

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica

Maytê de Carvalho Soares

ÉTICA E PERSUASÃO NO CONTEXTO HUMANO-MÁQUINA
Uma reflexão sobre a algoritmização das relações sociais
na cibercultura

São Paulo
2023

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica

Maytê de Carvalho Soares

Dissertação apresentada à Banca Examinadora da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, como exigência parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação e Semiótica, pelo Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica, sob a orientação do Professor Doutor Eugênio Rondini Trivinho.

Área de Concentração: Signo e Significação nos Processos Comunicacionais

Linha de Pesquisa: Dimensões Políticas na Comunicação.

São Paulo
2023

BANCA EXAMINADORA

Autorizo exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, a reprodução parcial desta Tese de Mestrado por processos de fotocopiadoras ou eletrônicos.

Assinatura _____

Data _____

E-mail _____

FICHA CATALOGRÁFICA

Sistema para Geração Automática de Ficha Catalográfica para Teses e Dissertações com dados fornecidos pelo autor

SOARES, MAYTÊ CARVALHO

Ética e Persuasão no Contexto Humano-Máquina: uma reflexão sobre a
algoritmização das relações sociais na cibercultura/ MAYTÊ CARVALHO
SOARES

. -- São Paulo: [s.n.], 2023.
p. il. ; cm.

Orientador: Eugênio Rondini Trivinho.
Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica)--
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Programa
de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica, 2023.

1. Ética. 2. Algoritmização.
3. Ciberespaço. 4. Cultura de Vigilância, Capitalismo
de Vigilância. I. Trivinho, Eugênio.
II. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo,
Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e
Semiótica. III. Título. I. Trivinho, Eugênio.
II. , - , co-orient. IV. Título.

DEDICATÓRIA

Dedico esta Dissertação aos meus pais, Fátima e Cláudio por me inspirarem a estudar e a querer lecionar já na mais tenra idade. Sou grata pelo investimento em minha educação. Hoje me torno a primeira da família a concluir um Mestrado.

Dedico este trabalho ao Prof. Dr. Eugênio Trivinho, que acreditou em mim quando nem eu mesma acreditava. Honro a sua parceria e mentoria. As trocas durante esta jornada me enriqueceram no âmbito pessoal, para além do âmbito acadêmico.

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior- Brasil (CAPES) – nº88887.631141/2021-00 CAPES.

This study was financed in part by the Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – nº88887.631141/2021-00 CAPES.

AGRADECIMENTOS

Agradeço à Profa. Dra. Michelle Prazeres pelas sugestões enriquecedoras feitas na Banca de Qualificação, contribuindo, de maneira significativa, para esta Dissertação.

Agradeço ao Prof. Dr. José Aidar pela participação na mesma Banca, com comentários minuciosos e precisos que fizeram a diferença na reta final.

Agradeço à Profa. Dra. Lucia Leão, pela flexibilização, paciência e parceria nos períodos de adaptação pré- e pós-pandêmicos.

Agradeço à querida Cida Bueno, da Secretaria do Programa, por sempre ter sido tão solícita e prestativa comigo em momentos decisivos da jornada.

Agradeço ao colega Tiago Alexandre por sua disponibilidade em possibilitar que eu participasse das aulas de modo assíncrono.

À CAPES, pela bolsa para que fosse possível a pesquisa.

Agradeço à Profa. Dra. Lúcia Soares, pela parceria e pela troca durante a jornada intensa que trilhamos juntas.

RESUMO

Esta pesquisa tem como objetivo investigar como o consumo de informação por meio das plataformas digitais estão vinculados à algoritmização das relações sociais, inserindo comportamentos e subjetividades a partir das tecnologias digitais de informação e comunicação que se manifestam na cibercultura. Pretende-se investigar os impactos no fazer-persuasivo diante desta nova hierarquia de circulação de informações. Debruça-se nas teorias de vigilância da vertente anglo-saxônica de Lyon e Zuboff, para compreender os contornos éticos entre *publishers* x *platforms* no controle editorial do conteúdo e na algoritmização das relações. A metodologia está baseada na pesquisa documental com abordagem qualitativa. A hipótese situa-se em afirmar que sob o Capitalismo e a Cultura de Vigilância, as *platforms* não apresentam preocupação ética, tampouco assumem responsabilidade editorial no que se refere à moderação e distribuição de conteúdos.

Palavras-chave: Cibercultura; organização persuasiva; algoritmização; *Surveillance*, *Cultura de Vigilância*

ABSTRACT

This research aims to investigate how the consumption of information through digital platforms is linked to the algorithmization of social relations, incorporating behaviors and subjectivities through digital information and communication technologies that manifest in cyberculture. The objective is to examine the impacts on persuasive practices in the face of this new hierarchy of information circulation. It delves into the surveillance theories of the Anglo-Saxon tradition of Lyon and Zuboff to understand the ethical boundaries between publishers and platforms in editorial control of content and the algorithmization of relationships. The methodology is based on qualitative documentary research. The hypothesis asserts that, under Capitalism and the Surveillance Culture, platforms show no ethical concern and do not assume editorial responsibility regarding content moderation and distribution.

Keywords: Cyberculture; persuasive organization; algorithmization; Surveillance, Surveillance Culture.

Sumário

RESUMO	17
INTRODUÇÃO	10
CAPÍTULO I – AS RELAÇÕES HUMANO-MÁQUINA, DROMOCRACIA E A ALGORITMIZAÇÃO DO FAZER PERSUASIVO	12
<i>1.1. Dromocracia, ciberespaço e cibercultura.....</i>	<i>14</i>
<i>1.2. Cibersociabilidade e as relações sociais</i>	<i>16</i>
<i>1.3. Publishers x platforms na cibercultura.....</i>	<i>18</i>
<i>1.4. A algoritmização na cibercultura: comunicação e vigilância</i>	<i>21</i>
<i>1.5. Vigilância no trabalho.....</i>	<i>25</i>
<i>1.6. Construção de habilidades necessárias ao sucesso profissional.....</i>	<i>28</i>
<i>1.7. Platforms e vigilância: LinkedIn e inteligência artificial</i>	<i>30</i>
CAPÍTULO 2 – CAPITALISMO DE VIGILÂNCIA E O FAZER PERSUASIVO NAS PLATFORMS	35
<i>2.1. O modelo econômico das platforms: o lucro oriundo da vigilância humana</i>	<i>35</i>
<i>2.2. Moderação editorial versus controle editorial</i>	<i>37</i>
<i>2.3. A intimidação como regime de sentido e a eleição de um governo populista nos Estados Unidos: os persuasíveis</i>	<i>40</i>
<i>2.4. Como a ausência de regulação intensificou uma crise de saúde pública: COVID-19 e fake news.....</i>	<i>46</i>
<i>2.5. Responsabilização, regulação e moderação editorial das platforms</i>	<i>50</i>
CAPÍTULO 3 - ÉTICA, SUBJETIVIDADES E CAPITALISMO DE VIGILÂNCIA	52
<i>3.1. Ética e condutas humanas na sociabilidade virtual</i>	<i>52</i>
<i>3.2. Subjetividades, neoliberalismo e algoritmos no ciberespaço</i>	<i>57</i>
<i>3.3. Capitalismo de vigilância e cultura de vigilância</i>	<i>65</i>
CONSIDERAÇÕES FINAIS	73

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	78
---	-----------

INTRODUÇÃO

O tempo e o espaço sofreram mudanças consideráveis, no contexto da pandemia de COVID-19. O trabalho remoto, a descentralização e a desmaterialização do *locus* do escritório, são o novo modo de ser e estar do ser humano em tempos pós-pandêmicos.

Analisa-se nesta dissertação as estratégias na organização do conteúdo. As bases analíticas, para compreensão das estratégias de convencimento, serão consideradas a partir das categorias de Greimas.

Este trabalho propõe uma reflexão sobre o contexto ético na constituição da relação algoritimizada (homem-máquina) a partir das teorias da *surveillance*. A presente pesquisa direciona sua atenção para a análise crítica da vigilância e sua implicação na formulação de uma estrutura hierárquica nas interações entre produtores e consumidores de conteúdo nas *platforms*.

A relevância social da pesquisa se vincula à compreensão dos aspectos éticos existentes entre *publishers* x *platforms*, no controle editorial do conteúdo e na algoritmização dessas relações. Estas circunstâncias são observadas por meio das teorias de *surveillance*, à investigação monitorada, à identificação e ao rastreamento, à intervenção analítica e à modulação de comportamentos. Estas características pautam o espírito do tempo vigente e são relevantes para o debate público.

O primeiro capítulo analisa as mudanças de comportamento com base em uso de tecnologias digitais no processo de Comunicação e Trabalho. Os conceitos de dromocracia, ciberespaço e cibercultura são precisos para compreender como a velocidade está relacionada às práticas humanas ao se inscrever na vida cotidiana. A partir desse contexto, analisa-se a persuasão dos algoritmos na intersecção homem-máquina, para, em seguida mostrar como ocorre a regulação das relações sociais no âmbito da vigilância (*surveillance*) pelas plataformas FAANG¹.

O segundo capítulo procura problematizar o capitalismo de vigilância com base na discussão sobre bem público *versus* interesse privado, em decorrência de mudanças de comportamento decorrentes do uso das plataformas por seus usuários. Por serem empresas privadas, as plataformas digitais visam lucro e possuem poder político-

¹ FAANG é o acrônimo que se refere às maiores empresas, em valor de mercado, de tecnologia, também conhecida como Big Techs. Facebook, Amazon, Apple, Netflix e Google.

econômico que geram crises, ambiguidades e interferem sobremaneira nas relações sociais. Este capítulo analisa o processo persuasivo e os regimes de sentido aplicados no processo de convencimento de usuários a partir da semiótica de Greimas e expõe os impactos sociais na política e na saúde pública que a ausência de regulação gerou na sociedade norte-americana.

O terceiro capítulo aborda a produção de subjetividades da vida atual pautada na algoritmização e cultura de vigilância, propondo uma reflexão sobre os contornos éticos sobre o papel das *platforms*: seu papel como ator na sociedade contemporânea e suas responsabilidades sociais.

CAPÍTULO I – AS RELAÇÕES HUMANO-MÁQUINA, DROMOCRACIA E A ALGORITMIZAÇÃO DO FAZER PERSUASIVO

As mudanças de comportamento ocasionadas devido ao uso das plataformas incidiram não apenas na cultura, mas também sobre o tempo e o espaço. No âmbito do trabalho, a aceleração das Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação (TDICs) trouxeram transformações relevantes para a sociedade. Com a pandemia de COVID-19, as TDCIs impactaram diretamente o trabalho remoto em condições de *home office*, dissolveram escritórios e propuseram outras maneiras de comunicação assíncrona e síncrona.

Dezembro de 2019 ficou marcado pelo início da pandemia de COVID-19, na cidade de Wuhan, na China. Pouco tempo depois, em janeiro de 2020, a pandemia se alastrou e chegou à Europa e aos Estados Unidos. Como era inverno no Hemisfério Norte, algumas pesquisas iniciais sugeriram que o vírus demoraria para chegar e se disseminar no Hemisfério Sul, de clima mais ameno. Dessa maneira, no Sul, acreditava-se que a contaminação massiva seria difícil. A princípio, alguns países quiseram evitar o alarmismo, o que impactaria negativamente os mercados financeiros. A expectativa inicial em relação à “nova doença” residia na rápida contenção do contágio, propiciando tempo para o controle de seus impactos econômicos e de mortalidade. Mas essa esperança mudou quando se reconheceu que o mundo estava diante de uma epidemia.

Em janeiro de 2020, a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou que o novo coronavírus era uma Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional². As primeiras recomendações gerais da OMS foram de isolamento social, higienização das mãos e uso de máscaras faciais pelas populações. Paulatinamente, as empresas adotaram o *home office*. Escolas, comércios e serviços tiveram fechamento físico. Em seguida, ocorreram demissões em massa, falências etc..

No Brasil, o esforço em reduzir os impactos negativos da COVID-19 para conter a crise econômica e sanitária perpassou por disputas políticas e pelo negacionismo da necessidade do isolamento social e da vacinação. Apesar da vacinação ter iniciado

² “Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional”. Disponível em <https://www.paho.org/pt/covid19/historico-da-pandemia-COVIDcovid-19> Acesso: 17 maio 2023.

tardiamente, foi o Sistema Único de Saúde (SUS) quem conseguiu evitar maior mortandade. De acordo com Trivinho (2022):

No Brasil, o Sistema Único de Saúde (SUS) salvou a população de sofrer catástrofe pandêmica incomensuravelmente maior. Como estrutura pública e federalizada de atendimento universal e gratuito para uma população de mais de 215 milhões, o SUS foi a pedra angular da aceleração do processo vacinatório e do esperado controle (ainda não total) da pandemia no país. Esse êxito ocorreu após o Ministério da Saúde atrasar, criminosamente, ao longo de 2020, a aquisição dos fármacos para distribuição aos Estados e Municípios. O resultado positivo de conjunto só aconteceu, no entanto, por um fator crucial: a aderência maior que 80% da população às campanhas de vacinação³.

Algumas medidas na esfera econômica foram tomadas, como o auxílio emergencial, destinado a trabalhadores mais vulneráveis diante da crise econômica instaurada. Apesar dos poucos esforços, milhões de pessoas foram afetadas economicamente e outros milhares morreram pelo atraso da vacinação e do negacionismo. O mundo do trabalho se transformou. Assim como a interatividade e o comportamento social, o consumo também mudou.

Se a COVID-19 mudou substancialmente a vida das pessoas, a cultura digital transformou por completo o consumo por meio da persuasão algorítmica. Desde o século XIX, as mudanças tecnológicas transformaram a vida cotidiana e as relações sociais, influenciando o comportamento social. Vivemos um processo de mudança de uma sociedade da produção para uma sociedade da informação e da comunicação, sobretudo de comunicação de massa para uma comunicação em rede.

As Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação (TDICs) elevaram a potencialização da internet ao proporcionar a intensificação da interatividade nas relações e comportamentos dos indivíduos, o que levou ao surgimento de outra circunstância cultural: a da cultura virtual.

A cultura virtual, também designada Cibercultura, estimula diferentes perspectivas da vida social, alterando relações interpessoais, a educação e o mundo do trabalho. Além dessas esferas, mudou a maneira de consumo da mídia, afetando diretamente a produção de conteúdo nas redes digitais.

³ “As Rachaduras da Liberdade: o direito à liberdade reivindicado pelo negacionismo vacinatório em meio à pandemia é um exercício hedonista de arruinamento da liberdade alheia”. Disponível em: <https://diplomatique.org.br/as-rachaduras-da-liberdade/> 17 maio 2023.

Vinte anos se passaram quando Santaella (2003, p. 30) observou a complexidade e os desafios que irrompiam nas relações humano-máquina, ao afirmar o seguinte:

A cibercultura, tanto quanto quais quer outros tipos de cultura, são criaturas humanas. Não há uma separação entre uma forma de cultura e o ser humano. Nós somos essas culturas. Elas moldam nossa sensibilidade e nossa mente, muito especialmente as tecnologias digitais, computacionais, que são tecnologias da inteligência, conforme foi muito bem desenvolvido por Lévy e De Kerckhove. Por isso mesmo, são tecnologias autoevolutivas, pois as máquinas estão ficando cada vez mais inteligentes.

A Cibercultura, na esfera do trabalho, proporcionou uma série de transformações, não apenas no comportamento do empregado que passou a ser um empreendedor de si, mas também desvaneceu áreas e profissões, que deixaram de existir ou tornaram-se obsoletas. Neste momento, adentramos no quarto ano da pandemia mundial da COVID-19. Podemos notar como o trabalho remoto e o *home office* vêm modificando as relações de trabalho, impondo a comunicação assíncrona em vez da síncrona, recaindo sobre os indivíduos contornos cinzas entre o espaço público e o privado, do trabalho e do descanso. O trabalho será um objeto de demonstração dessas mudanças nas relações sociais. A relação entre o contexto de trabalho e os princípios da dromocracia demonstram como a aceleração do tempo e a imposição de ritmos frenéticos influenciam a dinâmica organizacional e as relações de poder na Cibercultura.

1.1. Dromocracia, ciberespaço e cibercultura

Segundo Trivinho (2005, p. 63), a concepção e o conceito de dromocracia foi sedimentado por Paul Virilio em *Velocidade e Política*, publicado pela primeira vez em 1977, contribuindo para a área das Ciências Humanas e Sociais. A partir dessa obra, encontramos uma série de indicações analíticas para a concepção “da história e dos processos políticos e sociais pelo prisma do vetor dromológico”, que funda o método de pesquisa chamado *sociodromologia*⁴.

⁴ Cabe ressaltar que a sociodromologia foi aprofundada por Eugênio Trivinho em suas pesquisas.

O prefixo grego *dromos* significa rapidez e também remete à corrida, nos encaminhando ao campo geográfico e também à cidade (*urbis*), mantendo conexões com termos logísticos, estratégicos e táticos. “O conceito de dromocracia, na obra de Virilio, pertence a (e, ao mesmo tempo, encerra) um quadro teórico e epistemológico voltado para a consumação da crítica à organização sociotécnica dinâmica que, a cada época, define a vida humana” (TRIVINHO, 2005, p. 64).

A velocidade se vincula a diversas práticas humanas, em diferentes períodos históricos, manifestando características relacionadas ao comércio e ao urbanismo, ou seja, ao planejamento das cidades. As estratégias e táticas bélicas, para proteger as cidades e seus bens comerciais, produziram guerras. A velocidade está no liame da guerra, com a desmesurada violência que recai na vida cotidiana, causando efeitos na dinâmica das relações sociais.

De acordo com Amâncio (2006), Virilio enxerga a velocidade como uma capacidade inerente à revolução política. Não se trata apenas de produzir mais e depressa, mas também de extinguir rapidamente.

A medida que a produção é suplantada pela produção da destruição, percebe-se que a evolução da máquina de guerra é involução da humanidade. Se a lógica da riqueza se expressa numa economia política, a lógica da corrida se explicitaria numa concepção teórica capaz de articular velocidade e política (AMÂNCIO, 2006, p.71)

Todavia, o principal interesse de Virilio reside na “velocidade de transmissão”, resultado da conexão entre a aceleração dos transportes e das comunicações. Sua análise incide na forma como a velocidade se manifesta por meio das distintas perspectivas da realidade social, ou seja, pelo pensamento humano, vida cotidiana, trabalho, espaço e relações de poder. Ele já havia apontado como os meios de comunicação, a informação e o designado campo cibernético operam e causam efeitos sobre os indivíduos que são continuamente atingidos por informações e desinformações.

Os “vetores técnicos e tecnológicos de dromocratização progressiva da vida humana” perpassaram uma série de acontecimentos, que mudaram a vida cotidiana e aceleraram a própria velocidade afetando a cultura em decorrência de vetores mais ágeis e eficazes. Daí a importância da velocidade de transmissão e comunicação, sobretudo na comunicação simultânea e instantânea de rádio e de televisão. Em seguida, por meio de

computadores e das “redes interativas” como a Internet, intranet e Web com seu processo online (TRIVINHO, 2005, p. 66).

As redes interativas estão contidas no ciberespaço e, em pouco tempo, tornaram-se um dos principais meios de comunicação. Conseguiram acoplar os veículos de comunicação e acomodaram a comunicação em tempo real. Consolidaram, por meio da interconexão mundial dos computadores, a comunicação digital, trazendo mutações civilizatórias com o acesso de uma gama de informações que também são alimentadas pelos indivíduos. Outrossim, a cibercultura é produzida e reproduzida dentro desse contexto por meio de técnicas, práticas, valores e atitudes (LEVY, 1999).

Conforme sinaliza Levy (1999), o ciberespaço se constitui como um ecossistema complexo que opera através da interdependência entre um microssistema tecnológico e um microssistema social, ou seja, por rede de máquinas interligadas e vinculadas à dinâmica dos usuários, difundindo informações por fluxos velozes de dados e pelas relações sociais que vão sendo construídas.

1.2. Cibersociabilidade e as relações sociais

A sociedade atual pautada pela Cibercultura e cibersociabilidade vive uma série de mudanças significativas no mercado e nos contornos das relações sociais. A ideia de ampliação do trabalho, junto ao ideário de utilidade, facilidade, autonomia e oportunidades que se inserem na vida cotidiana, modifica as relações sociais e o comportamento dos indivíduos nas formas de comunicação síncrona e assíncrona. Para além do trabalho, a vida cotidiana e o ser e estar do ser humano no mundo são modificados a partir das dinâmicas nas relações sociais que se dão de forma cibernética, para além de analógica. Não somente o espaço e o tempo são transformados de maneira transversal, mas as dinâmicas da relação social com o trabalho.

