

Entre ver e agir: um diálogo sobre vigilância e modulação comportamental a partir do pensamento de Soshana Zuboff

Between seeing and acting: a dialogue on surveillance and behavioral modulation through the thought of Shoshana Zuboff

Francisca Galiléia Pereira da Silva

<https://orcid.org/0000-0002-8001-2129> – E-mail: galileia@ufc.br

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo relacionar o processo de algoritmização da vida com a infraestrutura técnico-epistemológica presente no chamado “capitalismo de vigilância”. Para tanto, compreende-se como fundamental a análise da transformação da ação humana em matéria-prima preditiva, algo que vem a consolidar as novas formas de poder que combinam assimetria informacional, vigilância e modulação comportamental. Nesta direção, é realizado um diálogo entre pensadores e pensadoras do fenômeno da revolução informacional promovida pelas Tecnologias da Informação e Comunicação tendo como elemento central o conceito de capitalismo de vigilância desenvolvido pela filósofa Soshana Zuboff.

Palavras-chave: Capitalismo de Vigilância. Tecnologias da Informação. Soshana Zuboff.

ABSTRACT

The present article aims to examine the relationship between the process of the algorithmization of life and the techno-epistemological infrastructure characteristic of what has been termed “surveillance capitalism”. To this end, it is understood as fundamental to analyze the transformation of human action into predictive raw material, a process that consolidates new forms of power that combine informational asymmetry, surveillance, and behavioral

modulation. In this direction, a dialogue is established with thinkers of the informational revolution promoted by Information and Communication Technologies, taking as its central element the concept of surveillance capitalism developed by the philosopher Shoshana Zuboff.

Keywords: Surveillance Capitalism. Information Technologies. Shoshana Zuboff.

1 Introdução

Quando são discutidos os fenômenos de vigilância e modulação comportamental a partir de sistemas algorítmicos bem como quando se alerta sobre seus fortes impactos e riscos na agência dos indivíduos, nas relações sociais e na consolidação do conhecimento acerca da realidade é importante situá-los dentro do fenômeno da chamada “revolução da informação”. Tal “revolução da informação” se caracteriza pela intensificação do processo de produção, consumo e manipulação da informação na era em que o avanço das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) tem oferecido uma capacidade singular de coleta de dados sobre a totalidade da experiência humana. Sendo assim, a presente exposição visa propor uma reflexão sobre o modo como o processo de controle informacional e algoritmização da vida transforma a ação humana em matéria-prima preditiva e viabiliza o capitalismo de vigilância. Desta forma, em diálogo com a leitura da pensadora estadunidense Shoshana Zuboff, apresentamos como a concentração do poder de posse e uso das informações atua na modulação comportamental.

Com esse objetivo, parte-se da análise da realidade como “informacionalmente” constituída, destacando a importância da filosofia dar o tratamento adequado às questões vinculadas à informação. Em seguida, será realizado um panorama sobre o modo pelo qual as informações se tornaram a mercadoria mais valiosa na atual economia global, ressaltando o conceito de capitalismo de vigilância. A partir disso, será abordada a forma como as informações se transformam em um grande montante de dados que não somente perfilam nossas características e ações como modelam nosso comportamento. Isto provoca a necessidade de uma reflexão ética tendo em vista que impacta, diretamente, na capacidade humana de agir deliberadamente. Por fim, é dada uma amostra de como toda esta atual estrutura informacional tem interferido e gerado um novo modelo de fazer e ser político no interior da sociedade da informação.

2 A informação como princípio gerador da realidade na era da revolução informacional

Iniciando pela compreensão do papel da informação na contemporaneidade marcada pela revolução informacional, nos valem do que nos aponta o filósofo da informação Luciano Floridi em sua obra *Ética da informação*. De acordo com o pensador italiano, “Os seres humanos são as únicas máquinas semânticas e organismos informacionais conscientes conhecidos que podem projetar e entender artefatos semânticos e, assim, desenvolver um conhecimento crescente da realidade; e a realidade é a totalidade da informação” (Floridi, 2014, p. XVI). Diante desta afirmação, compreende-se que toda a existência é informacional, todas as entidades que compõem a realidade são produtoras e consumidoras de informações. Do mesmo modo, todas as relações e ações produzidas por tudo o que existe são, igualmente, geradoras de informação.

Por conseguinte, o que não faz parte de uma base informacional ou acerca do qual não se tem registros não possui ou faz parte da história.

