

O QUE UM FILÓSOFO ESCOCÊS DO SÉCULO XVIII TERIA A DIZER SOBRE AS *BIG TECHS*, *BOTS*, *EPISTEMIC BUBBLES* E *ECHO CHAMBERS*? HUME, AS FAÇÇÕES E A ERA DIGITAL¹

WHAT A 18TH CENTURY SCOTTISH PHILOSOPHER WOULD HAVE TO SAY ON *BIG
TECHS*, *BOTS*, *EPISTEMIC BUBBLES* AND *ECHO CHAMBERS*? HUME, FACTIONS AND
THE DIGITAL AGE

Tailine Hijaz

Universidade Federal do Paraná

tailinehijaz@hotmail.com

RESUMO: O artigo objetiva investigar a pertinência das teorias moral e política de David Hume diante da era digital, caracterizada pela interconectividade, domínio da esfera pública pelas *Big Techs* e um emergente léxico de termos como *bots*, *epistemic bubbles* e *echo chambers*. Recorrendo a estudos dos teóricos das redes e pesquisas empíricas, o artigo primeiro questiona como a opinião é influenciada pela revolução tecnológica. Depois, a partir do arcabouço teórico humeano, especificamente da conclusão de que a razão é (e sempre foi) escrava das paixões, propõe a hipótese de que as “paixões violentas” podem ser radicalizadas na era digital. Finaliza abordando o papel das regras jurídicas na regulação de conflitos na era digital não a partir de uma análise que dependa do conteúdo de discursos e opiniões, mas que mobilize a própria arquitetura das mídias sociais já considerando a propensão das pessoas de agir a partir das paixões e do princípio da simpatia. Os resultados destacam a atualidade das teorias de Hume na era digital, sugerindo que a aparente irracionalidade *online* pode ser uma amplificação das tendências humanas preexistentes, em vez de algo novo.

PALAVRAS-CHAVE: David Hume; Façções; Era Digital; Razão; Paixões.

¹ Trata-se de uma versão de trabalho apresentado para concluir a disciplina “Filosofia Política do Iluminismo”, do Programa de Pós-graduação em Filosofia da Universidade Federal do Paraná (UFPR). Agradeço à Profa. Dra. Maria Isabel Limongi pela leitura e comentários. Agradeço também aos dois pareceristas anônimos pelas leituras cuidadosas e sugestões que me ajudaram a aperfeiçoar o texto.

ABSTRACT: This article aims to investigate the relevance of David Hume's moral and political theories in the face of the digital era, characterized by interconnectivity, the dominance of the public sphere by Big Tech companies, and an emerging lexicon of terms such as bots, epistemic bubbles, and echo chambers. Drawing on the works of network theorists and empirical research, the article first raises questions about how opinion is influenced by the technological revolution. Subsequently, building upon Hume's theoretical framework, especially the conclusion that reason is (and always has been) the slave of the passions, it proposes the hypothesis that "violent passions" can be radicalized in the digital era. The article concludes by addressing the role of legal rules in regulating conflicts in the digital era, not through an analysis dependent on the content of speeches and opinions, but by leveraging the very architecture of social media while considering people's inclination to act based on passions and the principle of sympathy. The results emphasize the timeliness of Hume's theories in the digital era, suggesting that the apparent online irrationality could be an amplification of preexisting human tendencies rather than something new.

KEYWORDS: David Hume; Factions; Digital Age; Reason; Passions.

Introdução

Ainda no século XVIII, David Hume (1711-1776) analisou profundamente a natureza humana e, entre outros temas, como as opiniões se formam e influenciam as pessoas na sociedade a partir do princípio da simpatia. No caso de Hume, é importante notar que a definição de simpatia difere daquela do sentido corrente. A simpatia não é exatamente sentir a dor do outro, mas se contagiar pelas crenças e emoções de outras pessoas com quem convivemos. Segundo o autor explica, “não há na natureza humana qualidade mais notável, tanto em si mesma como por suas consequências, que nossa propensão a simpatizar com os outros e a receber por comunicação suas inclinações e sentimentos, por mais diferentes ou até contrários aos nossos” (T 2.1.11.2).

Quase trezentos anos depois, muita coisa mudou: estamos cada vez mais conectados (pelo menos virtualmente); as *Big Techs*, gigantes da tecnologia, moldam nossas interações online; precisamos lidar com *bots* que influenciam opiniões no âmbito digital e até mesmo resultados de eleições; estamos dentro de bolhas epistêmicas e câmaras de eco que reforçam nossas próprias opiniões e nos isolam de quem pensa de forma diferente. Podemos recorrer a Hume para pensar sobre essas perplexidades da era digital?

Com efeito, no debate sobre a necessidade de regulação de plataformas digitais (e o que fazer a respeito de “*fake news*” e do fenômeno da desinformação), não é raro surgir a afirmação de que nos tornamos menos racionais no mundo digital, pois um “meme” pode ser mais eficaz e nos “engajar” mais do que um argumento bem construído. Nessa linha, além de promover a necessidade de regular conteúdo online, também é frequente a sugestão de investir em educação para fazer frente a essa “irracionalidade” virtual. Isso porque, em tese, se mais instruídas, as pessoas teriam mais ferramentas para distinguir o falso do verdadeiro, o fato da opinião. Ainda que seja uma proposta normativa legítima, essa perspectiva levanta questionamentos: as pessoas estão se afastando da racionalidade à medida em que se envolvem cada vez mais com as tecnologias digitais ou é a dinâmica do mundo *online* que revela aspectos aparentemente ocultos da natureza humana, como a tendência de agir a partir das emoções?

Explorar essas perguntas permite compreender de forma mais profunda os desafios atuais e questionar se a suposta falta de racionalidade é um fenômeno que marca a era digital ou se é uma faceta mais ampla da condição humana. Nesse contexto, em vez de aceitar a afirmação de que as pessoas se tornaram menos racionais, esse trabalho opta por uma via alternativa: se, em tese, as pessoas *não* estão menos racionais e se as paixões sempre dominaram a razão, então o que as teorias moral e política de Hume teriam a dizer sobre esses fenômenos contemporâneos? Como suas ideias sobre facções e formação de opiniões poderiam trazer uma nova luz para encarar as disfunções da era digital?

Assim, o trabalho pretende explorar tais questões a partir de excertos de livros centrais da obra de Hume, como *Tratado da Natureza Humana*, *Investigações Sobre o Entendimento Humano e sobre os Princípios da Moral*, e *Ensaios Políticos*, e estabelecer conexões com o mundo contemporâneo. Com isso, ainda que de maneira introdutória, espera-se provocar novas possibilidades de compreensão do fenômeno digital e incentivar uma reflexão crítica com base nas contribuições de David Hume.