A cultura digital se caracteriza pela "transformação das atividades humanas pela utilização de tecnologias digitais, a emergência de novas formas de comunicação, de sociabilidade e de conhecimento, bem como a transformação do espaço e do tempo (LÉVY, 1999, p. 17).

A pandemia da COVID-19 surpreendeu a todos. Alterou as sociedades a um ponto de curvatura em que cingir a tecnologia não é mais uma alternativa, mas uma imposição, e isso afetou as relações sociais, assim como a constituição de uma cibernsociabilidade.

A cibernsociabilidade é um conceito crucial para entender a interação social na era digital. Trata-se da forma como as pessoas se relacionam, comunicam-se e se conectam por meio de dispositivos e tecnologias digitais, como computadores, smartphones, redes sociais e aplicativos de mensagens instantâneas.

Segundo André Lemos, professor da Universidade Federal da Bahia, a cibernsociabilidade envolve "a construção de laços sociais, a expressão de opiniões e sentimentos, a troca de informações e conhecimentos, a formação de comunidades virtuais e a participação em redes de cooperação e colaboração" (LEMOS, 2012, p. 105).

Vivemos uma aceleração tecnológica durante a pandemia da COVID-19 que ainda não se encerrou, ocasionando uma verdadeira transformação digital. Com altas taxas de transmissão e contaminação pelo novo coronavírus, houve a necessidade de uma adaptação veloz. As autoridades de saúde pública recomendaram o isolamento social e o *lockdown* – mesmo que parcial, como foi o caso do Brasil – para frear o avanço da doença. Milhões de trabalhadores tiveram suas atividades laborais afetadas, principalmente os profissionais dos escritórios e dos serviços. O ajuste se deu no exercício profissional de forma remota, em *home-office*.

Os apontamentos levantados em pesquisas recentes mostram que muitos trabalhadores preferem o *home-office*. Mesmo com a aceleração e a velocidade do trabalho, alegam mais qualidade de vida e apontam também a flexibilidade de horário de trabalho como um fator positivo. Recentemente, empresas implementaram o modelo híbrido de trabalho, combinando o trabalho *in loco* com o remoto para poder atrair e reter talentos.

Devemos endereçar também as muitas críticas ao formato, como as considerações de professores e educadores que se sentiram pressionados e desamparados, sem suporte tecnológico, durante a curvatura de adaptação ao ensino à distância. Muitos se depararam com tecnologias desconhecidas e existe uma curva de

aprendizado no manuseio destas. Houve uma economia expressiva para as empresas, que sentiram o aumento da produtividade de seus colaboradores que passaram a morar no trabalho e a trabalhar onde moram. Muitas empresas querem manter o modelo de trabalho híbrido, parte em *home-office*, parte nos escritórios. Podemos inferir que o capitalismo financeiro cognitivo se beneficiou do modelo remoto de trabalho. Para além do trabalho, o consumo de conteúdo também foi diretamente transformado em suas dinâmicas durante a pandemia. Atores como *platforms* ganharam a relevância editorial de veículos tradicionais de comunicação, pautando a agenda política das relações sociais.

1.3. Publishers x platforms na cibercultura

A cibercultura se dilata por esferas múltiplas da vida social, incluindo a produção e a distribuição de conteúdo. Nesse contexto, é importante distinguir dois tipos de atores: os *publishers* e as plataformas de mídia social.

Os *publishers* são entidades que produzem e distribuem conteúdo, seja em formato impresso ou digital. Eles são responsáveis pela seleção, criação e edição de conteúdo, que é então distribuído para o público por meio de diversos canais, como jornais, revistas, livros, sites e aplicativos. O papel dos *publishers* consiste na edição editorial e responsabilidade do teor da informação circulada em seus veículos. São responsáveis por garantir que o conteúdo seja preciso e confiável para o público.

As plataformas de mídia social são ferramentas que permitem aos usuários criar, compartilhar e interagir com o conteúdo gerado pelos usuários das mesmas. As plataformas digitais mais proeminentes são as FAANG (Facebook, Amazon, Alphabet, Netflix, Google), também denominadas como *Big Techs*, localizadas no Vale do Silício, no estado da Califórnia, nos Estados Unidos. Essas plataformas não se responsabilizam editorialmente pelo conteúdo promovido, pois permitem que os usuários participem ativamente da criação e da distribuição de conteúdo, sem regulação a priori.

As plataformas de mídia social também são criticadas por sua capacidade de amplificar o conteúdo desinformativo, disseminando *fake news* em alta velocidade e

permitindo que sejam elevadas ao status de representação da verdade. Isso ocorre porque as *platforms* não possuem o mesmo nível de controle editorial pelos conteúdos que são publicados em suas plataformas como os *publishers* tradicionais (jornais, revistas, televisão). Enquanto os *publishers* são responsáveis, editorialmente, pelo que publicam, as *platforms* de mídia social muitas vezes consideram-se como provedores neutros de tecnologia e não se responsabilizam pela informação criada e propagada pelos usuários. Não existe um editor-chefe no Facebook, Instagram, Twitter.

O principal argumento das *platforms* para a não regulação editorial do conteúdo compartilhado em suas redes passa pela liberdade de expressão. O debate sobre a censura e a liberdade de expressão nas redes sociais, especialmente no Facebook, tem sido cada vez mais presente e controverso nos últimos anos. Embora a plataforma se apresente como um espaço democrático para a livre expressão de ideias e de opiniões, após o debate público sobre suas responsabilidades editoriais se intensificarem, vemos cada vez mais as *platforms* controlando editorialmente o teor das informações postadas e circuladas.

Recentemente, um exemplo notável foi a suspensão do ex-presidente dos Estados Unidos, Donald Trump, do Facebook e de outras plataformas de mídia social após a invasão do Capitólio em janeiro de 2021. O Facebook justificou a suspensão citando a possibilidade de incitação à violência e o desrespeito às políticas de uso da plataforma.

Esse episódio levantou questões cruciais sobre o poder das *platforms* e sua capacidade de regular a liberdade de expressão. No espectro republicano, argumentam que a decisão do Facebook foi uma censura injusta, enquanto no espectro democrata acreditam que foi uma medida necessária para impedir a disseminação de conteúdo prejudicial considerado *fake news*.

As *platforms* não são apenas provedoras neutras de tecnologia: exercem um papel editorial significativo no pautamento do debate público. Isso ocorre porque as plataformas definem e aplicam suas próprias políticas de uso, e utilizam algoritmos para determinar quais conteúdos são ou não exibidos aos usuários. Com a ajuda de agentes humanos e automatizados, elas acumulam, analisam e moderam informações em grande escala: em apenas um trimestre de 2022. Segundo Douek (2022), “o Facebook

derrubou 914.500.000 partes de conteúdo, o YouTube derrubou 3.987.509 canais e 4.496.933 vídeos e o TikTok removeu 102.305.516 vídeos”⁵.

Quais vídeos ficam e quais são removidos? Quando o algoritmo torna-se o Editor-chefe da Redação? Existe neutralidade uma vez que o algoritmo também é programado por um ser humano? A partir do momento em que existe essa moderação editorial, deveriam as *platforms* serem tratadas como *publishers*? Embora as *platforms* tenham o direito de estabelecer suas próprias políticas, é importante garantir que essas políticas sejam transparentes e consistentes. De quem é a responsabilidade? Quais os contornos entre espaço democrático e censura uma vez que a circulação de informação se dá pela algoritmização? Seria o algoritmo responsável? São dilemas éticos que atravessam a hierarquia da circulação das informações nas *platforms* e *publishers* afetando a sociedade como consumidores, produtores e usuários das mesmas. Essa é uma questão sobre a qual o presente trabalho discorrerá nos capítulos seguintes.

Ao observar o trabalho do Facebook, este confirma que: (1) atualiza frequentemente a equipe de Operações do Usuário para auferir os relatórios de violações de Padrões Comunitários em torno do discurso de ódio; (2) habilita as equipes que analisam e avaliam relatórios de discurso odioso ou conteúdo prejudicial; (3) aumentam a responsabilidade dos criadores de conteúdos cruel ou insensível, insistindo para que os autores sustentem o conteúdo que criam; (4) estabelece linhas de comunicação mais formais e diretas com representantes de grupos que trabalham na área do discurso de ódio, incluindo grupos de mulheres, para garantir o tratamento acelerado de conteúdo que eles acreditam que violam os padrões; (5) incentiva o grupo de trabalho anti-cyberdata da Liga anti-difamação e outros grupos de trabalho internacionais para melhor identificar as considerações de livre expressão e o efeito de discurso de ódio online sobre as experiências de minorias sociais; (6) e avalia o progresso das ações implementadas e dos objetivos coletivos (META, 2020)⁶.

⁵ DOUEK, E. “Moderação de Conteúdo como Pensamento Sistêmico” *In*: Harwad Law Review. Dezembro 2022. Disponível em: <https://harvardlawreview.org/print/vol-136/content-moderation-as-systems-thinking/> Acesso: 05 maio2023.

⁶ META. “Nossas Ações para Impedir o Discurso de Ódio”. Meta. 06 jun. 2020. Disponível em: <https://about.fb.com/br/news/2020/07/investimento-continuo-em-transparencia-de-nossos-sistemas/> Acesso 05 maio 2023.

Em parceria com a *Adventure Partners*, o Facebook criou o P2P (Peer to Peer: Facebook Global Digital Challenge), que engloba estudantes universitários de todo o mundo em competições por meio das quais os alunos concebem campanhas de mídia social e estratégias *off-line* para conter narrativas extremistas e odiosas. A empresa afirma que o P2P alcançou mais de 56 milhões de pessoas em todo o mundo por meio de mais de 500 campanhas anti-ódio e extremismo criadas por mais de 5.500 estudantes entre 2015 e 2017 (FACEBOOK, 2017)⁷.

Conforme as declarações e documentação apresentada à imprensa estadunidense por Frances Haugen (ex-gerente de produtos no Facebook e integrante do grupo extinto Integridade Cívica), o Facebook faz uso de algoritmos que promovem o discurso de ódio, violência e desinformação com o propósito de lucrar.

A delatora afirma que a plataforma, em 2018, introduziu algoritmos responsáveis por identificar o conteúdo exibido nos *feeds* de cada usuário, assim como gerar engajamento. Conforme suas considerações, o Facebook descobriu que o melhor método de gerar engajamento é por meio do estímulo ao discurso de ódio e medo nos seus usuários.

A condição social vigente é atravessada por tecnologias digitais em frequente processo de expansão. Desta maneira, a transformação dos hábitos *off-line*, incluindo os de consumo, nos quais o novo consumidor passa a compartilhar, em rede, todo o processo que envolveu sua experiência de adesão aos discursos de ódio e medo.

O cotidiano modificado passa a estimular interesses no escopo da construção da impressão da personalização do conteúdo. Há um conjunto de conteúdos gerados pelos “navegantes” digitais, nas plataformas existentes, que propiciam o encontro do processo de massificação, a partir do propósito imposto pelo discurso de ódio e medo algoritmizado na relação humano-máquina.

1.4. A algoritmização na cibercultura: comunicação e vigilância

⁷ FACEBOOK. “Peer to Peer (P2P): Facebook Global Digital Challenge. 2017. Disponível em: <https://counterspeech.fb.com/en/initiatives/p2p-facebook-global/> Acesso 05 maio 2023.

Como vimos até o momento, o desenvolvimento tecnológico que permeia a democracia recai sobre a cibercultura influenciando mudanças de comportamento nas relações sociais, dos indivíduos e sua vida cotidiana. Estamos vivendo um momento de aceleração e velocidade por meio do uso da internet, das plataformas e dos aplicativos, que modificam substancialmente a maneira de se comprar e consumir produtos e serviços.

Nos deparamos com a constituição da relação algoritmizada entre homem-máquina, que promove impactos consideráveis no comportamento dos sujeitos em relação a múltiplos aspectos da vida cotidiana, envolvendo o desejo de consumir produtos, serviços, saúde, moda, beleza, autoestima, lazer, entretenimento, notícias, ideias e relações.

A algoritmização é um fenômeno que permeia o ser e estar do indivíduo na nossa sociedade. Trata-se de um processo em que os algoritmos e as sequências de instruções lógicas programadas passam a desempenhar um papel cada vez mais relevante na organização da vida social.

A algoritmização "é um processo em que a lógica dos algoritmos se torna predominante na organização das atividades humanas, interferindo nos processos de produção, consumo, comunicação e interação social" (TRIVINHO, 2019).

O processo de algoritmização pode ser observado em diversos aspectos da vida cotidiana, como nas redes sociais, nos aplicativos de transporte, nas plataformas de comércio eletrônico e nos sistemas de inteligência artificial. Em cada um desses casos, os algoritmos são responsáveis por analisar grandes quantidades de dados, identificar padrões e tomar decisões automatizadas.

Essa mudança de comportamento no interior da vida cotidiana afetou a linguagem em si por meio da persuasão que se molda de acordo com a própria cibercultura, abarcando um mercado atento aos novos desejos de consumo, principalmente os que envolvem equipamentos tecnológicos, a maneira como se manuseia, lida-se, vislumbra-se o status social.

Partindo de novas práticas socioculturais por meio de trocas de saberes e conhecimentos, os sujeitos podem se apresentar de forma onipresente, imaginando-se presentes em todo e qualquer lugar num caráter interativo e interconectado.

A relação humano-máquina no âmbito das transformações sociais foram afetadas sobremaneira pelas plataformas digitais FAANG (Facebook, Amazon, Alphabet, Netflix, Google). Ao compreendê-las e analisá-las no processo de identificação dos dados e metadados que são capazes de aglutinar, constata-se que tais instituições fazem uso das informações privilegiadas e privadas de seus usuários, persuadindo usuários a engajarem, a clicarem e a compartilharem informações ali circuladas.

A própria estrutura organizacional dessas plataformas digitais nos mostra como na esfera da persuasão humano-máquina os desejos e subjetividades dos indivíduos se retroalimentam, sobretudo daqueles que buscam, incessantemente, tornarem-se perfeitos. A foto perfeita, o corpo perfeito, a conduta ética perfeita, tudo girando em torno de uma idealização universal, plena e absoluta. Os modos como influenciam os diversos aspectos da vida cotidiana dos indivíduos, modificando suas relações sociais e humanas e os acessos a uma série de dispositivos, alteram a própria forma de consumir as mídias digitais e a produção incessante de conteúdo.

Observamos que a condição social vigente é permeada por TDCIs em frequente processo de expansão. Há, inclusive, uma modificação dos hábitos *off-line*, abarcando os de consumo, por meio dos quais o novo consumidor compartilha em rede todo o processo e etapas da sua experiência de compra. O cotidiano remodelado passa a estimular interesses visando à construção da impressão da personalização do conteúdo. No entanto, existe um conjunto de conteúdos gerado pelos consumidores digitais nas plataformas existentes que propiciam o encontro da felicidade limitada com o controle algoritmizado na relação humano-máquina.

Nesse cenário, o acionamento de pontos de partida, segundo os quais todas as flutuações se direcionam à condição material e moral dos indivíduos, dependem de operações de junção que, alternativamente, os põem numa relação de posse com os objetos que valorizam (conjunção) ou em estado de privação (disjunção) (GREIMAS & COURTÉS, 1979).

Usuários e consumidores de serviços situados na internet abastecem a base de dados que, por conseguinte, transforma os objetos que fomentam o trabalho de monitoramento. Identifica-se também categorias de consumidores, que são sugestionados a “novos desejos de consumo”. Tais desejos refletem as ações difusas e

aparências autônomas sistematizadas e dirigidas ao controle do público altamente controlado e vigiado.

Lyon (2018) observou que a internet, parte constitutiva da cultura midiática, regula-se pela aceleração e excesso. Abarcada pelas redes sociais que operam em massa e investem na interatividade, verifica-se a convocação dos sujeitos para participarem dos fluxos velozes de informações e imagens.

O autor entende que o referido processo de algoritmização da relação homem-máquina encontra-se situado no contexto da vigilância. Este implica que haja uma hierarquia social entre as pessoas, na qual cada um exerce poder sobre o outro. Esse aspecto da vigilância também propicia a geração de dados e metadados que povoam o imaginário num enquadramento dos desejos, que organizam um processo de subjetivações construídas pelas plataforma digitais existentes (LYON, 2018).

Quando falamos em vigilância nas redes sociais, percebe-se que assistir torna-se um estilo de vida, como coloca David Lyon. No início da exploração digital, o Ciberespaço era considerado uma esfera separada da vida *off-line*. Os contornos entre *on-line* e *off-line* se tornam cada vez mais amorfos na Cibercultura. Essa mudança de paradigma é tratada por David Lyon como “*online to onlife*”.

Assistir aos outros é uma parte da história, mas tornar-se visível para os outros no momento em que está assistindo é a outra parte. Conversar, jogar ou discutir política e religião tornaram-se assuntos do passado. O que é novo é a ampla audiência para tais atividades, com membros aptos para juntarem-se e também comentarem. (LYON, 2018).

O surgimento da vigilância social, “*Social Surveillance*”, é marcado por ambivalência. Na era digital, as experiências são subjetivas e as identidades são formadas nessa troca entre o *on-line* e o *off-line*: o *onlife*. Um exemplo dessa teia é quando, em uma entrevista de emprego, um empregador checa as redes sociais de um candidato para avaliar se ele deve ou não ser contratado: onde começa e onde termina o espaço *on-line* e *off-line*?

A vigilância, outrora tida como Orwelliana, agora é líquida e permeia espaços da vida pública e privada de uma forma fluida. Ao contrário de uma vigilância pan-óptica, unilateral e rígida, a vigilância se dá voluntariamente a partir do momento em que

usuários oferecem seus dados de forma gratuita e participativa nas redes sociais. Essa forma de vigilância participativa e voluntária começou a ser observada antes mesmo dos fenômenos das redes sociais, principalmente em reality shows televisivos, uma vez que os mesmos mudaram paradigmas de exibicionismo, privacidade, consumo da vida privada e circulação de imagens. Disfarçada de diversão e entretenimento, a vigilância se apresenta “*gamificada*” e até mesmo a própria construção da identidade é lapidada a partir dos perfis *online* de maneira dialética.

Para Bauman e Lyon (2014), os processos de vigilância liquefeitos atravessam e penetram espaços considerados, no passado, de difícil acesso.

Uma série de teóricos tem observado as maneiras pelas quais a vigilância, antes aparentemente sólida e estável, se tornou muito mais móvel e flexível, infiltrando-se e se espalhando em muitas áreas da vida sobre as quais sua influência era apenas marginal (BAUMAN e LYON, 2014, p.71).

Os autores defendem que a arquitetura das tecnologias digitais autorizam maneiras diferenciadas de controle, com múltiplas e diversificadas faces. Incluem, neste escopo, o compartilhamento de características vinculadas ao consumo e ao entretenimento. Procuram direcionar o comportamento dos indivíduos à partir da produção de eventos que produzirão subjetividades, sensação de bem-estar e felicidade a partir de um cenário que aproxime-os do ideal da perfeição.

Por exemplo, ter sucesso no mercado de trabalho é um ideário próprio do capitalismo. Para muitas pessoas, ter sucesso no mercado de trabalho é sinônimo de perseverança, competência, felicidade e meritocracia. Engendra-se uma subjetividade pautada em valores mercantis, padrões e relações de trabalho que confluem no individualismo e na competitividade.

1.5. Vigilância no trabalho

Na era das tecnologias digitais da informação e comunicação, uma série de mudanças se inscrevem velozmente no mercado de trabalho, seja pelo discurso do empreendedorismo de si, pelo consumo em excesso e marketing pessoal, no network digital, na produção exacerbada de uma imagem equilibrada, saudável e que esbanja felicidade. São próprias do processo de subjetivação do capital humano.

Desde o início do século XXI, a felicidade deixou de ser “foro íntimo”, pauta exclusiva do âmbito pessoal, ou própria de determinadas relações sociais. Em consonância com Estados, governos e órgãos internacionais, como a Organização das Nações Unidas (ONU), a felicidade passou a ser mensurada. Medir a felicidade de cada país signatário da ONU tornou-se métrica real no contexto de governos e sociedades que buscam assegurar um bem-estar socioeconômico aliado à sustentabilidade planetária.