Cunhando o conceito de *infosfera*, Floridi se reporta a uma outra dimensão ontológica na qual a informação se constitui como o verdadeiro ser (*ontos*), e isto não está restrito ao ambiente *online* (o que comporia o ciberespaço) mas a tudo o que existe ou é realizado *on* ou *offline*. Trata-se de uma re-conceitualização da ontologia de modo que ser e informação seriam sinônimos (cf. Floridi, 2013, p. 10) e isto independe da dimensão virtual ou material. Dentro deste entendimento, as tecnologias da informação não estariam somente trazendo novas ferramentas para a realidade mas, verdadeiramente, “Reontologizando a própria natureza da infosfera, e aqui reside a fonte de algumas das mais profundas transformações e problemas desafiadores que experimentaremos em um futuro próximo, no que diz respeito à tecnologia” (Floridi, 2013, p. 6).

Nesta configuração da realidade, na qual somos *inforgs* – como define Floridi – um elemento entra em cena com uma relevância singular: o *big data*. Esse conjunto volumoso de dados que podem ser gerados com grande velocidade e reunidos em diferentes formatos possibilita o processo de acumulação de matéria informacional. Dialogando com o conceito de infosfera, o *big data* indica a capacidade de reunir e trabalhar o recurso central que constitui a realidade e, com a intervenção do desenvolvimento das TICs, de impactar o mundo de maneira decisiva. Dentro desta perspectiva, pode-se compreender o fato de Zuboff analisar o fenômeno do *big data* para além de um “efeito ou uma capacidade tecnológica” (Zuboff, 2018, p. 18) mas como algo que “tem origem social, e é ali que devemos encontrá-lo e estudá-lo [...] o *big data* é, acima de tudo, o componente fundamental de uma lógica de acumulação” (Zuboff, 2018, p. 18).

As tecnologias da informação, cada vez mais ubíquas em nosso cotidiano, constituem o instrumento privilegiado para esse processo de acumulação. Como observa Teles, “por meio das mais variadas tecnologias, a computação autônoma de dados acessa, traduz e classifica gestos, relacionamentos, subjetividades e individualidades em tempo imediato, capturando as mais sensíveis ou rústicas variações” (Teles, 2018, p. 430). Nesse movimento, instaura-se um processo contínuo de observação, classificação e predição das formas de sociabilidade, que se materializa na criação de modelos algorítmicos. A crescente acumulação de dados e a sistemática categorização da experiência humana por meio da algoritmização da vida revelam-se, assim, elementos centrais para a conformação daquilo que Zuboff compreende como nova expressão do capitalismo.

3 O eu como informação e matéria-prima do mercado no capitalismo de vigilância

Uma vez que não podemos pensar em um simples “efeito ou uma capacidade tecnológica” e, tendo em vista a relação direta entre saber e poder, a massiva reunião de dados e o processo de algoritmização da vida produz novas formas de saberes e, por conseguinte, de poderes. Não é à toa que hoje a tecnologia e o comércio de informação constituem o mercado mais valioso da economia global, já superando os ativos físicos. Por esta razão, fica fácil compreender as três estruturas básicas que as sociedades mais avançadas têm dado grande atenção: ativos baseados em informação; serviços intensivos em informação e; setores públicos orientados para a informação (cf. Floridi, 2013, p. 4). Assim, os países membros do G7 (EUA, Canadá, Reino Unido, França, Alemanha, Itália e Japão) se enquadram como sociedades da in-

formação uma vez que cerca de 70% da sua economia (GPD – *Gross Domestic Product*) gira em torno destes bens intangíveis relacionados à informação. Este conjunto de dados reunidos de maneira nunca antes possível e, por conseguinte, existente na história da humanidade é, segundo Soshana Zuboff, decorrente de um fenômeno que a filósofa norte-americana denomina de *capitalismo de vigilância*.

No capitalismo de vigilância, o que somos e como nos comportamos se tornam uma fonte inesgotável de informações que são coletadas, reunidas e comercializadas para o conhecimento e orientação do nosso comportamento. Como síntese, apontamos 3 dos 8 tópicos da definição de “capitalismo de vigilância” proposto por Zuboff na obra *A era do capitalismo de vigilância: a luta por um futuro humano na nova fronteira de poder*:

1. Uma nova ordem econômica que reivindica a experiência humana como matéria-prima gratuita para práticas comerciais dissimuladas de extração, previsão e vendas; 7. Um movimento que visa impor uma nova ordem coletiva baseada na certeza total e; 8. Uma expropriação de direitos humanos críticos que pode ser mais bem compreendida como um golpe vindo de cima: uma destituição da soberania dos indivíduos (Zuboff, 2021, p. 14).

