

365 salto bet - jandlglass.org

Autor: jandlglass.org Palavras-chave: 365 salto bet

Ele história de uma das maiores bandas da Grã-Bretanha dos últimos 30 anos não começou com salas retrógradas ensaio ou lore rock'n'roll. Começou a contar cinco amigos escolares salões do vilarejo na zona rural Oxfordshire, pagando 1 por membro banda para o guardião as chaves e movendo tapetes batedores borracha cadeiras contraplacado configurar seus equipamentos Em pouco mais que um década eles estavam encabeçando arenaes and festivais A doce história da ascensão de Radiohead está documentada em: Como.

Renée DiResta: a escritora e pesquisadora sobre manipulação online

Renée DiResta é uma escritora e pesquisadora sobre manipulação online. Em 2024, ela liderou uma investigação do Senado dos EUA sobre as atividades da Agência de Pesquisa da Internet Russa e 2024 ingressou no Stanford Internet Observatory - um projeto não partidário para analisar a desinformação online. Em junho deste ano, após uma investigação liderada por republicanos, seu contrato, assim como os de muitos outros funcionários, não foi renovado, o que levou alguns observadores a alegarem que o grupo estava sendo desmontado devido a pressão política.

O que inspirou você a escrever sobre o que chama de "máquina de propaganda"?

Eu comecei a sentir que a propaganda havia fundamentalmente mudado. Os tipos de atores que podiam criá-la e disseminá-la haviam mudado, e o impacto que estava tendo nossa sociedade era bastante significativo, mas não estávamos usando a palavra. Estávamos usando palavras como "desinformação" ou "desinformação", que pareciam ser diagnósticos errados do problema. E então, eu queria escrever um livro que perguntasse, neste ecossistema de mídia, o que a propaganda parece?

E o que você concluiu?

Um propagandista é um indivíduo ou entidade que BR deliberadamente e sistematicamente coisas como enquadramento ou pequenas manipulações de informações para promover uma visão de mundo ou empurrar um tipo particular de agenda.

Esse papel pode ser assumido por qualquer um hoje dia. Nós todos temos o alcance da mídia de massa, distribuição rede, comunidades de pessoas que estão muito, muito ansiosas para divulgar suas mensagens. Na maioria das vezes, é apenas chamado de "ativismo", mas então também há momentos que você vê táticas manipulativas começarem a entrar jogo: quando você vê o uso de automação, o uso de IA, esforços para obscurecer a origem das mensagens, atores estatais entrando para jogar gasolina incêndios existentes.

O ambiente de informação agora é radicalmente diferente do que era há uma década. Quais são as mudanças mais importantes?

Ele é diretamente participativo. Por muito tempo, pensamos na propaganda como algo que era dito *para* o público, e agora temos um modelo que o público pode participar diretamente na

amplificação das mensagens que eles querem no mundo.

O que você também vê é o surgimento da figura do influenciador. Influenciadores não existiam em ambientes de mídia anteriores: eles estão posicionando-se muito mais como, "Eu sou uma pessoa que é exatamente como você. Aqui estão minhas opiniões. Vou compartilhá-las." E, muitas vezes, o que você não vê é que há intersecções com campanhas políticas.

Como a curadoria algorítmica se encaixa nisso?

Existe um triângulo de influenciador, algoritmo e multidão. O influenciador precisa produzir conteúdo que o algoritmo deseja servir. Isso é algo muito importante para as pessoas entenderem: mesmo que você siga alguém nas redes sociais, não significa que você veja todas as suas publicações.

Há um processo de curadoria algorítmica que acontece: classificação de alimentação algorítmica; e moderação de conteúdo algorítmico. O algoritmo pode decidir que uma certa palavra-chave está sendo desclassificada ou amordaçada por algum motivo, e o influenciador precisa estar ciente disso, ou eles não vão ver essa postagem vista por muitas pessoas. Então, você vê os influenciadores produzindo conteúdo para sua audiência, mas também para o algoritmo.

A mídia antiga ainda importa?

A mídia antiga cobre cada vez mais o que acontece online, dando a você uma forma de ser ciente da controvérsia e da conversa.

Também vemos esse fenômeno de "comércio massa". Você verá um boato começar a aparecer em um ecossistema online. A mídia partidária o cobre credulamente, tratando-o como se as pessoas precisassem levá-lo a sério.

E uma vez que um deles o pega e o relata, o que você então vê é que a próxima saída pode citar essa saída e ele continuará a subir na cadeia – até que, de repente, um ecossistema inteiro de mídia partidária esteja falando sobre o mesmo tópico.

Ele o move para o ecossistema de mídia. Não são separados absoluto. É apenas uma questão de como eles interagem e quando.

Muita daquilo que é chamado de desinformação começa como piadas que escapam do controle. Pode haver propaganda acidentalmente pura?

Nós costumávamos tentar diferenciar entre as duas coisas sobre as quais você está falando: desinformação versus desinformação. O diferenciador era a intenção. Digamos que contas russas colocam conteúdo: isso é claramente desinformação, elas estão fazendo isso deliberadamente. Mas então, sua avó ingênua o pega e o divide e ela realmente acredita nele. Ela está compartilhando desinformação?