Em 2012, a ONU promoveu no Butão o encontro de “Alto Nível sobre Felicidade e Bem-Estar”⁸ no intuito de discutir a felicidade enquanto conceito de um “novo paradigma econômico”, que possa propiciar o redimensionamento e amplificação de políticas públicas. O Butão foi o primeiro país a instituir o conceito de “Índice da Felicidade”, procurando medir o bem-estar socioeconômico e o Produto Interno Bruto (PIB).

A ONU e os programadores do “Índice de Felicidade” compreendem esse conceito paradigmático como uma perspectiva de inclusão, equidade e equilíbrio. Assim, a partir de 2013, a data de 20 de março foi designada como o “Dia Internacional da Felicidade”.

Se a felicidade é auferida no contexto político e econômico, também se faz presente de diversas maneiras no mercado de trabalho e nas relações de trabalho. Não obstante, a Organização Internacional do Trabalho (OIT), enquanto uma das agências da ONU, objetiva “(...) promover oportunidades para que homens e mulheres possam ter acesso a um trabalho decente e produtivo, em condições de liberdade, equidade, segurança e dignidade”⁹. A OIT tem se debruçado sobre o trabalho digital, que, de um lado, fomenta “oportunidades” de trabalho para uns, mas, de outro lado, coloca em risco a conquista de direitos trabalhistas.

Os aplicativos e plataformas digitais mudaram completamente as relações de trabalho. Atualmente, com uma “nova” crise de desemprego, determinados cargos e funções tornaram-se obsoletos. Para se ter um trabalho decente e produtivo, digno,

⁸ “Mundo celebra Dia Internacional da Felicidade neste 20 de março.” Disponível em: <https://news.un.org/pt/story/2021/03/1745142> Acesso em: 24 jun. 2021.

⁹ “Conheça a OIT”. Disponível em: <https://www.ilo.org/brasil/conheca-a-oit/lang--pt/index.htm> Acesso em: 24 jun. 2021.

seguro, livre e igualitário, depende-se exclusivamente do indivíduo, do trabalhador, entendido e renomeado como colaborador ou empreendedor, a depender das suas habilidades e competência.

O trabalhador de outrora, hoje, pode ser o colaborador, mas, em sua maioria, é o prestador de serviços ou o empreendedor, pois o trabalho tornou-se parte constitutiva da cibercultura e da economia digital na qual estamos inseridos, regulados pela interatividade abrupta e hostil e associados aos “novos tipos de desigualdade em curso”. Isso afeta diretamente as relações sociais, assim como as relações de trabalho reguladas em velocidade produtiva, próprias da democracia (TRIVINHO; REIS, 2017).

No contexto das habilidades e competências atuais, temos as *soft skills* como categorias fundamentais do discurso da gestão das competências. A internalização de regras e normas sempre foi elemento fundamental para a produtividade do trabalho. Exige de cada um uma conduta ética adequada pautada na disciplina, produtividade e qualificação profissional no contexto de dimensão inteligente, criativa e gerenciada pelo conhecimento.

Entretanto, as relações de trabalho mudaram. O mercado de trabalho mudou significativamente a partir das tecnologias digitais acopladas a uma sociedade computo-informacional, na qual os padrões de consumo se transformaram e são mutáveis. Diante da flexibilização do trabalho, novas condutas éticas surgiram, principalmente quando nos voltamos para os aspectos subjetivos que produzem ressubjetivação.

O trabalhador passou a ser o colaborador, e, em muitos casos, se vê na chave do empreendedor. Assim, disciplina, controle e vigilância perduram, mas entram em cena a responsabilidade individual, o envolvimento e a compreensão, que fazem parte de uma nova estrutura que produz subjetividades e mensura a inteligência emocional – controle dos impulsos para se relacionar saudavelmente, ter equilíbrio para investir em seu próprio tempo e produtividade.

Estes desígnios foram elencados pelo investimento na tríade conhecimento, habilidades e atitudes. Ou, ainda, dos chamados cinco pilares constitutivos da inteligência emocional, elaborado pelo jornalista e psicólogo estadunidense Daniel Goleman (2010):

- 1 - conhecer as próprias emoções;

- 2 - controlar as emoções;
- 3 - automotivação;
- 4 - empatia;
- 5 - relacionamento interpessoal.

Em uma gestão por competência¹⁰, o gestor mediará, fará treinamentos, pensará na capacitação e, por fim, avaliará quem é mais competente, quem é mais produtivo, quem será reconhecido pela meritocracia. Logo, esse trabalhador/colaborador/empreendedor terá sucesso em sua carreira profissional e alcançará a felicidade plena. Quem não produz, no entanto, não se esforça, não é produtivo, está fadado ao insucesso e ao fracasso. São dois lados da mesma moeda.

1.6. Construção de habilidades necessárias ao sucesso profissional

Em seu famoso livro intitulado “O gerenciamento das emoções“, publicado em 1983, a autora Arlie Hochschild aborda a temática do trabalho emocional. O termo se refere ao modo com pelo qual a pessoa gerencia suas emoções conforme as regulações determinadas pelo trabalho. As respectivas regulações estão sincronizadas com o estado de espírito da outra pessoa, que no caso é o cliente.

A autora desenvolveu seus estudos sobre o trabalho emocional numa época em que as concessões acerca da emoção começaram a estabelecer conexões junto à Sociologia. Em sua obra, ela descreve dois importantes aspectos para o gestão das emoções que não são necessariamente relacionados ao trabalho.

Atuação aprofundada: relaciona-se ao fato da pessoa trabalhar para colocar seu estado emocional em conformidade com o que é socialmente aceitável para uma determinada situação. Assim sendo, a atuação aprofundada modifica a maneira de como você se sente em relação às questões laborais (HOCHSCHILD, 1983).

Atuação superficial: é o momento em que a pessoa plastifica uma imagem (avatar) sobre sua aparência emocional externa ao encontro do que é socialmente esperado ou aceitável em situações específicas. Há o falseamento da expressão de

¹⁰ O conceito gestão por competência é discutido Márcia C.R. Lopes, no texto: “Subjetividade e Trabalho na Sociedade Contemporânea”. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/tes/a/pyDYNCKWktwmBLVq9QsJVW5b/?format=html> Acesso: 25 jun. 2021

felicidade. Ou seja, a exibição pública da emoção estará convergindo com o que é compreendido socialmente como felicidade (HOCHSCHILD, 1983).

Essas normas sociais sobre as experiências da emoção são conhecidas como “regras de sentimento”. Nesse caso, a gestão das emoções, ainda que seja considerada um ato privado, organiza suas ações para os grupos de pertencimento do qual se é parte integrante. Tais ações estão sincronizadas nas normas culturais, no que se considera apropriado em relação aos sentimentos e às expressões dos mesmos (HOCHSCHILD, 1983).

A gestão por competência trouxe outra reorganização para o mercado de trabalho e seus processos produtivos, excluindo funções que se tornaram obsoletas e acoplando outras funções reconfiguradas como multifuncionalidades, polivalência, valorização de conhecimento e saberes, flexibilidade do trabalhador/colaborador/empreendedor. Está em jogo a noção da competência alinhada à meritocracia. Os temores de insegurança de emprego e precarização do trabalho levou os sujeitos a investirem cada vez mais em qualificações próprias: ensino superior, MBA, especializações, *strictu sensu*, bem como em cursos livres, extensões, *mindfulness*, meditação, terapias tradicionais e holísticas etc., no intuito de assegurar o equilíbrio e gerar felicidade. Tudo isso impulsionado pelas redes sociais, principalmente a *platform* LinkedIn.

A gestão por competência produziu um redimensionamento da inteligência emocional, denominada como *soft skills*, que incide sobre um profissional que busca ser mais focado, assertivo e motivado, ou seja, produtivo e que dê retorno às empresas e às corporações. Podemos destacar cerca de dez *soft skills* operando em conjunto:

1. Comunicação.
2. Cooperação.
3. Liderança.
4. Flexibilidade.
5. Resiliência.
6. Criatividade.
7. Empatia.
8. Proatividade.
9. Ética.

10. Positividade.

Vale ressaltar as implicações subjetivas imbricadas nos *soft skills* para se analisar perfis talentosos, medir conhecimento, verificar as competências comportamentais, tudo para traçar as potencialidades. Daí a necessidade de consumir e produzir *soft skills*, de se investir em uma imagem que transmita segurança e felicidade.

1.7. Platforms e vigilância: LinkedIn e inteligência artificial

Ao observar o processo de monetização da imagem, pode-se destacar o papel da *platform* LinkedIn. Esta rede social se organiza por meio de associações categorizadas, organizadas por algoritmos que vão ao encontro do processo de identificação profissional do usuário dessa rede.

Sua função ultrapassa a exposição de currículos profissionais, pois é entendida na ambiência corporativa como *locus* de exposição de marcas, sejam empresariais ou pessoais, definindo-se como um espaço de negócios.

No papel de expositor (de marcas), constata-se a necessidade de transmitir uma imagem relacionada à postura ideal, que o faz integrante do mercado profissional competitivo e agregando-lhe valor.

A projeção de imagens relacionadas à atuação superficial apontada por Hochschild (1983) foi redimensionada na esfera atual das tecnologias digitais e se ambienta em profissionais satisfeitos, produtivos e inovadores. Este panorama representa as condições monetárias indispensáveis para integrar-se a esse ambiente organizacional e na construção de perfis em estados de felicidade, nos quais é possível publicizar em rede.

Há mais exemplos corporativos voltados à monetização da felicidade. A empresa japonesa *Canon*, com o objetivo de propor uma atmosfera positiva no ambiente de trabalho, instalou câmeras inteligentes que realizam o “reconhecimento de sorrisos” no seu escritório chinês. Deste modo, há a seleção no que se refere ao acesso, em alguns setores, de colaboradores sorridentes, isto é, felizes.

O posicionamento da empresa é claro: garantir a conservação da felicidade em suas dependências. Planeja disponibilizar a referida ferramenta para outras empresas,

espalhando alegria, talvez num contexto pós-pandêmico. Neste âmbito, a felicidade passa a integrar a projeção de receita almejada pela corporação, ampliando suas divisas.

Constata-se que a ação da *Canon* ilustra os usos tecnológicos de maneira hiper-vigilante, aumentando o monitoramento dos seus colaboradores. Neste sentido, para Lyon (2007), a vigilância sai de compartimentos específicos para permear toda a vida. É um estado universal, visto que ninguém está imune ao seu olhar.

Há a construção de novos sistemas de vigilância em que seu caráter tecnológico é o mesmo, pois várias concatenações de dados pessoais o representam no contexto de uma rede que, continuamente, controla dados (LYON, 2007).

Logo, a vigilância ou *surveillance* pode ser considerada um fenômeno onipresente das sociedades contemporâneas, compreendido como um gigantesco processo, no âmbito social, que constitui a modernidade (LYON, 2007).

Ao compreender *surveillance* (vigilância) como característica da modernidade, vale destacar que a epistemologia da palavra vigilância (*surveillance*) remete ao latim, vem da palavra *vigilantia*. Segundo Fuchs (2011, p. 126), “vigilância deriva etimologicamente do francês *surveiller*, vigiar, assistir”.

Os exemplos evidenciados anteriormente (LinkedIn e Canon) são reflexos da implementação da felicidade, tratada como ativo econômico monetizado em perfis profissionais ou institucionais. Em seu modo de organização, há também traços expressivos que os conectam ao contexto da vigilância.

Para Lyon (2001, p. 3) a vigilância, literalmente, envolve tanto o cuidado como o controle. Vigiar alguém implica na existência de uma hierarquia social entre pessoas, na qual um exerce poder sobre o outro. Vigiar, monitorar, assistir a alguém está etimologicamente conectado a denominações como vigia, vigilante, cuidador e policial.

Ao retomar os exemplos apresentados (LinkedIn e Canon), constata-se que os aspectos tratados no campo da vigilância explicitam a execução do que se preconiza como controle, voltado à efetivação dos perfis considerados adequados e, naturalmente, competitivos. O perfil centra-se no comportamento equilibrado. A noção de equilíbrio perpassa o estado de satisfação com as diversas e adversas condições de trabalho traduzidas em felicidade.

A *surveillance*/vigilância concentra seus esforços no âmbito da segurança, monitoramento e controle. Por meio do desenvolvimento tecnológico, construiu-se novos instrumentos com a capacidade de: identificar, rastrear e monitorar particularidades da vida íntima e identidade dos indivíduos. Também é capaz de coletar informações específicas que descrevem os grupos de pertencimento das pessoas vigiadas.

Segundo Deleuze (2000), a crise generalizada das instituições de confinamento, tais como a prisão, o hospital, a fábrica, a escola e a família disseminou-se por toda a sociedade. Desse modo, foi necessário que o Estado pensasse em reformas e concebesse novas técnicas de controle e de vigilância para perpetuar sua intervenção sobre o indivíduo e na sociedade.

Desta forma, realizou investimentos em dispositivos de controle (ao ar livre) que tivessem a capacidade de localizar e identificar cada movimento feito pelo cidadão.

Na sociedade de controle pretende-se integrar as forças políticas por meio da materialidade econômica em fluxos, fazendo com que cada um participe criando e reformando programas. Mais do que isso, integra por meio da cultura de telecomunicação, da cultura de informática pela Internet, uma emergente cultura biotecnológica, que funde trabalho, lazer, corpo, política, escola. Trata-se de uma nova diversidade de assujeitamentos que se anuncia, ultrapassa e cria na instantaneidade, na atualização de outra virtualidade. (PASSETTI, 2003, p. 250).

As formas de controle trazidas pela vigilância vão se moldando, como também vão se diluindo à partir da sofisticação das tecnologias digitais. Estas colaboram para um maior monitoramento do comportamento idealizado pelo capitalismo como adequado, produtivo, empreendedor e asseguram permanência do vigiado no mercado profissional.

A vigilância está baseada numa lógica de competição. Ela tenta fazer florescer ou evitar certos comportamentos de grupos ou indivíduos reunindo, armazenando, processando, difundindo, avaliando e usando informação sobre seres humanos de forma que a violência física, ideológica ou estrutural, potencial ou real, pode ser direcionada aos humanos de forma a influenciar seu comportamento” (FUCHS, 2011, p. 129).

De acordo com Fuchs (2011), a influência da vigilância tem sua origem e opera por meio de mecanismos coercitivos e traz benefícios para certos grupos em detrimento de outros.

Neste contexto, efetiva-se a hierarquização das relações, subordinadas aos ideais propostos pela satisfação das condições de trabalho maximizando as exigências produtivas na entrega dos resultados para o trabalho.

Para além das análises apresentadas até o momento sobre vigilância, seus efeitos e desdobramentos, nos debruçamos sobre as considerações de David Lyon (2018) e sua concepção de “cultura da vigilância”, que opera, sobretudo, na maneira como os sujeitos vigiam a si mesmos e vigiam os outros. A cultura da vigilância também se organiza a partir da responsabilização do profissional em empreender seu potencial produtivo, a partir da criação de ativos econômicos, sob a vigilância do comportamento baseado na felicidade. Este é um conceito que será abordado em profundidade no terceiro capítulo desta dissertação.

As práticas de vigilância se transformaram desde o início do século XXI, pois não se trata apenas de uma “*sociedade da vigilância*” ou “*Estado da vigilância*”, mas de monitoramentos, do uso de algoritmos para aperfeiçoar novos dispositivos tecnológicos de vigilância e controle.

A cultura da vigilância tornou-se algo “comum”, faz parte da vida cotidiana das pessoas, tanto daquelas que almejam a vigilância para se sentirem seguras, quanto das que procuram resistir aos mecanismos de vigilância e controle.

o que antes era um aspecto institucional da modernidade ou um modo tecnologicamente aperfeiçoado de disciplina ou controle social hoje está internalizado e constitui parte de reflexões diárias sobre como são as coisas e do repertório de práticas cotidianas (LYON, 2018, p. 153).

Nas primeiras décadas do século XXI, podemos compreender a cultura de vigilância como parte constitutiva da sociedade que investe em mecanismos de controle e segurança em várias esferas: política, econômica, social e cultural.

Ou seja, faz parte do que Lyon (2018) chamou de “modernidade digital”, na qual se inscreve uma série de atividades *online* e digitais compartilhadas voluntariamente, produzindo uma série de dados compartilhados com consentimento ou não. Assim sendo, vigilância e o controle foram redimensionados em monitoramento e segurança, que se espriam em modos de organização no âmbito computo-informacional

A cultura da vigilância também opera e se retroalimenta pelas redes sociais e mídias digitais, pelo entretenimento, streaming, games, aplicativos, entre outros.

Sustenta imaginários e práticas sociais. Produzem e formam subjetividades, algumas consideradas “divertidas”, sendo posteriormente compartilhadas por meio da interatividade das relações sociais e da vida digital.

A cultura da vigilância fomenta toda uma indústria de grandes corporações, muitas delas articuladas com governos. Acessam bases de dados e metadados, trocam, compram e compartilham milhões de informações via internet.

Para tanto, procura prever e moldar o comportamento dos indivíduos, assim como inculcar na esfera subjetiva que a vigilância “é um mal necessário”. Isto é: “em termos de cultura da vigilância, isso reforça o sentido de que a vigilância é necessária “para o nosso próprio bem”. Na prática, é claro, isso também é compreendido de maneira ambivalente (LYON, 2018, p. 157).

Nesse sentido, constrói-se um perfil profissional em que se cataloga a satisfação em relação às condições de trabalho num campo controlado pela análise de perfis talentosos, desde que estejam equilibrados emocionalmente e distribuam positividade versada em felicidade. Assim, com base nas competências comportamentais constantemente vigiadas, traçam as potencialidades esperadas para sua manutenção monetizada no mercado.

CAPÍTULO 2 – CAPITALISMO DE VIGILÂNCIA E O FAZER PERSUASIVO NAS *PLATFORMS*

2.1. O modelo econômico das *platforms*: o lucro oriundo da vigilância humana

As *platforms* ocupam um lugar peculiar na sociedade contemporânea. Elas são espaços de comunicação pública onde as pessoas se conectam, compartilham informações e interagem com outras pessoas em todo o mundo. No entanto, essas plataformas também são empresas privadas que operam sob a lógica do mercado e buscam lucro para seus acionistas (ZUBOFF, 2018).

Essa posição ambígua das *platforms* é, em grande medida, o que gera as crises de legitimidade que elas enfrentam. De um lado, estas *platforms* são muito públicas para serem totalmente privadas, uma vez que sua atividade afeta a vida e a percepção de milhões de pessoas em todo o mundo. De outro lado, elas são muito dependentes do lucro e capital privado para serem consideradas agentes em defesa do interesse público.

O modelo de negócios das *platforms* FAANGs consiste na venda de espaço publicitário para marcas anunciantes. O que determina o interesse na compra de mídia são indicadores, como: altos índices de engajamento (curtidas em post, comentários, compartilhamento e salvamento das postagens) e quantidade de usuários cadastrados na plataforma. Assim como na venda de mídia de um veículo de massa (jornal, televisão, revista) o alcance daquela mídia é um critério importante na avaliação das empresas, nas *platforms* existe uma dinâmica bilateral e não somente unilateral como nas *publishers*. O engajamento pode ser mensurado através do rastreamento de dados, algo que não pode ser feito pelos veículos de massa tradicionais como jornais e revistas (REIS, 2018).¹¹

Ao abordarmos a segmentação da audiência, a principal diferença entre as *platforms* e os *publishers* é o nível de detalhamento demográfico e psicográfico da mesma. Enquanto nos veículos tradicionais a coleta de dados se dá por meio de pesquisas *ad hoc* encomendadas por terceiros (Nielsen, IBOPE, Kantar), as *platforms* possuem acesso aos dados e meta-dados de seus usuários. Quanto mais precisa a segmentação da audiência para uma marca, melhores os índices de retorno sob

¹¹ REIS, T. “FAANG: saiba mais as empresas que dominam a nova economia mundial. Grupo Suno. Disponível em: <https://www.suno.com.br/artigos/faang/> Acesso: 05 maio 2023.

investimento (ROI) para o anunciante. Nas *platforms*, um anunciante consegue segmentar uma campanha publicitária por geolocalização precisa, compras feitas no último mês, pesquisas realizadas por afinidade e interesse, grupos de interesse, inclinações políticas, estilo de vida e perfil psicográfico.

Para além do detalhamento minucioso dos usuários, é possível segmentar usuários semelhantes aos que já compraram um determinado serviço ou produto. O Facebook disponibiliza a ferramenta *lookalike*, também conhecida como Público Semelhante. Esta configuração de segmentação do Facebook Ads possibilita a localização de usuários que compartilham características e interesses semelhantes aos integrantes do público-alvo já conectados com a marca anunciantes (RODRÍGUEZ, 2018).