Para oferecer uma dimensão de como vem evoluindo o processo de coleta e posterior uso das informações – elementos centrais no capitalismo de vigilância – podemos citar o caso das chamadas casas inteligentes (*smart home*), ou seja, residências equipadas com dispositivos conectados à internet sob o objetivo de automatizar tarefas diárias. Em 2018, o mercado global das casas inteligentes foi avaliado em 36 bilhões de dólares (cf. Zuboff, 2021, p. 19). No ano de 2024, o mesmo mercado girou em torno de 120 bilhões e projeta 370.95 bilhões de dólares até 2029¹. Na realidade brasileira, a expectativa é de que este tipo de tecnologia cresça em até 91,06% até 2026². Com a promessa de conforto, praticidade e segurança, a conexão de diferentes aparelhos domésticos entre si e com a rede colhe e compartilha informações sobre moradores proporcionando um mapeamento comportamental que se verte em um poderoso material de análises preditivas para o mercado.

Com a oferta de um grande volume de dados, que são armazenados e categorizados com o auxílio das TICs (como as presentes nas *smart homes*), as pessoas dão a oportunidade de serem conhecidas minuciosamente permitindo às empresas dos mais diferentes serviços o uso de tais dados para a produção de anúncios no lugar certo e na hora certa em que estão mais suscetíveis a consumir o que lhes for oferecido. Por esta via, diante do conjunto de interesses econômicos que produzem e contribuem para o desenvolvimento das tecnologias da informação, não é possível manter, como adverte Feenberg (2017) em seu *Entre a razão e a experiência: Ensaio sobre tecnologia e modernidade*, a tendência de acreditar em uma certa “neutralidade” das tecnologias. Afinal, como já ressalta Max Weber (2022) em *Economia e sociedade* a produção de tecnologias está sempre aliada aos interesses econômicos vigentes na sociedade em que é desenvolvida. No caso do capitalismo, a tecnologia e, mais especificamente, a captura de dados pelas TICs, é vista como uma forma adicional de fornecer os meios apropriados para cumprir os objetivos da produção de mercadorias e fornecimento de lucros ao grande capital.

Eis no que consiste, então, o poder instrumentário das TICs no capitalismo de vigilância, ao qual nós não somente somos os produtos, como explica Zuboff, mas somos sobretudo

¹ Recomendamos conferir o relatório presente em: Mordor Intelligence, *Tamanho do mercado doméstico inteligente e análise de ações – Tendências e previsões de crescimento (2024 – 2029)*. (2023).

² Sobre esta previsão, vale acessar o texto de Pádua Martins, *Smart home no Brasil deve crescer 91,06% até 2026* (2023).

[...] fontes do superávit crucial do capitalismo de vigilância: os objetos de uma operação de extração de matéria-prima tecnologicamente avançada e da qual é cada vez mais impossível escapar. Os verdadeiros clientes do capitalismo de vigilância são as empresas que negociam nos mercados de comportamento futuro (Zuboff, 2023, p. 24).

O mercado de “comportamento do futuro”, como mencionado pela filósofa, está intimamente atrelado ao modo como nossos dados e as informações geradas a partir deles são trabalhados e retornam pra nós influenciando, sobremaneira, nossa forma de compreender a realidade, nosso poder de decisão e nosso comportamento. Em geral, a reunião dos dados nos é apresentada como atividade necessária para aplicação em aprimoramento e atualização de diferentes dispositivos tecnológicos. Contudo, quando observado mais atentamente, entendemos que estão alimentando o mercado de predição ou tornando os consumidores vítimas das informações de si que foram colhidas. Nesta linha, e seguindo as palavras de Ruiz (2003, p. 7), “Nós não somos meros usuários de tecnologias, senão que, na medida em que as utilizamos cada vez mais amplamente, também nos convertemos em objetos estratégicos a serem direcionados e governados nos comportamentos”.