***Entre razões e emoções na era digital: como a opinião é influenciada pela revolução tecnológica?*²**

Desde o final dos anos 80, com especial destaque no início dos anos 90, os teóricos das redes têm procurado analisar e descrever a nova realidade desenhada a partir da chamada

² Parte dessa seção foi desenvolvida também na minha dissertação de mestrado em Direito, concluído em 2022 no Programa de Pós-Graduação em Direito da Universidade Federal do Paraná.

“revolução digital”. Eles trataram, por exemplo, das marcas da “Galáxia da Internet” (Castells, 2003) e da “Ciberdemocracia” (Lévy, 2010), apenas para citar dois autores. Não faltam referenciais teóricos para o estudo desse tema: Ash traz a noção de “Cosmópolis” (Ash, 2016); mais recentemente, Susskind anuncia a “República Digital” (Susskind, 2022); Debord apresenta a “sociedade do espetáculo” (Debord, 1997); como um dos efeitos colaterais, note-se o fenômeno da “pós-verdade” (Lewandowsky; Ecker; Cook, 2017). Mas, seja qual for o marco teórico adotado, a partir da extensão das redes digitais de transmissão, de modo geral, há um certo consenso no sentido de que algo mudou, todos estão em contato virtual com todos e com cada um. Trata-se, em tese, de uma “ágora” virtual, um espaço que seria favorável para o desenvolvimento de uma inteligência coletiva que está distribuída por toda parte e tem como base e objetivo o reconhecimento e enriquecimento mútuo das pessoas. No entanto, se as expectativas eram de um ambiente de tolerância, de favorecimento na divulgação de ideias por todos e de ampliação da inteligência coletiva, sobretudo nas primeiras décadas da ascensão das redes, a realidade trouxe um ambiente caótico: desinformação em escala global, restrição do conteúdo de discursos, problemas com a liberdade de expressão, disseminação de discursos de ódio, manipulação das eleições e déficit democrático. Conforme exemplo de Ash (2016, p. 20), “um homem publica algo em um país e um homem morre em outro. Alguém faz uma ameaça de violência nesse outro país e uma performance ou publicação é cancelada naquele. Também desse jeito perturbador, somos todos vizinhos agora”.³

Além disso, a literatura especializada aponta a tendência de as pessoas compartilharem apenas informações que confirmam suas crenças (“*confirmation bias*”), o que faz com que se isolem em um ambiente restrito (Sunstein, 2007; Nguyen, 2020). Conforme argumenta Sunstein (2007), as mídias sociais permitem que as pessoas façam a curadoria de suas próprias fontes de informação, gerando “*echo chambers*” ou “*filter bubbles*”. Por exemplo, segundo reportagem de Silverman para o *BuzzFeed News*, durante os três meses finais da campanha presidencial dos Estados Unidos, as vinte notícias falsas com maior engajamento tiveram mais compartilhamentos, curtidas e comentários do que as vinte reportagens produzidas pela mídia tradicional com melhor desempenho no *Facebook* (Silverman, 2016). Pode-se notar, assim, que notícias falsas ou fraudulentas são, por vezes, mais atraentes e lucrativas do que as factuais, o que parece agravar o problema. Conforme afirma Faria (2020, p. 22), “diante do

³ Tradução livre de: “a man publishes something in one country and a man dies in another. Someone threatens violence in that other country and a performance or publication is halted in the first. In this disturbing way, too, we are all neighbours now”.

volume avassalador de informações cujas fontes e veracidade são difíceis de ser verificadas, a internet tende a levar os cidadãos comuns a perder a capacidade de entender e avaliar a realidade política”.

Esse aspecto é alvo de preocupação entre os estudiosos das redes desde o início dos anos 2000, em virtude do crescimento das notícias *online*. Embora existisse o potencial para diversificar as informações e opiniões, bem como favorecer o “livre mercado de ideias”, na verdade se constatou que “o excesso de diversidade de pontos de vista tornaria mais fácil para cidadãos com ideias semelhantes formarem ‘*echo chambers*’ ou ‘*filter bubbles*’, onde eles estariam isolados das perspectivas contrárias” (Allcott; Gentzkow, 2017, p. 211).⁴ Com base no histórico de navegação, o *feed* de notícias apresenta informações que combinam com o seu ponto de vista e reforçam as respectivas crenças, afastando ideias divergentes. Para ilustrar esse ponto, lembre-se do caso da *Cambridge Analytica*, empresa britânica de consultoria política que, tanto no contexto das eleições estadunidenses de 2016, quanto no referendo Brexit, do mesmo ano, teria adquirido informações de aproximadamente 87 milhões de perfis do então *Facebook* (hoje *Meta*), utilizando algoritmos para direcionar de forma precisa os eleitores e influenciar seus comportamentos por meio de desinformação.⁵

No contexto de pós-verdade, em que “a tendência das pessoas é serem menos cautelosas com notícias que vão ao encontro de suas visões de mundo” (Nohara, 2018, p. 80), as *fake news*, por exemplo, tiveram a sua propagação muito facilitada e acelerada por meio do clique. Sobre esse ponto, Castells assevera que “uma pluralidade de estudos parece indicar que as pessoas tendem a acreditar naquilo em que elas querem acreditar” (2019, p. 217). O autor argumenta que as pessoas “são muito mais críticas na avaliação de fatos que contradizem suas crenças do que no caso de questões que estão de acordo com o que elas pensam” (Castells, 2019, p. 217). A hipótese de Castells é no sentido de que, quanto mais instruídos forem os cidadãos, “mais capazes serão de elaborar interpretações das informações disponíveis em apoio de suas preferências políticas predeterminadas” (Castells, 2019, p. 217). Portanto, as decisões são processadas a partir do próprio eu quando da articulação de emoções e na capacidade cognitiva individual e particular. Conforme esclarece Câmara (2017, p. 42), “[a]s decisões mesclam o que os indivíduos sabem (informação) com o que sentem (situação emocional)”. Quando há conflito entre esses dois componentes, “parece que o indivíduo tende a crer

4 Tradução livre de: “that excess diversity of viewpoints would make it easier for like-minded citizens to form “echo chambers” or “filter bubbles” where they would be insulated from contrary perspectives”.

5 O caso é bem mais complexo que isso, mas sua análise não é objeto central do presente artigo. Para mais detalhes, confira-se: Hu, 2020; Granville, 2018; Berghel, 2018; Kaiser, 2020; Rosenberg, Confessore, Cadwalladr, 2018; Delesalle-Stolper, 2018.

naquilo que deseja efetivamente crer” e que “o exame dos melhores argumentos que possam solucionar crises parece ser menos relevante do que a resposta emocional baseada em valores preestabelecidos” (Câmara, 2017, p. 42). Esse ponto será aprofundado na próxima seção, quando se analisa as contribuições de David Hume a respeito da relação entre a razão e as paixões.

