

MÁQUINAS DE SUBJETIVAÇÃO, CAPITALISMO DE VIGILÂNCIA E ALGORITMOS: UMA APROXIMAÇÃO DESDE O CASO BRASILEIRO¹

SUBJECTIVATION MACHINES, SURVEILLANCE CAPITALISM AND ALGORITHMS: AN APPROACH FROM THE BRAZILIAN CASE²

Salles, Eduardo B. C.

PUCRS, Porto Alegre, Brasil
eduardo@carvalhosalles.com.br

Amaral, Augusto Jobim

PUCRS, Porto Alegre, Brasil
augusto.amaral@pucrs.br

Resumo: Sob o *big data* e os algoritmos escondem-se complexas tecnologias de poder que compõem a racionalidade neoliberal, e que almejam prever e condicionar o comportamento coletivo tanto para a manutenção da ordem quanto para a produção de receitas econômicas. O trabalho objetiva analisar o capitalismo de vigilância, a extração e categorização de emoções e traços psíquicos a partir dos dados, ações e padrões comportamentais para o exercício de poder, compreendendo como se produzem essas máquinas de subjetivação, e de que maneira os desejos podem ser manejados para determinados fins políticos. Por fim, o contexto brasileiro encontra-se numa posição de destaque para este estudo, principalmente após as últimas eleições presidenciais e as atuais estratégias utilizadas pelo governo Bolsonaro.

Palavras-chave: máquinas de subjetivação, capitalismo de vigilância, eleições, Bolsonaro, Brasil

Abstract: Under big-data and algorithms lurk the complex technologies of power that make up neoliberal rationality, and which aim to predict and condition collective behavior for the maintenance of order and the production of economic revenues. The paper aims to analyze surveillance capitalism, the extraction and categorization of emotions and psychic traits from the data, actions and behavioral patterns for the exercise of power, understanding the functioning of these subjectivation machines, and how desires can be channeled or transformed for economic or political purposes, that is, how these strategies of power work, resonate, and produce. Finally, the Brazilian context is in a prominent position for this study, especially after the latest electoral dynamics in 2018 and the current practices of the Bolsonaro government.

Key words: subjectivation machines, surveillance capitalism, elections, Bolsonaro, Brazil

1 O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.

2 This study was financed in part by the Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Finance Code 001.

1. Introdução

Tem sido difícil ler a condição brasileira. A torrente de acontecimentos que se acotovelam entre absurdos e perversidades, ditas e praticadas, pelo governo Bolsonaro quase não deixa fôlego para respirar. Nos primeiros quinze dias de maio de 2019, o desmatamento na Amazônia foi o maior da última década. O desmonte da política ambiental do país, levada a cabo pelo distópico Ministério do “Meio Ambiente”, só não foi maior devido às denúncias de organizações ambientalistas que repercutiram internacionalmente. O Google Trends, que categoriza os termos mais pesquisados no mundo, indica que no mês de agosto de 2019 a “Amazônia” atingiu o seu ápice histórico de interesse global (Trends, 2019). Enquanto isso, o governo brasileiro duvida de cientistas, questiona os dados de seus próprios órgãos e acusa as ONGs de propagarem mentiras (Grandelle, 2019).

Sem esquecer que o emblemático caso da morte de Marielle não deixará se assombrar o clã. Neste ano descobriu-se que familiares do policial suspeito de matar a parlamentar carioca Marielle Franco trabalhavam no gabinete do filho do presidente e possuíam relação de proximidade com a família Bolsonaro (Carta Capital, 2019). Além disso, os supostos assassinos saíram do mesmo condomínio onde mora o presidente, tendo um dos porteiros afirmado em depoimento que, ao entrar, o suspeito disse que ia à casa do “Seu Jair” (Guimarães et al., 2019).

Em 307 dias como presidente, Bolsonaro deu 456 declarações falsas ou distorcidas (Cunha et al., 2019). É praticamente uma metralhadora de impropérios (Demori, 2019). Além das mentiras propagadas quase que diariamente pelo chefe da nação, a suspeita de envolvimento no assassinato de Marielle Franco parece não abalar seus apoiadores, senão os tem feito se aglutinar mais ainda entorno da conspiração do *establishment* contra o “trabalho do Jair”. Não obstante, para além de lamentar as misérias da política brasileira, como foi possível a vitória de Bolsonaro?

Inicialmente, não é possível enxergar o caso brasileiro descompassado do contexto global, em que as tecnologias de previsão e modulação do comportamento tem ganhado preponderância nos cenários eleitorais. Inclusive para poder entender o quadro em outros contextos, é preciso aclarar o funcionamento dessa máquina de subjetivação neoliberal que funciona para moldar opiniões e comportamentos.

Bolsonaro é mais um efeito de estratégias muito bem delineadas em figuras como Steve Bannon. Não à toa tê-lo auxiliado na vitória eleitoral e que ainda mantenha considerável proximidade (Zaremba, 2018). Mais uma jogada no complexo tabuleiro geopolítico construído com as mesmas técnicas empregadas nas campanhas pelo Brexit e na eleição de Trump. O método conhecido mundialmente a partir do caso *Cambridge Analytica* consiste na expropriação de dados pessoais dos usuários e construção de perfis comportamentais por meio de contas nas redes sociais, os quais podem ser classificados para melhor persuadir ou sujeitar a inclinação política. Já há pistas concretas da utilização desse método na campanha eleitoral de Bolsonaro (Barrocal, 2018).

Com a derrota de Salvini na Itália e de Macri na Argentina, uma açodada análise poderia afirmar que o modelo se esgotou. Contudo, diante da plasticidade de suas formas, essa máquina de subjetivação pode ser reorientada e empregada em outros sentidos, bastando-lhe ajustar os fluxos de informações de entrada e de saída. Por isso, tais técnicas não se esgotam nas eleições, as quais são apenas uma expressão do fenômeno. Até porque Bolsonaro é expressão de algo que sempre circulou na sociedade brasileira, acostumada com uma necropolítica historicamente, porém agora desavergonhada e muito mais letal.

