriosas de Trump. Com esses elementos de socialização excluídos, parece que o impacto dos seus tuítes teve uma queda considerável.

O Twitter também acrescentou um elemento em que peritos externos insistiam fazia tempo: atrito. Normalmente, usuários podiam compartilhar uma postagem apertando “retuíte” e promovendo-a instantaneamente nos seus feeds. Agora, apertar “retuíte” levantaria um aviso instigando o usuário a acrescentar uma mensagem pessoal. Forçava uma pausa, reduzindo o efeito de compartilhar. A escala da intervenção foi leve, mas seu efeito foi significativo: os retuítes caíram 20% no geral, afirmou a empresa, e a disseminação de desinformação foi junto. O Twitter havia diminuído o engajamento de propósito, contra seu próprio interesse financeiro junto a décadas de dogma do Vale do Silício insistindo que mais atividade online só poderia ser benéfica. O resultado, aparentemente, seria deixar o mundo menos mal informado e, portanto, mais rico.

O mais surpreendente foi que o Twitter desativou temporariamente o algoritmo que impulsionava sobretudo tuítes virais ao feed de notícias dos usuários mesmo que eles não seguissem o autor do tuíte. A

empresa chamou a iniciativa de “brecar” a viralização, um “sacrifício válido para incentivar a amplificação mais pensada e explícita”.^[67] Foi, até onde pude ver, a primeira e única vez que uma grande plataforma desligou seu algoritmo voluntariamente. Era a confissão tácita do tipo que as empresas haviam evitado por muito tempo: que seus produtos poderiam ser um perigo, que as sociedades ficariam mais seguras se aspectos desses produtos fossem desativados e que estava a seu alcance fazer uma coisa desse tipo.

Então começou a repressão ao QAnon. Boicotes parciais no início daquele ano, derrubando contas ou grupos selecionados, haviam se mostrado ineficientes. Por fim, Facebook e Instagram impuseram boicote total ao movimento em outubro, tendo o Twitter abatido aos poucos contas vinculadas a Q.^[68] A CEO do YouTube, Susan Wojcicki, disse apenas que a plataforma iria tirar vídeos que acusavam pessoas de envolvimento em conspirações ligadas a Q com fins de intimidação ou ameaça.^[69] A pequena modificação na regra foi a única mudança significativa de políticas do YouTube na corrida para a eleição. Mas, tal como tinha acontecido com o Boogaloo e tantas outras tendências sombrias, era tarde demais. Depois de anos de comunidades extremistas como essas se incubarem nas plataformas e se cultivarem até virar movimentos de massa, os embargos apenas as realocaram a plataformas mais privadas, onde tinham liberdade para cair ainda mais no extremismo. Mesmo nas plataformas tradicionais, muitos continuaram à espreita de algum modo. Também em outubro, agentes do FBI prenderam vários membros do Boogaloo que estavam estocando armas e explosivos em um complô para raptar e talvez matar o governador de Michigan. Eles haviam se organizado em parte em um grupo privado do Facebook.

A natureza mais ampla das plataformas continuou sem mudança. Nas semanas que antecederam a eleição, o Facebook se encheu de convocações à violência com mira nos inimigos de Trump. Pesquisadores digitais identificaram pelo menos 60 mil postagens convocando atos de violência política:^[70] “Os democratas terroristas são o inimigo e todos têm que morrer”, “Da próxima vez que virmos o SChiff, que seja pendurado na corda #morteaoschiff”. (Adam Schiff é o deputado democrata que comandou a primeira iniciativa de impeachment contra Trump.) Outros 10 mil convocavam uma insurreição armada se Biden vencesse. Dois milhões e setecentas mil postagens em grupos políticos, um número assustador, instigavam violência em termos mais gerais, tais como “matem” ou “atirem”.

Era exatamente o que eu tinha visto no Sri Lanka e em Mianmar — um grito de torcida crescente por sangue, explícito e em uníssono —, que em seguida fez essas sociedades desabarem nos atos de violência que haviam ameaçado praticar, e em grande número. Lembrei-me de Sudarshana Gunawardana, o ministro do governo cingalês que, assistindo à incitação propagada pelo Facebook tomar conta de seu país, tinha disparado alertas inúteis aos representantes da empresa, que não o ouviram. Depois que os distúrbios diminuíram, ele lamentou: “Somos uma sociedade, não somos apenas um mercado”. Agora era a vez de os norte-americanos implorarem ao Vale do Silício, que pouco ouvia, que lembrasse que não somos apenas um mercado a ser explorado, antes que fosse tarde demais.

No dia da eleição, dois candidatos Q conseguiram vaga no Congresso: Lauren Boebert, do Colorado, e Marjorie Taylor Greene, da Geórgia. Greene também fazia eco às afirmações de Alex Jones de que tiroteios em escolas eram armação e, lembrando que a violência política era

central à causa, certa vez havia curtido uma postagem do Facebook pedindo que Barack Obama fosse enforcado e outra que instigava “um tiro na cabeça” de Nancy Pelosi, líder do Congresso.^[71]

A ascensão do QAnon, contudo, foi ofuscada devido a outro acontecimento: Trump perdeu. Dois dias depois da eleição, quando a maior parte da imprensa ainda não comunicara o resultado formalmente, o Facebook anunciou que havia removido um grupo por motivos de desinformação eleitoral. Com o nome “Stop the Steal” [Chega de roubalheira], o grupo afirmava que a suposta derrota de Trump na verdade era um golpe de forças sombrias. A página angariou 338 mil membros em menos de um dia, um dos maiores crescimentos na história do Facebook.^[72] Ela se encheu de conspirações, convocações à violência e especialmente invocações do QAnon.

Ainda assim, com Trump descido do salto e prestes a terminar o mandato, talvez o extremismo online que ele tanto incentivara se dissipasse. Afinal de contas, o Vale do Silício sempre havia dito que suas plataformas apenas refletiam opiniões e fatos do mundo real. Talvez o pior tivesse passado.

A Grande Mentira

Richard Barnett, sessenta anos, empreiteiro e entusiasta das armas de fogo em uma cidadezinha do Arkansas, passou o fim de ano entrando fundo na toca de coelho. Obcecado pelo Facebook, ele compartilhava frequentemente as conspirações sobre a covid, antivacinas e pró-Trump que já estavam viralizadas e rodopiavam pela plataforma — um típico superpostador do Facebook, não muito diferente de Rolf Wassermann, o artista alemão que amplificava o que quer que a plataforma pusesse na sua frente. Mas Barnett estava absorvendo um ecossistema das redes sociais agora mais virulento do que o da Alemanha. Carregando um AR-15, ele participou de uma manifestação organizada via Facebook no capitólio do seu estado em setembro para reclamar das restrições em razão da covid. Um amigo comentou mais tarde que ele havia passado a acreditar que poderes das sombras queriam tirar proveito da pandemia para inserir microchips na testa das pessoas, um eco de *Plandemic* e das crenças do QAnon.^[73] Ele organizou um grupo de apoio à organização beneficente Save Our Children, que fora cooptada pelo QAnon para seu trabalho de oposição ao tráfico infantil.^[74] Na foto de um encontro em outubro, ele e uma dúzia de outros brandiam fuzis de estilo militar diante de uma placa que dizia “PEDÓFILOS MORTOS NUNCA SÃO REINCIDENTES”, uma referência codificada ao Partido Democrata.

Ele era típico da horda de usuários das redes sociais — alguns afiliados a milícias ou grupos do QAnon, alguns, como Barnett, só surfando no algoritmo — que, ao longo de 2020, estavam se armando para as grandes batalhas que suas conspirações lhes diziam estar gloriosamente próximas. Quando postagens virais do Facebook

declararam que a vitória de Biden era uma fraude, eles se encontravam a postos para acreditar e até para agir.

“Precisamos breicar este governo corrupto”, postou um usuário, três dias depois da eleição, em um grupo de milícia do Facebook cujas dezenas de milhares de integrantes já estavam se chamando de “prontos e armados”.^[75] Eles passaram a uma página privada, melhor para fazer planos. “Se não os eliminarmos agora, são eles que vão nos eliminar”, escreveu um. Outro respondeu: “É hora de dar cabo deles”.