No caso do Brasil, por exemplo, em um estudo sobre a *hashtag* “#FechadoComBolsolnaro”, Teixeira e Couto Júnior alertam para a tendência do uso indiscriminado das redes para a formação da opinião pública, sobretudo em tempos de pandemia e de crise, justamente quando a população se encontra mais vulnerável (Teixeira; Costa Junior, 2020). Note-se que a *hashtag* viralizou com um erro de digitação (“BolsoLnaro”), o que sugere que, em resposta às críticas dos internautas, robôs foram utilizados para tentar alavancar a popularidade do então Presidente da República. Sobre a efetividade dos *bots* ou robôs, Bessi e Ferrara (2016) investigaram a atuação de tais entidades conduzidas por algoritmos e concluíram que podem, de fato, “afetar negativamente a discussão política democrática em vez de melhorá-la, o que, por sua vez, pode alterar a opinião pública e colocar em risco a integridade da eleição presidencial”.⁶

Na mesma linha, pode-se destacar a utilização intensa de *Whatsapp* e *Telegram* para transmissão de informações no Brasil. Essas plataformas privadas se valem de sistemas criptografados de mensagens e facilitam a propagação massiva e direcionada de informação (Machado; Kira; Narayanan; Kollanyi; Howard, 2019; Latifa, 2019). Conforme alertam Barboza e Buss (2022), plataformas como o *Telegram* permitem a criação de canais independentes que operam com autonomia: “[d]entro de suas ‘bolhas’, esses grupos encontram território novo e descontrolado de onde podem disseminar informações manipuladas”. Não é difícil concluir que o poder político também atuaria dentro dessas redes, podendo, assim, “maximizar sua autoridade com pouca ou nenhuma responsabilidade” (Barboza; Buss, 2022).

Outro elemento que marca a novidade do fenômeno diz respeito ao reforço de diferentes estratégias tecnológicas para que as informações atinjam o público-alvo ainda mais rápido — as contas robôs nas redes sociais, que acabam difundindo informações tanto verdadeiras quanto fraudulentas para pessoas estratégicas e promovendo a sua viralização nas redes

6 Tradução livre de: “[...] negatively affect democratic political discussion rather than improving it, which in turn can potentially alter public opinion and endanger the integrity of the Presidential election”.

sociais, são exemplo disso.⁷ De acordo com entrevista concedida a Guglielmi (2020), Ferrara narra que monitorou as atividades dos *bots* nas redes sociais durante as eleições estadunidenses de 2016 e de 2020 e concluiu que “[e]m 2016, os *bots* usavam estratégias simples que eram fáceis de detectar”.⁸ Ele acrescenta: “hoje, existem ferramentas de inteligência artificial (IA) que produzem uma linguagem semelhante à humana”⁹ (Guglielmi, 2020) e que “[n]ão somos capazes de detectar *bots* que usam IA, porque não podemos distingui-los de contas humanas”¹⁰ (Guglielmi, 2020). Esse é mais um ponto que acentua o problema da fragmentação da realidade, porque nem mesmo os especialistas são capazes de distinguir entre as atividades *online* humanas e as de *bots*.

A era digital também altera profundamente as relações entre a sociedade civil e o Estado, bem como entre esses e as grandes plataformas digitais – como as “*Big Tech*”, *Google*, *Amazon*, *Apple*, *Meta* (*Facebook*) e *Microsoft*. Esse fato coloca em questão o acesso igualitário às redes e parece trazer à tona a possibilidade da formação de grandes grupos econômicos, além de transferir para essas poucas, mas poderosas empresas, expressa ou tacitamente, a responsabilidade por definir o que é verdade, mentira, o que é e não é visto pelas pessoas, o que é desinformação etc. (Silveira, 2019). Conforme argumenta Susskind (2018, p. 23), “um número cada vez maior de nossas liberdades mais estimadas – incluindo a liberdade de pensar, falar, viajar e se reunir – será cada vez mais confiado a empresas privadas de tecnologia”.¹¹ E ainda, elas “irão projetar e operar os sistemas por meio dos quais essas liberdades são exercidas”¹² (Susskind, 2018, p. 23). De fato, essas novidades influenciarão radicalmente o debate sobre liberdade de expressão, liberdade de ir e vir, moderação de plataformas e conteúdo, prestação de contas e transparência de entes públicos e privados, entre outros temas relevantes.

Big Techs, *bots*, *epistemic bubbles*, *echo chambers*..., palavras que já fazem parte do léxico da literatura especializada, são apenas alguns dos elementos que caracterizam a “era digital”, intensificam as dificuldades de separar os fatos das notícias falsas e fraudulentas, têm

⁷ Cabe destacar que nem sempre os *bots* ou robôs são utilizados de forma maliciosa. Há *bots* que são usados para realizar intervenções positivas. Conferir o estudo de Savage, Monroy-Hernández e Höllerer (2015). Por exemplo, no Brasil há uma série de robôs, no *Twitter*, que desenvolvem trabalhos muito interessantes, como “@colabora_bot”, que monitora o acesso aos portais de transparência governamentais e “@botqueimadas”, que faz parte do projeto “InfoAmazonia Brasil” e que traz informações sobre queimadas na Amazônia Legal.

⁸ Tradução livre de: “Back in 2016, bots used simple strategies that were easy to detect”.

⁹ Tradução livre de: “[...] today, there are artificial intelligence (AI) tools that produce human-like language”.

¹⁰ Tradução livre de: “We are not able to detect bots that use AI, because we can’t distinguish them from human accounts”.

¹¹ Tradução livre de: “[...] an increasing number of our most cherished freedoms—including the freedom to think, speak, travel, and assemble — will increasingly be entrusted to private tech firms [...]”.

¹² Tradução livre de: “[...] will design and operate the systems through which those freedoms are exercised”.

potencial para manipular o que as pessoas veem em suas telas e, no limite, o que pensam, dizem, fazem, como se comportam. Diante desse contexto, na seção seguinte, parte-se do princípio de que a era digital também tem o potencial para radicalizar o debate sobre razões e emoções na sociedade e, diante das complexidades narradas, sugere-se que as teorias moral e política de Hume podem ajudar a compreender o fenômeno de um ponto de vista menos explorado.