Ao nosso interesse, cabe ressaltar que as eleições brasileiras de 2018, talvez de modo inédito, foram marcadas pela forte influência da internet na formação da opinião do eleitor. Isso se deve ao crescimento de sua utilização como meio de comunicação, sobretudo como marketing político, o declínio do protagonismo da radiodifusão, da imprensa escrita e mesmo televisiva. Pode-se dizer que os brasileiros são aficionados pelas mídias sociais digitais. Com cerca de 209 milhões de habitantes e 147 milhões de eleitores, o país contabiliza cerca de 127 milhões de contas ativas no Facebook, quantidade inferior apenas à Índia, Estados Unidos e Indonésia. Por outro lado, o WhatsApp, que constitui meio de comunicação preferencial entre os brasileiros, possui mais de 130 milhões de usuários (Valente, 2019). Assim, com o auxílio enorme das operadoras de celular através da popularização de pacotes de dados e a “gratuidade” de acesso às principais plataformas sociais, nada surpreendente o impacto que este ambiente teve em parcela considerável dos eleitores.

A internet permitiu que novos atores participassem da política, diminuiu as barreiras à criação de conteúdo e dinamizou o papel da audiência. Sabe-se que, enquanto nas mídias tradicionais a informação era produzida e transmitida apenas em um sentido com papéis mais estáticos, nas novas mídias sociais qualquer um está habilitado a tornar-se produtor e transmissor de conteúdo, que é irradiado em todos os sentidos. O usuário

passa a interagir constantemente, com a possibilidade de compartilhar e alterar o conteúdo recebido, abrindo espaço para a relevância e a expansão das chamadas “fake news”.

Durante a campanha eleitoral brasileira de 2018, a difusão de mentiras disfarçadas de notícias se alastrou por meio do *WhatsApp* (Benites, 2018). Identificou-se a atuação concertada e orgânica de milhares de pessoas na produção e compartilhamento de material com a intenção de combater a “grande mídia tendenciosa”. A criptografia tornou-se aliada da disseminação das mensagens na maioria destes aplicativos.

Assim, a produção e difusão de informações migraram das mãos dos veículos jornalísticos tradicionais e tem passado ao controle dos produtores de conteúdo. A transformação dessas dinâmicas comunicacionais, de alguma maneira, no Brasil, pode ser um fator importante para explicar a chamada “polarização política” que tomou conta do debate após os desdobramentos das manifestações de 2013 (Gallego, 2018). Assim, o microdirecionamento de anúncios para nichos de audiência, a construção de redes de apoio e o disparo de mensagens em massa fazem parte de novas técnicas de marketing impensáveis em outra época no Brasil.

O aprofundamento disto em contexto brasileiro ficou claro quando, após as eleições, descobriu-se que empresários vinham comprando pacotes de disparo em massa de mensagens no *WhatsApp* contra os adversários de Bolsonaro. Apesar da prática constituir crime, centenas de milhões de mensagens foram disparadas sem que, até hoje, alguém tenha sido punido (Mello, 2018).

A utilização da internet como espaço privilegiado dos debates políticos também tem permitido que o uso de robôs e contas falsas causem impressões equivocadas sobre o ambiente político. Para tanto, os interessados podem simular a autenticidade e a espontaneidade humanas para amplificar a visibilidade ou popularidade de determinados temas ou matérias. Com o aumento da “relevância” da questão, os usuários são conduzidos à arena política com uma falsa impressão sobre a importância dos temas. São produzidas subjetividades a partir de agenciamentos suspeitos rumo à massificação e padronização de modos de experienciar o mundo.

2. Máquinas de subjetivação e capitalismo de vigilância

Conhecida é a perspectiva de D&G. Somos máquinas de máquinas, com seus acoplamentos e conexões. Somos todos bricolagens, fluxos que se atravessam. “O seio é uma máquina que produz leite, e a boca, uma máquina acoplada a ela. A boca do anorético hesita entre uma máquina de comer, uma máquina anal, uma máquina de falar, uma máquina de respirar”. Toda máquina está, inicialmente, em relação a um fluxo material contínuo que ela corta. Em suma, toda máquina é corte de fluxo em relação àquela que se conecta e, ao mesmo tempo, produção de fluxo frente àquela conectada a ela (Deleuze, Guattari, 2010).

Para Deleuze e Guattari tudo é produção, movimento. Os seres humanos também fazem parte desse fluxo de junção e separação de peças. Esse movimento contínuo se expande, se contrai, se arranja, se desarranja, sempre produzindo algo. Essa lógica também define o inconsciente, que não para de produzir e ser produzido. A subjetividade produz e é produzida incessantemente por meio de agenciamentos, encontros e fluxos coletivos de enunciação. Os processos de subjetivação surgem pelo atravessamento, torção, corte e ligação entre diversas linhas. Não há um sujeito pronto, acabado, nem mesmo um interior, mas fluxos que se cruzam por todos os lados, e cujo corte, acoplamento e associação resultam em uma subjetividade sempre em transformação.

Assim, quando nos referimos a máquinas de subjetivação, nos referimos a um sistema que corta, interrompe e separa fluxos com o objetivo de produzir uma subjetividade padronizada, controlada. Uma máquina que produz subjetividade.

Os algoritmos que hoje pretendem governar corações e mentes, fazendo-nos sentir a necessidade de estarmos sempre conectados, atualizados, por meio de dispositivos digitais não podem ser compreendidos fora da racionalidade neoliberal. São mobilizados por um modo de produzir subjetividades, agenciar empresário de si em um contexto de concorrência generalizada, em que nossa ágora é construída por informações geridas por suas plataformas.