O Facebook Ads utiliza a ferramenta *Lookalike* para avaliar a audiência que a empresa já conquistou por meio de métricas como curtidas na página, histórico de compras e busca por pessoas que seguem um perfil semelhante com base em seus interesses e que são avaliados por meio de páginas curtidas, produtos consumidos, sites acessados, interação com outras marcas no Facebook, entre outros fatores. O uso da segmentação *Lookalike* possibilita que as empresas alcancem um público mais propenso a consumir, uma vez que a ferramenta permite a identificação de usuários que compartilham características semelhantes às do público-alvo atual.

Shoshanna Zuboff, professora da Harvard Business School e autora do livro “O Capitalismo de Vigilância”, afirma como empresas como o Google e o Facebook utilizam nossos dados pessoais e comportamento preditivo como matéria-prima para obtenção de lucro.

Os gigantes da tecnologia se posicionaram como os únicos intermediários entre aqueles que produzem informações e aqueles que desejam acessá-las. Eles conseguem fazer isso porque tomaram posse do nosso comportamento como matéria-prima para a previsão comportamental, vendendo nossas previsões de comportamento aos clientes em um mercado preditivo. As empresas de tecnologia como o Facebook e o Google monetizam nossa vida privada e a transformam em um recurso econômico (ZUBOFF, 2018).

A vida privada compartilhada se dá de forma inflamada em certos contextos. Uma pesquisa¹² realizada em 2021 pela Universidade de Cambridge, no Reino Unido,

¹² RATHJE, S.; BAVEL, J. J. V.; LINDEN, S. D. V. “A Animosidade Fora do Grupo Impulsiona o Engajamento nas Mídias Sociais”. In: Ciências Psicológicas e Cognitivas. Disponível em: <https://www.pnas.org/doi/10.1073/pnas.2024292118> Acesso: 05 maio 2023.

demonstrou que discursos de ódio nas plataformas geram mais engajamento do que discursos de teor neutro. Ao coletar e examinar aproximadamente 3 milhões de posts no Facebook e no Twitter, o estudo do Departamento de Psicologia concluiu que o engajamento gerado por críticas carregadas de *pathos* supera em duas vezes o compartilhamento de notícias neutras. Os pesquisadores notaram que quando um determinado grupo se refere ao grupo adversário há um aumento de 67% do conteúdo ser compartilhado. Quanto mais compartilhamento, mais alcance. Quanto maior o alcance, maior o interesse do mercado publicitário em anunciar na plataforma.

O estudo concluiu também que o uso de linguagem excludente, conhecida como "*nós contra eles*", aumenta o engajamento das postagens em mídias sociais. Conforme a pesquisa, esta postura de divisão demonstra ser um impulsionador efetivo para a viralização de conteúdos, superando discursos apenas críticos e retóricas moral-emocionais. Ao adotar um discurso de ataque, as reações dominantes dos usuários nas postagens analisadas foram expressões que demonstram raiva, como o emoji de rosto vermelho. Tal comportamento sugere que a polarização tem um papel crucial na mobilização e engajamento do público nas *platforms*.

É possível concluir que a linguagem excludente tem se mostrado uma ferramenta eficaz na criação de conteúdos que estimulam o engajamento do público nas *platforms*. O uso desse tipo de linguagem pode acarretar uma polarização nociva para a sociedade, fomentando conflitos e prejudicando a construção de um diálogo saudável e construtivo. Podemos inferir que essa abordagem emocional nas publicações beneficia financeiramente as *platforms*, uma vez que atuam diretamente no crescimento dos principais indicadores de performance que o mercado considera na compra de mídia: engajamento, compartilhamento e curtidas.

2.2. Moderação editorial versus controle editorial

Uma vez que altos índices de engajamento beneficiam o modelo de negócios das *platforms*, compreende-se a agenda mercadológica das mesmas em não controlar editorialmente as informações ali circuladas. Quanto menor a regulação, maior é a produção de conteúdo (legítimo ou não). Quanto mais engajamento, mais investimento

em compra de mídia por parte do mercado publicitário. Quanto mais anunciantes, maior o valor de mercado da empresa na bolsa de valores.

Contudo, afirmar que não há nenhuma forma de moderação nessas plataformas é incorreto, o que não há é controle editorial. O aparato de moderação de conteúdo desenvolvido pelas *platforms* existe e passa por instâncias.

No Facebook, por exemplo, o aparato de moderação de conteúdo para sua plataforma consiste em três camadas. Os moderadores da camada três fazem a maior parte do trabalho, revisando o conteúdo sinalizado como impróprio pelos usuários e por algoritmos. Os moderadores da camada dois geralmente são supervisores de moderadores de nível três, revisando certos tipos de conteúdo sensível (violência, terrorismo), bem como revisando aleatoriamente decisões de conteúdo de nível três. Os moderadores de nível um são “normalmente advogados ou formuladores de políticas baseados na sede da empresa”.¹³

A fim de aplicar de maneira homogênea suas diretrizes da comunidade, o Facebook também oferece “treinamento intensivo presencial” para seus moderadores de conteúdo, visando minimizar a aplicação das próprias “inclinações e preconceitos culturais” dos moderadores em vez de impor as do Facebook. O objetivo é treinar moderadores “para exercer julgamento profissional sobre a aplicação das regras internas de uma plataforma e, ao aplicar essas regras, espera-se que os moderadores usem conceitos legais como relevância, raciocinar por meio de exemplos e analogias e aplicar testes multifatoriais”. Outro objetivo é obter “relatórios periódicos auditando sua consistência e precisão e identificando áreas onde eles precisam de mais prática”, o que promove ainda mais a uniformidade.

A retórica adotada pelas *platforms*, no entanto, justifica a ausência do controle editorial de maneira que ignora a busca pelo lucro, assemelhando-se a um discurso do terceiro setor. O tom do discurso flerta com o bem público: o Facebook tem como sua missão “tornar o mundo mais aberto e conectado”. O fundador Mark Zuckerberg definiu o início do Facebook como um “projeto” em vez de uma “empresa”. Afirmações como

¹³ KLONICK, K. “The New Governors: The People, Rules, and Processes Governing Online Speech”. In: Harvard Law Review. 17 abr. 2018. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2937985# Acesso: 05 maio 2023.

"o que estamos fazendo é uma coisa realmente valiosa e útil" são frequentes, colocando o lucro como algo "secundário" (HOFFMAN, PROFERE, ZIMMER, 2016).¹⁴

O fundador do Twitter, Jack Dorsey, usou uma retórica similar. Para ele, o Twitter era "a coisa mais próxima que temos de uma consciência global". Segundo o fundador, a empresa "Quer ser um bem público". Como qualquer empresa de capital privado, zela-se pelos interesses de seus acionistas, e não pelo bem público.¹⁵

Até mesmo a categorização de ser uma empresa de mídia, essencialmente o modelo de negócios das *platforms*, tem sido evitada pelos seus fundadores. Consistentemente resistem a "ser caracterizados como empresas de mídia e, em vez disso, insistem que sejam considerados puramente como empresas de tecnologia". Alegam não ser uma empresa de mídia já que "a principal coisa que fazemos é ter engenheiros que escrevem códigos e criam produtos e serviços para outras pessoas". A mais explícita tentativa de camuflar seu modelo de negócio como venda de mídia foi a reformulação da marca Facebook para Meta, em 2022. O projeto de rebranding faz parte da iniciativa de reposicionamento da empresa como uma companhia de tecnologia e não de mídia (ABIRI; GUIDI, 2023).

A discussão pública nas redes, sem controle editorial como os *publishers* fazem, conta cada vez mais com regras processuais para tentar obter legitimidade para suas decisões. A maioria das plataformas, por exemplo, permite um processo de "apelação", no qual os usuários podem reclamar sobre o conteúdo removido ou sinalizar qualquer tipo de conteúdo que considerem que deva ser removido por ser ofensivo ou falso. O Facebook, por exemplo, contratou o Justice Collaboratory da Yale Law School, um projeto acadêmico dedicado a pesquisas empíricas que procuram verificar como os indivíduos adquirem autoconfiança e chegam a um resultado em relação às instituições.

¹⁴ HOFFMANN, L., PROFERE, N.; ZIMMER, M. "“Making the world more open and connected”: Mark Zuckerberg and the discursive construction of Facebook and its users.” *In: New Media & Society*. Jul. 2016. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/305718493_Making_the_world_more_open_and_connected_Mark_Zuckerberg_and_the_discursive_construction_of_Facebook_and_its_users Acesso: 05 maio 2023.

Kevin Allison & Richard Waters. "Interview: Mark Zuckerberg, Facebook founder". *In: Financial Times*. Sep. 2007. Disponível em: <https://www.ft.com/content/5d257bea-6029-11dc-8ec0-0000779fd2ac> Acesso: 05 maio 2023.

¹⁵ ABIRI, G.; GUIDI, S. "From a Network to a Dilemma: the legitimacy of social media". *In: 26 Stan. Tech. L. Rev.* 92 (2023). Disponível em: http://law.stanford.edu/wp-content/uploads/2023/01/Publish_26-STLR-92-2023_From-a-Network-to-a-Dilemma_AbiriGuidi6283.pdf Acesso: 05 maio 2023.

2.3. A intimidação como regime de sentido e a eleição de um governo populista nos Estados Unidos: os persuasíveis

É fundamental entender o impacto dos regimes de sentido nas mensagens de fake news disseminadas nas redes, a ausência de regulação intensiva e baixa moderação ativa nas *platforms* através do impacto causado pela disseminação de *fake news* nas eleições de 2016 nos Estados Unidos e sua subsequente intensificação antes da eleição presidencial de 2020. De acordo (HOFFMAN, PROFERE, ZIMMER, 2016), mais de 60% dos adultos americanos obtinham suas notícias eleitorais por meio das redes sociais em 2016, e as notícias falsas eram compartilhadas com mais frequência do que as notícias verdadeiras devido ao seu teor sensacionalista.

Essa propagação de desinformação, especialmente em relação às eleições, levou a opinião pública a questionar de maneira incisiva sobre o papel que as *fake news* tiveram na eleição de Donald Trump. Em resposta, as principais plataformas digitais prometeram tomar medidas para combater a desinformação e garantir a integridade das eleições de 2020. Essas medidas incluíram o rótulo de postagens eleitorais falsas ou enganosas e a divulgação de informações confiáveis para os usuários.

A eleição norte-americana de 2016 tinha como candidatos Donald Trump, representante do partido republicano, e Hillary Clinton, representante do partido democrata. O partido de Donald Trump contratou para liderar o marketing político de sua campanha uma empresa chamada Cambridge Analytica, empresa britânica do grupo SCL, que teve suas origens em operações militares (ABC-NEWS, 2018)¹⁶.

De acordo com a ABC-News (2018), a Cambridge Analytica em seu discurso institucional alegava possuir mais de cinco mil pontos de medição em cada cidadão americano, combinando dados demográficos e psicográficos dos eleitores. Através de uma pesquisa chamada “The one click personality test”, coletavam dados dos usuários da *platform* Facebook e geravam um modelo preditivo de personalidade que determinava possíveis influências em comportamento e voto. A obtenção dos dados dos

¹⁶ ABC-News. “Os chefes da Cambridge Analytica alegaram que inventaram a campanha ‘Crooked Hillary’ e ganharam a presidência de Donald Trump”. In: ABC/AP. 21 de março de 2018. Disponível em: <https://www.abc.net.au/news/2018-03-21/cambridge-analytica-claimed-it-secured-donald-trump-presidencia/9570690> Acesso: 05 maio 2023.

usuários se dava a partir de aplicativos dentro do Facebook, que obtinham dados não somente do usuário, mas também de seus contatos visando acuracidade no perfilamento eleitoral: democrata, republicano ou centrista.

A reportagem da ABC-News (2018), afirma que Alexander Nix, CEO da empresa e Steve Bannon, chefe de campanha da eleição Trump e vice-presidente da Cambridge Analytica na época, direcionavam a maior parte dos recursos aos chamados perfis “persuasíveis”: pessoas de perfil centrista que poderiam ter suas opiniões mudadas, principalmente localizadas nos estados de Michigan, Wisconsin e Pensilvânia. A partir dessa segmentação psicográfica, como uma máquina propagandista, a plataforma disparava conteúdo personalizado para esses indivíduos. A tecnologia foi desenvolvida por acadêmicos da Universidade de Cambridge e coletou dados pessoais de mais de 50 milhões de usuários do Facebook sem o seu consentimento. Esses dados foram utilizados para traçar perfis psicológicos e políticos dos usuários com o objetivo de direcionar anúncios políticos personalizados para influenciar o voto nas eleições.

A narrativa “*nós x eles*” foi amplamente explorada pela equipe de Steve Bannon ao retratar Hillary Clinton como uma candidata desonesta, corrupta e aliada de Putin, inimigo imaginário dos Estados Unidos republicano, que ainda nutre resquícios em seu imaginário da Guerra fria. Podemos ver nas Figuras 1, 2 e 3, exemplos de peças criativas de propaganda política criadas pela Cambridge Analytica em 2016, que acusam a candidata democrata diretamente, ainda que falsamente (NEWS, 2018).

Figura 1 – Campaign legal center 1

CROOKED HILLARY

Help Stop
LYING CROOKED HILLARY

She's at it again

Spinning lies and weaving a tapestry of deceit that she hopes will cover the truth. Her despicable scandals and deceptions plague our country - and Americans like you - in perpetuity.

Your email

Your name Zip code

Yes, please subscribe me to the Donald J. Trump for President email list

[Join to Stop Her Now](#)

[Donate Now](#)

Crooked Hillary 10 Legendary Lies

- 1 Hillary Lies to Benghazi Families
- 2 Clinton Lies About Classified Material on Her Secret Server
- 3 Secret Server - Hillary Broke the Rules & Lied About It

Sign up now to be notified of the next legendary lie!

Secret Server - Hillary Broke the Rules & Lied About It

Tweet #CrookedHillary

When it comes to her unprecedented use of a rogue email system, Clinton has repeatedly claimed "everything I did was permitted."

WRONG.

A report by the State Department's own watchdog destroys Clinton's lie that she followed the rules. She did not get permission from anyone to exclusively use private email for all of her government work; she failed the requirement to use an authorized and secure system for her email communications; she broke federal records laws by shielding her official records from congressional and public scrutiny; and, she ignored warning after warning that her setup posed a significant cybersecurity risk.

There is no question that what she did was not allowed. The only question that remains is up to the FBI: was it criminal?

MAKE AMERICA GREAT AGAIN!

Paid for by Donald J. Trump for President, Inc.

Fonte: CLC – Advancing Democracy Through Law. Disponível em: <https://campaignlegal.org/sites/default/files/2020-10/10-14-20%20CA%20Supplement%20%28final%20signed%29%20%281%29.pdf> Acesso: 05 maio 2023.

Figura 2 – Campaign legal center 2



Figura 3 – Campaign legal center 3



Fonte: Ibidem.

Fonte: Ibidem.

Nos últimos meses da eleição de 2016, a campanha de Trump veiculou anúncios com o tema “Crookedhillary.com”, alguns dos quais direcionaram os usuários para “lyingcrookedhillary.com”. A mensagem e imagens das comunicações “Defeat Crooked Hillary” que a Cambridge Analytica produziu para Make America Number 1 (website da campanha de Trump) podem ser observadas acima. A tradução de crooked poderia

ser tida como corrupta. Percebe-se a adoção de uma identidade visual homogênea nas peças veiculadas.

O teor das mensagens apresentadas ao serem traduzidos é intimidatório para com o interlocutor: Figura 3 - Pare a Hillary antes que seja tarde demais / Vamos parar a Hillary / Figura 2 - Hillary Clinton segue mentindo / Hillary Clinton não está com você e o próprio slogan “Defeat crooked Hillary”: derrote a Hillary corrupta.

De acordo com Barros (2005) podemos compreender por intimidação o regime de sentido apresentado por Greimas no processo do fazer persuasivo. Analisa-se nesta dissertação as estratégias na organização do conteúdo. As bases analíticas, para compreensão das estratégias de convencimento, serão consideradas a partir das categorias de Greimas: provocação, intimidação, sedução e tentação. Greimas explora a dinâmica das relações entre atores sociais e examina como os signos e os sistemas simbólicos contribuem para a construção do sentido.

No que diz respeito à intimidação, Greimas (2002) examina como os sistemas simbólicos e os atos de comunicação podem ser utilizados para exercer poder, controle ou influência sobre os indivíduos. A intimidação refere-se a estratégias discursivas ou simbólicas que buscam criar um ambiente de medo, coação ou submissão, a fim de manipular o comportamento, as crenças ou as percepções dos sujeitos. Isso pode ser alcançado por meio de ameaças, pressões sociais, estigmatização ou outras formas de manipulação simbólica, assim como vemos nas mensagens de propaganda orquestradas pela Cambridge Analytica com o Trump contra a Hillary Clinton. A intimidação, portanto, envolve o uso estratégico de signos e discursos para impor uma posição de autoridade, criar um desequilíbrio de poder ou instaurar um clima de temor nas interações sociais: ela é corrupta, é preciso pará-la, ela é mentirosa.

A contribuição de Algirdas Julien Greimas desempenhou um papel significativo no avanço dos estudos no campo da significação. Seus conceitos, concebidos com visão de futuro na época de sua formulação, parecem ser altamente relevantes para as questões debatidas na sociedade contemporânea, especialmente quando abordamos fake news elevadas ao status de verdade. Segundo Greimas se trata, não do “problema da verdade, mas o do dizer-verdadeiro”, ao considerar que:

O crer verdadeiro do enunciador não basta, supomos, à transmissão da verdade: o enunciador pode dizer quanto quiser, a respeito do objeto de saber que está comunicando, que ‘sabe’, que está ‘seguro’, que é ‘evidente’; nem

por isso pode ele assegurar-se de ser acreditado pelo enunciatário: um crer verdadeiro deve ser instalado nas duas extremidades do canal de comunicação, e é esse equilíbrio, mais ou menos estável, esse envolvimento tácito entre dois cúmplices mais ou menos conscientes que nós denominamos contrato de veridicção (GREIMAS; COURTÉS, 2008, p. 530).

A ascensão das *platforms* e redes sociais digitais introduziu os indivíduos comuns no ambiente da visibilidade midiática. Com habilidades comunicativas, proporcionadas pela competência da enunciação, esses sujeitos possibilitam práticas de vida em seu engajamento social. Dessa forma, estabelecem relacionamentos com outros sujeitos, corporações e entidades, enquanto exercem sua identidade, tornando o privado público.

Ora, uma breve aproximação da estrutura narrativa e discursiva de diferentes plataformas de redes sociais nos mostra a operacionalidade dos elementos dessa sintaxe interacional, indicando que seus destinatores sabem explorá-la com maestria. A começar pela instalação dos enunciados fáticos: “No que você está pensando”. “O que você deseja compartilhar?” (Facebook), que rapidamente se transformaram em principal marca discursiva, afirmando-se como modelo de comunicação e interação. Por meio desses enunciados, o destinatário é convocado a expor sob o olhar do(s) outro(s), e com ele, seu modo de ver, sentir o mundo, suas crenças, que traduzem formas de vida e principalmente de gosto. Na convocação do sujeito, a valorização do “eu”, da marca autoral, é usada como estratégia de sedução que faz falar e faz ser na atualização do status, presentificando o sujeito na colocação em contato com o outro, nos posts que se desdobram em comentários, curtidas, compartilhamentos, responsáveis pela replicação de dados em rede (BUENO, 2017, p. 318).

Bueno faz a seguinte afirmação sobre os “regimes de interação e sentido”:

Conforme sabemos, a atividade da programação é verificada no modo próprio de existência das plataformas de rede sociais, edificadas em códigos, portanto, programável por definição. Contudo, o que nos interessa em nossa abordagem são as formas de tratamento na intermediação do programado. Em outras palavras, os usos do programado, que trataremos como regime narrativo de interação que gera sentido, conforme Landowski (2005). Isso implica uma reflexão em torno da escolha e gerenciamento por parte das plataformas de determinados conjuntos de códigos, que formam seus algoritmos, e que são aqui verificados a partir dos efeitos de sentidos, captados em suas configurações plásticas e figurativas (BUENO, 2017, p. 319).

Os mecanismos de regulações das *platforms* exercem um controle prévio sobre os modos de apresentação e interação dos usuários, manipulando os dados coletados durante as operações de montagem e colocação dos sujeitos em contato com outros indivíduos. Por meio desse comportamento, enfatizam elementos do regime de interação e sentido do programa, associados a formas de manipulação no fazer persuasivo.