A razão é (e sempre foi) escrava das paixões, mas as paixões violentas podem ser radicalizadas na era digital: uma pequena sugestão de como encarar o problema

Somos mesmo menos racionais diante das novas tecnologias? Perdemos a referência do que é falso e verdadeiro, real e digital? Deixamos de agir com a razão e, porque estamos cada vez mais imersos no mundo virtual, nos mobilizamos apenas pelas paixões? Se a resposta for positiva, não há mais muito o que comentar a esse respeito. Esse estudo acabaria aqui. No entanto, propõe-se um exercício de responder negativamente a essas perguntas com o objetivo de repensar como o problema poderia ser encarado de outra forma. Em vez de afirmar que seríamos menos racionais na era digital, sugere-se uma posição alternativa que assume que, em tese, a emoção teria mais potencial para dominar o ser humano. Se for assim, argumenta-se, recorrer ao pensamento de David Hume traria uma nova luz ao problema. Como Hume defende desde o Livro 2 do *Tratado da Natureza Humana*, as nossas ações intencionais são produtos das paixões, e não da razão. Com efeito, Hume se propõe a provar duas coisas: primeiro, que a razão, sozinha, nunca é motivo para uma ação da vontade; segundo, que ela também nunca pode se opor à paixão na direção da vontade (T 2.3.3.1). Quer dizer, agir a partir da emoção, da paixão, e não a partir da razão, não seria um sintoma do “nosso tempo”, da “era digital”, mas, pelo menos para Hume, é uma característica da humanidade. É da natureza do ser humano ser motivado pela paixão. Com isso, o filósofo escocês não parece estar afirmando que não há razão, que somos irracionais, ou que a razão não “influencie” as condutas humanas, mas que a razão, por si, “não pode produzir nenhuma ação nem gerar uma volição” (T 2.3.3.4). Na realidade, para Hume, opor a paixão à razão não chega a ser nem mesmo um embate filosófico e sofisticado, pois “a razão é, e deve ser, apenas a escrava das paixões, e não pode aspirar a outra função além de servir e obedecer a elas” (T 2.3.3.4).

Se somos movidos pelas paixões, então faz sentido afirmar, por exemplo, que notícias que apelem para o lado emocional atraem mais a atenção das pessoas do que, muitas vezes, notícias pautadas por fatos, dados objetivos. Se é assim, a atração dos internautas pelas notícias apelativas, sensacionalistas, ainda que falsas, não deveria ser uma surpresa. Conforme estudos empíricos de Vosoughi, Roy e Aral (2018), as notícias falsas são transmitidas mais rapidamente do que as notícias reais no Twitter. Na mesma linha, Brady, Gantman e Van Bavel (2020) concluem que o enquadramento emocional moralmente carregado aumenta a probabilidade de as postagens se tornarem virais. O ponto é que esses resultados não correspondem a uma marca da era digital, mas podem evidenciar uma característica da natureza humana. Se a Igreja, por exemplo, tinha um poder de mobilizar as paixões, assim como Hume enfatiza no caso das facções,¹³ então também não deveria ser uma surpresa que essa mobilização seja ainda mais intensa com as estratégias digitais.

Com efeito, da leitura conjunta dos ensaios *Dos princípios primeiros de governo* e *De partidos em geral*, pode-se compreender que, para Hume, “o governo funda-se tão-somente na opinião” (FP 1) e que um cenário de diferenças de opinião e de interesse entre os seres humanos é favorável para o surgimento de facções (PG 4). Na verdade, há uma grande propensão dos homens para se dividirem em facções, e “a menor aparência de uma discordância real basta para as produzir” (PG 4). De acordo com o autor, “facções subvertem governos, tornam as leis impotentes e incitam as mais violentas animosidades entre homens de uma mesma nação, que deveriam dar assistência e proteção uns aos outros” (PG 2).

Da mesma forma que as paixões podem ser calmas e temperadas, como no caso de benevolência e compaixão, elas também podem ser violentas, como no caso de raiva, ressentimento, medo e ódio, paixões que Hume segue examinando na parte 2 do Livro 2 do *Tratado*. Quando paixões calmas prevalecem, então é razoável supor que os cidadãos de determinada nação ou país estarão mais aptos e dispostos a cooperar e superar as diferenças em prol do bem comum. Mas quando o segundo tipo de paixão ganha força e predomina, as pessoas podem causar sofrimento às outras e fazer com que mulheres e homens nem mesmo se importem que suas escolhas e decisões sejam prejudiciais para si mesmos e para a sociedade. Na era digital, caracterizada pelo instantâneo, pelo clique, pelo compartilhamento

¹³ No ensaio *De partidos em geral*, Hume afirma que as facções podem ser baseadas em interesses, em afeição e em princípios. As de interesse são mais razoáveis e desculpáveis. Se bem reguladas, podem até mesmo contribuir para o bem comum e para a prosperidade social. O segundo tipo de facção analisada por Hume é aquele baseado na afeição, no sentimento de pertencimento a uma família ou a determinadas pessoas. Por fim, o tipo de facção mais problemático, segundo a interpretação de Herdt (1995), é o que se baseia em princípios. A religião pode ser encaixada nesse caso, e seria uma facção que atrapalha a estabilidade social e a harmonia de interesses.

de informações em tempo real, as paixões violentas encontram um terreno fértil para se radicalizarem.

Por exemplo, as facções podem acarretar consequências violentas e fatais, como o autor narra na *História da Inglaterra*. De acordo com Limongi (2023, p. 210), com efeito, “[a] História da Inglaterra está repleta de episódios em que os efeitos facciosos e disruptivos da simpatia são explorados, sendo o preconceito religioso a principal causa de violência manifesta nas disputas políticas”. Por exemplo, ao analisar no livro em questão o comportamento das facções durante a Restauração e Revolução, Hume pondera que “[t]oda e qualquer espécie de extremismo deve, porém, ser evitada; e por mais que opiniões moderadas não agradem a nenhuma das facções, é nelas que provavelmente encontraremos a verdade e a certeza” (Hume, 2017, p. 424).¹⁴

Conforme Hume esclarece no *Tratado*, há duas causas que podem resultar na transição entre paixões. A primeira, quando há “uma dupla relação, de ideias e impressões” e, a segunda, quando há “conformidade entre a tendência e a direção de dois desejos quaisquer derivados de princípios diferentes” (T 2.2.9.12). E “quando a simpatia com o desprazer é fraca, ela produz ódio ou desprezo, pela primeira causa; quando é forte, produz amor ou ternura, pela segunda” (T 2.2.9.12).

Nesse sentido, a concepção de simpatia, a partir dos contornos dados por Hume, também pode ajudar a explicar as divisões e diferenças nas sociedades contemporâneas, as quais, acredita-se, são reforçadas por estratégias tecnológicas, como bolhas epistêmicas e câmaras de eco. Toda a lógica dos algoritmos e da publicidade na internet, rapidamente comentadas na seção anterior desse trabalho, também parece contribuir para que grupos sociais se isolem entre seus semelhantes e fiquem cada vez mais distantes de outros grupos, inibindo a possibilidade de convivência com pessoas bastante diferentes.