Máquinas de subjetivação com seus agenciamentos multiplicados e materializados dia a dia. Modos de andar, vestir, falar e amar que circulam de maneira hegemônica. Séries que disparam em diversas direções e conduzem estratégias prontas a controlar as possibilidades de desvios singulares.

A premência da lógica conectiva privilegia um tipo de fluxo aditivo, serializado que os mais diversos âmbitos do neoliberalismo sabe muito bem manejar. São práticas exercidas de modo relativamente disperso em um cenário multifacetado de naturalização e distribuição da atenção. Sob o *big data* escondem-se complexas tecnologias de poder que compõem a racionalidade neoliberal, e que almejam prever e

condicionar o comportamento coletivo tanto para a manutenção da ordem quanto para a produção de receitas políticas.

Há, portanto, uma transformação em nossos regimes de visibilidade. Ver e ser visto mudaram de significado. As intensidades, ritmos e sentidos da produção e circulação da informação dão outro significado a essa noção. As práticas de exposição na internet, via inovações tecnológicas constantes, produzem novas topologias entre público e privado, intimidade e sociabilidade, interioridade e exterioridade. A profusão de plataformas digitais de compartilhamento e o papel das redes sociais em nossa sociedade não podem ser estudados desgarrados desses contextos e condições.

É fácil reconhecer a importância da reflexão tecnologia para a sociedade. Já não vivemos desplugados destes dispositivos ou impactados por eles. Estamos permanentemente conectados, gerando e compartilhando dados e informações por meio de aplicativos e serviços “gratuitos”, confiantes de que o fluxo de informações que circula no ciberespaço constitui uma mão de via dupla, que o domínio permanece sob nossas mãos. Sob o fluxo de comunicações digital há um imenso sistema de rastreamento e categorização de dados que serve muito além das estratégias de publicidade.

Não há ato de comunicação neste cenário neutro ou desinteressado. A plataforma que te oferece gratuitamente acesso a seus aplicativos para além de vender seus produtos, em realidade, além de convencerte a comprar, pode facilmente vender as informações que cada um gerou. No caso objetivo de serviços como *Gmail*, *Facebook*, *Instagram* e *WhatsApp*, a suposta gratuidade é a estratégia para o real interesse corporativo: a extração e classificação de dados pessoais para comercializá-los para os mais diversos fins, desde a publicidade até o controle. O comportamento cotidiano na internet está baseado na coleta, registro e classificação de informações.

Como tais serviços estão inseridos dentro de um contexto de (re)produção neoliberal, eles possuem *táticas* específicas. Tratam-se de questões singulares. A *Google* coleta quantidades inimagináveis de informações acerca de todos os seus usuários para convertê-los em recursos, isto é, cada pessoa transforma-se em matéria prima de uma máquina algorítmica informe capaz de acumular e categorizar cada vez mais dados. A *Google* age dessa maneira porque o serviço de extração e categorização de dados tem altíssimo potencial lucrativo (Peirano, 2019). A intenção, portanto, não é melhorar nossas vidas, mas obter a maior quantidade possível de informações sobre os usuários para, em seguida, comercializar tais dados *ou* oferecer serviços projetados de acordo com as preferências particulares das pessoas.

Não se trata de narrativa apocalíptica ou distópica. Pode-se fazer uma simples experiência através de qualquer *smartphone*: instale um navegador *Tor* e tente acessar o *Google Search*. Como a conexão pelo *Tor* bloqueia os rastreadores, apaga *cookies* e evita que terceiros monitorem a sua conexão, torna-se mais difícil para que o Google extraia informações do usuário. Em consequência, *muitas vezes* o serviço não apresenta resultados da busca. A justificativa apresentada pelo Google é o “tráfego incomum” vindo da rede do usuário. “Incomum” porque na era da transparência e do extrativismo de dados, busca por privacidade é causa de suspeição.

Questões como estas não são novidades, mas são fundamentais para compreender o problema. A *Google* não apenas controla os três serviços eletrônicos mais utilizados do mundo (*Gmail*, *Android* e *Chrome*), mas a sua plataforma de buscas (*Search*) tornou-se uma espécie de *intermediário* entre os usuários da internet e a própria rede: a maior parte dos usuários deixou de acessar os sites pelo seu endereço para buscá-lo pela *Google*, que age como uma central telefônica redirecionando as buscas para os endereços correspondentes. Com a integração da barra de endereços dos navegadores com as ferramentas de busca, praticamente todos os acessos em páginas web acabam sendo redirecionados, incrementando seus bancos de dados e de metadados, que coletam e categorizam os comportamentos dos usuários. Por isso, o *Google Search* tornou-se o endereço da web mais acessado não apenas no Brasil, mas no mundo inteiro (Alexa, 2019).

No âmago desse tipo de tecnologia de poder está o *rastreamento*. Praticamente toda a ação humana tende a deixar rastros, marcas, pegadas, em graus diferentes de visibilidade, durabilidade, fragmentariedade ou identificabilidade. Contudo, para ser rastro é imprescindível haver *materialidade* suficiente para que o *rastro* seja identificado. Uma pegada na areia é um rastro com pouca durabilidade. Quando tratamos de *rastros digitais*, não se pode deixar de produzi-los. É possível que o vestígio seja menos ou mais explícito, mas ele sempre surge, graças ao caráter mnemônico, arquivístico, avesso ao esquecimento, das máquinas que compõem o ciberespaço. Qualquer ação na web - clicar, navegar, buscar, baixar - deixa rastro mais ou menos passível de ser capturado, identificado e recuperado. Apesar de nem todo rastro ser identificável, os rastros digitais são persistentes, facilmente recuperáveis e são multiformes, constituídos em vários níveis: um rastro

digital pode conter registros em vários níveis, inscritos em *cookies*, *beacons*, entre outros mecanismos rastreadores.