Essa dinâmica pode ser observada desde a narrativa do processo de cadastro até o preenchimento do formulário de acesso, que estabelecem as bases de pertencimento em uma rede social digital, por meio de investimentos em formas de representação relacionadas a dados demográficos (como sexo, estado civil, educação e trabalho) e preferências psicográficas, que são ampliadas e manifestadas posteriormente por meio dos recursos de expressão encontrados nas modalidades de autoapresentação do sujeito. Esse modo programado de presença é apresentado como atrativo ao longo do percurso da manipulação, estabelecendo os sujeitos, jogando com a sedução e a tentação em torno da promessa de existir na visibilidade e na conexão.

(...) Essa sintaxe da falta é esboçada e sustentada a partir de valores positivizados no social e que apontam para modulações sensíveis, nos moldes de uma estesia social.

Por meio das estratégias de manipulação, o destinatador oferece ao destinatário mundos construídos onde ele deve agir de acordo com o que lhe é disponibilizado em termos de possibilidades na construção de si e dos outro(s). Aceito o contrato, o destinatário passa a desenvolver o hábito de adentrar as plataformas, desenvolvendo o cultivo de um gosto. Trata-se do desenvolvimento de um gostar do gosto de acessar e, principalmente, estar em uma rede social digital, apontando para a formação de uma prática de vida que se desenvolve na manipulação abrigando-se na programação, com passagem pelo regime de ajustamento. Assim, os destinatadores das plataformas afinam as estratégias da manipulação e programação, agindo na motivação dos destinatários para que esses se mantenham dentro do regime da programação, ingressando, permanecendo o maior tempo possível, e, então, movimentando as plataformas (BUENO, 2017, p.320-321).

O processo de algoritmização amplia as possibilidades para aproximar ou construir interesses comuns. Neste sentido, as plataformas digitais, por meio de seus processos de algoritmização, colaboram para aproximar os interesses de uma classe movidos contra ou a favor do poder vigente. Elas fornecem, de modo focalizado, o referido conjunto informacional, no qual sugerem a tomada de decisões tendo como ponto de partida a interpretação de dados coletados sobre os usuários das respectivas plataformas.

Ao compreender a algoritmização e analisá-la no processo de identificação dos dados e metadados que são capazes de aglutinar, constata-se que as *platforms* FAANG fazem uso das informações privadas de seus usuários e estes amplificam o senso de pertencimento ao grupo, como visto no imbróglio entre Cambridge Analytica e Facebook. A inflamação no discurso que promove ódio e desinformação foi amplificada

através da plataforma e a disseminação de *fake news* ampliada por uma empresa que age de maneira similar à máquina de propaganda política.

O processo de geração de dados e metadados da atividade de algoritmização entende que o sentido subordina-se ao sujeito no que se refere à sua atuação social, às condições dadas para a enunciação e à necessidade de pertencimento a um coletivo que os aproxima ideologicamente em algum campo da vivência social. A produção de sentidos é realizada a partir do sujeito e das formações coletivas.

Este processo pode colaborar, também, para a formação de uma ruptura populista. Quando o sistema político-institucional é incapaz de atender algumas demandas, resultará na mobilização de atores políticos para o alcance da referida ruptura. A algoritmização, componente essencial das plataformas digitais, aproximará de modo acelerado os diferentes indivíduos a partir dos objetivos comuns, assim como poderá separá-los e demonstrar sua caracterização fluída.

A crescente conscientização pública sobre os perigos das *fake news* e a pressão para que as plataformas digitais tomem medidas de contingência eficazes podem ser marcadas por esse acontecimento das eleições norte-americanas de 2019, assim como pela pandemia do coronavírus e pela propagação de informação pouco precisas sobre o vírus e vacinas.¹⁷

2.4. Como a ausência de regulação intensificou uma crise de saúde pública: COVID-19 e *fake news*

No ano de 2023, seguimos rumo ao quarto ano da pandemia do coronavírus. A COVID-19, doença causada pelo coronavírus SARS-CoV-2, surgiu no final de 2019 na cidade de Wuhan, na China. Embora as origens exatas do vírus ainda sejam incertas, o

¹⁷ Vide: BOVET, A.; MASKE, H. A. Influence of Fake News in Twitter During the 2016 US Presidential Election, NATURE COMMUN., Jan. 2, 2019, at 1.
GOTTFRIED, J.; SHEARER, E. News Use Across Social Media Platforms 2016, PEW RSCH. CTR, May 26, 2016. Disponível em: <https://perma.cc/7T6D-FJC2>.
SILVERMAN, C. *This Analysis Shows How Fake Election News Stories Outperformed Real News on Facebook*, BUZZFEED NEWS, nov. 16, 2016. Disponível em: perma.cc/FZ56-CNXS.
ALLCOTT, H.; GENTZKOW, M. *Social Media and Fake News in the 2016 Election*, J. ECON. PERSPS., Spring 2017, at 211, 212.
O'BRIEN, M.; ANDERSON, M. *Did Social Media Actually Counter Election Misinformation?*, AP NEWS nov. 4, 2020. Disponível em: <https://perma.cc/3LQV-DQ8B>

foco originário da doença foi associado a um mercado de frutos do mar em Wuhan, onde animais selvagens também eram comercializados.

Desde o seu surgimento, a COVID-19 se espalhou por todo o mundo, causando uma pandemia global e resultando em milhões de mortes. O vírus é altamente transmissível e pode ser transmitido por meio de gotículas respiratórias, contato pessoal próximo e objetos contaminados.

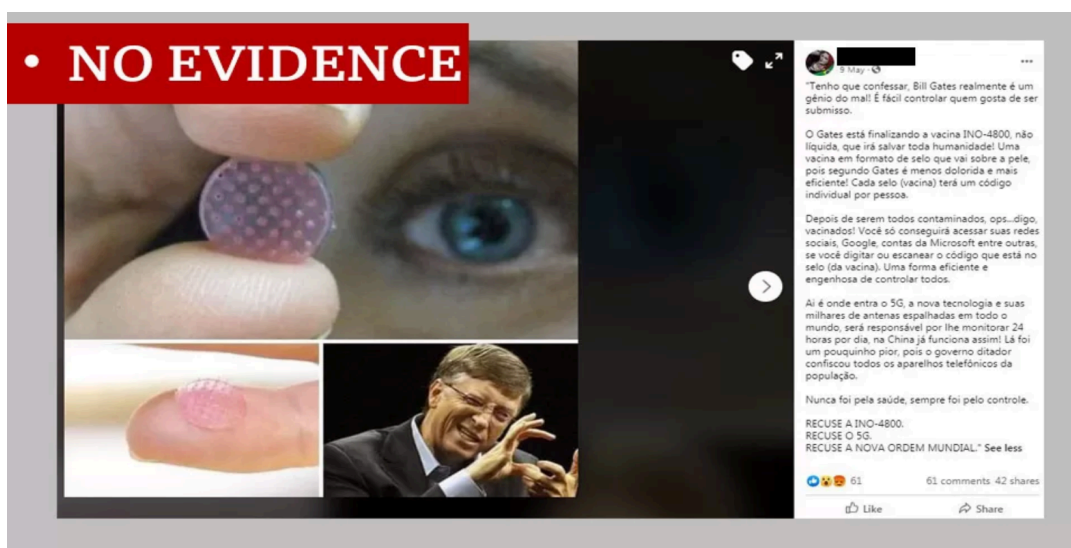
A disseminação do vírus foi agravada pela falta de conscientização sobre sua natureza e pela falta de medidas de prevenção adequadas. A disseminação acelerada também foi impulsionada pela globalização e pelo aumento do comércio e das viagens internacionais, permitindo que o vírus se espalhasse rapidamente em escala global.

Em resposta à pandemia, governos e organizações em todo o mundo implementaram medidas de saúde pública, como distanciamento social, uso de máscaras e quarentenas com o objetivo de reduzir a propagação do vírus e controlar a disseminação da doença. A pesquisa contínua sobre o vírus e o desenvolvimento de vacinas também é fundamental para ajudar a conter a pandemia e minimizar seus efeitos sobre a saúde pública e a economia global.

Fake news, desinformação e campanhas anti-vacina permearam as plataformas digitais de maneira ostensiva, como podemos ver nos exemplos a seguir:¹⁸

Figura 4 – Covid-19 e fake news 1

Fonte: BBC, 27/06/2020.



¹⁸ GOODMAN, J.; CARMICHAEL, F. Coronavirus: 5G and microchip conspiracies around the world. In: **BBC News**. 27 de junho de 2020. Disponível em: <https://www.bbc.com/news/53191523>. Acesso em 05 de maio de 2023.

Figura 5 – Covid-19 e fake news 2

Fonte: Ibidem.



Nas redes sociais, *fake news* foram compartilhadas questionando a natureza do vírus em si, inferindo uma agenda escondida por trás da pandemia global. Conspiracionistas chegaram a questionar a existência do vírus, compartilhando conteúdo editorial de teor anti-ciência e alegando que a adoção das vacinas deveria ser evitada, pois poderiam ser 5G radioativas e/ou parte de uma agenda global de dominação das "elites mundiais" em parceria com a indústria farmacêutica. Nos exemplos acima, podemos observar o teor editorial das acusações anti-vacina.

De acordo com a NPR¹⁹, pesquisadores identificaram que um pequeno grupo de apenas doze indivíduos é responsável por grande parte das alegações enganosas e informações falsas relacionadas às vacinas contra a COVID-19 que circulam nas redes sociais, como Facebook, Instagram e Twitter. Estas contas foram identificadas pelo Center for Countering Digital Hate. Imran Ahmed, diretor executivo, afirmou que essa "Dúzia de Desinformação" produz cerca de 65% das ações anti-vacina nas plataformas

¹⁹ BOND, S. Just 12 People Are Behind Most Vaccine Hoaxes On Social Media, Research Shows. IN: NPR. 13 de maio de 2015. Disponível em: <https://www.npr.org/2021/05/13/996570855/disinformation-dozen-test-facebooks-twitters-ability-to-curb-vaccine-hoaxes>. Acesso em: 12 de maio de 2023.

de mídia social. Esses grupos incluem ativistas anti-vacinas, empresários de saúde alternativa e médicos, muitos deles gerenciando múltiplas contas em diferentes plataformas. Eles frequentemente promovem a "saúde natural" e até mesmo vendem suplementos e livros como antídoto ao vírus.

Membros do Congresso norte-americano e procuradores-gerais do Estado intensificaram a cobrança ao Facebook e ao Twitter a fim de banir a "Dúzia de Desinformação". A senadora Amy Klobuchar, D-Minn, afirmou que "vacinar os americanos é fundamental para deixar esta pandemia para trás. A desinformação sobre vacinas espalhada online tem consequências mortais, e é por isso que pedi às plataformas de mídia social que tomem medidas contra as contas que propagam a maioria dessas mentiras".

As *platforms*, ainda que tardiamente, ampliaram seus esforços para contingência da epidemia de desinformação: rotulando postagens enganosas, deletando *fake news* e banindo pessoas que repetidamente compartilham informações falsas. Em um comunicado institucional, o Facebook disse que tomou medidas adicionais contra algumas das figuras identificadas pelo Centro de Combate ao Ódio Digital, que operam múltiplas contas nas plataformas de mídia social. O Facebook, ainda que tardiamente, deletou contas, reduziu o alcance de suas postagens e impediu que se promovam por meio de anúncios pagos.

A pandemia de COVID-19 aumentou a pressão sobre as *platforms* para combater a desinformação. O número de verificações de fatos nas redes sociais aumentou 900% nos três meses após o surto de coronavírus. Em resposta, Facebook, Twitter e TikTok lançaram centros de informações COVID-19 para fornecer informações sobre o vírus e a resposta das plataformas à pandemia. Esses centros incluem artigos escritos por verificadores de fatos independentes. Mark Zuckerberg anunciou que mais de dois bilhões de usuários do Instagram e do Facebook receberam "recursos de saúde autorizados". A *platform* YouTube também tomou medidas, anunciando que não

permitiria mais conteúdos que contenham desinformação sobre vacinas aprovadas ou qualquer conteúdo sobre a COVID-19 que apresente um sério risco de dano flagrante.²⁰

2.5. Responsabilização, regulação e moderação editorial das *platforms*

Como demonstrado nos subtópicos acima, a responsabilização das *platforms* pelo conteúdo que é distribuído nas mesmas se faz cada vez mais presente após acontecimentos emblemáticos como as eleições norte-americanas de 2016 e a pandemia de desinformação do coronavírus em 2019. Mais do que nunca, explicitou-se o quão necessário é estabelecer mecanismos efetivos para monitorar, filtrar e remover conteúdo prejudicial, desinformativo e falso com a finalidade de garantir que a cibercultura permaneça como uma força positiva na sociedade.

As *platforms*, apesar de alegarem visar ao bem público, têm sido relutantes em assumir a responsabilidade pública. A natureza privada que as caracteriza cada vez mais, se reflete em políticas de monitoramento no compartilhamento de *fake news* e desinformação. Caso visassem ao bem público em detrimento do privado, como a retórica de seus fundadores evoca, atuariam na regulação intensiva editorial sob a luz de uma prática ética de compartilhamento de informações. Contudo, tal iniciativa implicaria no abandono de seu modelo de negócios altamente lucrativo baseado na comercialização de mídia. Ao contrário das organizações da sociedade civil que operam localmente e estão incorporadas na cultura política, as *platforms* são esferas de mídia global que transcendem as fronteiras nacionais e visam ao interesse privado acima do bem público. Os contornos éticos dessa tensão “público *versus* privado” serão explorados em detalhes no capítulo a seguir.

²⁰ Vide: KLAR, R. *Feds Step Up Pressure on Social Media over False COVID-19 Claims*, HILL (July 18, 2021, 11:00 AM EDT), <https://perma.cc/TW5N-VCQS>.

MOTTA, M.; STECULA, D.; FARHART, C. How Right-Leaning Media Coverage of COVID-19 Facilitated the Spread of Misinformation in the Early Stages of the Pandemic in the U.S. In **Cambridge University Press**, 1º de maio de 2020 Disponível em <https://www.cambridge.org/core/journals/canadian-journal-of-political-science-revue-canadienne-de-science-politique/article/how-right-leaning-media-coverage-of-covid19-facilitated-the-spread-of-misinformation-in-the-early-stages-of-the-pandemic-in-the-us/6B0EB93F6BA17608D82B4D23EDA75E50#> Acesso: 05 maio 2023.

THE YOUTUBE TEAM. Managing Harmful Vaccine Content on YouTube. In: Youtube Official blog. 29 de set de 2021. Disponível em: <https://perma.cc/NK4H-ZQX6>. Acesso em 05 de maio de 2023..

CAPÍTULO 3 - ÉTICA, SUBJETIVIDADES E CAPITALISMO DE VIGILÂNCIA

3.1. Ética e condutas humanas na sociabilidade virtual

Debruçar-se sobre o pensamento de Aristóteles envolve um estudo sobre a felicidade, noção fundamental para a compreensão de sua filosofia eudemonista. De acordo com o filósofo grego, a felicidade está vinculada à virtude e à alma de cada ser, uma vez que se trata do principal objetivo das ações promovidas pelos indivíduos virtuosos: a busca pela perfectibilidade das condutas humanas.

A consideração dos tipos principais de vida mostra que as pessoas de grande refinamento e índole ativa identificam a felicidade com a honra; pois a honra é, em suma, a finalidade da vida política. No entanto, afigura-se demasiado superficial para ser aquela que buscamos, visto que depende mais de quem a confere que de quem a recebe, enquanto o bem nos parece ser algo próprio de um homem e que dificilmente lhe poderia ser arrebatado. Dir-se-ia, além disso, que os homens buscam a honra para convencerem-se a si mesmos de que são bons. Como quer que seja, é pelos indivíduos de grande sabedoria prática que procuram ser honrados, e entre os que os conhecem e, ainda mais, em razão da sua virtude. Está claro, pois, que para eles, ao menos, a virtude é mais excelente. Poder-se-ia mesmo supor que a virtude, e não a honra, é a finalidade da vida política. Mas também ela parece ser de certo modo incompleta, porque pode acontecer que seja virtuoso quem está dormindo, quem leva uma vida inteira de inatividade, e, mais ainda, é ela compatível com os maiores sofrimentos e infortúnios. Ora, salvo quem queira sustentar a tese a todo custo, ninguém jamais considerará feliz um homem que vive de tal maneira (ARISTÓTELES, 1991, pp. 5-6).

A felicidade se caracteriza como um direito e um dever de cada membro da *pólis*, entendida não apenas como cidade, mas também como uma comunidade composta por um conjunto de aldeias e de famílias. Essa sociabilidade afetiva se concretiza por conta da essência dos humanos, seres dotados de um atributo fundamental para as reflexões filosóficas e que os diferencia das demais espécies do planeta: a razão.

A razão é a característica principal dos seres humanos. Seu exercício deve ser desenvolvido e aperfeiçoado por diferentes meios, principalmente a educação. Por mais que apresente uma ideia diferente das teses socráticas – que acreditam que a reflexão sobre a alma de cada um é o meio para a realização do bem –, Aristóteles também chamava a atenção para a importância da educação. Não a considerava um aspecto

determinante, mas sim necessário para o aperfeiçoamento das ações e da garantia do bem e da felicidade humana.

A compreensão do conceito de felicidade no pensamento de Aristóteles deve levar em consideração suas análises a respeito do corpo e da alma, uma vez são substâncias distintas. A alma é sucessora do corpo humano, o que significa que apenas os hábitos são capazes de fortalecê-la e dotá-la de virtudes morais. Não se trata de uma substância que não possui diferenças, mas constituída de duas características diferentes: um aspecto moral e outro racional ou intelectual. Ambas são necessárias para a garantia do bem, porém o desenvolvimento de cada uma requer um cuidado específico. Para além das virtudes morais, capazes de serem transmitidas por meio do ensinamento – da educação –, as virtudes intelectuais estão ligadas à sabedoria adquirida.

A sabedoria, segundo Aristóteles, não está distante dos hábitos dotados de virtude, ou seja, de uma disposição voluntária capaz de alcançar os seus fins. Há disposições negativas para o bem-estar e o bom desenvolvimento das habilidades intelectuais. As disposições positivas são as que fazem oposição à tutela das paixões e são dirigidas pelo bom uso da razão. Há um conflito entre os desejos irracionais das paixões e a reflexão metódica e racional.

Os indivíduos virtuosos são as pessoas cujas ações estão baseadas em reflexões sobre o que desejam e na prudência, em uma análise equilibrada sobre seus próprios atos. Os hábitos relacionados a essas ações proporcionam o progresso das virtudes intelectuais e da sabedoria adquirida a partir da reflexão sobre a ação humana no contexto em que cada um está vinculado. Estas ações corretas, dotadas de razão e que atendem às finalidades fundamentais da vida, estão voltadas para a busca pelo bem e garantem a felicidade de cada indivíduo.

Segundo Aristóteles, nem todos os indivíduos são capazes de fazer o bem. Não se trata de uma incapacidade essencial a uma pessoa específica. Para o filósofo, as escolhas dos indivíduos estão vinculadas à liberdade, que permite a cada um construir o seu próprio destino, seja para o bem ou para o mau. As pessoas que, por conta de suas decisões, não forem capazes de garantir suas virtudes morais a partir atributos racionais não estarão aptas para atingir a felicidade. Os rumos dos seres humanos estão relacionados a como as pessoas assimilam a *educação ética*. (ARISTÓTELES, 1991).

O que Aristóteles chama de *educação ética* não está voltado para a acumulação de saberes intelectuais. Trata-se de uma ação que visa a promover os bons hábitos, as ações refletidas e prudentes que estejam em consonância com a maneira como cada um sente suas necessidades, deveres e direitos. Esta é uma tarefa destinada aos pais, aos cidadãos da *polis* e ao Estado, instituição capaz de regulamentar e de fomentar, a partir de suas leis, hábitos prudentes que garantam o desenvolvimento da razão. (ARISTÓTELES, 1991).

Por conta da temporalidade, estas reflexões podem parecer distantes da atualidade, porém são temas recorrentes em muitos debates da atualidade, principalmente em relação ao modo como nos comunicamos e interagimos com os outros. Num contexto em que as tecnologias da informação alteraram radicalmente as maneiras como as pessoas se informam, compartilham informações e interagem entre si, discussões sobre o estabelecimento de vínculos éticos nesses novos espaços cresceram e tornaram-se uma das principais questões da agenda pública. As interações nas redes sociais fazem parte desse amplo debate.