Quando observo pessoas ao meu redor, posso não só reconhecer o que elas estão sentindo, a depender de suas atitudes e expressões, mas também começar a agir e sentir como elas. E isso certamente vale para opiniões. Conforme Hume explica, “isso é evidente, não apenas nas crianças, que aceitam sem pestanejar qualquer opinião que lhes seja proposta, mas também em homens de grande discernimento e inteligência, que têm muita dificuldade em seguir sua própria razão ou inclinação quando esta se opõe à de seus amigos ou companheiros do dia a dia” (T 2.1.11.2). Então, seria a simpatia o princípio da natureza humana que melhor explicaria “a grande uniformidade observável no temperamento e no modo de pensar das

¹⁴ Neste caso específico, optei por não adotar a referência padrão da obra de Hume, pois, conforme consta nas referências bibliográficas, utilizei a edição com trechos selecionados e traduzidos por Pedro Paulo Pimenta.

pessoas de uma mesma nação” (T 2.1.11.2). Quando escuto alguém opinar sobre um assunto, qualquer que seja, também sou influenciada por essa opinião e posso começar a compartilhá-la, o que se torna ainda mais provável quando nutro alguma relação de proximidade ou admiração em relação ao outro.

De fato, pelas citações indicadas ao parágrafo anterior é possível notar, já no *Tratado*, a tendência de sentir de forma mais intensa as emoções e opiniões de pessoas que são semelhantes, seja no que diz respeito à linguagem, à etnia, ao modo de ser, do que de pessoas com as quais, em tese, não me identifico (T 2.1.11.2-5). Guardadas todas as reservas a respeito de afirmações racistas feitas por Hume, especialmente na nota de rodapé 6 do ensaio *De caracteres nacionais* (NC 20n6.1), há um ponto importante a se considerar em relação à dificuldade de espelhar emoções de pessoas de outras raças ou nacionalidades: “a mente humana é de uma natureza muito imitativa; nem é possível que grupos de homens conversem entre si sem que adquiram uma similitude de maneiras e comuniquem-se entre si seus vícios e virtudes” (NC 9).

Trata-se de uma tendência natural que, por essa lógica, poderia fazer com que nos aproximássemos dos que mobilizam paixões parecidas com as nossas, mas, por outro lado, com que nos afastássemos e agíssemos até de forma injusta e preconceituosa com aqueles que são diferentes de nós e que estão distantes. E é aí que as divisões e facções podem surgir de forma violenta. Conforme Limongi (2023, p. 210), “se a simpatia nos torna sensíveis ao que se passa com os outros, ela também permite explicar, e a um só tempo, que tenhamos dificuldade em aceitar outros pontos de vista e partilhar valores quando muito diferentes dos nossos e do nosso grupo de origem”. E mais: “o mesmo convívio que nos aproxima daqueles com quem interagimos, afasta-nos daqueles com quem não mantemos relações afetivas” (Limongi, 2023, p. 210).

No século XVIII, as pessoas expunham suas opiniões, por exemplo, em jornais, cartas, discursos, em um café com amigos. A simpatia relacionada à opinião de um autor, filósofo, intelectual, político, poderia se intensificar por meio da leitura dos seus escritos ou de ouvir um bom discurso, mas isso não acontecia de forma imediata e até mesmo instantânea e global como hoje. Hume não poderia prever robôs que influenciam o resultado de eleições, tampouco que uma grande empresa de tecnologia, por meio de algoritmos, passasse a mostrar na tela dos dispositivos eletrônicos de cada pessoa exatamente o anúncio com uma promoção do produto que ela decidiu procurar na internet sem a pretensão de realmente comprar. Ou, ainda, que “influencers” (os velhos “formadores de opinião”?) seriam pagos por uma agência

de publicidade para transmitir desinformação a respeito das vacinas em plena pandemia de COVID-19 (*The Guardian*, 2021) — sem contar os que o faziam por convicções próprias e espontâneas, como foi notório no Brasil.

Se Hume está certo, então o que prevalece tem que ser a paixão. E, conforme interpreta Cohon (2019), parafraseando o próprio filósofo escocês, se você deseja influenciar alguém e “incitá-lo para qualquer ação, geralmente a melhor tática é instrumentalizar as paixões violentas do que as calmas”.¹⁵ No caso, também parece importante destacar a potencialidade da simpatia no sentido de “integração dos pontos de vista numa ‘totalidade positiva’ cada vez mais abrangente, como uma espécie de antídoto aos seus efeitos disruptivos” (Limongi, 2023, p. 211). Então, o princípio da simpatia, para Hume, parece assumir um duplo potencial: as paixões podem ser manipuladas para a violência, para a disrupção, para incentivar a propagação de desinformação, de discurso de ódio, ou podem ser modeladas para integrar pontos de vista divergentes. Mas, nos dois casos, a paixão não pode ser subestimada.

Se as paixões são tão fortes, o que sobra para a razão? A razão não desperta e nem controla as paixões, em Hume, mas é fundamental quando se trata de “decisões ou julgamentos envolvendo as virtudes sociais, onde a utilidade é o principal aspecto do qual elas extraem seu mérito” (Nascimento, 2003, p. 71). Conforme Hume acrescenta no Apêndice 1 das *Investigações sobre os princípios da moral* (Sobre o sentimento moral), só a razão “pode nos informar sobre a tendência das qualidades e ações e apontar suas consequências para a sociedade ou para seu possuidor” (IPM, Apêndice 1, 2). E a razão, quando plenamente assistida e desenvolvida, é “suficiente para nos fazer reconhecer a tendência útil ou nociva de qualidades e ações” (IPM, Apêndice 1, 2), mas, para ele, sozinha não basta para produzir censura ou aprovação moral.

Além disso, como sugere Whelan (2004, p. 84) ao estudar os pensamentos de Hume e Maquiavel, a lei e a constituição são expedientes fundamentais para limitar o auto interesse, o conflito e as facções. Conforme destaca Limongi (2023, p. 113), Hume pensa a lei e a constituição de modo político: “para eles [Hume e Maquiavel] a lei e a constituição são formadas no jogo das forças sociais e políticas”. Mas, ao mesmo tempo em que as regras jurídicas são elaboradas a partir desse jogo de forças sociais e políticas, elas também não flutuam como as paixões e opiniões. Por definição, elas regulam os interesses, os conflitos e as facções: trata-se de um “conjunto de instituições e leis que emergem das disputas políticas

¹⁵ Tradução livre de: “if you want to influence someone and ‘push him to any action, ‘twill commonly be better policy to work upon the violent than the calm passions””.

e do jogo das forças sociais, ao mesmo tempo em que os regulam e ordenam” (Limongi, 2023, p. 122).