4 Os algoritmos opacos, justiça algorítmica e modelagem comportamental no monopólio informacional

Além de ter a experiência humana transformada em mercadoria e reunida em dados comportamentais, os indivíduos não têm nenhum conhecimento de como nem em que estes dados são transformados ou para quem são repassados. Isto é, trata-se de uma operação caracterizada pela unilateralidade das informações, tendo em vista que o conjunto de aparelhos, o modo como os dados são processados e as leituras que são feitas deles é de total desconhecimento dos sujeitos, ao passo que as empresas de tecnologia sabem tudo acerca deles. A partir deste processamento de dados, são criados modelos cujos parâmetros são cada vez mais autonomamente produzidos pela máquina – devido ao avanço da aprendizagem de máquina. Com estes modelos, geram-se perfis que indicam quem está apto, ou não, a receber um auxílio, a alugar um imóvel, a ter aprovação em um financiamento, quem será preso ou quem está mais propenso a buscar por uma assistência hospitalar. Todos estes modelos não somente são constantemente elaborados, mas igualmente, mercantilizados.

Acontece que, quanto mais dados as máquinas são capazes de trabalhar, aumenta a opacidade do sistema e os danos consequentes dele. Nesta direção, o mais importante a ser destacado sobre este processo é que as pessoas submetidas ao tipo de segmentação geradas pelos modelos passam a ser sujeitas ao chamado *ciclo nocivo de feedback*. Este ciclo nocivo mostra que os modelos não somente segregam classes de pessoas, mas condenam pessoas que tiveram as suas vidas transformadas em dados informacionais a não terem mobilidade social ou escapar de um certo fatalismo da projeção indicada pelo modelo. Assim, as pessoas em condições mais precarizadas são menos beneficiadas ou possuem menos acesso aos serviços necessários e, neste sentido, ficam cada vez mais precarizadas e excluídas dos serviços devido ao grupo que foram inseridas por meio do modelo gerado.

Acerca deste processo, Cathy O’Niel afirma que “O modelo em si é uma caixa preta, cujo conteúdo é segredo corporativo ferozmente protegido. [...] Mas se os detalhes são escondidos, também é mais difícil questionar ou contestar os resultados” (O’Niel, 2020, p. 11). Em um mecanismo que se retroalimenta, as informações colhidas e trabalhadas de maneira “opaca” não

somente montam um perfil prejudicial que categoriza as pessoas, mas, o que é ainda mais grave, cria um ambiente nocivo que piora as características deste perfil tornando o sistema cada vez mais injusto³.

Assim, dinamicamente atualizados, os modelos têm a capacidade de estabelecer perfis pormenorizados, refletindo os objetivos e ideologias de seus criadores, sendo capazes de influenciar nas escolhas, nos valores e desejos. Por esta razão, tendo capturadas as nossas rotinas, que incluem ambientes frequentados, padrões de locomoção, anseios, entre outras emoções, nos expomos como um campo aberto ao cultivo de desejos por objetos de consumo, de orientação ideológica, de absorção de tendências específicas de compreensão do mundo. Diante disto, fica claro porque Jaron Lanier (2018, p. 5), pioneiro da internet e da realidade virtual, buscou alertar-nos ao fato de que: “Estamos sendo rastreados e medidos constantemente e recebemos feedback gerenciados o tempo todo. Estamos sendo hipnotizados pouco a pouco por técnicos que não podemos ver, para fins que não sabemos. Somos todos animais de laboratório agora”.

A partir da construção de um perfil, desenha-se uma interface de acordo com o interesse de obter a atenção do sujeito de modo que tudo o que é apresentado é feito sob medida e de acordo com a ação que se deseja conseguir. E tudo isto é feito em uma velocidade surpreendente tendo em vista que o *feedback* de um material de divulgação é obtido em segundos, facilitando o aprimoramento e melhor adequação do material ao perfil selecionado em um ajuste fino que possa fornecer maior garantia de uma decisão favorável ao anunciante. Ou seja, no capitalismo de vigilância se destaca a otimização da capacidade de moldar os comportamentos dos indivíduos a partir das demandas mercadológicas e/ou políticas de seus clientes. Em um processo que Zuboff chama de “nos automatizar”: “Nessa fase de evolução do capitalismo de vigilância, os meios de produção estão subordinados a ‘meios de modificação comportamental’ cada vez mais complexos e abrangentes” (Zuboff, 2021, p. 22).