A série *What they know* lançada em 2010 pelo *Wall Street Journal* documenta novos usos da tecnologia de rastreamento e analisa o que significa o aumento da *vigilância* para os consumidores e a sociedade. A reportagem mostra a grande quantidade de rastreadores das navegações de usuários nos cinquenta sites mais populares da internet na época: o site *dictionary.com* possuía 234 tipos diferentes de rastreadores (Angwin, 2019). Mais recentemente, o *Yale Privacy Lab* publicou detalhes sobre sua pesquisa acerca de rastreadores embutidos em vários aplicativos da *Google Play Store*, como *Uber*, *Tinder* e *Spotify*. Os pesquisadores descobriram que os profissionais de marketing estão aumentando a *vigilância* utilizando-se de *Wi-Fi*, *Bluetooth* e, em alguns casos, de som ultrassônico inaudível para o ouvido humano, a fim de rastrear a localização geográfica dos usuários em tempo real (Yale Law School, 2017).

As práticas de *vigilância* não se dirigem apenas a populações e espaços supostamente perigosos ou suspeitos: qualquer lugar pode ser alvo privilegiado de monitoramento, para os mais distintos propósitos comerciais, publicitários, administrativo, securitário, afetivo. A proliferação de novos sistemas tecnológicos apenas agrava o quadro já constatado, tornando-o mais complexo. Para compreensão desse cenário, são necessários novos esforços conceituais e metodológicos.

Esse extrativismo de dados também faz uso da ansiedade humana para refinar suas técnicas de *vigilância*. A notificação *push* dos sites e aplicativos para celular exerce um papel importante como técnica persuasiva para transformar o que pensamos e fazemos. Construídos para criar hábitos e encantar as mentes, tais ferramentas vem ativadas por padrão para nos avisar de tudo, como quando chega um e-mail, mensagem, notícia, comentário, *likes*, convites de amizade, novos seguidores, aniversários dos amigos, ofertas de emprego, descontos de comida, e tudo que se possa imaginar. A nossa ansiedade é ativada e incrementada pela aparente *urgência* de fatos instantâneos, exigindo-nos atenção: somos impulsionados a tuitar primeiro, comentar primeiro, curtir primeiro. E a demora para visualizar ou responder uma mensagem no *WhatsApp* causa uma insuportável sensação de desconforto. Não se admite a desconexão ou a demora neste contexto de profunda ansiedade.

Essas notificações *push* nos alertam constantemente que outras coisas estão acontecendo naquele instante em diversas partes do mundo, aumentando a sensação de ansiedade e de incapacidade para processar tanta informação. Para manter-nos agregados às plataformas, essas notificações adotam ícones em tons vibrantes, coloridos, que prometem recompensas imediatas e afaçam a curiosidade, como uma nova solicitação de amizade, uma nova curtida ou uma nova mensagem. Não é difícil que essas recompensas sejam operadas por *bots*, que curtem e comentam *posts* e fotografias automaticamente. Com base no comportamento pretérito do usuário, é possível prever o momento perfeito para que as notificações sejam incrementadas para obter maiores taxas de interação.

Os *bots* são mais comuns do que parecem – e são essenciais ao funcionamento da internet como conhecemos. Eles organizam as informações em buscadores, respondem usuários e automatizam procedimentos. Aponta-se que 65,1% de todo o tráfego da internet é operacionalizado por *bots* (Incapsula, 2019). Contudo, eles também podem servir para seguir pessoas, interagir em debates, publicar conteúdos e alavancar debates públicos de modo artificial – distorcendo a percepção que temos do ambiente.

No caso brasileiro, um estudo preliminar sobre o perfil dos seguidores dos então pré-candidatos à presidência do Brasil no Twitter, realizado em 2018, demonstrou que “mais de 1 milhão de robôs seguem os pré-candidatos e em muitos casos seguem mais de um simultaneamente” e que “todos os candidatos possuem um percentual considerável de seus seguidores composto por contas automatizadas” (InternetLab, 2019a).

O problema dos *bots* é que eles têm capacidade de radicalizar o pensamento dos usuários e causar falsas percepções sobre a popularidade de uma pessoa ou tema. Com a automatização dos comentários, os conteúdos são gerados em escala massiva, incrementando a sensação de ansiedade e dificuldade de absorção da informação. A radicalização do discurso político pode ser verificada nos índices de denúncias de violência online. A ONG *Safernet* contabilizou em outubro de 2018 mais que o dobro de reclamações, com notável acréscimo em categorias como xenofobia, sobretudo contra nordestinos (2.369%); homofobia (350%) e racismo (218%) (InternetLab, 2019b).

Por outro lado, o *pull to refresh*, presente em alguns aplicativos como o *Facebook* e o *Tinder*, reproduz a técnica das máquinas caça-níquel para, servindo como gatilho, presentearmo-nos de tempos em tempos com prêmios. Afinal, os aplicativos poderiam mostrar novos conteúdos de maneira automática, sem ser necessário pressionar para atualizar. Muitos deles, inclusive, eram assim (Peirano, 2019). Contudo, ao exigir que o usuário puxe a “alavanca” para ver o que tem de novo na “linha do tempo”, os aplicativos causam no usuário

a sensação de que ele está no controle, que o dedo pode influir no resultado, e que o “prêmio” está logo ali, depois do próximo clique. Além disso, os metadados sobre o comportamento do usuário são extraídos de maneira mais objetiva, já que desse modo pode-se aferir a quantidade de cliques e quais conteúdos houve interação.