De acordo com Rosa e Chevitarese (2017), o advento da internet possibilitou a criação de um novo espaço em que o fluxo de informação passou a ser bidirecional. Já não há, como antigamente, a rigidez entre emissor/receptor que caracterizou e caracteriza os veículos de comunicação formais, como rádios e televisão. No século XXI, todos os usuários se tornaram consumidores e produtores de conteúdo, fazendo com que a circulação de informação não apenas se tornasse mais veloz, como também diluindo os filtros informativos proporcionados pelos profissionais da comunicação – como checagem de dados, fontes, a busca pela veracidade do fato etc.

Essa interação bidirecional chama atenção para novos dilemas e desafios das sociedades contemporâneas, como a necessidade de uma *educação ética* para as plataformas digitais. A falta de hábitos pautados na reflexão, na prudência e que visam à promoção de condutas morais nesses espaços resulta na distribuição de notícias falsas, ataques à honra e à dignidade das pessoas, à desinformação, a discursos preconceituosos etc.

Aristóteles dizia que um governo justo é aquele que garante, a partir de suas instituições e legislações, a conservação de ações que zelem pelo bem-estar da

sociedade. Rosa e Chevitarese (2017), com base no conceito de *sociedade de controle* analisado por Gilles Deleuze, dizem que, na atualidade, as fronteiras entre as instituições estão mais flexíveis, fazendo com que os itinerários disciplinares já não possuam mais começo, meio e fim, mas prolongam-se continuamente por meio da comunicação virtual. Isso produziu uma significativa alteração na vida cotidiana, como no trabalho, nas universidades, nas escolas etc.

Isto deve ser compreendido a partir das maneiras como os mecanismos de controle passaram a preponderar diante das disciplinas, por mais que estas continuem vigentes nas instituições disciplinares. Segundo Foucault, as disciplinas são técnicas cuja elaboração de seus princípios fundamentais se desenvolveram entre os séculos XVII e XVIII. As disciplinas eram dispersas e restritas a lugares e a grupos específicos, como os mosteiros, as empresas escravagistas, as legiões romanas etc. Posteriormente, surgiram mecanismos disciplinares que passaram a operar como técnicas voltadas para o gerenciamento da população. São dispositivos baseados numa vigilância contínua e em poderes de individuação, tornando a individualidade um alvo das estratégias de poder. Estas técnicas passaram a operar no funcionamento interno dos hospitais, das escolas, das prisões. São uma arte de governo baseada em reflexões sobre o espaço, distribuindo espacialmente os indivíduos, gerindo as suas multiplicidades, classificando-os e extraíndo efeitos úteis de seu trabalho. A arte de governar já não estava restrita a um gerenciamento de grandes centros, como cidades, províncias e grupos formados por famílias, estendendo-se para um exercício de governo contínuo sobre o indivíduo e uma população.

Deleuze não ignorou a precisão dos conceitos de Michel Foucault sobre as sociedades disciplinares. Disse que o filósofo francês sabia que as sociedades organizadas a partir das instituições de confinamento ou disciplinares – escolas, fábricas, hospitais, manicômios, prisões etc. – passavam por uma modulação, assim como ocorreu na transição entre o regime de soberania e o surgimento das disciplinas. Diferentemente da sociedade disciplinar, em que as instituições são variáveis independentes, na sociedade de controle esses espaços se tornaram variáveis interligadas, uma vez que se trata de uma nova modulação do capitalismo – cujas

ferramentas que a promovem são os instrumentos de informática e computação. Isso fez com que houvesse a substituição da fábrica pela empresa.

A empresa promove uma diluição do caráter homogêneo do conceito de massa, um conglomerado de corpos que se assemelhavam por conta da equiparação de salários e posições dentro de uma fábrica. Também eram convocados, como corpo relativamente homogêneo, pelos sindicatos. Na sociedade de controle, as tecnologias de computação e informática fizeram com que o indivíduo que compunha a massa se tornasse um sujeito em busca de méritos e de retribuições a partir das modulações promovidas pela empresa nos salários, nas funções e nas responsabilidades. Esta nova modulação do capitalismo, baseada nas ferramentas de computação, fomentou novas formas de sociabilidade.

Estas sociabilidades fomentadas pelas novas tecnologias de comunicação e informação se caracterizam por uma vigilância contínua, diferente do modo como as pessoas eram vigiadas nos espaços disciplinares. Baseando-se em Zygmunt Bauman, Rosa e Chevitarese (2017) afirmam que os bancos de dados proporcionados por essas tecnologias inauguram uma nova dinâmica entre controle e liberdade. Os bancos de dados, que têm como objetivo promover um controle irrestrito sobre os que utilizam as redes, ampliam-se por conta da livre circulação dos usuários nessas mesmas plataformas. A possibilidade de acesso a uma grande quantidade de dados, programas e informações é o que permite a acumulação dos dados vinculados às preferências e aos itinerários de cada usuário na web. Liberdade e controle se fortalecem no âmbito da comunicação virtual.

Compreendendo a agência da sociedade de controle, Bauman (1999) sugere que os mecanismos de controle virtuais – por meio do Big Data – geram melhor circulação na web. Quanto mais somos vigiados constantemente através dos poderosos algoritmos do Facebook, ou por quaisquer outros mecanismos similares, mais podemos circular com maior liberdade no ciberespaço. Os logins sociais¹⁰ e o conteúdo aberto da internet permitem que acessemos uma infinidade de dados e possamos interagir com diferentes pessoas em diferentes lugares. Ao contrário do panóptico, o banco de dados tem relação com a mobilidade, não é feito para imobilizar as pessoas (Bauman, 1999). Para o autor, quanto mais informação sobre você contenha o banco de dados, mas livremente você poderá se movimentar. Nessa lógica, a liberdade de navegação é proporcional ao controle exercido e à vigilância da rede. Trata-se aqui da dinâmica do controle, que opera pela sedução à máxima visibilidade e pela oferta da “liberdade de navegação”. (ROSA; CHEVITARESE, 2017, p. 64).

Todos são vigiados, fomentam o compartilhamento de seus dados e são monitorados por aqueles com os quais interagem. Devido a isso, a revisão de reflexões sobre a *educação ética* e as ações mediadas pela reflexão – visando ao bem-estar da sociedade em seu conjunto – são fundamentais para os desafios enfrentados na atualidade. Todos os lugares em que há sociabilidade humana exigem uma reflexão em torno da relação entre liberdade do indivíduo e bem-estar coletivo.

Rosa e Chevitaese (2017) afirmam que a percepção sobre uma liberdade quase que irrestrita na web inviabiliza uma análise crítica e filosófica sobre os efeitos causados pela comunicação virtual em cada um e na sociedade como um todo. Avaliar o exercício da reflexão filosófica diante dos dilemas atuais pode ser um modo de compreender e enfrentar os desafios apresentadas por essa nova sociabilidade virtual pautada em subjetividades.

3.2. Subjetividades, neoliberalismo e algoritmos no ciberespaço

Estamos vivendo no ápice de grandes transformações no campo das subjetividades. Estas transformações acabam por mudar nossas percepções sobre o sujeito, nos levando a considerar as transformações que afetam as definições do que é público ou privado, daquilo que está na esfera da intimidade e exterioridade. Quando pensamos como as TDCIs e o ciberespaço mudaram a vida cotidiana, deparamo-nos com um encadeamento lógico no que se refere à vigilância, que passou a adquirir novos contornos na medida em que surgem outros questionamentos acerca do que se observa, como se vigia e como se é vigiado, como se proteger dos invasores (hackers), como não ser monitorado, especificamente quando nos sentimos inseguros e buscamos por mais segurança.

Quando nos referimos à vigilância, monitoramento e insegurança *versus* segurança nos encontramos no âmbito do processo de subjetivação, no qual se insere o jogo de relações que envolvem as subjetividades diante da aceleração de novas formas de vigilância e de controle nas quais se implantam o uso abundante de tecnologias.

A subjetivação resulta de práticas concretas que são próprias das atividades humanas, das relações de poder em que os sujeitos estão envolvidos ou nas práticas discursivas. A subjetivação acontece a todo momento em que os indivíduos interagem e se relacionam, na maneira como se expressam e como são influenciados por discursos. O processo de subjetivação ocorre por meio de qualquer prática em que o indivíduo está inserido, sendo ele o propulsor ou somente o espectador, o que envolve sua história pessoal e coletiva; o meio social e cultural em que sociabiliza (MEDEIROS, 2019).

De acordo com Bauman (2001), a sociedade atual encontra-se no âmbito da pós-modernidade, passou de uma sociedade sólida na qual o percurso de vida e de pensamento do sujeito trilhou para o período líquido, que está constantemente em transformação, afetando diretamente a economia, a sociedade, as tecnologias, os afetos, as emoções, numa reconfiguração permanente.

Segundo ele, a sociedade do século XXI não seria menos moderna que a sociedade do século XX, mas outro tipo de sociedade moderna organizada de maneira distinta. O que se anunciou como moderno há um século é o que assinala a modernidade de outras configurações históricas da convivência humana:

A compulsiva e obsessiva, contínua, irrefreável e sempre incompleta *modernização*, a opressiva e inerradicável, insaciável sede de destruição criativa (ou criatividade destrutiva, se for o caso: “de limpar o lugar” em nome de um “novo e aperfeiçoado” projeto; de “desmantelar”, “cortar”, “defasar”, “reunir” ou “reduzir”, tudo isso em nome da maior capacidade de fazer o mesmo no futuro – em nome da produtividade e da competitividade) (BAUMAN, 2001, p. 36).

Bauman enfatiza que os seres humanos mudaram a percepção de suas crenças e com isso se enredaram na esfera de não terem mais limites ou freios, fazendo-se e desfazendo-se o tempo todo. Para serem considerados moderno nos tempos atuais, os sujeitos investiram em não ficar parados, pois a movimentação é contínua diante da incapacidade de se alcançar uma satisfação. “O horizonte da satisfação, a linha de chegada do esforço e o momento da auto-congratulação tranquila movem-se rápido demais.” (2001, p. 37)

As metas e os objetivos deixam de fazer sentido e perdem seu fascínio a partir do momento da sua concretização, ou até mesmo antes de serem colocadas em prática.

As análises de Bauman (2001) apontam que para ser considerado moderno é preciso estar à frente de si mesmo em constante ebulição, além de ter uma identidade inacabada que apenas exista diante de um projeto não concretizado.

O que tornaria nossa sociedade atual inovadora e diferente perpassa a ilusão de um caminho pavimentado por mudanças históricas, que permitiria uma condição de plenitude a ser atingido a qualquer momento e num futuro próximo, propiciando uma sociedade mais justa, próspera, sem desordens em algumas perspectivas e premissas, do bom senso entre oferta e procura para satisfazer todas as necessidades humanas, tudo no seu devido lugar e ordem, para que tudo possa vir a ser transparente “porque se sabe tudo o que deve ser sabido” (BAUMAN, 2001, p. 37).

Outra contrapartida reside na padronização e na contenção dos afazeres e responsabilidades modernizantes. O que habitualmente seria uma obrigação para a razão humana, vista como capital e propriedade comum da humanidade, foi fracionado e individualizado, deixado à mercê de cada um e de seus próprios recursos. Ainda que a ideia de modernização pela ação legal da sociedade não tenha sido abandonada, a ênfase recaiu para a autoafirmação individual. Essa modificação aparece no discurso ético e político de uma sociedade justa que se pauta nos direitos humanos, voltando ao cerne do discurso que respeita o direito dos indivíduos continuarem diferentes e decidirem seus próprios padrões de felicidade e modo de vida (BAUMAN, 2001).

Essa reconfiguração se apresenta nas relações de produção e circulação a partir do desempenho da racionalidade neoliberal ancorada pelas TDCIs, que exercem e sustentam dispositivos de controle que simultaneamente controlam os sujeitos e os incitam ao consumo.

Seguindo as premissas de Foucault (2008), o neoliberalismo não mudou apenas o modo de governar a sociedade, ou a visão econômica que adveio da crise do capitalismo intervencionista do Estado de providência, que ocorreu a partir da transição do capitalismo de produção para o capitalismo de superprodução.

Foucault (2008) apresenta o conceito analítico de governamentalidade como um dispositivo essencial para suas análises sobre o neoliberalismo. A governamentalidade enquanto dispositivo procura exercer um governo, abrange um conjunto de instituições, métodos, análises, problematizações, cálculos e táticas que responde ao exercício de um

tipo de poder específico situado na gestão dos meios e disciplina, podendo ser aplicados sobre os indivíduos e população.

Sob a ótica foucaultiana, governar tem um significado abrangente, diz respeito a administrar condutas por meio de técnicas de poder que perpassam o corpo social. O conceito analítico de razão governamental tem um papel central quando se refere à governo da população, porque aborda a racionalidade neoliberal por meio dos dispositivos que serão utilizados para gestar as condutas dos sujeitos. Ao analisar o neoliberalismo, Foucault (2008) mostra como um sistema econômico engendrou uma racionalidade a partir dos dispositivos biopolíticos no capitalismo contemporâneo.

Ao mostrar o liberalismo como uma razão biopolítica, como uma governamentalidade que procura gestar a população e a conduta individual de cada um conforme uma economia máxima, Foucault debruça-se sobre o surgimento do ordoliberalismo na Alemanha Ocidental, assim como o neoliberalismo estadunidense da Escola de Chicago. Para ele, esses dois sistemas de neoliberalismo foram concebidos como críticas ao Estado providência, que atravessou as democracias ocidentais até a década de 1980. Para os alemães, a emergência do neoliberalismo foi uma resposta ao Estado totalitário do regime socialista da Alemanha Oriental e Leste Europeu; já para os estadunidenses, foi uma contrapartida ao Estado de Bem-Estar social, e todas as políticas sociais implementadas entre as décadas de 1930 e 1960 (FOUCAULT, 2008).

Os três principais elementos de contexto desse desenvolvimento do neoliberalismo americano foram primeiro, é claro, a existência do New Deal e a crítica ao New Deal e a essa política que poderíamos chamar, *grosso modo*, de keynesiana, desenvolvida a partir de 1933-34 por Roosevelt. O texto primeiro, fundador desse neoliberalismo americano, escrito em 1934 [por] Simons, que foi o pai da Escola de Chicago, é um artigo que se chama “Um programa positivo para o *laissez-faire*.” (FOUCAULT, 2008, p. 298).

A ascendência da racionalidade neoliberal e a implementação de políticas neoliberais aparece como solução às transformações capitalistas, que envolvem a globalização econômica, o âmbito da comunicação e a ascensão do capitalismo financeiro. Idealizado como uma contestação ao modelo econômico keynesiano, o neoliberalismo foi concebido a partir das concepções dos economistas Milton Friedman, Friedrich Von Hayek, Henry Simons, entre outros que atuavam na Escola de Chicago.

Eles embasaram o ideário de uma sociedade que visa à incrementação da concorrência e do livre mercado.

As aspirações do neoliberalismo não se restringiram somente ao campo econômico, ou seja, requerer o livre comércio, maximizar lucros e diluir o sistema de proteção e política social. Como o mercado precisa estar em primeiro lugar, a racionalidade neoliberal procurou disseminar suas instâncias pela sociedade e instituir o projeto liberal como um modo de vida. O neoliberalismo produz sujeitos ajustados à lógica de mercado, procura eliminar a distinção entre o econômico e o social ao moldar a conduta e a vida dos indivíduos.

O neoliberalismo aparece nessas condições como retorno ao *homo oeconomicus* (...) No neoliberalismo – e ele não esconde, ele proclama isso –, também vai-se encontrar uma teoria do *homo oeconomicus*, mas o *homo oeconomicus*, aqui, não é em absoluto um parceiro da troca. O *homo oeconomicus* é um enoesário, e um empresário de si mesmo. Essa coisa é tão verdadeira que, praticamente, o objeto de todas as análises que fazem os neoliberais será substituir, a cada instante, o *homo oeconomicus* parceiro de troca por um *homo oeconomicus* empresário de si mesmo, sendo ele próprio seu capital, sendo para si mesmo seu produtor, sendo para si mesmo a fonte de [sua] renda (FOUCAULT, 2008, pp. 310-311).

O paradigma neoliberal de governo ao se espriar atingiu todas as camadas da vida humana, instaurou o “sujeito empresa” que gerencia a si mesmo a partir do seu próprio capital, ou seja, o capital humano. Com isso, uma série de dispositivos e políticas foram acionadas para os sujeitos se compreenderem e agirem como empresas, produzindo outras subjetividades que visam ao rendimento do capital humano que precisa ser ampliado para além do aspecto econômico e financeiro.

O investimento no capital humano almeja outros patamares para conquistar uma vida bem-sucedida mediante ciclo de amizades, qualidade de vida, saúde, bem-estar, aparências, felicidade etc. “Por meio de uma ampla oferta de modelos de conduta e de estilos de vida, o neoliberalismo estrutura o campo de ação dos indivíduos, que passam a ser encarados e avaliados de acordo como o seu conjunto de competências” (BARROS, 2020, p. 102).

O sujeito neoliberal governa a si mesmo, ajustando sua conduta e comportamento, produzindo subjetividades próprias do neoliberalismo que fomentam o

capital humano a partir das suas habilidades diversificadas e de um conjunto de competências que necessitam se expandir na medida que a vida deve ser entendida como um investimento do sujeito em si mesmo, o que exige um cuidado de si seguindo as premissas da lógica do mercado.

Para entender a subjetividade atual é preciso partir das intersecções sobre o estilo de vida neoliberal que incide sobre os sujeitos, fomentando fluxos econômicos, políticos, sociais e tecnológicos velozes. Como afirmou Barros (2020), no neoliberalismo, a subjetividade não se coloca somente no mercado ou no Estado especificamente, mas precisa de uma subjetividade criada, continuada que deve estar presente no sujeito.

Ainda segundo Barros (2020), as relações do neoliberalismo e da informação ocorrem pela positividade provocada pela abundância e sobrecarga de informações e impulsos, que geram uma exploração do sujeito pelo próprio sujeito por meio de possibilidades computo-informacionais que vão elevar ao máximo o consumo. Quando observamos numa perspectiva analítica a produção, a circulação e o consumo de informação a partir das TDCIs na qual prevalecem os algoritmos, encontramos uma série de efeitos da trama que opera em redes de imagens, conceitos, teorias, percepções que se reconfiguram a partir de uma subjetividade digital balizadas em micropolíticas.

Entendemos a micropolítica como a amplitude que cada sujeito tem de interferir em seus costumes cotidianos a partir da construção de como deve agir, pensar, viver e interagir uns com os outros, diante das determinações e modelos sociais. A micropolítica atua no detalhe, por meio de fluxos velozes que podem ser irrestritos ao corpo social, mas são imprevisíveis, pois ela é um modo de ver a realidade a partir de um campo de força. Partindo de Deleuze e Guatarri (1996), podemos afirmar que a micropolítica nos permite analisar o conhecimento, a informação, o corpo social, o sujeito a partir de uma perspectiva de produção de realidade que se inscreve nas relações de poder.

Na sociedade cibernética ou sociedade de controle, de acordo com Deleuze, existe o aperfeiçoamento constante dos registros das ações, de cada intenção, palavras e pensamentos, tudo é registrado e informado por sujeitos ativos e hiperconectados, que passam a abastecer o banco de dados da sua própria vida, retroalimentando o banco de

dados das redes na medida em que “o controle é de curto prazo e de rotação rápida, mas também contínuo e ilimitado”. (DELEUZE, 2000, p. 87).

A potencialização das tecnologias digitais da informação e da comunicação em nossas vidas trouxe outras reconfigurações dos modos de existência. As TDCIs produzem continuamente informações que se avolumam no cotidiano, tornando-se onipresentes ao impactar os mais variados campos da sociedade. A informação passou então a ser reconhecida como parte essencial para sujeitos e governos.

A partir dos anos 2000, a internet tornou-se o grande meio de acesso à comunicação e à informação entre os indivíduos, assegurando ser livre e acessível a todos. Instaurou um novo tipo de comunicação interligada a um sistema tecnológico de computadores, por meio do qual os usuários se conectam, interagem, buscam informações, visitam websites, *navegam*, ou seja, se comunicam.

A disseminação da internet foi rápida, e a convocação à participação ativa de indivíduos para colaborar com as redes também. As opiniões dos “internautas” ancoradas no advento da “liberdade de expressão”²¹ passaram a ser publicadas, comentadas e replicadas, sejam elas sociais, políticas, econômicas, culturais, estéticas, religiosas etc. Começaram a constituir um corpo que se alimenta de sistemas em decorrência ao seu alto alcance, capaz de atingir milhões. Não por acaso, a internet acoplou outros veículos de comunicação, como jornais, revistas, rádio e televisão que passaram a produzir conteúdos online e a interagir com seus consumidores por meio das redes sociais.