Parece haver dois níveis aqui: no primeiro, há um importante processo de autorregulação social. Nesse caso, as pessoas são movidas pelas emoções enquanto vivem em sociedade. Por meio da concepção humeana de simpatia, pode-se explicar esse processo no sentido de que o próprio convívio social produz regras sociais e morais (e, no limite, até jurídicas) que são reguladas e corrigidas de tempos e tempos, na prática, conforme as paixões. Na mesma linha parece ser a interpretação de Limongi (2023, p. 209): “o convívio, o simples fato de se estar em relação com os outros, conduz a articulação e regulação dos pontos de vista, dando origem a regras e sistemas normativos — morais, estéticos, epistêmicos — no interior dos quais as paixões e opiniões se corrigem e regulam umas pelas outras”.

No entanto, há um segundo nível: de fato, as pessoas vivem em sociedade, são motivadas pelas paixões, possuem interesses divergentes, mas também são reguladas por um sistema jurídico (Limongi, 2023, p. 210). O aparato institucional, legal, jurídico, parece ganhar ainda mais relevância quando os conflitos se tornam inconciliáveis, quando as facções se valem da violência para se consolidar no meio social. Assim, as regras de justiça são necessárias nesse ponto e devem ser coerentes, devem ser regras que “se justifiquem umas pelas outras, formando uma totalidade, um sistema auto-referenciado e coerente” (Limongi, 2023, p. 214). Essa coerência “constrói-se aos poucos e nunca de maneira completa, posto que o sistema está aberto à influência das paixões e opiniões que constituem a sociedade civil e sustentam sua autoridade” (Limongi, 2023, p. 214).

Sobre o mesmo ponto, Sabl (2012) examina as dinâmicas de autorregulação no pensamento de Hume, destacando como os indivíduos buscam aprimorar ao longo do tempo as instituições para solucionar diversos problemas de coordenação na sociedade. É nesse processo evolutivo institucional que a sociedade alcança resultados coordenativos superiores em várias esferas sociais, incluindo moralidade, direito, justiça e política. Como discutido anteriormente, Hume enfatizava a importância das convenções e das instituições na resolução de conflitos e na promoção da cooperação social, reconhecendo que essas instituições se adaptam constantemente às necessidades e circunstâncias em mudança.

Mas, como as regras jurídicas devem ser construídas, aplicadas? Esse é outro problema que será abordado brevemente na sequência.

Com efeito, o tema objeto desse trabalho traz muitas questões sobre o complexo equilíbrio entre a sociedade civil e a sua autorregulação e o papel do Estado e das normas jurídicas na

tarefa de tentar conciliar os interesses divergentes, mas sem promover o silenciamento das vozes dissonantes. Como lidar com as perplexidades da era digital — como transmissão de desinformação, discurso de ódio nas redes, formação de bolhas que excluem pessoas que pensam de forma diferente — sem violar direitos fundamentais, como liberdade de expressão, de informação, privacidade e honra?

As estratégias que tentam enfrentar esses problemas muitas vezes recaem na análise de conteúdo de discurso, o que é subjetivo e atrai debates sobre como distinguir o verdadeiro do falso, o fato da opinião. Na mesma linha, conforme Robl Filho e Kanayama (2021), “[n]ão devemos tirar do controle dos próprios usuários a faculdade de dizer o que é falso e o que não é. Afinal, se os usuários cometem erros, o que impede o governo ou as empresas de cometê-los? Portanto, outras ferramentas contra notícias falsas devem ser consideradas (sem ignorar, obviamente, eventual regulação)”.

Considera-se que a obra de Hume pode ajudar a pensar sobre esse tema de uma outra perspectiva, não a partir de uma análise que dependa do conteúdo de discursos e opiniões, mas que mobilize a própria arquitetura das mídias sociais já considerando a propensão das pessoas de agir a partir das paixões e do princípio da simpatia. Se é fato que as pessoas têm a tendência de se interessar pelo que chama mais a atenção, por notícias que apelam para o emocional, e confiam mais nas fontes com as quais mais se identificam, talvez promover mecanismos que incentivem uma postura mais reflexiva pode ser um bom começo, ainda que, definitivamente, não explique ou resolva todas as questões trazidas na primeira parte desse texto. Conforme Herzog (2023, p. 67), “a questão é se poderia haver características da arquitetura das mídias sociais — por exemplo, no que diz respeito à sua dinâmica temporal — que tornem uma ou outra [postura] mais provável e que possibilitem que os indivíduos evitem comportamentos irrefletidos dos quais se arrependeriam mais tarde”.¹⁶

Apenas para dar um exemplo, o mecanismo de “*nudge*”¹⁷ (“cutucar”) pode ilustrar essa forma de regulação que foca mais na estrutura do que no conteúdo. Estudos de Bhuiyan, Horning, Lee e Tanushree (2021) dão conta de que *nudges* sobre a confiabilidade de notícias têm um efeito positivo no comportamento das pessoas. O antigo *Twitter* (hoje “X”), por exemplo, criou um mecanismo desse tipo quando o usuário está prestes a “retuitar” (compartilhar) uma notícia. Antes de a operação ser finalizada (o que demandaria apenas um clique), a seguinte mensagem é apresentada “[q]uer ler o artigo primeiro? Você está prestes a compartilhar um

¹⁶ Tradução livre de: “the question is whether there could be features of the architecture of social media—for example, with regard to their temporal dynamics—that make one or the other more likely, and that enable individuals to avoid unthinking behaviour that they would later regret”.

¹⁷ Sobre o tema, conferir o trabalho de Thaler e Sunstein (2009).

artigo que não abriu no Twitter”, o que certamente não impede o compartilhamento, mas faz com que o usuário precise clicar mais uma vez antes.

Parece pouco, mas, de acordo com as conclusões de alguns estudos empíricos trazidos pelo presente trabalho, a pausa, a reflexão, ainda que mínima, contribui para a modulação do comportamento dos usuários de forma menos invasiva. De fato, a vantagem da regulação que foca na arquitetura das plataformas é que ela evita a regulação de conteúdo, permitindo em vez disso, que os cidadãos utilizem os mecanismos de autocontrole e reflexão que estão acostumados a usar fora das redes. Conforme se conclui na sequência, isso também não exclui a relevância da regulação jurídica ou a importância de se investir na educação digital, mas corresponde a uma medida que enxerga o fenômeno de forma mais realista, a partir do protagonismo da paixão, do sentimento.

Considerações finais

É impossível prever exatamente o que Hume teria a dizer sobre *Big Techs*, *bots*, *epistemic bubbles* e *echo chambers* (e a menção à nacionalidade do filósofo no título foi apenas uma brincadeira com a temática do trabalho), mas pelo menos uma conclusão pode ser assimilada a partir dos seus textos: para Hume, a paixão domina a razão. Por que não começar a partir desse fato a respeito da natureza humana? Por que não pensar *com* as paixões (e não *contra* elas)? Assim, assumir que a racionalidade é o principal motor de nossas interações e decisões, especialmente em face das perplexidades da era digital, é uma perspectiva que pode ser questionada. Se a razão é a escrava das paixões, como afirmava Hume, então há espaço para explorar as complexas interações entre emoções, sentimentos e desejos que permeiam nossas experiências digitais, em vez de simplesmente insistir que mais instrução vai tornar as pessoas mais sábias e racionais (ainda que, em tese, essa hipótese seja normativamente legítima).