O *scroll infinito* também é outro truque interessante para manter o usuário em transe, sempre conectado. Nós, seres humanos, não nos comportamos bem frente à abundância de algo que nos alegra. Não queremos que cesse aquilo que nos deixa felizes (Peirano, 2019). O exemplo da comida é particularmente ilustrativo. Quanto maior o prato de comida, mais a pessoa come, independente da sensação de saciedade. As redes sociais têm adotado técnicas parecidas ao adotar a tela infinita, as quais sempre mostram notícias, mensagens ou fotografias novas, em um incessante *loop* de conteúdo apresentado sob medida. A barreira é a bateria do aparelho ou o cansaço do usuário – o que vier primeiro.

O sequestro da atenção operado por essas técnicas injetadas por uma dinâmica neoliberal nos submete a uma sensação de transe onde o tempo aparentemente entra em suspensão. Não há passado nem futuro, apenas o presente permanente e imediato. Instaura-se uma espécie de histeria informativa, *looping* que combina excitação imagética e notificações. Quando nos damos conta, perdemos várias horas em frente a tela do computador ou do celular. Somos atingidos por uma espécie de paralisia hipnótica, e quanto mais informações consumimos, mais vulneráveis e desorientados ficamos.

Por trás desses mecanismos estão os algoritmos, os quais são programados, modelados, instruídos com desígnios previamente delimitados. Podem ser conceituados como rotinas computacionais capazes de aprender padrões. Procedimentos computacionais criados por humanos, naturalmente, cujo valor indicado na entrada produz algum valor de saída. Portanto, podem os algoritmos *transformar* informação em mais informação ou *produzir* informação *sobre* a informação. Para que uma informação vire outra informação, basta que determinado fluxo de dados se transforme em outro. Enquanto escreve-se este trabalho, o editor de texto instalado no computador opera por meio desse tipo de algoritmo, que permite transformar os comandos do teclado em representação gráfica. Essa é a sua forma mais básica, que toma certas decisões a partir de uma ordem programada de códigos e instruções prévias.

Por outro lado, para gerar informação sobre a informação é necessário processá-la por meio de lógicas estatísticas, as quais abrangem teorias probabilísticas que explicam a frequência de determinados eventos para modelar a sua aleatoriedade e incerteza com objetivo de estimar e prever o futuro. Fazendo uso desse tipo de algoritmo é que o computador consegue identificar quantas vezes pressionou uma tecla, quais são os sites que mais acesso ou em quais lugares da cidade esteve – para, em seguida, modelar seu funcionamento de acordo com as preferências do usuário. Não são comandos livres de qualquer intencionalidade. Pelo contrário, objetivam perquirir a habitualidade, e os modos de agir anterioridades. É a mesma racionalidade que fundou a estatística como ciência voltada à formulação de políticas públicas e necessidades estatais. Contudo, as máquinas não explicam nada, é preciso analisar os agenciamentos coletivos dos quais elas fazem parte. E para isso, hoje em dia, é preciso compreender a racionalidade neoliberal.

Empreendido pelo neoliberalismo, esse *modus operandi* não é apenas voltado aos assuntos de Estado, objetiva também prever e modificar o comportamento individual *para transformá-lo em mercadoria*, à disposição de interesses estatais ou corporativos, políticos ou não. Para tanto, a *Big Tech* faz uso de técnicas de poder neoliberais que exploram a liberdade individual escamoteando a real intenção dessas tecnologias (Peirano, 2019). O usuário fornece “livremente” os seus dados pessoais na expectativa de receber gratuitamente serviços personalizados. Os serviços desse capitalismo digital *aparentemente* cumprem tal promessa ao se moldarem à cada usuário, contudo, ocultam a relação econômica que os mantém, isto é, a publicidade, condicionamento do comportamento humano e sobretudo produção de dados promovida pela apropriação e alienação de informações pessoais.

Essa técnica de poder pouco é afetada por regimes jurídicos, e não pode ser desativada simplesmente por regulação ou mais acesso a informações em termos e condições dos serviços. Ela explora justamente o *projeto* de liberdade que se abriga no âmago do ímpeto neoliberal. A limitação do Estado ambicionada pelos liberais clássicos converteu-se em uma nova forma de submissão, muito mais eficiente e indiscernível. A coerção agora incide *biopsicopoliticamente* como obrigação ao máximo desempenho, eficiência e sucesso. Esse sujeito do desempenho acredita ser livre, enquanto se explora *voluntariamente*, sem que ninguém lhe precise obrigar. O neoliberalismo cumpre com a promessa comunista de eliminar a exploração alheia da classe trabalhadora transformando cada operário em servo e senhor de si e fazendo do interior psíquico de cada pessoa o palco da luta de classes. Talvez por isto soframos tanto de patologias psíquicas como depressão, ansiedade e síndrome do esgotamento profissional: quem fracassa não culpa a sociedade ou o

sistema, mas responsabiliza a si próprio, envergonhando-se. Não há resistência possível porque a agressão, o inconformismo, dirige-se ao âmago de cada um (Han, 2014).

Shoshana Zuboff (2019) oferece um enfoque especial para analisar esta situação. Enxerga a novidade do atual estágio do capitalismo não especificamente na relação coercitiva que objetiva dominar, controlar e disciplinar os trabalhadores, perspectiva já contida na obra de Marx. Contudo, Zuboff ressalta a *vigilância* propriamente como a base de uma teoria abrangente do capitalismo, identificando a *vigilância* como chave do seu regime econômico.

Aponta que a digitalização generalizada tem permitido que as corporações de tecnologia da informação tenham um crescente e gigantesco poder. Partindo das armadilhas de rastreamento dos navegadores da internet aos celulares, relógios, geladeiras, aspiradores de pó, televisores, lâmpadas, entre outros itens ditos “inteligentes”, esse setor econômico constituiu um modelo de negócio baseado na extração de dados digitais. Criticar a extração de dados como uma mera violação à privacidade é, para Zuboff (2019), um erro analítico que demonstra a incapacidade de compreender o quadro geral. A escala do problema é muito maior, porque está em jogo uma verdadeira transformação do mundo. E, logicamente, os gigantes do setor não irão se arrepender e reorientar suas práticas para a proteção da privacidade. Há uma impossibilidade prática disso ocorrer que diz respeito à própria estrutura de funcionamento do atual regime econômico, escondida por truques retóricos e políticos sedutores.