Os grupos de milícias e Q, apesar de toda a sua influência nas plataformas, eram só uma facção pequena e supercomprometida de usuários pró-Trump. Mas os sistemas da plataforma rapidamente começaram a atrair massas maiores para o extremismo. E o fizeram promovendo conteúdo que forçava a mesma mentira que Trump estava empregando para tentar permanecer no cargo e que tinha avivado o grupo Stop the Steal, aquele que fora fechado de imediato. Trump havia vencido, os democratas tinham instituído a fraude eleitoral e os patriotas precisavam revogar o resultado forjado. É o que ficou conhecido como Grande Mentira. É impossível saber com certeza até que ponto ela chegaria sem as mídias sociais. Mas as plataformas a promoveram numa escala que, de outro modo, seria impossível e, talvez de modo mais potente, adestrou usuários para repeti-la entre eles como verdade premente. Na semana seguinte à eleição, as vinte postagens com mais engajamento no Facebook contendo a palavra *eleição* eram todas escritas por Trump.^[76] As vinte possuíam um rótulo que classificava a postagem como enganosa, o que aparentemente tinha pouco efeito. Suas postagens representavam 22 das 25 com mais engajamento nos Estados Unidos.

Boatos que validavam a mentira foram viralizados repetidamente. Biden admitia que a fraude da eleição

tinha sido disseminada, segundo se dizia aos usuários. Cédulas democratas na Pensilvânia traziam nomes de pessoas mortas. Um canal de direita do YouTube informou que mesários de Detroit haviam sido vistos carregando uma maleta de cédulas fraudulentas.^[77] Outro dizia a 1,8 milhão de inscritos que os pesquisadores de opinião tinham revogado as declarações de que Biden vencera. (Quando um jornalista perguntou ao operador do canal por que o YouTube não lhe havia imposto as regras de desinformação eleitoral, ele respondeu: “O YouTube tem sido muito bom”.)^[78] Uma personalidade do Twitter inventou reportagens sobre cédulas pró-Trump sendo “desovadas” em Michigan.^[79] Uma conta de destaque na desinformação, a @Breaking911, anunciou que um funcionário rebelde dos correios fugira para o Canadá com cédulas roubadas.^[80]

Em meados de novembro, pesquisadores do Facebook fizeram uma descoberta assustadora: 10% das visualizações de conteúdo político com base nos Estados Unidos, ou 2% das visualizações no geral, eram postagens afirmando que a eleição havia sido fraudada.^[81] Em uma plataforma tão vasta, que consistia em bilhões de postagens diárias englobando todas as notícias de todos os veículos de todas as cidades, bilhões de grupos de discussão sobre todo assunto que se possa imaginar, mais conversa fiada, fotos de família, classificados, a soma total da experiência humana, era chocante que uma única declaração — especialmente uma declaração falsa e perigosa — fosse superar tanto da cacofonia normal.

O YouTube não era nada melhor. As visualizações da Newsmax TV, um canal que promovia pesadamente conspirações de fraude eleitoral democrata, saltaram de 3 milhões em outubro para o número assustador de 133 milhões em novembro. Chaslot, mais uma vez

monitorando as recomendações do YouTube, descobriu que a plataforma estava impulsionando o Newsmax ao público depois que eles assistiam a veículos de notícias tradicionais como BBC, canais de esquerda e até *The Ellen DeGeneres Show*. De repente o Newsmax estava no 1% de canais mais recomendados do YouTube.^[82] Chaslot viu o mesmo padrão com a New Tang Dynasty TV, um atoleiro de desinformação eleitoral pró-Trump coordenado pelo movimento religioso Falun Gong, cujo público se multiplicou por dez. Vídeos do YouTube que propagavam a Grande Mentira foram vistos 138 milhões de vezes na semana após a eleição.^[83] Em comparação, 7,5 milhões de pessoas haviam assistido à cobertura da eleição em todas as grandes redes de TV. No início de dezembro, poucos dias depois de Chaslot publicar suas conclusões, o YouTube finalmente anunciou que ia derrubar declarações falsas de fraude eleitoral — mas, o que era bizarro, não ia derrubar vídeos falsos que já estivessem no ar e só puniria o descumprimento das regras após 20 de janeiro.

A plataforma continuou saturada de mentiras eleitorais.^[84] Qualquer um que recebesse notícias pelas mídias sociais tinha motivos para concluir, como fez Richard Barnett, o superusuário do Arkansas, que havia “montanhas de provas”, como escreveu ele na sua página no Facebook, que mostravam que Trump tinha ganhado de fato.^[85] Barnett amplificou a conspiração para seus amigos, cativando a indignação deles tal como a mentira cativara a sua, uma engrenagem obediente do maquinário da rede social.

Em 19 de dezembro, um mês e meio depois da eleição, Trump tuitou: “Grande protesto em Washington dia 6 de janeiro. Esteja lá, vai ser feroz!”. O Congresso ia confirmar a vitória de Biden naquele dia. Trump estava pressionando legisladores para dispensar os votos de

Biden, revogando a vitória do oponente de um modo que, na prática, era um golpe de Estado. Alguns legisladores republicanos já haviam sinalizado que concordariam, e dezenas efetivamente acataram. Talvez uma manifestação na Casa Branca, raciocinaram Trump e seus aliados, pudesse pressionar os indecisos.

Na internet, muitos dos apoiadores de Trump entenderam sua mensagem como validação de tudo que diziam uns aos outros havia meses. O conluio democrata abusador de crianças estava prestes a ser exposto, provavelmente executado. Trump ia convocar as Forças Armadas e seria bom que as milícias tementes a Deus estivessem lá para dar apoio. “#Patriotas precisam ser violentos como os BLM/Antifa! Esse é nosso sinal verde!”, escreveu um integrante do Proud Boys, um grupo de nacionalistas brancos, no Parler, um clone do Twitter que havia crescido como preferência da extrema direita depois dos boicotes das plataformas tradicionais. No TheDonald, um site de bate-papo baseado na subseção que foi banida do Reddit, mais de 80% das discussões que se referiam ao evento de 6 de janeiro incluíam convocações explícitas à violência. Algumas postavam mapas do prédio do Capitólio, marcando túneis e entradas.^[86]

Em fins de dezembro, muitos usuários estavam convergindo em um plano. Alguns levariam armas e explosivos a Washington. Outros instigariam uma multidão grande o bastante para vencer a polícia da capital. Eles iam invadir o prédio, impedindo a certificação do voto à força. E então, como escreveu um usuário do Parler, “Vamos matar o Congresso”.^[87] Todo um universo de grupos do Facebook, unidos como um só, promoveu a manifestação de Trump como a grande batalha pela qual vinham se preparando. Memes que pareciam panfletos, onipresentes na plataforma,

insistiam na participação, muitas vezes com slogans de milícias sugerindo o início da revolta armada. Muitos incluíam slogans do QAnon chamando a manifestação de “a tempestade”, o expurgo sangrento previsto por Q. E traziam uma hashtag que lembrava os planos de fóruns de extrema direita para o qual muitos dos grupos linkavam: #OccupyCongress [ocupar o Congresso].

“Este é o NOSSO PAÍS!!!”, escreveu Barnett na sua página do Facebook alguns dias antes do Natal, incitando usuários a se unirem a ele na manifestação.^[88] No mesmo dia, ele postou uma foto de si mesmo carregando um fuzil, junto a uma legenda que dizia que ele havia chegado ao mundo aos berros e pontapés, coberto de sangue, e que se dispunha a partir do mesmo jeito. Alguns dias depois, em 2 de janeiro, ele carregou uma placa de “República das Bananas EUA” para uma manifestação do “Stop the Steal” em sua cidadezinha do Arkansas, onde contou a um jornalista suas ambições de restaurar a suposta vitória de Trump. “Se você não gosta, pode mandar me pegar, mas não vão me derrubar fácil.”^[89]

Assim como em muitos casos anteriores, fosse com incels ou Boogaloos, o que havia começado como uma fanfarronice de internet a fim de encontrar comunidade em meio ao desnorreamento — em plataformas que recompensavam intensificação e criavam a falsa noção de consenso em torno das visões mais extremadas — se tornou a vontade sincera de tomar uma atitude. “Hoje tive uma conversa difícil com meus filhos, disse que talvez papai não volte de Washington”, escreveu um usuário do TheDonald um dia antes da mobilização.^[90] Sua mensagem, com *upvotes* de 3800 usuários, informava que ele planejava cumprir sua jura militar de “defender meu país de todos os inimigos, tanto Estrangeiros quanto Domésticos”.