Isso não implica que Hume descarte a razão. Na verdade, no âmbito da filosofia humeana, paixões e razão compõem um sistema psicológico amplo, caracterizado pela interação constante e pela gradual distinção entre essas faculdades. Ao considerar as razões e emoções na era digital, constata-se que ambas as faculdades interagem com as novas tecnologias e estão sujeitas às suas influências. Este estudo aborda uma faceta desse fenômeno em relação ao uso das novas tecnologias digitais e à racionalidade humana, sem a intenção de esgotar o tema ou sugerir que, sob uma perspectiva humeana, as pessoas sempre sejam motivadas exclusivamente por suas paixões.

De todo modo, a compreensão das emoções (e sua influência na formação de opiniões, nas interações online e no compartilhamento de informações) é um aspecto fundamental para traçar estratégias eficientes para lidar com os efeitos danosos da popularização das redes. O pensamento humeano tem potencial para repensar as expectativas em relação à racionalidade no mundo digital. Em vez de nos concentrarmos exclusivamente na razão, também parece promissor reconhecer a importância de abordar as motivações emocionais subjacentes e criar espaços de diálogo e interação que levem em consideração a diversidade de perspectivas.

Dessa forma, a partir das considerações de Hume sobre o protagonismo das paixões em relação à razão, o papel do princípio da simpatia, bem como sobre como lidar com facções, é possível considerar estratégias mais eficazes para combater os efeitos negativos das redes e ampliar a diversidade de informações e perspectivas. Como se viu, a regulação jurídica e o investimento em educação digital são relevantes e devem ser promovidos, sobretudo diante dos conflitos inconciliáveis, mas a autorregulação social — talvez mediada por instrumentos não invasivos, focados na arquitetura das redes — também deve ser reconhecida e estimulada. Só que, talvez dissesse Hume, para fazer tudo isso, é necessário começar pelas paixões.

Referências bibliográficas

ALLCOTT, H; GENTZKOW, M. 2017. Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, v. 31, n. 2, p. 211–236. Disponibilidade:

<https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/jep.31.2.211>. Acesso: 7 dez. 2020.

ASH, T. G. 2016. *Free Speech: Ten Principles for a Connected World*. New Haven/London: Yale University Press.

BARBOZA, E. M. Q.; BUSS, G. 2022. *Há fundamento constitucional para o banimento do Telegram?*, [Online]. Jota, 27 fev. Disponibilidade: <https://www.jota.info/opiniao-e-analise/artigos/fundamento-banimento-telegram-27022022>. Acesso: 10 mar. 2022.

BERGHEL, H. 2018. *Malice domestic: The Cambridge Analytica Dystopia*. *Computer*, v. 51, n. 5, p. 84–89. Disponibilidade: <https://ieeexplore.ieee.org/document/8364652>. Acesso: 8 maio 2024.

BESSI, A.; FERRARA, E. 2016. Social bots distort the 2016 U.S. Presidential election online discussion. *First Monday, Chicago*, v. 21, n. 11, nov. Disponibilidade:

<https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/7090>. Acesso: 24 set. 2021.

- BHUIYAN, M.; HORNING, M.; LEE, S. W.; TANUSHREE, M. 2021. NudgeCred: Supporting News Credibility Assessment on Social Media Through Nudges. *Proc. ACM Hum.-Comput. Interact*, n. 5, CSCW2, artigo 427, out. Disponibilidade: <https://dl.acm.org/doi/10.1145/3479571>. Acesso: 20 jun. 2023.
- BRADY, W.J.; GANTMAN, A. P.; VAN BAVEL, J. J. 2020. Attentional capture helps explain why moral and emotional content go viral. *Journal of Experimental Psychology: General*, v. 149, n. 4, p. 746-756, Disponibilidade: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/31486666/>. Acesso: 20 jun. 2023.
- CÂMARA, E. T. F. 2017. *Os dilemas do Estado em Rede na Era da Informação*: articulações entre o direito ao desenvolvimento e a liberdade informática. Curitiba. [Tese]. Universidade Federal do Paraná. Disponibilidade: <https://acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/55082/R%20-%20T%20-%20EDNA%20TORRES%20FELICIO%20CAMARA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso: 31 jan. 2021.
- CASTELLS, M. 2003. *A galáxia da internet*: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Trad. Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Zahar.
- CASTELLS, M. 2019. *O poder da comunicação*. Trad. Vera Lúcia Mello Joscelyne, 4ª ed., São Paulo/Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- COHON, R. 2019. *How Would Hume Explain Our Political Divisions?*, [Online]. IAI News, 2 maio. Disponibilidade: <https://iai.tv/articles/how-would-david-hume-explain-our-political-divisions-auid-1233>. Acesso: 20 jun. 2023.
- DELESALLE-STOLPER, S. 2018. “Sans Cambridge Analytica, il n'y aurait pas eu de Brexit”, *Libération*, 26 mar. . Disponibilidade: https://www.liberation.fr/planete/2018/03/26/sans-cambridge-analytica-il-n-y-aurait-pas-eu-de-brexit_1638940. Acesso: 3 jan. 2020.
- DEBORD, G. 1997. *A sociedade do espetáculo. Comentários sobre a sociedade do espetáculo*. Trad. Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto.
- FARIA, J. E. A. 2020. Verdade na Internet. In: FARIA, J. E. (Org). *A liberdade de expressão e as novas mídias*. São Paulo: Perspectiva.
- GRANVILLE, K. 2018. Facebook and Cambridge Analytica: What you need to know as fallout widens. *The New York Times*, 19 mar. Disponibilidade:

<https://www.nytimes.com/2018/03/19/technology/facebook-cambridge-analytica-explained.html>. Acesso: 8 maio 2024.

GUGLIELMI, G. 2020. *The next-generation bots interfering with the US election*: Data scientist Emilio Ferrara tells Nature that fake social-media accounts are harder to detect than ever before, [Online]. Nature, 28 out. Disponibilidade:

<https://www.nature.com/articles/d41586-020-03034-5>. Acesso: 24 set. 2021.

HERDT, J. 1995. Opposite sentiments: Hume's fear of faction and the philosophy of religion. *American Journal of Theology and Philosophy*, v. 16, n. 3, set., p. 245-259. Disponibilidade: <https://www.jstor.org/stable/27944304>. Acesso: 19 jun. 2023.