Somos, diante disso, sujeitos informacionais, ou *inforgs*, para os quais não somente estão sendo criadas tecnologias que respondam às novas necessidades históricas, mas que estamos sendo educados e criados para adaptar-se a estas novas tecnologias. Contudo, esta adaptação, que se consolida no mapeamento e classificação de perfis, não diz respeito somente ao consumo de mercadorias, mas se aplica, sobretudo, ao âmbito das ideias e entendimento da realidade. Dito de outro modo, a reunião e perfilação de dados não se destina a isolar o indivíduo como um mero consumidor de mercadoria, mas, igualmente, como sujeito que se move e é movido pela forma como compreende e significa o mundo. Neste âmbito, é preciso chamar a atenção ao vínculo entre o objeto acerca do qual o sujeito é informado e o sentimento e engajamento que se pretende obter do sujeito com uma determinada informação.

Nessa dimensão comportamental que reflete o posicionamento dos indivíduos diante da realidade, vale destacar que a influência sobre as ideias e as ações adquire maior eficiência quando o conteúdo que é apresentado aos sujeitos lhes atinge afetivamente. Em outras palavras, “quanto mais afetadas por emoções como raiva, medo, desejo etc. mais as pessoas estão suscetíveis à absorção do conteúdo sem restrições. Ademais, a velocidade com a qual os conteúdos transitam reduz a possibilidade de verificação da veracidade dos mesmos” (Silva; Cunha, 2021, p. 6).

³ No capítulo intitulado *Corrida armamentista indo à Universidade* denuncia, com detalhes, o modo como dados colhidos sobre o comportamento de jovens (desde seus históricos escolares até os ambientes de passeio e atividades de entretenimento) têm sido utilizados por instituições de educacionais e comprometido o acesso à educação de ensino superior nos Estados Unidos (O’Niel, 2020).

É por esta via Cathy O’Neil indica ser a ignorância o ambiente mais fértil para o funcionamento da modelagem comportamental. Afinal, esse tipo de estratégia tem a vulnerabilidade como sua alidade mais valiosa:

Somos classificados, categorizados e pontuados por centenas de modelos com base em nossas preferências e padrões exibidos. Isso estabelece uma base poderosa para as campanhas publicitárias legítimas, mas também abastece seus primos mais predatórios: anúncios que identificam com precisão as pessoas em necessidade e que as vendem promessas falsas ou exageradas (O’Neil, 2020, p. 67).

Tudo isto impacta, de maneira comprometedora, sobre a agência que temos das nossas ações. Para problematizar este ponto, voltemo-nos para os clássicos e encontramos, na *Ética a Nicômacos*, a afirmação aristotélica de que “tudo que é feito por ignorância é não-voluntário” (EN. 1110b). Contudo, é possível falar de voluntariedade em meio a um processo cada vez mais opaco de perfilação dos indivíduos e modelagem comportamental com base em informações minuciosamente colhidas? Com a modelagem comportamental oriunda do modo como as informações são trabalhadas, a identidade do ser humano como sujeito de deliberação e, por isto mesmo, de ações voluntárias sobre um forte golpe. Por esta razão, como afirma Ruiz (2003, p. 18), este processo de “algoritimização da vida produz novas formas de subjetivação docilizadas na medida em que modela formas de vida submissas às estratégias indutoras de comportamento”.

5 Vigilância e modulação

Diante deste processo, e em se tratando da escolha e do agir humano, nenhuma análise concreta pode estar circunscrita na consideração de um indivíduo isolado, mas deve ser considerada a partir de seu ser social sendo, portanto, de ordem política. Neste sentido, trata-se, agora, de pautar a reflexão acerca do monopólio, manipulação e disseminação dos dados informacionais bem como o fato de que quem tem o poder sobre a informação e suas tecnologias não somente é capaz de modificar a realidade mas, igualmente, de criá-la. Em outras palavras, quando estamos nos referindo a uma *infosfera*, aquele que detém o monopólio da informação é possuidor de um grande arsenal de controle sobre este novo mundo. Mais especificamente, possui uma ferramenta potente para interferir, fortemente, na realidade social.

Inspirando-se na análise de Cathy O’Neil, observa-se que o mercado informacional tende a “substituir pessoas por rastros de dados, transformando-as em compradores, eleitores ou trabalhadores mais eficientes, para otimizar algum objetivo” (O’Neil, 2020, p. 48). Nesta linha, indivíduos são classificados segundo interesses definidos pelos clientes desse mercado, sendo examinados e agrupados conforme preferências, medos, inclinações ideológicas, condições socioeconômicas, localização geográfica, entre outros aspectos. A partir desses critérios, constroem-se modelos destinados a atender às demandas específicas de cada grupo, de modo a produzir vínculos identitários e a explorar circunstâncias em que tais públicos se encontrem mais suscetíveis à influência informacional. A eficácia das tecnologias da informação e comunicação, neste cenário, reside justamente nessa capacidade de oferecer a cada público o tipo de mensagem que precisam receber de acordo com o modo que melhor apreendem a realidade.