O fórum se encheu de histórias como a dele. Eram mensagens de martírio, reverberações quase *ipsis litteris* daquelas feitas em vídeos e postagens por homens-bomba jihadistas um dia antes do feito. “Hoje eu disse adeus a minha mãe. Falei que tive uma vida boa”, escreveu outra.^[91] “Se nossos ‘líderes’ fizerem o que é errado e tivermos que invadir o Capitólio, eu vou. Vejo vocês lá, *pedes*”, escreveu ela, encerrando com uma referência ao apelido inspirado no YouTube e no Reddit que havia unido a comunidade durante anos.^[92] “Será a maior honra da minha vida lutar junto a vocês.”^[93] Usuários postaram dezenas de respostas de apoio: *“Aqueles prédios nos pertencem... Se tiver que ser, é as câmaras do Congresso que temos que derrubar, não a CB... Tragam as tábuas, tragam o cadafalso para o Congresso, estejam preparados na mente para arrancá-los de lá e atar os nós... Eu estarei de porte à mostra, assim como meus amigos. Não há policial que chegue em Washington para impedir o que vai vir”*.

Barnett chegou cedo aos arredores da Casa Branca em 6 de janeiro. Esperando Trump aparecer, ele pegou seu celular e postou um vídeo no Facebook. “Vamos chegar juntos”, disse. “Preparem-se para a festa.” Por volta do meio-dia, ao sul da Casa Branca, Trump começou a discursar. Conforme foi encerrando o discurso, ele disse à multidão: “Vamos caminhando até o Capitólio”, sugerindo que seria o próximo passo na empreitada, que agora já tinha semanas, de impedir o Congresso de certificar os votos eleitorais, como estava fazendo naquele momento. “Porque vocês nunca vão tomar nosso país de volta sendo fracos. Vocês têm que demonstrar força e têm que ser fortes”, disse Trump, saudado com um rugido de aprovação. Milhares passaram ao Capitólio, embora sem Trump, que, apesar de assegurar à multidão

que “estarei lá com vocês”, havia voltado à Casa Branca para assistir a tudo pela tv.

As outras líderes da insurreição, afinal de contas, talvez suas líderes reais, já estavam em solo, no bolso de cada participante que tinha um smartphone. O 6 de janeiro foi o ápice do trumpismo, sim, mas também um movimento construído nas e pelas redes sociais. Foi um ato planejado com dias de antecedência, sem planejadores. Uma coordenação de milhares sem coordenadores. E que agora seria executado pela vontade coletiva guiada pelo digital. Conforme pessoas chegavam ao Capitólio, encontravam mobilizados que haviam chegado antes provocando os poucos policiais de guarda. Um cadafalso de madeira, exibindo uma força vazia, tinha sido montado no local. A duas quadras dali, a polícia descobriu uma bomba caseira na sede do Comitê Nacional Republicano. Depois, outra no Comitê Nacional Democrata.

A presença policial continuaria escassa durante a maior parte do dia. Autoridades federais e do distrito, apesar de alertadas quanto à natureza das discussões na internet, simplesmente não viam a manifestação de Trump como a ameaça que era. Mesmo quando a violência começou, sua reação foi retardada por horas de impotência burocrática, como descobriu um relatório do inspetor-geral.^[94] Vários oficiais de alta patente se demitiram em desonra logo a seguir.

Conforme as multidões mobilizadas fizeram pressão contra as cercas, a matemática simplista da situação deve ter entrado em ação. Eles eram milhares: furiosos, aos gritos, muitos de capacete e parafernália militar. Seu único percalço, em algumas entradas, eram as barricadas de metal de dez quilos operadas por três ou quatro policiais com bonés, atrás dos quais a trilha estava aberta até o Capitólio. Uma hora após a exortação

de Trump, a multidão subjugou o perímetro externo. Uma hora depois, invadiu o prédio. Os legisladores lá dentro, seguindo seu trabalho de certificação dos votos, não tinham ideia do que estava se passando até a polícia entrar com tudo e barricar as portas.

“Entramos! Entramos! Derrick Evans no Capitólio!”,^[95] berrou Evans, deputado do estado da Virgínia Ocidental, em seu celular, transmitindo ao vivo para o Facebook, onde ele vinha postando fazia dias a respeito da manifestação.^[96] Em praticamente todas as fotos do cerco ao Capitólio, você vai ver desordeiros brandindo celulares. Eles estão tuitando, instagramando, fazendo lives no Facebook e no YouTube. Era, tal como os tiros em Christchurch no ano anterior ou os assassinatos dos incels dois anos antes, uma performance, realizada para e nas mídias sociais. Tanto era produto das redes que muitos dos participantes não viam distinção entre suas vidas online e a insurreição no mundo real que estavam cometendo como extensão das identidades moldadas por aquelas plataformas.

Muitos dos que abriram caminho até entrar usavam camisetas e bonés com a marca QAnon. Jake Angeli, um obcecado por redes sociais de trinta anos, havia pintado a bandeira dos Estados Unidos no rosto, vestido um chapéu com chifres e um traje de pele de animal, e se autodenominado “Q-Xamã”. Outros usavam camuflagem em estilo militar com insígnias de milícias do Facebook. Outro ainda se escondia atrás de uma máscara gigante de Pepe the Frog. “Ficamos empurrando, empurrando, empurrando e berramos ‘vai’ e berramos ‘atacar’”, narrou ao vivo no Facebook uma floricultora do oeste do Texas, Jenny Cudd, de 36 anos, enquanto adentrava os corredores. “Chegamos no alto do Capitólio, tinha uma porta aberta e entramos”, prosseguiu ela. “A gente arrombou a porta da sala da Nancy Pelosi e alguém

roubou o martelinho e tirou uma foto na poltrona dela com o dedo médio erguido pra câmera.”^[97]

O homem que ela havia visto era Richard Barnett, o conspiracionista do Facebook vindo do Arkansas. E a foto que ele tirou — com os pés sobre a mesa de Pelosi, vestindo camisa de flanela e calças jeans, com os braços estendidos em suposto júbilo e um celular ligado nas mãos — se tornou, antes de o cerco terminar, um símbolo da irreabilidade e humilhação daquele dia. Barnett, sorrindo para todos nós, se tornou o rosto de algo grotesco na vida norte-americana, algo cuja força muitos não haviam entendido até aquele momento, quando entrou marchando pelos corredores do poder e pôs os pés em cima da mesa.

Alguns tinham ido fazer mais do que lives. Um grupo de oito homens e uma mulher, usando parafernália militar sobre camisetas dos Oath Keepers, abriu caminho pela multidão até entrar no Capitólio. Eles mantinham contato via Zello, um aplicativo de apertar e falar, e Facebook, a plataforma na qual sua milícia havia surgido e recrutado. “Vocês estão executando uma prisão cidadã. Prendam esta assembleia, temos justa causa para atos de traição, fraude eleitoral”, disse um deles.^[98] “Entrei”, escreveu um no Facebook. “Todos os legisladores estão nos Túneis 3andares pra baixo”, respondeu outro. Um terceiro deu a ordem: “Todos os integrantes estão nos túneis sob a capital tranquilizem lá. Liguem o gás”.

Outros compartilharam a intenção dos Oath Keepers. Peter Stager, 41 anos, do Arkansas, disse em um vídeo do Twitter: “Todo mundo lá é pérfido traidor” e “A morte é o único remédio para quem está dentro do prédio”.^[99] Ele carregava uma bandeira dos Estados Unidos enquanto subia os degraus do Capitólio, encontrou um policial que fora derrubado pela multidão e o espancou com o mastro. Angeli, o “Q-Xamã”, deixou um bilhete

para Pence na sua mesa na câmara do Senado: “É só questão de tempo, a justiça vai chegar”. Pence escapara dos invasores por poucos metros. Mais tarde os legisladores apareceram dizendo que haviam se amontoado nas salas do fundo ou atrás de portas trancadas, temendo pela própria vida enquanto multidões em fúria andavam pelos corredores. Dominic Pezzola, membro dos Proud Boys depois acusado de entrar por uma janela do Capitólio, a qual quebrou com um escudo da polícia, “afirmou que, se botasse a mão em qualquer um, ia matar, incluindo Nancy Pelosi”, como relatou um informante do FBI.^[100] Segundo esse informante, Pezzola e amigos planejavam ir a Washington para a posse e “matar cada ‘fdp’ que pudesse”. Ex-amigos disseram ao Vice News que Pezzola havia ficado hiperativo no Facebook e que, de acordo com um deles, caíra numa “toca de coelho” das mídias sociais.^[101]

Cinco pessoas morreram durante a insurreição. Nenhuma tinha sido alvo; foi a violência animal da turba descontrolada que as matou. Brian Sicknick, policial de quarenta anos atropelado pela multidão e atingido por spray de pimenta duas vezes, voltou à base, desabou no chão e faleceu no dia seguinte. Um legista atribuiu o AVC que o matou a causas naturais exacerbadas pela violência.