Conforme Barros (2020), neste momento nos encontramos diante das “informações ordinárias”, que não requerem o monopólio da notícia, das narrativas jornalísticas ou do conhecimento científico. A esfera das opiniões congrega modos de percepção que se pautam pelos interesses das pessoas comuns, que não se interessam

²¹ “A liberdade de expressão está sob grave ameaça no mundo, e a forma como vamos moldá-la e defendê-la definirá o futuro das sociedades livres, diz o historiador e professor britânico Timothy Garton Ash, da Universidade de Oxford. Para Ash, que é um estudioso da liberdade de expressão, as ofensivas contra o que chama de “ar que permite a todas as outras liberdades respirarem” põem em risco a participação democrática dos cidadãos, a internet, a qualidade dos governos, a diversidade, a privacidade, a educação, a liberdade religiosa, o jornalismo, a prosperidade coletiva e a busca pela verdade. A liberdade de expressão é definida há séculos como o direito de manifestar opiniões e ideias praticamente sem obstáculos. Mas a defesa dela, na maioria dos países democráticos, passa por não violar direitos dos outros nem levar a males evitáveis. Os problemas começam a surgir quando há discordância sobre quais seriam os limites da liberdade de expressão e quem teria o poder para defini-los.” Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-62550835> Acesso: 03 maio De 2023.

essencialmente pelo jornalismo tradicional, por métodos e teorias científicas, mas se dispõem a ver e a ler comunicações variadas em vídeos, fotos, textos de influencers em plataformas digitais e redes sociais que atingem milhões de pessoas. O quanto assimilam discursos e opiniões dos mais variados que se assentam às suas percepções de vidas.

Todos tornam-se possíveis produtores de conteúdo e informação. Esta suposta democratização do acesso à informação e à produção, verte muitos terabytes (TBps) por segundo de informações pautadas em pontos de vista, opiniões, senso comum, afetos, emoções, interesses etc. em temas variados, que perpassam a política, economia, cultura, religião, saúde, moda, beleza, estética, esportes etc. A incorporação dessas informações em amplas bases de dados permite a manipulação e a distribuição sistematizadas a partir do que as máquinas e softwares são capazes de produzir por meio de algoritmos que determinam qual informação é mais relevante.

O autor afirma que atualmente o ciberespaço não pode ser visto somente como um universo inserido em redes sociais e comunicadores em rede *peer-to-peer* (P2P). Quando se trata de plataformas de comunicação, pode não admitir uma concepção da estrutura que se situa o controle da comunicação e da informação. É preciso considerar também os campos de disputas em que se dispõem vontades, interesses, opiniões etc. de maneira desigual entre os sujeitos, dos potenciais produtores quanto dos que consomem as informações.

As plataformas de comunicação não são capazes de produzir discursos, mas há implicitamente a elas os algoritmos que podem controlar, reunir, manipular, distribuir e disseminar os discursos que produzem subjetividades. As plataformas digitais de comunicação se estabelecem com sustentação no neoliberalismo, fundando-se nas informações que incidem no controle sobre a conduta, comportamento e consumo.

A hiperconectividade é um dos efeitos da sociabilidade digital. A noção de hiperconectividade está contida no ciberespaço e começou a ser produzida a partir da concepção da World Wide Web, navegadores e websites nos anos de 1990 quando a Internet ganha força apresentando ao mundo sua velocidade, comunicação instantânea e interatividade, diminuindo a sensação de distância entre os indivíduos. A sociabilidade digital mudou as relações sociais e fez surgir novos comportamentos e conhecimentos

diante de uma vida hiperconectada pelo entusiasmo com as TDCIs, da gama de aparelhos digitais carregados e manuseados pelas pessoas, trazendo medo e riscos.

Tornou-se indispensável se fazer presente nas redes sociais, o que mostra a necessidade de um sujeito conectado, ativo apto a oferecer informações sobre opiniões, imagens, vídeos etc. que possam acrescentar dados, e, posteriormente, podem ser manipulados para impulsionar informações direcionadas ou até o marketing digital. Os algoritmos agem a partir de certas especificidades no padrão de software que se estabelecem entre a lógica e o controle, qualificam o conhecimento a ser usado na resolução de problemas e produzem estratégias de solução que servem para modular comportamentos e condutas.

Uma questão para se refletir diz respeito às noções que produzem classificações de sujeitos, suscitando predileções e distinções, gerando perfis em estratos de consumo, estruturando a partir de gênero, orientação sexual, raça e etnia, idade etc. Essa é a eficácia dos algoritmos de aperfeiçoar, controlar e igualar um sistema de relações subjetivas para, em seguida, transformar em um sistema de seriação que determina valores e concebe subjetividades de acordo com os interesses de quem têm o poder de controlar a informação, como as plataformas digitais FAANG (Facebook, Amazon, Alphabet, Netflix, Google).

3.3. Capitalismo de vigilância e cultura de vigilância

O capitalismo, de acordo com Zuboff (2018), caracteriza-se por formas de mercado e de propriedade que se modificam conforme as demandas hegemônicas em um determinado período da história. Isso significa que as maneiras como a acumulação de capital se viabilizam na atualidade são distintas do capitalismo cooperativo ou industrial, em que as formas de trabalho não estavam fundamentadas no trabalho mediado pelo computador, mas na produção industrial em massa. No capitalismo financeiro, surgiram novas formas de acumulação baseadas no *Big Data*, em uma produção contínua de dados gerados pelos usuários. Trata-se de uma noção que ainda não possui um consenso sobre a sua definição.

Zuboff (2018), rejeitando as supostas bases empíricas dos que dizem que o *Big Data* é um mero desdobramento da introjeção de novas tecnologias de informação e de comunicação no mundo do trabalho, afirma que se trata de um dispositivo vinculado a uma nova configuração do modo de acumulação capitalista. O *capitalismo de vigilância*, termo cunhado pela autora com a finalidade de analisar e descrever essa nova modalidade de geração de capital, tem como característica principal a prevenção e a modificação dos comportamentos humanos a partir da observação dos dados gerados pelas pessoas por meio das atividades mediadas por dispositivos como o computador. Esta indução de comportamentos e preferências são meios utilizados para assegurar e ampliar o controle das empresas e o aumento de receita das companhias.

O trabalho mediado pelo computador, de acordo com Zuboff (2018), é distinto da mecanização e da automação vinculadas às técnicas produtivas passadas. As segundas tinham como objetivo simplificar e ampliar o trabalho executado por máquinas em detrimento do trabalho humano, possibilitando a majoração da produção e reduções de custos. O trabalho mediado pelo computador fomenta a automação e a mecanização do trabalho. Há, porém, a introdução de um novo elemento essencial para a compreensão do funcionamento do capitalismo contemporâneo: a informatização.

As atividades mediadas pelos computadores geram informações relacionadas às vidas das pessoas que utilizam esses mesmos instrumentos. A comercialização de produtos online, operações de cartão de crédito, operações de planos de saúde, companhias aéreas e muitos outros segmentos produzem uma infinidade de dados que, posteriormente, são utilizados por grupos e empreendedores a fim de gerar lucro. Ou seja, constata-se que os dados, no *capitalismo de vigilância*, tornaram-se mercadorias.

Esta nova forma de acumulação verificada por Zuboff (2018) está vinculada ao que Lyon (2018), assim como outros autores, denomina de *cultura de vigilância*. De acordo com o autor, entre o final do século XX e início do século XXI, a vigilância tornou-se central em uma sociedade capaz de desenvolver uma terceira fase da computação, inserindo maquinários eletrônicos na vida diária das pessoas. Esse processo foi fundamental para o desenvolvimento do que hoje conhecemos como *internet das coisas*, baseada em dispositivos que levaram a conexões contínuas entre as atividades humanas e os dispositivos eletrônicos, proporcionando interconexões

presentes na vida cotidiana da população. Isto fortaleceu o uso da vigilância como meio fundamental para a organização da sociedade, de tal modo que são raras as atividades que, atualmente, não estejam assentadas na extração, análise e monitoramento de dados.

Lyon (2018), ao relembrar o caso envolvendo Edward Snowden²², afirma que a Agência de Segurança Nacional (NSA) se utilizou das informações presentes nos bancos de dados de grandes companhias multinacionais, como a Amazon, a Microsoft, a Meta e outras, pois grande parte das empresas que atuam nesse segmento vigiam continuamente os seus usuários.

Zuboff (2018) diz que o esforço intelectual no *capitalismo de vigilância* está dirigido ao aprendizado das informações geradas por essa nova lógica de acumulação desenvolvida por companhias como a Google, Facebook, *startups* etc. Baseando-se na obra do economista americano Hal Ronald Varian, a autora chama a atenção para os “quatro novos usos” experimentados a partir das transações mediadas pelo computador: a extração e análise de dados; a introdução de novas modalidades contratuais devido ao aperfeiçoamento das formas de monitoramento; a personalização e a customização; e a elaboração de experimentos contínuos.

A extração de dados, como foi mencionado a pouco, é possível por conta das informações geradas pelas transações econômicas, agências governamentais, imagens produzidas por câmeras de vigilância – desde as câmeras de *smartphone* até as imagens capturadas por satélites etc.

De acordo com Zuboff (2018), a operacionalização desses dados só é possível por conta da demanda que surgiu num determinado período da história. O entendimento de que as necessidades e os desejos devem estar vinculados a uma eventual liberdade proporcionada pela internet está relacionado aos desejos das pessoas que a utilizam. Esse fenômeno não deve apenas ser visto como uma imposição colocada por um conjunto de *big techs*, mas também como consequência da adesão voluntária dos membros da sociedade.

Essas informações são chamadas pelos críticos do *capitalismo de vigilância* como *ativos de vigilância*. Por mais que a adesão dos usuários seja fundamental para a geração e o acúmulo contínuo de dados, é prudente afirmar que, segundo Zuboff (2018),

²² Edward Snowden foi administrador de sistemas da CIA e acusado de espionagem por compartilhar informações considerados sigilosas pelo governo dos EUA.

os vínculos recíprocos foram dissolvidos nessa nova sociabilidade virtual. Consta-se que as informações acumuladas não são fruto do fornecimento voluntário de dados, mas sim no acúmulo de dados alheios.

Zuboff (2018) também afirma que muitas das mediações realizadas pelo computador colocam em risco o contrato social²³ garantido pelo Estado Democrático e de Direito. De acordo com as ideias de alguns expoentes do pensamento liberal, como John Locke, Durkheim, Max Weber e outros, o contrato social deve estar baseado na confiança entre todas as partes que fazem parte da sociedade. O importante das relações contratuais é o compartilhamento de direitos e de deveres recíprocos, admitindo que a incerteza e a imprevisibilidade são próprias da liberdade.

Isso é importante porque Zuboff (2018), ao se distanciar das premissas defendidas por Hal Ronald Varian a respeito dessa questão, diz que o entendimento segundo o qual as novas tecnologias de informação e comunicação são capazes de introduzir novos regimes contratuais sobre os comportamentos das pessoas devido a maior capacidade de vigilância é um risco para a governança democrática. Trata-se da substituição da autoridade legítima aprovada pela sociedade pelo surgimento de um novo poder que dissolve as conquistas do Estado de Direito. A autora chama esse modelo de *Big Other*.

O que Zuboff (2018) chama de *Big Other* se aproxima das ideias de Lyon sobre *cultura da vigilância*, pois se trata de um processo em que os seres humanos não apenas participam de uma dinâmica baseada na regulação de seus próprios passos, como também vigiam os itinerários dos demais. Esta é a consequência dos regimes contratuais em que, a partir de técnicas de monitoramento cada vez mais sofisticadas, pretende-se estabelecer novos regulamentos de comportamentos.

Lyon (2018) afirma que a *cultura da vigilância* não está restrita às ações voltadas para a vigilância de si e dos demais, mas também está vinculada à criação de

²³ O contrato social foi uma noção conceituada e analisada por autores que ficaram conhecidos como os “contratualistas”. Os principais expoentes dessa tradição do pensamento político e filosófico foram Thomas Hobbes, John Locke e Jean- Jacques Rousseau. Os três apresentaram ideias conceituais distintas sobre essa questão. Porém, todos acreditavam que o contrato era o meio necessário para a preservação da ordem na sociedade e a superação do estado de natureza. O contrato só seria garantido a partir da produção de consensos em torno da abdicação de uma suposta liberdade absoluta predominante no estado de natureza, assegurando direitos positivos capazes de garantir a integridade das pessoas. No caso de Locke e de Rousseau, é possível dizer que, ao lado de autores como Montesquieu, Stuart Mill etc., sintetizaram as bases teóricas da democracia liberal, fundamentada no contrato social.

imaginários. Retomando algumas análises de Raymond Williams, o autor diz que a noção de cultura deve estar acompanhada de reflexões sobre os modos como as pessoas pensam, comportam-se, compartilham informações, estabelecem vínculos afetivos. Isso significa que, caso os indivíduos não estejam cientes das consequências dos usos contínuos e generalizados dos dados dos usuários, não haverá uma ética adequada sobre como prosseguir nessa sociabilidade cada vez mais virtualizada.

Um aspecto de uma cultura da vigilância é que ela tem uma dimensão inevitavelmente avaliadora. Em particular, a noção de imaginários de vigilância aponta para o normativo. Os leitores de Raymond Williams recordarão que essa era também uma característica de sua obra; ele lamentava, por exemplo, a redução da dimensão ética a preocupações técnicas. A própria ideia de cultura implica que questões de como pensar, se comportar, agir, intervir são levantadas dentro de qualquer imaginário social dado. Assim, se a inclinação particular do imaginário é vigilante, então pelo menos algum indício da ética da vigilância estará presente nas práticas. Os sujeitos comuns precisam saber como “prosseguir” no mundo digital à medida que cresce a conscientização sobre as consequências dos usos generalizados e múltiplos de dados pessoais dentro da modernidade digital de hoje. Tudo está emergindo, desde regras básicas cotidianas até reações compartilhadas mais sofisticadas e táticas de vigilância (LYON, 2018, p. 169).

Para Lyon (2018), a cultura de vigilância não deve ser compreendida como um conceito que integra um conjunto de atos homogêneos. Como não há conceito que não se caracterize por certo grau de abstração, afirma-se que a *cultura de vigilância* é um termo utilizado para se referir a uma série de ações e imaginários distintos entre si, por mais que seja possível identificar certas regularidades. Verifica-se a ação de pessoas que, automaticamente e de forma consentida, aceitam disponibilizar dados relativos às suas vidas em troca de benefícios próprios, fomentando o exercício da vigilância dos demais.

Outra regularidade, de acordo com Lyon (2018), é o compartilhamento, pois são comportamentos que dinamizam o funcionamento das redes sociais. É através do compartilhamento de notícias e demais informações que o indivíduo produz uma quantidade significativa de informações sobre si próprio. Isso permite a circulação de dados sobre as preferências, os hábitos, os costumes, os locais que cada um frequenta. Essas informações podem ser utilizadas para fomentar formas de publicidade ao longo dos itinerários dos usuários e transformá-los em *usuários consumidores*.

O *Big Other*, como afirma Zuboff (2018), não deve ser entendido como uma arquitetura político-econômica que visa à dissolução dos direitos conquistados. O que está em jogo é a revisão de determinados direitos existentes, como o próprio direito à privacidade. Esta sociabilidade fundamentada nas tecnologias de informação e comunicação fomentam uma redistribuição de direitos que não está adequada com a governança democrática. Promove uma dinâmica voltada para a concentração do direito à privacidade, fazendo com que as ações, as informações acumuladas e as operações das grandes empresas que participam dessa forma de acumulação estejam em segredo. O direito à privacidade, de acordo com Zuboff (2018), está restrito aos capitalistas da vigilância.

Para verificar o *capitalismo de vigilância*, é preciso se debruçar sobre relações que carecem de vínculos pautados na confiança. Empresas como Facebook, ao monitorarem as preferências dos usuários a partir do modo como cada um se movimenta nas redes sociais, são capazes de fazer uma leitura e impor conclusões sobre os anúncios e os temas que interessam ao indivíduo antes mesmo da realização das buscas. Verifica-se que essas empresas possuem uma quantidade de informações sobre as pessoas cada vez mais elevada.

Estas técnicas permitem assegurar a previsão dos comportamentos e condicioná-los aos anúncios e aos resultados de pesquisa oferecidos pelas plataformas. Estes *ativos da vigilância*, segundo os críticos do *capitalismo da vigilância*, como Zuboff (2018), são comercializados pelos chamados *data brokers*, pois estes estão cientes da importância dos dados para a elevação da geração de capital no capitalismo financeiro e de uma economia baseada em tecnologias de informação e comunicação.

Esta não é a única inovação na história do capitalismo. De acordo com Marx e Engels (2010), o surgimento do capitalismo enquanto modo de acumulação hegemônico está atrelado à mediação das relações sociais pela forma mercadoria.

Com o desenvolvimento da burguesia, isto é, do capital, desenvolve-se também o proletariado, a classe dos operários modernos, os quais só vivem enquanto têm trabalho e só têm trabalho enquanto seu trabalho aumenta o capital. Esses operários, constrangidos a vender-se a retalho, são mercadoria, artigo de comércio como qualquer outros; em consequência, estão sujeitos a todas as vicissitudes da concorrência, a todas as flutuações do mercado (MARX; ENGELS, 2001, p. 46)

As relações sociais passaram a ser mercantilizadas, pois os corpos das pessoas se transformaram em força de trabalho com a finalidade de ser vendida em troca de um salário capaz de assegurar sua subsistência. Segundo Zuboff (2018), a dinâmica do capital já não é a mesma do capitalismo corporativo. O capitalismo é um regime de acumulação baseado em inovações e criações de novas formas de acumulação. Numa economia mediada pelo computador, as informações e os passos dos usuários se transformam em mercadorias, em ativos gerados pela vigilância de cada um sobre si e sobre os demais. Assegura-se uma economia pautada na *cultura da vigilância*.

Lyon (2018) afirma que as transformações econômicas não estão apartadas das mudanças culturais e sociais que ocorrem nas sociedades. A modernidade digital significa que tanto as vigilâncias quanto a cidadania estão mediadas pelo digital, de tal modo que a introjeção de novas tecnologias de comunicação e informação na vida cotidiana possibilitaram o surgimento de uma sociabilidade vinculada às plataformas digitais.

Lyon (2018) também está correto ao falar sobre a importância do conceito de *cultura de vigilância*. Trata-se de uma tentativa eficaz para melhor compreensão das relações entre as técnicas de vigilância e os aspectos que correspondem à vida diária das pessoas. Como foi dito acima, debruçar-se sobre as novas formas de acumulação no *capitalismo de vigilância* significa verificar os modos como as pessoas que utilizam essas plataformas são complacentes com o monitoramento contínuo, pois assumem a vigilância da sociabilidade virtual como algo benéfico, como algo capaz de proporcionar soluções e vantagens para o sucesso na vida. Para muitos, as redes sociais se tornaram um meio em que é possível garantir novas formas de monetização, como os canais criados de forma recorrente em plataformas como o Instagram e o Youtube, dando origem a novas profissões, como o *influencer*.

Esse entendimento exige, segundo Lyon (2018), um abandono de noções como *Estado de vigilância* ou *sociedade de vigilância*. Ambas acreditam que esta forma de organização está controlada pelo vigilante, por autoridades maiores que, por conta do poder que concentram, impõem um modo de vida e de governo sobre os demais. Não são capazes de captar que, na sociabilidade virtual, a vigilância também é exercida pelos vigiados.

A *cultura de vigilância* vai além dos conceitos de *Estado de vigilância* e da *sociedade da vigilância*. Concebê-la significa ater-se ao modo como a vigilância é vivida. É necessário verificar os comportamentos e as concepções das pessoas que vivenciam a vigilância, uma vez que há os que se “divertem” e aceitam o controle e os céticos, as pessoas que não se mostram complacentes com a mesma.

Tão importante quanto isto, de acordo com Lyon, são as lutas que surgem na contemporaneidade, que têm como objetivo promover formas de liberdade e de igualdade que estejam adaptadas à modernidade digital. Isso envolve a revisão de noções analisadas neste capítulo, como a concepção de ética de Aristóteles. Como foi visto, o filósofo afirma que a educação ética não está apenas vinculada à acumulação de saberes intelectuais, mas também à assimilação de hábitos prudentes, bons e que estejam em consonância com as necessidades de cada um e com o bem-estar do meio social. No passado, as disputas em torno de maior representação política, igualdade perante a lei e liberdade individual foram fundamentais para a criação e a defesa do Estado Democrático de Direito. As disputas contemporâneas devem conservá-las e estendê-las às redes, ao meio que se tornou uma nova esfera pública devido ao desenvolvimento de sofisticadas tecnologias de informação e de comunicação.