As mensagens produzidas nesse contexto têm um grande poder de orientar o público a uma determinada compreensão da realidade, mobilizando, para isso, um forte envolvimento emocional (Silva; Cunha, 2021; Sá Martino, 2003). Nesse sentido, para aumentar o poder de ma-

nipulação, observa-se o recurso frequente a discursos que evocam o medo e outras emoções negativas, estratégia que tem se mostrado particularmente eficaz, uma vez que são justamente tais emoções que asseguram maior engajamento “pois são essas que garantem a maior participação, dão o sucesso das *fake news* e das teorias da conspiração” (Da Empoli, 2019, p. 13). A lógica frequentemente utilizada é a da polarização: o bem contra o mal, o “nós” contra “eles”. Nessa dinâmica, o conteúdo em si — ou mesmo sua coerência mínima — torna-se irrelevante. O princípio que vigora é o do *credo quia absurdum*: se crer na verdade é algo imediato, fácil, crer no absurdo revela, de modo ainda mais enfático, o grau de fidelidade e pertencimento ao grupo.

Na prática, para os adeptos dos populistas, a verdade dos fatos, tomados um a um, não conta. O que é verdadeiro é a mensagem no seu conjunto, que corresponde a seus sentimentos e suas sensações. Diante disso, é inútil acumular dados e correções, se a visão do conjunto dos governantes e dos partidos tradicionais continua a ser percebida por um número crescente de eleitores como pouco pertinentes em relação à realidade (Da Empoli, 2019, p. 15).

Na mesma linha, verifica-se a prática do escárnio, da ridicularização da ciência e da secundarização de qualquer necessidade de dados comprobatórios como fatores que aumentam o poder de coesão. “Apegadas ao grupo e, por conseguinte, à realidade em que estão inseridas, as pessoas se tornam menos críticas com as notícias que vem dos que compartilham do mesmo espaço de interação” afirmam Silva e Cunha (2021, p. 7), de forma que os discursos de ódio e as teorias da conspiração são as que mais encontram eco.

Como se o processo de manipulação por meio de imagens e sensações — associado à perfilação das informações — já não fosse suficientemente problemático, a sociedade da informação ainda se vê atravessada pelo fenômeno da *infodemia*. Na dinâmica intensa da circulação de informações, tão logo um evento é noticiado, ele já é atravessado por um conjunto de outras informações, saturando, assim, o ambiente midiático. Esta saturação provoca um adoecimento da população, tendo em vista que os indivíduos são constantemente bombardeados por um montante de conteúdo sem o tempo necessário para a sua absorção e reflexão a respeito. Na *infodemia*, as informações chegam exaustivamente e constantemente reduzindo, com isto, o direito de ignorar ou se posicionar a respeito.

Ao passo em que o excesso de trânsito e a velocidade da circulação das informações aumenta, diminui a possibilidade de o indivíduo alegar o total desconhecimento de um acontecimento. Logo, o indivíduo também é demandado a encarar o conhecimento comum, isto é, não somente saber acerca de algo mas saber que algo é comumente conhecido, o que lhe impõe a reproduzir a informação ou contribuir com alguma notícia adicional ou juízo sobre o conteúdo recebido, a fim de manter ativa sua participação na bolha informacional, retroalimentando-a em um circuito de informações. Como resultado destes dois processos - a ausência do direito de ignorar e a quantidade massiva de informação - tem-se a responsabilização dos sujeitos por aquilo que se conhece e consequente adoecimento pelo fato de que ter conhecimento acerca de algo não lhe dá o poder de ação sobre o algo acerca do qual se sabe (agregando, ao fenômeno, o sentimento de frustração e vulnerabilidade).