A maioria dos restantes era de membros da turba — como tantos outros atraídos por causas extremistas, simultaneamente participantes e vítimas. Kevin Greeson, usuário do Parler de 55 anos e apoiador dos Proud Boys no Arkansas — que havia postado: “Carreguem as armas e tomem as ruas!” —, morreu de ataque cardíaco no meio da multidão.^[102] Benjamin Philips, de cinquenta anos, da Pensilvânia, que lançara uma rede social alternativa chamada Trumparoo, morreu de AVC. Roseanne Boyland, de 34 anos, da Geórgia, obcecada por

Facebook, desfaleceu ao ser esmagada em um túnel do Capitólio. A família de Boyland disse que ela havia descoberto a extrema direita da internet, depois o QAnon, enquanto procurava sentido na sequência de longos embates com o vício em drogas.^[103]

Ainda havia Ashli Babbitt, californiana de 35 anos, veterana da Força Aérea, dona de uma empresa de produtos para piscina que reordenara sua vida em torno do QAnon e tuitava cinquenta vezes ou mais por dia. Usando uma bandeira de Trump como capa, Babbitt se forçou contra uma janela de vidro quebrado em uma porta barricada e, a poucos metros dos legisladores que sua comunidade insistia que deviam morrer, levou um tiro de um policial do Capitólio. Morreu na hora. Assim como muitos na multidão, John Sullivan, usuário pesado das redes, filmou a morte de Babbitt.^[104] “Aquilo me comoveu, aquilo me aqueceu!”, disse Sullivan na gravação.^[105] Enquanto Babbitt caía em meio à multidão, com sangue escorrendo da boca, ele exclamou, maravilhado: “Cara, essa porra vai viralizar”.

No gramado do Capitólio, Matthew Rosenberg, jornalista do *New York Times* que correria para fazer a cobertura do caos, esbarrou em Barnett, já identificado pela foto tirada na sala de Pelosi minutos antes. Barnett fora para o gramado com a camiseta rasgada depois de alguma escaramuça dentro do Capitólio, segurando uma carta que pegara da mesa de Pelosi. Conversando tranquilamente com Rosenberg, mostrava a carta com orgulho, dizendo ao jornalista: “Deixei um bilhetinho indecente pra ela, botei os pés em cima da mesa e cocei as bolas”. Ele saiu andando rumo à multidão que agora zanzava à vontade na frente do Capitólio saqueado, bebendo cerveja e brandindo bandeiras, ostentando vitória.

Depois de centenas de prisões (entre elas a de Barnett) e de Trump sofrer o segundo impeachment, as ondas sísmicas viriam a reverberar por meses. Mas antes de o cerco terminar, elas já haviam reverberado até o Vale do Silício. “Será que podemos conseguir alguma coragem e atitude de verdade das lideranças em reação a essa conduta?”, escreveu um funcionário do Facebook no fórum interno da empresa enquanto a revolta se desenrolava. “Seu silêncio é no mínimo uma decepção e, na pior das hipóteses, crime.”^[106]

Em um fluxo de postagens internas, funcionários se enfureceram com a decisão do YouTube de deixar no ar uma postagem de Trump, escrita durante o cerco, que fazia uma incitação velada para que seguissem em frente: “São essas as coisas e os fatos que acontecem”, escreveu ele, quando uma vitória “esmagadora e sagrada” é “arrancada de grandes patriotas”. A relação da empresa com seus 50 mil e tantos funcionários já estava em baixa devido aos conflitos do ano anterior. Agora, conforme o Facebook permitia a Trump usar a plataforma para instigar uma insurreição enquanto ela se desenrolava, a frustração ferveu até transbordar. “Precisamos derrubar esta conta agora mesmo. Não é momento para meio-termo”, escreveu outro funcionário.^[107] Mas, em vez de agir contra Trump, a empresa congelou os comentários na discussão interna.

No dia seguinte, o sindicato dos empregados da Alphabet, que havia se constituído naquela mesma semana, emitiu uma declaração condenando a falta de ação dos seus funcionários. (A Alphabet é a empresa matriz de Google e YouTube.) “As mídias sociais encorajaram o movimento fascista que cresce nos Estados Unidos e estamos particularmente cientes de que o YouTube, um produto da Alphabet, tem papel central na ameaça cada vez maior”, escreveram.^[108]

Funcionários da Alphabet, prosseguiram, haviam alertado os executivos várias vezes sobre o papel do YouTube em “ódio, intimidação, discriminação e radicalização”, mas tinham sido “ignorados ou recebido concessões simbólicas”. Eles instavam a empresa, no mínimo, a “fazer Donald Trump seguir as regras da plataforma”.

Isso foi, se não uma mudança radical no Vale, pelo menos um cintilar de acerto de contas. Chris Sacca, um dos primeiros investidores do Twitter, tuitou: “Vocês, Jack e Zuck têm sangue nas mãos.^[109] Por quatro anos passaram pano para esse terror. Incitar violência lesa-pátria não é exercer liberdade de expressão. Se você trabalha nessas empresas, a culpa também é sua. Fechem”. À pergunta de por que também tinha responsabilizado os funcionários, Sacca respondeu: “Sinceramente, as únicas pessoas que eles ouvem são os funcionários que estão em volta. Na tecnologia, se você perde talentos, perde poder”.

Um dia depois da revolta, o Facebook anunciou que ia proibir Trump de usar seus serviços pelo menos até a posse, duas semanas depois. No dia seguinte, como Trump continuou tuitando em apoio aos insurretos, o Twitter também o derrubou. O YouTube, o último reduto, seguiu a deixa quatro dias depois. A maioria dos especialistas e boa parte do público concordaram que banir Trump era uma medida tanto necessária quanto tardia. Ainda assim, havia um desconforto inegável pelo fato de essa decisão estar nas mãos de meia dúzia de executivos do Vale do Silício. E não só porque eram agentes empresariais que não tinham sido eleitos. Para começo de conversa, as decisões desses mesmos executivos haviam ajudado a levar a crise das mídias sociais até esse ponto. Após anos da indústria curvando-se a Trump e aos republicanos, a proibição foi vista por muitos como interesseira. Afinal de contas, ela fora

implementada três dias depois de os democratas tomarem o controle do Senado, além do Congresso e da Casa Branca.

Os democratas, cuja ira só crescia, viram a proibição como uma medida superficial tomada apenas quando a saída de Trump do poder já tinha sido decidida. A campanha de Biden havia se comunicado em privado com o Facebook, ao longo da eleição, primeiro expressando preocupação, depois indignação com o que considerava falha da empresa em tomar uma atitude. “Nunca fui fã do Facebook, como vocês devem saber”, dissera Biden ao comitê editorial do *New York Times*, sugerindo que seu governo poderia revogar certas prerrogativas jurídicas das plataformas sociais. “Nunca fui um grande fã de Zuckerberg. Acho que ele é o verdadeiro problema.”^[110]

Um dia após a posse de Biden, dois democratas do Congresso enviaram cartas aos CEOs de Facebook, Google, YouTube e Twitter. Elas foram escritas por Tom Malinowski, outrora autoridade belicosa na defesa dos direitos humanos no Departamento de Estado, e Anna Eshoo, que representava desde 1993 o distrito da Califórnia que inclui o Vale do Silício. Os líderes do Partido Democrata vinham defendendo o Vale fazia décadas. Naquele momento, a congressista das próprias empresas era coautora de uma carta que lhes dizia: “Talvez não exista uma única entidade que seja mais responsável pela disseminação de teorias da conspiração em larga escala ou por estimular ressentimentos contra o governo do que as que vocês fundaram e que hoje administram”.^[111]

As cartas depositavam boa parte da responsabilidade pela insurreição nas empresas. “O problema fundamental”, escreveram eles ao CEOs de Google e YouTube,

é que o YouTube, assim como outras plataformas sociais, classifica, apresenta e recomenda informações aos usuários suprimindo-os de conteúdo com mais probabilidade de reforçar seus vieses políticos preexistentes, especialmente os arraigados a raiva, ansiedade e medo.^[112]

As cartas ao Facebook e Twitter foram parecidas. Todas exigiam mudanças de vulto nas políticas das plataformas, terminando com a mesma admoestação: que as empresas “comecem uma reavaliação fundamental da maximização do engajamento de usuários como base para a classificação e recomendação algorítmica”. As palavras incisivas assinalavam que os democratas haviam adotado a visão apregoada bastante tempo antes por pesquisadores, cientistas sociais e pelos silencionados dissidentes: que os perigos das mídias sociais não são apenas uma questão de moderar melhor ou de ajustar as políticas de conteúdo. Eles estão enraizados na natureza das plataformas. E são tão sérios que ameaçam a própria democracia dos Estados Unidos.