O argumento central é que o capitalismo de *vigilância* constitui uma “nova espécie” de capitalismo, na qual os lucros surgem da *vigilância* unilateral do comportamento humano, isto é, o capitalismo foi transformado e agora constitui uma nova lógica de acumulação, cujo objetivo é monitorar a conduta dos indivíduos mediante a extração de dados e, assim, prever e modificar comportamento alheio, gerando receita e controle de mercado. Para Zuboff (2019), o uso de serviços digitais como *Google*, *Facebook* e *Instagram* transforma os usuários em matéria-prima. A experiência humana é traduzida em dados que alimentam produtos e serviços digitais, lastreados na previsão comportamental. Eles extraem os dados ao menor custo possível. A batalha pelo domínio do mercado dá-se junto à matéria-prima. Quanto maior for a quantidade de pessoas despejando rastros comportamentais no sistema, maior é a capacidade desse setor desenvolver novas ferramentas e maximizar os seus lucros.

A *Google* é a que melhor retrata esta fase do capitalismo, não se tratando de uma simples conquista tecnológica. Para operar a desapropriação de dados comportamentais é necessária uma combinação de estratégias cuidadosamente empregadas nos âmbitos da política, economia, administração, direito, comunicação etc. Isso, claro, não surge da noite para o dia. Primeiro é necessário a incursão, depois a habituação e, por fim, a adaptação. Além disso, os capitalistas da *vigilância* se preocupam em localizar novas fontes gratuitas de matéria prima, garantindo a perpetuidade do seu esquema. Tanto é que o primeiro princípio econômico do capitalismo de *vigilância* é o imperativo de extração. Por isso, empresas como a *Google* ou a *Microsoft* estão em diversos tipos de atividades que, a princípio, parecem não relacionadas. Em comum, todos os serviços têm a possibilidade de contribuir e colaborar para o aumento dos bancos de dados, seguindo na lógica extrativista de informação (Zuboff, 2019).

Outro ponto importante é que o produto almejado não são os “dados” propriamente, mas os “modelos de previsão”. Por isso, o dado bruto, não minerado, pouco tem a dizer sobre o sujeito, e tampouco possui alto valor comercial. É necessário organizá-lo e categorizá-lo de uma maneira capaz de indicar a previsão comportamental. É isso que essas empresas fazem muito bem. O escândalo da *Cambridge Analytica* é especialmente ilustrativo: os padrões comportamentais dos eleitores organizados através das plataformas retratam preferências e modos de comportamento para dirigir a propaganda a um setor específico, cujo voto, por exemplo, ainda não estava totalmente decidido. É um método extremamente rentável para justificar o seu emprego no dia-a-dia em larga escala.

Portanto, os problemas sociais decorrentes do capitalismo de vigilância vão muito além da violação à privacidade e não se tratam de meros truques de computador operados por técnicos neutros atrás das telas. São tecnologias muito bem orquestradas que objetivam sequestrar a atenção do usuário. Como elas podem ser direcionadas em diversos sentidos – incluindo para finalidades políticas eleitorais – temos assistido uma transformação no cenário político de modo inédito. O Brasil é um exemplo evidente de como tecnologias como estas podem operar nocivamente.

3. O caso brasileiro

A mediocridade como modelo político estabelecido no Brasil atual pode bem ser representada pela capacidade que tem o atual governo de corporificar o que há de pior em cada um de nós. Bolsonaro assumiu a boçalidade e a vulgaridade como estratégia política, ademais ostentando a ignorância de modo virtuoso. Sente-se autorizado a respaldar discursos de ódio e teorias conspiratórias com completa desfaçatez (Amaral, 2019). Nesse tom, já indagou em tom jocoso ao Ministro da Justiça se ele faria um “troca-troca” com o Ministro do Meio Ambiente; fez chacota com o tamanho do pênis de um turista de ascendência asiática e, ao falar sobre a imagem do Brasil no exterior, fez apologia ao turismo sexual dizendo “quem quiser vir aqui fazer sexo com uma mulher, fique à vontade” (Garcia, 2019). Seria cômico se não fosse trágico, e não estivéssemos com a maior floresta do mundo ao mesmo tempo queimando.

Apesar de Bolsonaro e Trump possuírem semelhanças no discurso aparentemente “antissistema” e coincidirem na capacidade de falar/escrever (twittar) sem freios, Bolsonaro difere de Trump por não pertencer à elite e, mesmo tendo sido Deputado Federal por três décadas, nunca ocupou papel de destaque entre seus pares. Sua vitória representa literalmente a consagração do “homem sem atributos” que jamais sonhou ascender a esta posição. O bolsonarismo, ademais, é mais heterogêneo que a “*Alt-Right*” norte-americana ou mesmo italiana. Para além do discurso antissistema, há aqui uma multiplicidade de frustrações e desesperanças, entrecruzadas por uma moral cristã conservadora de tom evangélico-empresário. Além disso, há um rechaço às reformas sociais que gerou uma certa perda de privilégios de classe e uma nostalgia de um tempo mais ordenado, com papéis sociais mais definidos, que remonta à época da ditadura militar, sobretudo na mente das gerações mais velhas (Amaral, 2019).