Neste adoecimento e consequente enfraquecimento dos indivíduos, eles se tornam ainda mais vulneráveis a quem aparece com soluções rápidas e salvacionistas, algo característico dos movimentos populistas da contemporaneidade. Desta maneira, fica evidente que a forma de fazer política vinculada às TICs e à internet, inserido dentro da lógica do mercado de informações, torna possível a existência de novos fenômenos populistas. A título de exemplo,

tem-se o fato de que Nigel Farage e Arron Banks foram capazes, em dois meses, de criar “um partido político, o Brexit Party que ganhou as eleições europeias de 2019 com 32% dos votos na Grã-Bretanha, adotando o modelo do Movimento 5 estrelas” (Da Empoli, 2019, p. 24). Este movimento une o populismo tradicional com as tecnologias algorítmicas⁴, propondo soluções simples e discursos como “contra a corrupção” indicando a ideia de que esquerda e direita estão dentro do mesmo bolo e que é necessário tomar as rédeas para a construção de uma nova política.

Considerações finais

Em síntese, ao identificarmos a informação como recurso fundamental que não apenas traduz, mas também decodifica a experiência humana, o ato de reunir dados se transforma em sinônimo de captura de realidade. Essa captura, entretanto, não se encerra em si mesma: adquire relevância à medida que cresce a capacidade de processamento, possibilitando a elaboração de modelos e a identificação de padrões passíveis de análise e manipulação. No contexto do capitalismo, tais dinâmicas convertem-se em mercadorias, encurtando a distância entre produto e consumidor e, simultaneamente, fomentando o desejo de consumo e modelando o comportamento humano de maneira cada vez mais opaca aos indivíduos. Esse movimento, como já observado, transcende a esfera estrita da produção e do consumo, interferindo diretamente na maneira como se percebe a realidade, na forma de compreender o mundo e nas orientações políticas que dele derivam.

Quanto a tudo isso, vale pontuar uma crítica desenvolvida por Martins para a qual a formulação do conceito de capitalismo de vigilância carece de “uma visão ampla das relações de poder que atravessam o fenômeno” (Martins, 2022, p. 4). A pesquisadora aponta que a expressão se conforma mais a países centrais do capitalismo, desconsidera os países periféricos e carece, assim, de uma análise que contemple os diferentes contextos inseridos na economia global. Ademais, segue com o questionamento sobre se os meios de modulação não seriam, igualmente, meios de produção, de modo a constatar que o que é chamado de “capitalismo de vigilância” se trataria de um modelo não essencialmente distinto, mas que

[...] trata-se de uma radicalização da própria dinâmica do capital. Sendo o capitalismo a unidade entre produção, circulação e consumo, seu objetivo é sempre acelerar a realização das mercadorias, por isso, a produção consiste na mediação entre o dinheiro inicial e o dinheiro acrescido de mais-valor. Ao capitalista, interessa reduzir o tempo que leva à passagem daquele para este (Martins, 2022, p. 11).

Sem a intenção de aprofundar na discussão sobre a crítica apresentada e, assim, o que nos importa é problematizar as particularidades do uso das TICs na economia capitalista e na autonomia dos indivíduos. Afinal, o modo como são reunidos os dados, a tentativa de monopólio da informação, a manipulação, a capacidade de previsão e modelagem comportamental aliado à produção de imagem e alteração das informações interferem, diretamente, no nosso modo de ser no mundo. Destacamos, pois, como a agência dos sujeitos sobre suas experiências está sendo, singularmente, posta em risco, bem como a possibilidade de uma sociedade demo-

⁴ Hoje, o Movimento 5 estrelas representa o principal partido da Itália (cf. Da Empoli, 2019, p. 32). Com estratégias que incluem gafes e deslizes propositalmente, buscam humanizar os candidatos e produzir a impressão de que eles estão mais próximos do povo.

crática na qual os direitos sociais possam ser garantidos. Seguindo, pois, a argumentação apresentada por Zuboff (2021, p. 25), “uma civilização da informação moldada pelo capitalismo de vigilância e seu novo poder instrumentário irá prosperar à custa da natureza humana e ameaçará custar-nos a nossa humanidade”.

Desta maneira, sem entrar no mérito de se estamos diante de um fenômeno particular da nossa era ou de um aprofundamento de dinâmicas históricas, entende-se que se em algum momento as tecnologias de modificação comportamental eram vistas como uma ameaça a ser controlada, agora é uma realidade que urge por regulamentação e cuidados sérios. Do contrário, nosso modo de conhecer, de ser e de agir autêntico e reflexivo não passará de uma crença absurda, tais como os modelos as práticas políticas populistas que tem avançado na última década.