Houve outra mudança em janeiro: o QAnon praticamente veio abaixo. “Demos tudo que tínhamos.^[113] Agora precisamos manter a cabeça erguida e voltar à nossa vida, do jeito que for possível”, disse Ron Watkins, administrador do 8chan (agora rebatizado de “8kun”), que muitos suspeitavam ser o autor do material de Q, numa postagem na manhã da posse de Biden. No Telegram — um aplicativo social que havia ganhado popularidade com o QAnon conforme o Twitter aplicou maior atrito — ele instigou os seguidores a respeitar a legitimidade de Biden. Complementou: “Conforme adentrarmos o próximo governo, favor lembrar de todos os amigos e memórias felizes que construímos juntos nos últimos anos”.^[114] Na prática, Watkins estava dizendo ao

movimento — que, suspeitava-se, rondava os milhões, todos preparados para uma batalha final contra as forças malignas responsáveis por todos os males na nossa vida — para baixar armas. Depois disso, as postagens de Q, que já entrara em silêncio misterioso desde 8 de dezembro, cessaram.

A sensação de fim se espalhou. Um moderador do 8kun limpou os arquivos de “QResearch” no site e escreveu: “Estou apenas administrando a eutanásia a uma coisa que já amei”.^[115] Alguns começaram a postar despedidas. Outros tentavam entender: “Mods favor explicar por que Biden ainda não foi preso”.^[116] Um comparou assistir à posse de Biden com “ser criança e ver o presentão debaixo da árvore... aí você abre e descobre que era um pedaço de carvão”.^[117] Sem as plataformas tradicionais para acelerar sua causa ou interligar com as redes em geral, os adeptos restantes tinham poucos lugares para onde canalizar suas energias antes poderosas. Eles maquiavam cada vez mais a realidade, procurando a validação que nunca iam conseguir, ansiosos por uma solução para a crise psicológica que anos de radicalização haviam aberto neles.

“TUDO vai acontecer nos próximos 45 minutos”, escreveu um usuário no fórum Q durante a posse de Biden.^[118] Os democratas no palco, prometeu ele, “serão presos ao vivo diante das câmeras, com dezenas de milhões assistindo atônitos!”. Seria “o maior dia desde o Dia D”, e “os Estados Unidos vão se unir para festejar!”. Quando a posse prosseguiu normalmente, outro usuário lhe perguntou se estava bem. Ele insistiu que a vitória ainda ia chegar e, com ela, a volta à vida que havia lhe sido tirada. “Perdi amigos e namorada durante o último ano porque eles se recusavam a enxergar a verdade, agora finalmente vou me redimir”, escreveu. “Logo eles

vão voltar e pedir desculpas, esse é o dia mais feliz da minha vida.”[\[119\]](#)

Epílogo

Delatores

Uma janela se abriu nas semanas que se seguiram ao cerco ao Capitólio. Diferentemente das opiniões hesitantes de 2016 e 2018, agora havia, afinal, amplo entendimento quanto às consequências das mídias sociais. Repensar as plataformas até sua essência era uma coisa que se sentia necessária de um modo que não se sentia até então e, com boa parte do Vale do Silício perplexa, talvez até fosse possível. Especialistas em tecnologia e jornalistas da área ficaram elétricos com as novas possibilidades. Talvez serviços com assinatura, em que os usuários pagassem mensalidade para logar, pudessem acabar com o vício da indústria na receita publicitária e, assim, no engajamento. Talvez leis mais firmes de responsabilização as levassem a realinhar seus incentivos.

Mas a janela se fechou logo em seguida. As gigantes das mídias sociais tinham investido muito nos modelos financeiros e ideológicos do status quo para uma mudança tão radical. No geral, elas se basearam em métodos que conheciam bem: tecnologia automatizada e moderação de conteúdo em larga escala. O Twitter, por exemplo, aumentou um grau no seu “atrito”, somando avisos e intersticiais (“Quer ler o artigo antes?”) para desacelerar usuários que compartilhavam postagens compulsivamente. Foi uma mudança significativa, mas

longe da sugestão de Jack Dorsey de repensar a mecânica subjacente da plataforma, que se manteve. Dorsey depois renunciou ao cargo de CEO, em novembro de 2021, com suas promessas audazes não cumpridas.

Poucas semanas depois da insurreição, Zuckerberg anunciou que o sistema de recomendação do Facebook não ia mais promover grupos políticos — um passo com potencial para ser histórico e que enfraquecia um dos elementos mais perigosos da plataforma.^[1] Mas em um sinal de que as reformas da plataforma refletiam meros soporíferos à pressão do lado de fora, e não uma mudança sincera no raciocínio, foi a terceira vez que o Facebook anunciou essa mudança. As promessas anteriores, em outubro de 2020 e em 6 de janeiro, haviam sido praticamente vazias, como descobriram pesquisadores independentes.^[2] Foi só sob pressão dos legisladores democratas que a última promessa deu frutos reais.^[3]

Os reveses do Facebook haviam se iniciado antes da insurreição. Durante a eleição, a plataforma ajustara seu algoritmo para promover veículos de imprensa “abalizados” em vez de links hipersectários. Em dezembro, voltou atrás, restaurando as preferências originais do algoritmo.^[4] Naquele mesmo mês, o Facebook também anunciou que ia acabar com sua proibição a anúncios políticos, mas só no estado da Geórgia, onde duas eleições ao Senado em breve decidiriam o controle da Câmara. A empresa afirmou que estava acatando “especialistas”, que não nomeou e que supostamente haviam dito que anúncios políticos eram cruciais à “importância de expressar vozes”.^[5] Na verdade, grande parte dos grupos democráticos se opôs à mudança. O efeito foi imediato. Antes de a companhia abolir sua proibição de anúncios políticos na Geórgia, os feeds dos usuários mostravam sobretudo matérias do

Wall Street Journal e do *Atlanta Journal-Constitution*. Um dia após o Facebook mudar a regra, matérias do Breitbart, conteúdo sectário e anúncios políticos tomaram o lugar dos dois jornais.^[6] Depois de 6 de janeiro, críticos pressionaram o Facebook para restaurar os ajustes do algoritmo e a proibição de anúncios políticos. A empresa, afinal de contas, havia dito que as duas políticas seriam essenciais para a proteção da democracia. Como ela ia voltar atrás? Mas o algoritmo foi mantido na sua forma mais perigosa e, em março, o Facebook acabou com a proibição de anúncios políticos em todo o país.^[7]

Na mesma velocidade em que voltaram atrás nas reformas, líderes do Vale do Silício também começaram a questionar quanta responsabilidade eles tinham de mudar o que quer que fosse. “Acho que esses acontecimentos foram organizados, em grande parte, em plataformas que não têm nossa capacidade de conter o ódio, não têm nossos critérios e não têm nossa transparência”, disse Sheryl Sandberg, a subcomandante do Facebook, ao tratar da insurreição de 6 de janeiro.^[8] Seus comentários, embora ridicularizados fora do Vale, deram um sinal claro a quem estava lá dentro: vamos levantar as trincheiras.

Alguns dias depois, Adam Mosseri, o ex-diretor do feed de notícias que agora cuidava do Instagram, disse que, embora o 6 de janeiro viesse a “marcar uma grande mudança” na relação da sociedade com a tecnologia, era importante não exagerar na correção.^[9] “Toda tecnologia nova passou por tais momentos”, disse, fazendo comparações que eu já havia ouvido no Vale: “Foi o que aconteceu com o VHS. Foi o que aconteceu com a escrita. Foi o que aconteceu com as bicicletas”. Mas até hoje ninguém conseguiu me apontar quais genocídios foram atribuídos ao VHS.

O Facebook e outros pararam de jurar que haviam aprendido a lição e por fim passaram a insistir, de modo ainda mais estridente do que faziam antes do 6 de janeiro, que todas as provas que apontavam a responsabilidade deles estavam erradas. “Os sistemas do Facebook não são programados para gratificar conteúdo provocador”, disse o chefe de RP do Facebook, o ex-vice primeiro-ministro britânico Nick Clegg, escrevendo em uma postagem de blog com o título “Você e o algoritmo: quando um não quer dois não brigam”, entre outras 5 mil palavras.^[10] Quem impulsionava o “conteúdo escandaloso” eram os usuários, escreveu Clegg.