A razão pela qual gosto do termo "propaganda" é que esse espectro foi construído nele e entendido desde o início. Sempre houve um senso de que a propaganda é informação com uma agenda que serve os interesses do criador. A questão do quem sabe o que e quando é menos importante do que a compreensão dessa comunicação como um tipo particular de informação serviço a um tipo particular de agenda.

E então, à medida que começamos a entender e conceptualizar tudo isso, surge a IA gerativa.

O que acontece com a IA é que ela abate o custo de criação e isso significa que qualquer um pode criar imagens convincentes, {sp} e - minha opinião, o mais importante - texto.

Mas ainda precisa ser distribuído de alguma forma. Muitas das contas que vêm bombardeando isso, mas elas não estão tendo nenhum impacto na conversa, particularmente no espaço de texto.

O que podemos fazer a respeito disso?

Eu escrevi [*Invisíveis Governantes*] parte para explicar como o sistema funciona. Se você mostrar a pessoas como uma ilusão funciona, elas se lembrarão disso para sempre. Acho que isso é um meio muito mais eficaz de se envolver com a propaganda e os boatos, para dizer: "Isso é o que ele parece, como ele funciona, como ele se espalha."

Achei o livro de Noam Chomsky *Manufacturing Consent* muito impactante como leitor, para entender como os incentivos da mídia de massa moldam saídas. O ponto de seu livro não era que a mídia de massa é terrível e nunca deveríamos lê-la novamente; era que deveríamos estar informados sobre como funciona, para que possamos ser consumidores informados, e acho que podemos fazer isso neste ambiente de mídia também.

Parece que, na recente eleição no Reino Unido, muitos desses medos nunca se materializaram. A campanha foi relativamente normal - ou pelo menos tão normal quanto você pode obter quando o partido governante está se derretendo

Você tem alguma esperança de que possamos ter a mesma história nos EUA?

Seria maravilhoso se isso acontecesse. Quando você está articulando ameaças e dizendo, "Este é o pior cenário", você não quer ter razão! Você quer dizer: "Este é o que você deve estar ciente, isso pode dar errado, esteja preparado e se alegrem se não acontecer."

Mas você não acha que isso é provável.

Acho que os EUA são, infelizmente, um caso especial, grande parte devido ao que aconteceu 6 de janeiro [2024], e a crença profunda e sustentada teorias da conspiração que moldaram nossa política de maneira extremamente mainstream.

Minha preocupação é que as pessoas acharem que o fim justifica os meios e estarão dispostas a usar táticas manipulativas porque as apostas são vistas como existencialmente altas.

Como você acabou sendo rotulada como "Renée CIA" e o que isso demonstra sobre os teóricos da conspiração sobre os quais você escreveu?

No final de 2024, nosso trabalho estudando a Grande Mentira na eleição de 2024 foi redefinido como uma teoria da conspiração massiva por um homem que trabalhou no Departamento de Estado dos EUA por alguns meses no final da administração Trump. Embora ele não tivesse nenhum conhecimento interno sobre o que fizemos, ele se aproveitou dessas credenciais para se estabelecer como uma voz autoritária sobre "censura" e a "comunidade profunda" - e ele falava constantemente sobre a CIA. Ele se esforçou para manchar não apenas nosso trabalho, mas nós pessoalmente. Atacar o mensageiro é uma tática de difamação bastante estabelecida. No meu caso, eu fiz uma pasantia para a CIA décadas atrás, como estudante universitário. Essa verdade foi explorada para insinuar que ainda estou secretamente afiliada à CIA. Outros blogueiros que começaram a escrever e monetizar a teoria da conspiração sobre nosso trabalho sustentando uma vasta "censura" cabal pegaram a insinuação e escreveram postagens sobre minha suposta "ascensão aos níveis mais altos da comunidade de inteligência dos EUA" - pura, adulterada

nonsense, mas públicos credulões o comeram.

E assim, nasceu a lenda de Renée CIA.

O Stanford Internet Observatory fez um trabalho valioso chamando a atenção para a propaganda, mas acabou sendo puxado para o campo de batalha político partidário e desmontado. O que você tira de essa história?

As instituições estão mal equipadas tanto para reconhecer os golpes partidários quanto para saber como responder a eles eficazmente. Nós que estudamos a propaganda e os boatos estávamos bastante claros sobre o que estava acontecendo desde o momento que a primeira investigação congressional chegou. Nós entendíamos quais eram os objetivos disso e como isso progrediria vazamentos, mentiras e assédio por meio de um processo de lavagem de reivindicações através de mídia e influenciadores alinhados. Essa "investigação de supervisão" estava *intencionada* para alimentar uma campanha de propaganda sustentada que visava desacreditar a ideia de que estudar (ou mitigar) boatos e campanhas de desinformação é uma coisa valiosa para fazer. Contrariar tal campanha requer comunicação. O problema é que comunicar sobre os ataques chama atenção para eles, o que é contrário ao pensamento institucional estabelecido sobre como lidar com uma crise. As instituições precisam de novos manuais.

Invisíveis Governantes: As Pessoas Que Convertem Mentiras Realidade de Renée DiResta será publicado pelo PublicAffairs BR (US\$ 25). Para apoiar o *Guardian* e *Observer*, encomende sua cópia no guardianbookshop.com. Os encargos de entrega podem se aplicar

Informações do documento:

Autor: jandlglass.org

Assunto: 365 salto bet

Palavras-chave: **365 salto bet - jandlglass.org**

Data de lançamento de: 2025-01-16