Referências

- DA EMPOLI, G. *Os engenheiros do caos*. Trad. Arnald Bloch. São Paulo: Vestígio, 2019.
- FEENBERG, A. *Entre a razão e a experiência: ensaios sobre tecnologia e modernidade*. Trad. Eduardo Beira. Lisboa: MIT Portugal, 2017.
- FLORIDI, L. *The Ethics of information*. Oxford: Oxford University Press, 2013.
- LANIER, J. *Ten arguments for deleting your social media accounts right now*. New York: Henry Holt and company, 2018.
- MARTINS, H. A vigilância no capitalismo contemporâneo: olhar desde a economia política da comunicação. *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*. v. 25, p. 1-19, jan./dez. 2022.
- MARTINS, P. *Smart home no Brasil deve crescer 91,06% até 2026*. 2023. Disponível em: <https://www.trendsce.com.br/2023/01/18/smart-home-no-brasil-deve-crescer-9106-ate-2026/>. Acesso em: 10 ago. 2025.
- MORDOR INTELLIGENCE. *Tamanho do mercado doméstico inteligente e análise de ações – Tendências e previsões de crescimento (2024 – 2029)*. 2023. Disponível em: <https://www.mordorintelligence.com/pt/industry-reports/global-smart-homes-market-industry>. Acesso em: 10 ago. 2025.
- O’NIEL, C. *Algoritmos de destruição em massa: como o big data aumenta a desigualdade e ameaça a democracia*. São Paulo: Rua do Sabão, 2020.
- RUIZ, C. B. Algoritmização da vida: a nova governamentalização das condutas. *Cadernos IHU ideias*. São Leopoldo, v. 19, n. 314, p. 4-20, 2021.
- SÁ MARTINO, L. M. *Mídia e poder simbólico*. São Paulo: Paulus, 2003.
- SILVA, F. G. P.; CUNHA, S. P. Verdades personalizadas ou acerca do nosso poder de decisão em tempos de *fake news*. *Veritas*, Porto Alegre, v. 66, n. 1, p. 1-9, jan./dez. 2021.
- TELES, E. Governamentabilidade algorítmica e as subjetificações rarefeitas. *Kriterion*, Belo Horizonte, n. 140, p. 429-448, 2018.
- WEBER, M. *Economia e sociedade*. Lisboa: Edições 70, 2022.

ZUBOFF, S. *A era do capitalismo de vigilância: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder*. Trad. George Schlesinger. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2021.

ZUBOFF, S. *Big Other: o capitalismo de vigilância e perspectivas para uma civilização da informação*. Em: BRUNO, F.; CARDOSO, B. et al. (Orgs.). *Tecnopolíticas da vigilância, perspectivas da margem*. São Paulo: Boitempo, 2018.

Sobre a autora

Francisca Galiléia Pereira da Silva

Doutora em Filosofia pela Universidade Complutense de Madrid (2015), com Graduação (2007) e Mestrado (2010) em Filosofia pela Universidade Estadual do Ceará, e especialização em Manuscritos no Islã pela Universidade Complutense de Madrid. Atualmente, é professora do curso de Graduação em Filosofia (Licenciatura e Bacharelado) da Universidade Federal do Ceará (UFC), onde também coordena o Programa de Pós-Graduação em Filosofia e integra o Núcleo Docente Estruturante da Graduação em Filosofia. Desde 2023, é membro da Diretoria da Associação Nacional de Pós-Graduação em Filosofia (ANPOF). Participou de cursos em codicologia de manuscritos árabes e coordena o Grupo de Estudos em Filosofia Medieval da UFC (GEFIM-UFC/CNPq), desenvolvendo pesquisas na área de Filosofia Medieval Ocidental e Islâmica. É vice-coordenadora do Núcleo de Estudos Filosóficos em Ética da Tecnologia da Informação e Comunicação (E-TICa UFC/CNPq) e pesquisadora do Núcleo de Pesquisa em Filosofia Islâmica e Judaica da Universidade Federal de São Paulo. Atualmente, desenvolve o projeto de pesquisa sobre os processos de algoritmização da vida (UFC) e integra o corpo editorial da Revista Argumentos (UFC). A atuação acadêmica abrange as áreas de Filosofia Medieval Ocidental, Filosofia Islâmica, Filosofia da Religião, Epistemologia, Linguagem, Ética da Tecnologia da Informação e Política, com experiência em docência, pesquisa, extensão e orientação de trabalhos em níveis de graduação e pós-graduação.

Recebido em: 01/10/2025
Aprovado em: 19/10/2025

Received in: 10/01/2025
Approved in: 10/19/2025