HERZOG, L. 2023. Sympathy, Empathy, and Twitter: Reflections on Social Media Inspired by an Eighteenth-Century Debate. *Proceedings of the Aristotelian Society*, v. 123, n.1, abr., p. 51–72. Disponibilidade: <https://academic.oup.com/aristotelian/article/123/1/51/7097505>.

Acesso: 20 jun. 2023.

HU, M. 2020. Cambridge Analytica's black box. *Big Data & Society*, n. 7, v. 2.

Disponibilidade: <https://doi.org/10.1177/2053951720938091>. Acesso: 8 maio 2024.

HUME, D. 2009. *Tratado da Natureza Humana*: uma tentativa de introduzir o método experimental de raciocínio nos assuntos morais. Trad. Débora Danowski. 2ª ed. São Paulo: Editora UNESP.

HUME, D. 2004. *Investigações sobre o entendimento humano e sobre os princípios da moral*. Trad. José Oscar de Almeida Marques. São Paulo: Editora UNESP.

HUME, D. 2003. *Ensaio Político*. (Org: Knud Haakonsen). Trad. Pedro Pimenta. São Paulo: Martins Fontes.

HUME, D. 2017. *História da Inglaterra*. Da invasão de Júlio César à Revolução de 1688. Seleção, tradução, apresentação e notas de Pedro Paulo Pimenta. 2ª ed. São Paulo: Editora UNESP.

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

LATIFA, A. 2019. Bots and fake news: the role of WhatsApp in the 2018 Brazilian Presidential election. *Intersection. CrossSection. Graduate Conference & Art Exhibition*. Disponibilidade: https://iscs-conference.com/wp-content/uploads/2019/10/ISCS_2019ConferenceProceedings.pdf. Acesso: 10 fev. 2021.

- LEWANDOWSKY, S.; ECKER, U. K. H.; COOK, J. 2017. Beyond Misinformation: Understanding and Coping with the “Post-Truth” Era. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, nº 6, p. 353-369. Disponibilidade: www.elsevier.com/locate/jarmac. Acesso: 10 fev. 2021.
- LÉVY, P. 2010. *Cibercultura*. Trad. Carlos Irineu da Costa. 3ª ed., Rio de Janeiro: Ed. 34.
- LIMONGI, M. I. 2023. *Hume, a Justiça e o Pensamento Político Moderno*. São Paulo: Alameda.
- MACHADO, C.; KIRA, B.; NARAYANAN, V.; KOLLANYI, B.; HOWARD, P. 2019. A Study of Misinformation in WhatsApp groups with a focus on the Brazilian Presidential Elections. *Companion Proceedings of The 2019 World Wide Web Conference (WWW '19)*. Association for Computing Machinery, New York, p. 1013–1019, 13 maio. Disponibilidade: <https://dl.acm.org/doi/10.1145/3308560.3316738>. Acesso: 13 abr. 2020.
- NASCIMENTO, E. E. 2003. *Razão e sentimento nos julgamentos morais (em David Hume)*. Florianópolis. [Dissertação]. Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Disponibilidade: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/85389/PFIL0010-D.pdf?sequence=1>. Acesso: 20 jun. 2023.
- NOHARA, I. P. 2018. Desafios da *ciberdemocracia* diante do fenômeno das *Fake News*: regulação estatal em face dos perigos da desinformação. In: RAIS, D. (org.). *Fake News: a conexão entre a desinformação e o e o direito*. São Paulo: Revista dos Tribunais.
- ROBL FILHO, I. N.; KANAYAMA, R. 2021. *Liberdade de Expressão, Redes Sociais e a Democracia*, [Online]. Conjur, 10 jul. Disponibilidade: <https://www.conjur.com.br/2021-jul-10/observatorio-constitucional-liberdade-expressao-redes-sociais-democracia>. Acesso: 22 jun. 2023.
- ROSENBERG, M.; CONFESSORE, N; CADWALLADR, C. 2018. How Trump Consultants Exploited the Facebook Data of Millions, *The New York Times*, 17 mar. Disponibilidade: <https://www.nytimes.com/2018/03/17/us/politics/cambridge-analytica-trump-campaign.html>. Acesso: 3 jan. 2020.
- SABL, A. 2012. *Hume's Politics*. Coordination and Crisis in the History of England, Princeton: Princeton University Press.
- SAVAGE, S.; MONROY-HERNÁNDEZ, A.; HÖLLERER, T. Botivist: Calling Volunteers to Action using Online Bots. 2015. *Proceedings of the 19th ACM Conference on Computer-Supported Cooperative Work & Social Computing (CSCW '16)*. Association for Computing

- Machinery, New York, p. 813–822, 20 set. Disponibilidade: <https://arxiv.org/abs/1509.06026>. Acesso: 24 set. 2021.
- SILVEIRA, S. 2019. *Democracia e os códigos invisíveis: como os algoritmos estão modulando comportamentos e escolhas políticas*. Edições Sesc.
- SILVERMAN, C. 2016. *This Analysis Shows How Viral Fake Election News Stories Outperformed Real News On Facebook*, [Online]. BuzzFeed News, 16 nov. Disponibilidade: <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook#.etwaV6WDZq>. Acesso: 11 out. 2020.
- SUNSTEIN, C. R. 2007. *Republic.com 2.0*. Princeton: The Princeton University Press.
- SUSSKIND, J. 2022. *The Digital Republic: On Freedom and Democracy in the 21st Century*. New York/London: Bloomsbury Publishing [epub].
- SUSSKIND, J. 2018. *Future Politics*. Living together in a world transformed by tech. New York: Oxford University Press.
- TEIXEIRA, M. M.; COSTA JUNIOR, D. R. 2020. Deu ruim na *hashtag!* Bots e pandemia de *fake news* em tempos de Covid-19: o caso #FechadoComBolso(l)naro. *Revista artes de educar*. Rio de Janeiro, v. 6, n. Especial III, p. 328-347, jun-out. Disponibilidade: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/riae/article/view/51544/35777>. Acesso: 16 fev. 2021.
- THALER, R. H; SUNSTEIN, C. R. 2009. *Nudge*. Improving Decisions About Health, Wealth and Happiness. New York: Penguin Books.
- THE GUARDIAN. 2021. *Facebook shuts accounts in anti-vaccine influencer campaign*, [Online]. 11 ago. Disponibilidade: <https://www.theguardian.com/world/2021/aug/11/facebook-shuts-accounts-in-anti-vaccine-influencer-campaign-fazze>. Acesso: 25 jun. 2023.
- VOSOUGHI, S.; ROY, D.; ARAL, S. 2018. The spread of true and false news online. *Science*, n. 359, p. 1146-1151. Disponibilidade: <https://www.science.org/doi/10.1126/science.aap9559>. Acesso: 20 jun. 2023.
- WHELAN, F. G. 2004. *Hume and Machiavelli: political realism and liberal thought*. Oxford: Lexington Books.