As empresas voltaram em grande parte aos hábitos de sempre. A cobrança contra a desinformação eleitoral caiu de forma vertiginosa ao longo de 2021, descobriu o grupo de vigilância Common Cause [Causa em comum], conforme mentiras que minaram a democracia foram “deixadas para formar metástases no Facebook e no Twitter”.^[11] Movimentos nascidos nas redes sociais continuaram a crescer, penetrando na trama da governança norte-americana.

No início de 2022, um estudo descobriu que mais de um em cada nove legisladores estaduais do país faziam parte de pelo menos um grupo da extrema direita no Facebook.^[12] Muitos apoiavam as conspirações e ideologias que haviam crescido primeiramente na internet até virarem leis, aprovando leis de legislação que reprimiam direitos de eleitores, políticas contra a covid e defesas de grupos LGBT. Em meio a uma polêmica alimentada pela internet quanto a professores supostamente “aliciando” crianças para a homossexualidade, alguns defendiam projetos de leis que incentivavam as crianças a gravar seus professores para dar provas disso — um eco perturbador e nítido da conspiração do “kit gay” que havia provocado caos no

Brasil a partir do YouTube.^[13] O Partido Republicano do Texas, que controlava o Senado estadual, a Câmara e a casa do governador, mudou seu slogan oficial para “Somos a tempestade”, o grito de guerra do QAnon. Em dois momentos distintos, no Colorado e no Michigan, mesários leais ao QAnon foram pegos adulterando o sistema eleitoral.^[14] Na eleição seguinte, em 2022, candidatos alinhados ao QAnon estavam na cédula em 26 estados.^[15]

As gigantes das redes sociais continuaram dando visibilidade a tantas mentiras e conspirações relacionadas à covid que Vivek Murthy, o secretário da Saúde Pública, em julho emitiu um comunicado formal de que as plataformas “viabilizaram desinformação que corrompeu nosso ambiente informacional, com pouca prestação de contas para seus usuários”, o que ele chamou de “crise iminente”.^[16] Um dia depois, Biden disse que o Facebook estava “matando gente”.^[17]

Os democratas, assim como muitos, depositaram boa parte da esperança em investigações das empresas por parte de agências do governo. Em outubro daquele ano, a iniciativa começou com o subcomitê antitruste da Câmara dos Representantes, sob controle do Partido Democrata, que lançou um relatório de 449 páginas recomendando uma regulamentação de vulto contra Facebook, Google, Amazon e Apple que, em alguns casos, causaria cisão das empresas.^[18] Embora o relatório tenha focado em condutas monopolísticas, os legisladores não esconderam que estavam preocupados com o controle que as empresas teriam de questões além do mercado, avisando: “Nossa economia e democracia estão em jogo”.

O Departamento de Justiça havia aberto um processo contra o Google naquele mês de outubro, relacionando a empresa e o YouTube a abusos alinhados com os do

relatório da Câmara. A Comissão Federal de Comércio entrou com um processo parecido contra o Facebook em dezembro, sugerindo que podia cindir a empresa em duas. Os dois casos, acompanhados de processos paralelos de várias procuradorias estaduais, prosseguiram ao longo de 2021 e 2022. Mas embora a fiscalização antitruste possa ser uma ferramenta forte, ela é cega. Separar o Facebook do Instagram ou o Google do YouTube ia enfraquecer as empresas, talvez de forma drástica. Porém não mudaria a natureza subjacente de seus produtos. Tampouco ia acabar com as forças econômicas ou ideológicas que haviam produzido esses produtos.

Apesar de todo o papo sobre reconstrução da confiança, o Vale do Silício mostrou, em um episódio apenas um mês após a posse de Biden, que ia usar todo o seu poder contra uma sociedade inteira para não deixar que ela agisse. Agências reguladoras australianas haviam tomado medidas para mirar a maior vulnerabilidade do Vale: o lucro. Em fevereiro de 2021, Facebook e Google seriam obrigadas a pagar a veículos da imprensa australiana pelo direito de destacar links para seus trabalhos.^[19] As plataformas, afinal de contas, estavam sugando a renda publicitária da indústria jornalística enquanto negociava seu jornalismo. A nova regra incluía uma cláusula potente. Se as empresas de tecnologia e as agências de notícias não chegassem a um acordo quanto ao preço até a data imposta, árbitros do governo iriam definir por elas. Na verdade, as regras favoreciam a News Corp, um megaconglomerado gerido por Rupert Murdoch, australiano de nascimento, que em 2016 ameaçara Zuckerberg justamente com uma medida dessas.

Mas, independentemente dos méritos, em termos de tubo de ensaio do poder do governo sobre as plataformas

sociais, os resultados foram reveladores. Muito perto do prazo fatal, o Google fechou um acordo com a News Corp e outras, o que a fez entrar em conformidade. O Facebook se recusou. Como resultado, um dia os australianos acordaram e descobriram que o Facebook havia bloqueado todo o conteúdo noticioso. A fonte de informações de maior destaque em um país inteiro — 39% dos australianos disseram que obtinham suas notícias dali — de repente não incluía notícia alguma.^[20] Muito mais desapareceu junto: políticos concorrendo à reeleição, grupos que trabalhavam com vítimas de violência doméstica e o serviço meteorológico estatal.^[21] Até mesmo, no meio de uma pandemia, as Secretarias de Saúde do governo. A empresa finalmente havia feito o que não fizera em Mianmar, depois de um genocídio de meses do qual ela fora acusada, com total credibilidade, de incentivar. Ou no Sri Lanka. Ou na Índia. Em nenhum caso a violência vertiginosa, por mais que fosse letal, levou a empresa a apertar o “off”, mesmo que em um só componente da plataforma. Mas, na semana em que a Austrália ameaçou seu faturamento, as luzes se apagaram.

É evidente que os australianos tinham como acessar sites de notícias ou do governo diretamente. Ainda assim, o Facebook havia, de caso pensado, se tornado essencial, adestrando os usuários para depender de sua plataforma como fonte suprema de notícias e informação. Sem o conteúdo noticioso, boatos e desinformações preencheram o vácuo. Evelyn Douek, uma pesquisadora australiana que estuda a governança de plataformas sociais na Harvard Law School, disse que o blecaute foi “projetado para ter impacto e foi inadmissível”.^[22] O Human Rights Watch taxou a intervenção de “alarmante e perigosa”.^[23] Um legislador australiano alertou que bloquear o serviço meteorológico

estatal poderia atrapalhar o acesso de cidadãos a atualizações que, numa semana de enchentes e incêndios florestais a todo pano, podiam significar vida ou morte.^[24] Dias depois, o governo australiano capitulou, aceitando as várias exceções que o Facebook havia imposto à regulamentação.

Governos europeus continuaram a impor multas e regulamentações. Autoridades reconheceram, de forma implícita, que tinham tanta capacidade de impor mudanças estruturais no Vale do Silício quanto suas equivalentes na Austrália ou, naquele caso, as autoridades desafortunadas que encontrei no Sri Lanka — muitas das quais, em 2021, já haviam saído do governo, tendo sido substituídas por um ferrenho ultranacionalista que crescera, em parte, atizando o ódio e a boataria na internet. O governo francês abriu um centro de regulamentação digital, para o qual contratou, entre outros, Guillaume Chaslot, o ex-engenheiro do YouTube. Ele está especialmente preocupado em encontrar maneiras de mostrar aos usuários da internet como os algoritmos orientam as experiências conforme navegam nas plataformas, e até lhes revelar as opções e os hábitos do sistema em tempo real. Chaslot comparou isso aos avisos em carteiras de cigarro que alertam os consumidores de que fumar provoca câncer de pulmão. No início de 2022, a União Europeia começou a desenvolver novas regulamentações que iriam restringir o modo como empresas de tecnologia norte-americanas podiam usar os dados particulares de consumidores europeus. O Facebook, em relatório anual publicado naquele fevereiro, ameaçou fazer uma versão ainda mais feroz de sua estratégia australiana, alertando que, se a União Europeia seguisse com a medida, ela “provavelmente se veria incapacitada de oferecer vários dos nossos produtos e serviços mais significativos, entre

eles Facebook e Instagram, na Europa”.^[25] O ministro das Finanças da Alemanha minimizou a coerção, dizendo a jornalistas que, desde que abandonara as redes sociais, quatro anos antes, “minha vida anda fantástica”.^[26] O ministro das Finanças da França, quase provocando a empresa a cumprir a ameaça, declarou: “Viveríamos muito bem sem o Facebook”.