A busca por uma cultura alternativa à vigilância está relacionada ao desenvolvimento de uma *educação ética*, de novos hábitos, inclusive nas plataformas, permitindo maiores regulamentações democráticas e garantindo o bem-estar de todos que utilizam as redes sociais. É necessário um afastamento das condescendências em relação à vigilância exercida pelas *big techs*. Trata-se da assimilação de conhecimentos vinculados ao modo de funcionamento das empresas responsáveis por essas redes e da criação de hábitos que rejeitem o exercício da vigilância sobre os demais e também sobre si próprio.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A influência das tecnologias na cultura, tempo e espaço é evidente nas mudanças comportamentais observadas na contemporaneidade. Proeminente no âmbito do trabalho, a velocidade e aceleração das Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação (TDICs) foram responsáveis por uma série de transformações. Com a pandemia da COVID-19, houve um grande impacto no trabalho remoto e no *home office*, que dissolveram escritórios e propuseram novas formas de comunicação assíncrona e síncrona.

Desde o século XIX, as mudanças tecnológicas têm transformado a vida cotidiana e as relações sociais, influenciando o comportamento social de forma significativa. Estamos vivenciando uma transição da sociedade da produção para a sociedade da informação e comunicação, na qual a comunicação em rede é cada vez mais presente, substituindo a comunicação de massa. A vigilância e o controle foram redimensionados para o monitoramento e a segurança, que se estendem aos modos de organização do ambiente computacional e informacional.

As empresas de tecnologia conhecidas como FAANG (Big tech) desempenham um papel protagonista nessa redimensão, sendo responsabilizadas, cada vez mais, pelo conteúdo distribuído em suas plataformas após eventos emblemáticos, como as eleições norte-americanas de 2016 e a pandemia de desinformação sobre o coronavírus em 2019. É crucial estabelecer mecanismos eficazes para monitorar, filtrar e remover conteúdos prejudiciais, desinformativos e *fake news* a fim de garantir que a cibercultura continue a ser uma força positiva na sociedade.

Apesar de alegarem visar ao bem público, as *platforms* têm sido relutantes em assumir a responsabilidade pública, refletindo cada vez mais sua natureza privada em políticas de monitoramento no compartilhamento de fake news e desinformação. Se realmente visassem ao bem público acima do privado, como a retórica de seus fundadores evoca, elas atuariam na regulação editorial intensiva. No entanto, esta iniciativa implicaria no abandono de seu modelo de negócios baseado na comercialização de mídia, através do leilão de dados dos seus usuários. Estabelecem seu modelo de negócios a partir da comercialização de dados privados, visando ao lucro sob o modelo econômico chamado Capitalismo de Vigilância.

Para além do Capitalismo de vigilância, que lucra ao vigiar, é preciso considerar também a cultura de vigilância. A cultura de vigilância vai além dos limites do Estado de vigilância e da Sociedade da vigilância, pois concebê-la implica em compreender como a vigilância é vivida.

Segundo Lyon, tão relevante quanto isso, são as lutas contemporâneas em prol de formas adaptadas de liberdade e de igualdade na modernidade digital. Essas lutas envolvem a retomada de conceitos éticos, como aqueles defendidos por Aristóteles, que destacam a importância não apenas do conhecimento intelectual, mas também da adoção de hábitos prudentes e benéficos para a sociedade.

Disputas políticas passadas foram cruciais para a consolidação do Estado Democrático de Direito, e as disputas contemporâneas devem estendê-las para as redes sociais, uma nova esfera pública impulsionada pelo desenvolvimento tecnológico. A busca por uma cultura alternativa à vigilância exige a adoção de uma educação ética e novos hábitos, incluindo as *platforms*, que possibilitem uma regulamentação mais democrática e garantam o bem-estar de todos os usuários, afastando-se de qualquer complacência com a vigilância exercida pelas grandes empresas de tecnologia. Isto implica na absorção de conhecimentos sobre o funcionamento destas empresas e na criação de hábitos que rejeitem a vigilância sobre os outros e sobre si mesmo.

Recentemente, até o término da escrita desta dissertação de mestrado, acompanhamos o desdobramento de eventos no Brasil que afetam diretamente a tônica abordada nesta dissertação tangenciando a tensão entre censura e liberdade de expressão. A PL 2.630/2020 prevê a implementação da Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet e foi sugerida pelo Senador Alessandro Vieira (PSDB-SE).

Os principais pontos a serem observados são: obrigar as plataformas digitais – *Big Techs* – a proibir contas inautênticas; divulgar trimestralmente relatórios de transparência sobre a moderação de conteúdos; instituir o Conselho de Transparência e Responsabilidade na Internet; probabilidade de provedores designarem instituição de autorregulação, certificada pelo conselho; multa de até 10% (dez por cento) do faturamento do grupo econômico no Brasil em caso de descumprimento na lei.

Em 1º de maio, as plataformas digitais Google, Meta (Facebook), Spotify e Brasil Paralelo lançaram uma contraofensiva à PL 2.630/20 por meio de anúncios e veiculação de anúncios dúbios de uma maneira obscura que procura burlar seus próprios termos de uso. Isto posto, surgiu o tema do abuso de poder econômico das plataformas que teriam a intenção de enfraquecer a votação do projeto de lei com a investida de impacto sobre a opinião pública e do voto dos parlamentares.

O presidente da Câmara dos Deputados, Arthur Lira, retirou da pauta a votação da PL das *Fake News* no dia 02 de maio seguindo o pedido do relator, o deputado Orlando Silva, que conclamou: “regular plataformas, proteger a democracia”²⁴. Em seguida, consultou os líderes partidários que em sua maioria concordaram com o adiamento em decorrência de possíveis ajustes no texto. Silva alegou que há controvérsias em relação ao mecanismo de fiscalização do respeito à lei que assegure o cumprimento e aplicações de sanções se houver desvios.

Deputados contrários à PL 2.630 afirmam que caso seja aprovada ocorrerá uma perseguição política nas redes sociais. Outros declaram que haverá um aumento de adolescentes aderindo à *deep web* com medo de usar a internet comum, e há deputados que reivindicam a liberdade de expressão dos cidadãos porque entendem que essa lei cerceará liberdades dos indivíduos.

De acordo com o Laboratório de Estudos de Internet e Mídias Sociais da UERJ (NetLab)²⁵, as plataformas digitais continuam suas investidas para impedir a aprovação do PL 2.630/2023 por conta da arrecadação bilionária com publicidade digital, que para muitos parlamentares e especialistas não seguem nenhuma regulação, restrição ou responsabilidade de transparência, o que consideram uma afronta para consumidores e anunciantes, que se tornam vulneráveis aos seus negócios econômicos. Caso o PL 2.630 não seja aprovado, isso fortaleceria as *Big Techs*, que manteriam a “assimetria

²⁴ “Lira adia votação do Projeto das Fake News”. Fonte: Agência Câmara de Notícias. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/957823-lira-adia-votacao-do-projeto-das-fake-news-acompanhe/> Acesso: 10 maio 2023.

²⁵ “A Guerra das Plataformas contra o PL 2630 – NetLab UFRJ, Abril 2023”. Disponível em: <https://uploads.strikinglycdn.com/files/2cab203d-e44d-423e-b4e9-2a13cf44432e/A%20guerra%20das%20plataformas%20contra%20o%20PL%202630%20-%20NetLab%20UFRJ,%20Abril%202023.pdf> Acesso 10 mai0 2023.

regulatória” que persistem no mercado e sustentariam as vantagens competitivas em relação a outros meios de comunicação que também utilizam publicidade.

Plataformas burlam suas próprias regras de Publicidade

- Encontramos anúncios da Brasil Paralelo e do próprio Google contra o PL 2630 nas buscas do Google, que, por não terem sido sinalizados como sendo de temas políticos e sociais, não contam com informações de transparência na central de publicidade política da plataforma.
- Além disso, identificamos anúncios do Google sendo veiculados no Spotify, que, segundo seus termos de uso, não permite publicidade de temas políticos, proibindo anúncios sobre referendos, votações e propostas legislativas, judiciais e políticas.
- O Google também anunciou nas plataformas Meta contra o PL 2630 e não se auto-rotulou como anúncio sensível ou político, e por isso o anúncio não está disponível na biblioteca de anúncios da Meta (NetLab, 2023).

No primeiro de maio, o Google disponibilizou um link embaixo da caixa de busca com o seguinte alerta: “O PL da fake news pode piorar sua internet”. Esse link conduzia para um post no blog do Google com numerosas críticas ao projeto. O NetLab fez um mapeamento que evidencia como o Google proporciona resultados de busca tendenciosos para usuários que procuram por termos vinculados ao projeto de lei, aludindo que as pesquisas são por “PL da Censura”, que é a frase utilizada pela oposição à regulamentação das plataformas digitais, e não pelo termo conhecido “PL 2630”, ou como tem sido divulgado pela imprensa, como “PL das Fake News”. Em março de 2022, o CEO do Google no Brasil, Fabio Coelho, escreveu dois artigos no blog do Google que o PL 2630 poderia “aumentar a desinformação e prejudicar usuários” ou ainda “O PL 2630 pode tornar nossas plataformas menos seguras ao obrigar a divulgação de informações estratégicas que poderiam ser usadas por pessoas mal-intencionadas”²⁶.

No dia 09 de maio, a plataforma digital russa Telegram desvirtuou o PL das Fake News, segundo o Jornal o Estado de São Paulo. O Telegram enviou mensagem a todos seus usuários afirmando que “a democracia está sob ataque” no Brasil. Em um dos

²⁶ “O PL pode impactar a internet que você conhece”. Por Fabio Coelho, Presidente do Google Brasil. Disponível em: <https://blog.google/intl/pt-br/novidades/iniciativas/PL2630/#:~:text=O%20projeto%20de%20lei%20como,preocupado%20com%20o%20PL%202630>. Acesso 10 maio 2023.

pontos, afirmam não ser necessário uma lei específica, tendo em vista a existência de outras leis para tratar de atividades criminosas na web²⁷.

No dia seguinte pela manhã, o Ministro do Supremo Tribunal Federal (STF), Alexandre de Moraes, ordenou o Telegram a extinguir, em no máximo uma hora, a mensagem enviada aos seus usuários atacando o PL 2630, e ainda determinou à rede social um envio de outra nota afirmando que a mensagem anterior tinha caracterizado “ilícita desinformação”. Caso não cumprisse as determinações, a plataforma sofreria multa de R\$ 500 mil por hora, além de suspensão por 72 horas. Outros indivíduos, caso tivessem divulgado a mensagem difamatória do Telegram, seriam multados em R\$ 100 mil por hora. Por fim, o ministro determinou que a Polícia Federal ouvisse os representantes legais do Telegram no Brasil em até 48 horas.

Os rumos deste projeto de lei perpassam pela questão da censura versus liberdade de expressão abordada nesta dissertação, responsabilização pública versus privada e como regular e principalmente desenhar contornos desta nova educação ética acerca do uso das *platforms*.

²⁷ “Telegram distorce PL das Fake News; veja o que diz a plataforma russa e o que está no projeto de lei”. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/politica/telegram-distorce-pl-das-fake-news-veja-o-que-diz-a-plataforma-russa-e-o-que-esta-no-projeto-de-lei/> Acesso 10 maio 2023.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABIRI, G.; GUIDI, S. From a Network to a Dilemma: the legitimacy of social media. In: **26 Stan. Tech. L. Rev.** 92 (2023). Disponível em: http://law.stanford.edu/wp-content/uploads/2023/01/Publish_26-STLR-92-2023_From-a-Network-to-a-Dilemma_AbiriGuidi6283.pdf. Acesso em: 05 maio 2023.
- AFFONSO, J. Telegram distorce PL das Fake News. **O Estado de São Paulo**. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/politica/telegram-distorce-pl-das-fake-news-veja-o-que-diz-a-plataforma-russa-e-o-que-esta-no-projeto-de-lei/> Acesso em: 10 maio 2023.
- AMÂNCIO, V. Velocidade e política de Paul Virilio. **Em Debat: Rev. Dig.**, Florianópolis, n. 2, p.71-89, 2006.
- ARISTÓTELES. **Aristóteles**: Volume II. Coleção Os Pensadores. São Paulo: Nova Cultural, 1991.
- BARROS, D.L.P. **Teoria Semiótica do Texto**. São Paulo: Ática, 2005.
- BARROS, I. C. Racionalidade neoliberal e empresariamento da vida em Michel Foucault. **Revista Eros**, Sobral, v. 2, p. 85-105, jan./dez. 2020.
- BAUMAN, Z. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- _____; LYON, D. **Vigilância Líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2014.
- BOGARD, W. Surveillance assemblage and lines of flight. In: **Theorizig Surveillance**. Portland: Willam, 2006. Disponível em: <https://www.taylorfrancis.com/books/edit/10.4324/9781843926818/theorizing-surveillance-david-lyon>. Acesso em 05 de maio de 2023.
- BUENO, S. Destinatores e Destinatários nas Redes Sociais – relações de poder e programação. In: OLIVEIRA, A.C.; MARTYNIUK, V.L (Orgs.) **Sentidos do Consumo**: os desafios do Cenário contemporâneo à luz da semiótica de Greimas. São Paulo: Estação das Letras e das Cores, 2017.

- COELHO, F. **O PL pode impactar a internet que você conhece.** <https://blog.google/intl/pt-br/novidades/iniciativas/PL2630/#:~:text=O%20projeto%20de%20lei%20como,preocupado%20com%20o%20PL%202630>. Acesso 10 maio 2023.
- DELEUZE, G. **Conversações.** São Paulo, Ed. 34, 2000.
- DELEUZE, G.; GUATARRI, F. **Mil Platôs: capitalismo e esquizofrenia.** Rio de Janeiro: Ed. 34, 1996.
- DOUEK, E. Moderação de Conteúdo como Pensamento Sistêmico *In: Harwad Law Review*. Dezembro 2022. Disponível em: <https://harvardlawreview.org/print/vol-136/content-moderation-as-systems-thinking/> Acesso: 05 maio 2023.
- FINGUERUT, A. **Donald Trump: a volta da retórica populista.** Disponível em: <https://ieei.unesp.br/portal/wp-content/uploads/2016/11/Donald-Trump-a-volta-da-ret%C3%B3rica-populista.pdf>. Acesso em 05 de maio de 2023.
- FOUCAULT, M. **Nascimento da Biopolítica.** São Paulo: Martins Fontes, 2008.
- FREUD, S. **Psicologia das Massas e Análise do Eu.** São Paulo: L&PM, 2013.
- FUCHS, C. Como podemos definir a vigilância? **Revista MATRIZES**. Ano 5, 1 ju/dez. 2011. São Paulo, p. 109-136.
- GREIMAS, A. J. e COURTÉS, J. Sémiotique. **Dictionnaire raisonné de la théorie du langage.** Paris: Hachette, 1979.
- GREIMAS, A. J. **Da imperfeição.** São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2002.
- HOCHSCHILD, A. R. **The managed heart: Commercialization of human feeling.** California: Press, 1983.
- HOFFMANN, L., PROFERE, N.; ZIMMER, M. Making the world more open and connected: Mark Zuckerberg and the discursive construction of Facebook and its users. *In: New Media Society*. Jul. 2016. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/305718493_Making_the_world_more_open_and_connected_Mark_Zuckerberg_and_the_discursive_construction_of_Facebook_and_its_users. Acesso: 05 maio 2023.
- LACAN, J. **O Seminário Psicoses.** Livro 3. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 2010.

- LACLAU, E. **A Razão Populista**. São Paulo: Três Estrelas, 2013.
- LEMOS, A. **Cibercultura e Mobilidade: a era da conexão**. São Paulo: Editora Senac, 2012.
- LEVY, P. **Cibercultura**. São Paulo, Editora 34, 2010.
- LYON, D. Cultura da vigilância: envolvimento, exposição e ética na modernidade digital. In: **Tecnopolíticas da vigilância: perspectivas da margem**. São Paulo, Boitempo, 2018.
- _____. **Vigilância e visibilidade: espaço, tecnologia e identificação**. Porto Alegre: Sulinas, 2010, p. 115-140.
- _____. **The Culture of Surveillance**. Cambridge: Polity, 2018.
- _____. **Surveillance Studies: an overview**. Cambridge: Polity, 2007.
- _____. **Surveillance Society: monitoring everyday life**. Buckingham – Philadelphia: Open University Press, 2001.
- MARKS, P. **Imagining Surveillance: Eutopian and dystopian literature and film**. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2015.
- MARX, K.; ENGELS, F. **Manifesto Comunista**. São Paulo: Boitempo, 2010.
- MEDEIROS, J.S. Dispositivos de Subjetividades: algoritmos nas redes de poder e informação. **Texto Digital**, Florianópolis, v. 16, n. 1, p. 105-123, jan./jul. 2020. <https://doi.org/10.5007/1807-9288.2020v16n1p105>.
- _____. Subjetividades Digitais: micropolíticas info-comunicacionais e uma introdução programática. **Brazilian Journal of Information Studies: Research Trends**. 13:2 (2019) p 26-35. Disponível em: <https://doi.org/10.36311/1981-1640.2019.v13n2.03.p26>. Acesso em 1º de maio de 2023.
- MINAYO, M. C. S.; DESLANDES, S.F.; CRUZ NETO, O.; GOMES, R. (org.) **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Vozes, 2002.
- MOURA, C.S; GOMES, S.H.A. **Andas e com Quem Andarás: rastros digitais na algoritmização das relações**. IX Simpósio Nacional ABCiber. Cibercultura, Democracia e Liberdade no Brasil. PUC-SP, 2016.

- NETLAB. A Guerra das Plataformas contra o PL 2630. Netlab Blog. 1º de maio de 2023. Disponível em: <https://www.netlab.eco.ufrj.br/blog/a-guerra-das-plataformas-contra-o-pl-2630>. Acesso em 05 de maio de 2023.
- ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO. COVID-19 e o mundo do trabalho. **OIT**. Disponível em: <https://www.ilo.org/brasil/temas/covid-19/lang-pt/index.htm> Acesso em: 19 jan. 2022.
- ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE. Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional. **Paho**. Disponível em <https://www.paho.org/pt/covid19/historico-da-pandemia-covid-19> Acesso: 17 maio 2023.
- PASSETTI, E. **Anarquismos e Sociedade de Controle**. São Paulo, Cortez, 2003.
- RODRÍGUEZ, P.E. Espetáculo do individual: tecnologias do eu e vigilância distribuída nas redes sociais. In: BRUNO, F. (org.). **Tecnopolíticas da vigilância: perspectivas da margem**. São Paulo: Boitempo, 2018.
- ROSA, F.M.; CHEVITARESE, L. **Vigilância e Relações de Poder nas Redes Sociais: questões éticas na sociedade contemporânea**. ORGANICOM – ANO 14 – N. 27 – 2º SEM. 2017.
- SANTAELLA, L. Da Cultura das Mídias à Cibercultura: o advento do pós-humano. **Revista FAMECOS**. Porto Alegre, nº 22., dezembro de 2003. Quadrimestral.
- TRIVINHO, E. Introdução à Dromocracia Cibercultural: contextualização sociodromológica da violência invisível da técnica e da civilização mediática avançada. **Revista FAMECOS**. Porto Alegre, nº 28, Dezembro de 2005, quadrimestral.
- _____. Algoritmização da vida social: notas sobre a emergência de um fenômeno. In: Trivinho, E.; Borges, J.C. (orgs.). **A Vida Algorítmica: ensaios sobre poder, cultura e vigilância algorítmica**. São Paulo: Sulina, 2019. p. 13-27.
- _____. As Rachaduras da Liberdade: o direito à liberdade reivindicado pelo negacionismo vacinatório em meio à pandemia é um exercício hedonista de arruinamento da liberdade alheia. **Diplomatique**. Disponível em: <https://diplomatique.org.br/as-rachaduras-da-liberdade/>. Acesso em 17 maio 2023.
- YORK, J.C. **Silicon Values: the future of free speech under surveillance capitalism**. New York: Verso, 2021.

ZUBOFF, S. Big Other: capitalismo de vigilância e perspectivas para uma civilização de informação. In: BRUNO, F. (Org.) **Tecropolíticas da vigilância**: perspectivas da margem. São Paulo, Boitempo, 2018.