O Brasil parece mergulhado numa espécie de “boçalidade do mal”. Elaborado por Eliane Brum, esta ideia relaciona-se com a utilização das redes sociais e a possibilidade de conhecermos o “eu mais profundo”, a “verdade mais intrínseca” de cada brasileiro: com isso, “descobrimos o que cada um de fato pensa sem nenhuma mediação ou freio. E descobrimos que a barbárie íntima e cotidiana sempre esteve lá”. Muitos orgulham-se de seu ódio e da ignorância defendendo o extermínio de quem pensa diferente, em uma surpreendente reedição de movimentos extremistas do século passado (Brum, 2015).

Quando Brum escrevia sobre “boçalidade do mal”, em 2015, o ambiente propício para o fortalecimento de Bolsonaro já estava dado. Dali até 2018 se multiplicou e se materializou. Os bolsonaristas não apenas se acostumaram a fazer vista grossa frente às violências do cotidiano, mas grande parte da população brasileira também, por outro lado, preferiu acentuar apenas o caricato da situação e não levá-la a sério. Essa porção antes acuada viu-se encorajada, em alguma medida, pela ascensão de Bolsonaro como possibilidade política. “Excluídos das elites intelectuais, pressionados a ser ‘politicamente corretos’ porque outros saberiam mais do que eles, ridicularizados na sua macheza fora de época, assombrados por mulheres até mesmo dentro de casa, reagem. Como se sentem fracos, reagem com força desproporcional”. Isso quer dizer que esses eleitores não querem alguém melhor que eles na presidência, mas alguém que lhes pareça semelhante em suas piadas sem graça e frases de efeito. Bolsonaro lhes devolve o poder, a ordem do que é normal (Brum, 2019b).

Não esqueçamos que, em que pese tenha sido uma amálgama de sentimentos díspares que alimentaram a efervescência desse movimento, foi o ambiente das redes sociais aquele talvez mais propício para que as pessoas tivessem seus descontentamentos sequestrados através da rápida proliferação de *fake news*. Não foi à toa os apoiadores de Bolsonaro gritando “WhatsApp! WhatsApp! Facebook! Facebook!” durante a cerimônia de posse (Maia, 2019). Até hoje o presidente segue fiel às plataformas, fazendo pronunciamentos diários pelo *Facebook*, compartilhando “memes” agora institucionais e recusando-se a atender a imprensa tradicional. Contudo, a produção de notícias falsas não cessou com a sua eleição como já referimos ao início. Ele recentemente publicou nas redes sociais que a MWM, a Honda e a L’Oreal fechariam suas fábricas na Argentina e transfeririam suas operações para o Brasil devido a eleição de Fernández naquele país, candidato ligado à esquerda. Após as empresas divulgarem notas desmentindo o anúncio do presidente, a postagem foi apagada, e o porta-voz da Presidência veio a público dizer que o presidente “se equivocou” na postagem (Prazeres, 2019).

O caso brasileiro é um exemplo riquíssimo para a análise da nova organização de poder, principalmente no que tange ao funcionamento dos algoritmos em redes sociais num ambiente de capitalismo de vigilância. Diante da fragilização do mínimo arcabouço de seguridade social remanescente nas instituições do Estado brasileiro e diante da perda da credibilidade do Legislativo e do Judiciário, Bolsonaro privilegia o contato direto com o seu eleitor por meio das redes sociais, comentando e respondendo mensagens em transmissões ao vivo. Os algoritmos que governam o ambiente digital forjam uma “democracia” – em que figuras como

Mark Zuckerberg funcionam como gestores ocultos, estabelecendo e testando regras opacas – cujos efeitos são imediatos e sentidos por milhões de pessoas na fabricação de subjetividades.

Mantendo o discurso eloquente e intimidador contra seus opositores, Bolsonaro cria e administra novas e perpétuas crises, mediado digitalmente. A falta de compromisso com a verdade mostra como sua narrativa é construída sob medida. Nessa tarefa, é mais útil insinuar que o *Greenpeace* é o responsável pela poluição de óleo no mar brasileiro do que efetivamente investigar o ocorrido (Romano, 2019). Com uma narrativa deliberadamente construída em tons paranoides, aliado ao funcionamento de plataformas digitais que mantém também militarmente, modo de governo preso a bolhas informacionais que reproduzem dados incorretos e teorias conspiratórias, tem sido possível que o governo Bolsonaro mantenha-se no fronte das guerras híbridas.

A crise política no Chile, as queimadas na Amazônia ou a contaminação de nossas praias por óleo não entram na pauta, senão de modo conspiratório. Os assuntos estatais devem ser movidos na direção de angariar adesão, vertidos em curtidas nas redes sociais. Isso pouco tem a ver com alguma banalidade, mas com própria “boçalidade do mal”.