A pressão pública nos Estados Unidos foi mais desnivelada. O ex-presidente Obama, em um discurso de 2022 no coração do Vale do Silício, alertou que as mídias sociais estavam “turbinando impulsos que estão entre os piores da humanidade”. Ele denominou “a mudança profunda [...] em como nos comunicamos e consumimos informação” de um grande impulsor dos percalços cada vez maiores da democracia, incitando cidadãos e governos a colocar rédeas nas empresas. Ainda assim, o governo Biden estava envolvido com a estabilização da saúde pública e com as emergências econômicas ocasionadas pela pandemia, e depois com a invasão da Rússia à Ucrânia. Nesse meio-tempo, as empresas contrataram muitos dos analistas externos e acadêmicos que as haviam feito passar vergonha investigando seus produtos. Como de hábito, eles eram recrutados por pretensos reformistas do segundo escalão, que provavelmente estavam falando sério ao dizer que fazer pressão nas empresas por dentro tinha mais chances de render resultados. E muitos foram guiados para o abraço do Vale do Silício devido ao colapso do mercado de trabalho acadêmico, no qual oportunidades para quem tem diploma de doutor e está assoberbado pela dívida estudantil foram para as cucuias no momento em que os norte-americanos sofreram com picos nos custos de saúde e educação dos filhos durante a pandemia. Independentemente das motivações para entrar no Vale, o trabalho que faziam para o grande público acabou.

Mas alguns, em parte graças, talvez, a sua notoriedade pelas descobertas chocantes que já haviam feito sobre as mídias sociais, garantiram seu poleiro com alguma estabilidade para continuar na academia. Jonas Kaiser, o pesquisador da comunicação alemão que mapeou o YouTube, foi um deles, tendo ingressado no corpo docente da Universidade Suffolk, de Boston, em fins de 2020. Outro foi William Brady, que se tornou professor assistente da Universidade Northwestern em 2022. Ambos dão continuidade ao trabalho de entender as consequências das mídias sociais, assim como fazem outras dezenas, com incontáveis descobertas por vir.

Alguns encontraram maneiras de fazer pressão na indústria pelo lado de dentro. Entre eles está Renée DiResta, que acompanha causas online e agentes mal-intencionados, como os *antivaxxers* que incitaram sua jornada, em um centro de pesquisa da Universidade Stanford, no coração do Vale. Por mais que ela tivesse sido cuidadosa em seu depoimento de 2018 ao Senado — para envolver os democratas com mais probabilidade de tomar uma atitude e ao menos conseguir um meio-termo com os republicanos —, DiResta havia alavancado os vínculos que ela e Stanford tinham com empresas das redes, contribuindo com campanhas de sucesso para eliminar campanhas de influência alinhadas com o governo das plataformas, tudo sem nunca, até onde pude ver, poupar sua crítica pública a essas mesmas corporações.

Há um grupo que tem a influência, o acesso e o know-how para pressionar efetivamente o Vale do Silício: sua própria mão de obra. Depois do 6 de janeiro de 2021, a ira dos trabalhadores só cresceu, tendo 40% dos funcionários das gigantes da tecnologia dito no mês de março seguinte que gigantes como Google ou Facebook deviam ser cindidas.^[27] Mas, apesar de todos os

músculos que eles haviam brandido em 2020, seu ativismo, em grande parte, cessou. A sindicalização — os cinco dedos que se tornam punho — continua sendo execrada entre gente do Vale, o que torna a mobilização em empresas com 50 mil colaboradores quase impossível. E com remuneração, regalias e segurança empregatícia praticamente inigualáveis na era contemporânea, por que não bater ponto durante uns anos, fazer fortuna e se aposentar em paz?

Mas nem todo mundo decidiu fechar os olhos. Em maio de 2021, uma funcionária do Facebook chamada Frances Haugen, que trabalhava em uma equipe de combate à desinformação eleitoral no exterior, decidiu que bastava. Ela passou a crer que seus soberanos corporativos estavam sacrificando propositalmente a segurança dos usuários, de sociedades inteiras, até da própria democracia, em prol da maximização do lucro.

Haugen copiou milhares de relatórios de pesquisa interna, memorandos de reuniões e diretivas corporativas, fotografando sua tela em vez de baixar os arquivos para não ativar as medidas de segurança. Ela esteve meses em contato com Jeff Horwitz, um jornalista do *Wall Street Journal* com quem tivera contato pela primeira vez em dezembro de 2020, impressionada com a cobertura feita por ele da influência prejudicial das mídias sociais na Índia, onde ela havia passado algum tempo.^[28] Mas Haugen ainda levaria alguns meses até formular seus planos quanto ao que fazer com os arquivos.

“Só não quero passar o resto da vida em agonia pelo que não fiz”, escreveu Haugen na mensagem enviada a uma amiga em setembro de 2021, enquanto pensava se iria a público.^[29] Pouco depois, ela mandou os arquivos à Comissão de Valores Mobiliários dos Estados Unidos, a agência reguladora que supervisiona práticas do

mercado, como parte de oito depoimentos de delatores alegando má conduta empresarial do Facebook. Ela também os enviou ao Congresso e para Horwitz, que começou a revelar os segredos neles contidos.

Em conjunto, os documentos contavam a história de uma empresa plenamente ciente de que seus males às vezes excediam até as opiniões mais intensas dos críticos. Em certos momentos, os relatórios alertavam explicitamente perigos que viriam a se tornar letais, como um pico de discurso de ódio ou de desinformação sobre vacinas, com aviso prévio suficiente para a empresa ter tomado atitude e, caso não houvesse se recusado, possivelmente salvado vidas. Em relatórios inegáveis e linguajar direto, eles mostravam os dados e especialistas do próprio Facebook confirmando as alegações que a empresa desprezara em público de modo tão displicente. Os executivos do Facebook, entre os quais Zuckerberg, haviam sido avisados claramente de que a empresa representava um perigo tremendo, e esses executivos, mesmo assim, intervieram repetidas vezes para manter suas plataformas funcionando a toda. Os arquivos, que o Facebook tratou como não representativos, confirmavam muitas das desconfianças de longa data. Mas alguns iam mais longe. Uma apresentação interna sobre como fisgar mais crianças para produtos da empresa incluía a frase “Existe uma maneira de potencializar atividades entre crianças para aumentar troca de mensagens/crescimento?”.

Conforme a indignação pública crescia, o programa *60 Minutes* anunciou que iria ao ar uma entrevista com a pessoa que vazou os documentos. Até então, a identidade de Haugen ainda era segredo. A entrevista que ela deu superou um debate de anos quanto à tecnologia graças à clareza com que ela montou a acusação: as plataformas amplificavam males sociais; o Facebook sabia; a empresa tinha poder para impedir,

mas optou por não usar; e a empresa mentiu continuamente a agências reguladoras e ao público. “O Facebook percebeu que, se eles mudarem o algoritmo para ter mais segurança”, disse Haugen, “as pessoas vão passar menos tempo no site, vão clicar em menos anúncios e eles vão ganhar menos dinheiro.”^[30]

Dois dias depois, ela depôs a um subcomitê do Senado. Haugen se apresentou como uma pessoa lutando para reformular a indústria e resgatar seu potencial. “Podemos ter mídias sociais que curtimos, que nos conectam, sem rasgar nossa democracia ao meio, sem colocar nossos filhos em risco e sem semear a violência étnica mundo afora”, disse ela aos senadores.^[31] Trabalhando com Lawrence Lessig, um pesquisador de direito da Universidade Harvard que se voluntariou para ser seu advogado, e com uma empresa de comunicação contratada por ele, Haugen também enviou os documentos a dezoito agências de notícias norte-americanas e europeias. Ela instruiu deputados cujos assentos em comitês lhes davam poder para moldar novas regulamentações. Circulou por capitais europeias, reunindo-se com autoridades de alto escalão cujos governos haviam aberto a rota da regulamentação das redes.

Ao longo de tudo isso, Haugen consistentemente remontava aos fracassos do Facebook em países mais pobres. Esse histórico, defendeu ela, evidenciava a insensibilidade da empresa com o bem-estar de seus clientes, assim como o poder desestabilizador das dinâmicas da plataforma que, afinal de contas, aconteciam em todo lugar. “O que vemos em Mianmar, o que vemos na Etiópia”, disse ela em uma mesa-redonda, “são apenas os primeiros capítulos de um livro que tem um final muito mais assustador do que tudo que queremos ler.”^[32]

Democratas e grupos de direitos civis, alavancando a indignação que Haugen gerou e a ameaça de processos antitruste em jogo, se concentraram em fazer pressão pela regulamentação contundente de empresas de redes sociais. O governo dos Estados Unidos, afinal de contas, pode ser a única entidade no mundo que ainda tem poder para forçar as empresas a mudar. Ainda assim, é difícil imaginar vinte ou trinta legisladores, atuando em uma das legislaturas mais problemáticas do mundo ocidental, acompanharem milhares de engenheiros totalmente incentivados para substituir qualquer recurso ou política que for regulamentado, por outra coisa que alcance o mesmo resultado.