4. Referências

- Alexa (2019). Top Sites in Brazil [website]. Recuperado de <<https://www.alexa.com/topsites/countries/BR>.
- Amaral, A. J. (2019). A “mediocracia brasileira” e o Brasil que não hesita em resistir [website]. Recuperado de <http://www.ihu.unisinos.br/78-noticias/586765-a-mediocracia-brasileira-e-o-brasil-que-nao-hesita-em-resistir>.
- Barrocal, A. (2019). As pistas do método 'Cambridge Analytica' na campanha de Bolsonaro [website]. Recuperado de <http://www.ihu.unisinos.br/78-noticias/583889-as-pistas-do-metodo-cambridge-analytica-na-campanha-de-bolsonaro>.
- Benites, A. (2018). A máquina de ‘fake news’ nos grupos a favor de Bolsonaro no WhatsApp [website]. Recuperado de <http://www.ihu.unisinos.br/78-noticias/583209-a-maquina-de-fake-news-nos-grupos-a-favor-de-bolsonaro-no-whatsapp>.
- Brum, E. (2019). O homem mediano assume o poder: O que significa transformar o ordinário em “mito” e dar a ele o Governo do país? [website]. Recuperado de https://brasil.elpais.com/brasil/2019/01/02/opinion/1546450311_448043.html.
- Brum, E. (2015). A boçalidade do mal [website]. Recuperado de https://brasil.elpais.com/brasil/2015/03/02/opinion/1425304702_871738.html
- Carta Capital (2019). Os elos conhecidos da família Bolsonaro com acusados no caso Marielle [website]. Recuperado de <https://www.cartacapital.com.br/politica/os-elos-conhecidos-da-familia-bolsonaro-com-acusados-no-caso-marielle/>.
- Cunha, A. R. et al. (2019). Em 307 dias como presidente, Bolsonaro deu 456 declarações falsas ou distorcidas. Esta base agrega todas as declarações de Bolsonaro feitas a partir do dia de sua posse como presidente. As checagens são feitas pela equipe do Aos Fatos semanalmente [website]. Recuperado de <https://aosfatos.org/todas-as-declara%C3%A7%C3%B5es-de-bolsonaro/>.
- Demori, L. (2019). Ele nos distraiu e nos enganou de novo: o que o governo aprontou enquanto Bolsonaro mentia para proteger os filhos [website]. Recuperado de <https://theintercept.com/2019/07/20/governo-bolsonaro-mente-protoger-flavio-eduardo-filhos/>.
- Deleuze, G. & Gattari, F. (2010). *O anti-Édipo: capitalismo e esquizofrenia*. São Paulo: Ed. 34.
- Gallego, E. (org.) (2018). *O Ódio como Política: a reinvenção das direitas no Brasil*. São Paulo: Boitempo.
- Garcia, G. (2019). Treze frases de Bolsonaro de natureza sexual e machista [website]. Recuperado de <https://congressoemfoco.uol.com.br/governo/treze-frases-de-bolsonaro-de-natureza-sexual-e-machista/>.
- Grandelle, R. (2019). Diretor demitido do Inpe diz que não conseguia falar com Ibama para alertar sobre desmatamento [website]. Recuperado de <https://oglobo.globo.com/sociedade/diretor-demitido-do-inpe-diz-que-nao-conseguia-falar-com-ibama-para-alertar-sobre-desmatamento-23852267>.
- Guimarães et al. (2019). Suspeito da morte de Marielle se reuniu com outro acusado no condomínio de Bolsonaro antes do crime; ao entrar, alegou que ia para a casa do presidente, segundo porteiro. [website]. Recuperado de <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2019/10/29/suspeito-da-morte-de-marielle-se-reuniu-com-outro-acusado-no-condominio-de-bolsonaro-antes-do-crime-ao-entrar-alegou-que-ia-para-a-casa-do-presidente-segundo-porteiro.ghtml>

- Han, B.-C. (2014). *Psicopolítica*. Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder. Barcelona: Herder.
- Incapsula (2013). Report: Bot traffic is up to 61.5% of all website traffic. Recuperado de <https://www.incapsula.com/blog/bot-traffic-report-2013.html>.
- InternetLab (2019a). Bots ou não? Um estudo preliminar sobre o perfil dos seguidores dos pré-candidatos à Presidência da República no Twitter. Recuperado de <https://www.internetlab.org.br/wp-content/uploads/2018/07/Relat%C3%B3rio-Bots-ou-n%C3%A3o.pdf>.
- InternetLab (2019b). Lançamento: ‘Outras Vozes: Gênero, Raça, Classe e Sexualidade nas Eleições de 2018’ [website]. Recuperado de <https://www.internetlab.org.br/pt/desigualdades-e-identidades/lancamento-outras-vozes-genero-raca-classe-e-sexualidade-nas-eleicoes-de-2018/>.
- Maia, G. (2019). Para repórter da Globo, apoiadores de Bolsonaro gritam WhatsApp e Facebook [website]. Recuperado de <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2019/01/01/para-reporter-da-globo-apoiadores-de-bolsonaro-gritam-whatsapp-e-facebook.htm>.
- Mello, P. C. (2018). Empresários bancam campanha contra o PT pelo WhatsApp [website]. Recuperado de <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/empresarios-bancam-campanha-contra-o-pt-pelo-whatsapp.shtml>.
- Peirano, M. (2019). *El enemigo conoce el sistema: Manipulación de ideas, personas e influencias después de la economía de la atención*. Barcelona: Debate.
- Prazeres, L. (2019). Bolsonaro pede desculpas após postagem sobre empresas que estariam deixando a Argentina [website]. Recuperado de <https://oglobo.globo.com/mundo/bolsonaro-pede-desculpas-apos-postagem-sobre-empresas-que-estariam-deixando-argentina-24066630>.
- Romano, G. (2019). Salles insinua que Greenpeace é responsável por óleo no Nordeste [website]. Recuperado de <https://veja.abril.com.br/politica/salles-insinua-que-greenpeace-e-responsavel-por-oleo-no-nordeste/>.
- Trends, G. (2019). Amazonia, termo de pesquisa [website]. Recuperado de <https://trends.google.com.br/trends/explore?q=amazonia>.
- Valente, J. (2019). Usuários de smartphone devem atualizar WhatsApp, orienta empresa [website]. Recuperado de <http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2019-05/usuarios-de-smartphone-devem-atualizar-whatsapp-orienta-empresa><http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2019-05/usuarios-de-smartphone-devem-atualizar-whatsapp-orienta-empresa>.
- Yale Law School (2017). ISP Privacy Lab Publishes Research on Hidden Trackers [website]. Recuperado de <https://law.yale.edu/yls-today/news/isp-privacy-lab-publishes-research-hidden-trackers>.
- Zaremba, J. (2019). Cérebro por trás de ascensão de Trump, Bannon quer espalhar marca pelo Brasil e o mundo [website]. Recuperado de <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/cerebro-por-tras-de-ascensao-de-trump-bannon-quer-espalhar-marca-pelo-brasil-e-o-mundo.shtml>.
- Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. New York, NY: PublicAffairs.