Coagir as empresas a se autoregulamentarem também é um caminho incerto. As gigantes das redes, tal como constituídas atualmente, talvez sejam incapazes de revogar as piores tendências dos seus sistemas. Tecnicamente, seria fácil. Porém, antes de tudo o mais, as forças culturais, ideológicas e econômicas que levaram os executivos a criar e abastecer esses sistemas ainda se aplicam. Legisladores e ativistas podem berrar o quanto quiserem com Zuckerberg, Wojcicki e outros. Os fundadores e CEOs dessas empresas, apesar da sua riqueza fabulosa, têm sido, tenham percebido ou não, prisioneiros de suas criações desde o dia em que um capitalista de risco lhes assinou um cheque em troca da promessa de crescimento exponencial e permanente.

Quando indagada em relação ao que iria trazer correção tanto às plataformas quanto às empresas que as fiscalizam, do modo mais eficiente, Haugen tinha uma resposta simples: desligar o algoritmo. “Acho que não queremos que nossos computadores decidam no que vamos focar”, disse. Ela também sugeriu que, se o Congresso restringisse as proteções quanto à responsabilização, deixando as empresas legalmente responsáveis pelas consequências de qualquer coisa que

seus sistemas promovessem, “eles iriam se livrar da classificação baseada em engajamento”. As plataformas iriam voltar aos anos 2000, quando simplesmente mostravam as postagens dos seus amigos da mais nova à mais antiga. Não iria haver IA para encher você de conteúdo que maximizasse a atenção ou o fizesse cair em tocas de coelho.

A resposta dela seguiu um padrão confiável que tem aparecido nos anos que passei cobrindo mídias sociais. Quanto mais tempo alguém passa estudando as plataformas, seja qual for sua área, o mais provável é que chegue à resposta de Haugen: desligue. Às vezes a recomendação é mais direcionada. Jonas Kaiser insistiu para o YouTube desativar seus algoritmos quanto a assuntos delicados como saúde ou relacionados a crianças. Às vezes ela é mais ampla. Benedict Evans, ex-capitalista de risco da Andreessen Horowitz, propôs “remover camadas dos mecanismos que viabilizam abusos”. Afinal de contas, algoritmos estão longe de ser o único recurso por trás do caos nas redes. As interfaces que lembram cassinos, os botões de compartilhar, os contadores de “curtidas” que todo mundo pode ver, as recomendações de grupos — tudo é intrínseco às plataformas e seus males.

Há, como em qualquer caso contencioso, meia dúzia de peritos discordantes, que defendem que há exagero quanto ao impacto das mídias sociais. Eles não discutem as provas do papel da tecnologia em males como a radicalização, mas, isso sim, usam vários métodos que rendem resultados mais suaves. Ainda assim, a perspectiva deles continua sendo minoritária e de ênfase relativa, similar à defesa de que a parte das emissões dos automóveis na mudança climática é menor que os das usinas de carvão.

Praticamente nenhum dos especialistas ou dissidentes defende que o mundo se beneficiaria do fechamento

total das mídias sociais. Todos tinham chegado aos seus cargos, afinal de contas, a partir da crença de que as redes traziam bens inegáveis e, se libertas da sua mecânica de impulsionar o lucro, ainda podiam se provar revolucionárias. Mas independentemente da recomendação, para vários pesquisadores sérios, analistas ou defensores de direitos humanos, tudo se resume a alguma versão do “off”. Seria uma internet menos sedutora, menos envolvente, na qual vídeos do YouTube que encantam ou grupos de Facebook que chamam a atenção seriam mais raros e não estariam prontamente à mão. Mas todas as provas também sugerem que seria um mundo em que menos professores seriam perseguidos até terem que se esconder, menos famílias seriam queimadas vivas na própria casa devido a revoltas alimentadas por boataria, menos vidas seriam arruinadas pela infâmia ou pela falsa promessa do extremismo. Menos crianças seriam privadas de vacinas capazes de salvar sua vida ou expostas à sexualização indesejada. Talvez até menos democracias seriam dilaceradas pela polarização, pelas mentiras e pela violência.

Um dos motivos pelos quais muitos especialistas convergem na resposta, penso eu, é que vários, quando chegam no seu quarto ou quinto grande estudo, já foram ao Vale do Silício e conheceram os soberanos engenheiros. E passaram a entender que um aspecto da argumentação que eles fazem em público é fato: eles acreditam que não estão promovendo de propósito nem a desinformação, nem o ódio, nem o tribalismo. Até onde pensam esses efeitos, o que eles querem é reduzi-los. Mas é isso que torna uma visita ao Vale tão perturbadora. A mistura de ideologia, cobiça e a opacidade tecnológica na complexidade do *machine learning* nubla executivos quanto a ver essas criações por inteiro. As máquinas, no

que diz a respeito a tudo que importa, são essencialmente desgovernadas.

Quanto mais falei com psicólogos e analistas de redes, agências reguladoras e engenheiros convertidos, mais os termos que eles usavam para descrever essa tecnologia me lembravam HAL 9000, a inteligência artificial de *2001: Uma odisseia no espaço*, o filme de Kubrick cuja relevância havia se imposto repetidas vezes na minha investigação sobre as mídias sociais. No filme, HAL, embora responsável pela segurança da tripulação, inventa interpretações de programação que o instruem a garantir a chegada a seu destino pré-planejado independentemente do que vier a acontecer e tenta matar todos a bordo da nave. HAL não foi criado para ser vilão. Se existia um vilão, eram os engenheiros que, em sua arrogância, imaginaram que as atitudes da sua criação seriam tão benevolentes quanto as intenções deles. Ou talvez fossem os astronautas, que se deitaram nos braços de uma máquina que detinha o poder de vida e morte e cujos estímulos podiam divergir dos deles.

A lição de *2001* está longe de ser que HAL deveria passar por uma atualização e por ajustes no algoritmo, na esperança de que, na próxima vez, ele fosse se comportar com um pouco mais de responsabilidade. Tampouco que os engenheiros do HAL deveriam pedir desculpas e prometer que da próxima vez fariam melhor. E certamente não foi que a fabricante do HAL deveria assumir um controle cada vez maior da vida de seus consumidores enquanto legisladores e jornalistas refletiam sobre a natureza do robô. Não há dúvidas quanto à lição: que desligassem o HAL. Mesmo que isso significasse perder os benefícios que ele trazia. Mesmo que fosse difícil, nas últimas cenas do filme, arrancar os seus tentáculos dos sistemas que regiam cada faceta da vida dos astronautas. Mesmo que a máquina revidasse com tudo que pudesse.

Agradecimentos

Tudo de valor que se encontrar neste livro se deve em grande parte ao editor Ben George, cujo entusiasmo, atenção e espírito contagiante não afrouxaram em momento algum, mesmo durante maratonas de dezesseis horas de edição com uma criança se pendurando nas pernas. Obrigado também a Bruce Nichols, Katharine Myers e a todo o pessoal da Little, Brown pelo entusiasmo e pela confiança.

O livro não seria possível sem Jennifer Joel, da ICM Partners, que o guiou em meio a oportunidades e obstáculos com firmeza e sabedoria.

Tenho grande dívida para com muitos dos meus colegas no *New York Times*. Michael Slackman, secretário de redação assistente da editoria Internacional, foi o primeiro a sugerir a ideia que se converteu neste projeto, assim como supervisionou e apoiou apurações que se tornaram ou inspiraram trechos deste livro. Eric Nagourney, Juliana Barbassa e Doug Schorzman editaram essas apurações, deixando sangue e suor nas pautas que também deviam ostentar os nomes dos três. Amanda Taub, com quem dividi a coluna “Interpreter” em 2016, foi coautora de matérias feitas no Sri Lanka, na Alemanha e no Brasil. Também tive a sorte de fazer apurações ou ser coautor junto a Wai Moe em Mianmar; a Katrin Bennhold e Shane Thomas McMillan na Alemanha; a Dharisha Bastians no Sri Lanka; e a Mariana Simões e Kate Steiker-Ginzberg no Brasil; assim como a Alyse Shorland e Singeli Agnew, produtoras da série *The Weekly*. Pui-Wing Tam, Kevin Roose, Paul Mozur, entre