

Black Mirror e a Sociedade das Avaliações: Um estudo de caso do aplicativo Uber¹

Thalis Jordy Gonçalves BRAZ²

Gabriel de Oliveira MONTE³

Janice Leal DE CARVALHO⁴

Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

RESUMO

O presente artigo traz uma abordagem sobre o primeiro episódio da terceira temporada da série *Black Mirror*, *Nosedive*, sob a ótica da sociedade moderna das avaliações e como esta possui o ímpeto de classificar os indivíduos pertencentes a uma determinada comunidade. O embasamento teórico do artigo apoiou-se em paradigmas utilizados por autores como Anthony Giddens e o conceito modernidade, Guy Debord e a sociedade do espetáculo, Jean Baudrillard e Pierre Bourdieu e a sociedade do consumo e Solomon e o comportamento do consumidor. Através dessa base teórica, a metodologia foi a de um estudo de caso do Uber, aplicativo de corridas particulares, comparando a temática do episódio à forma como os passageiros avaliam os motoristas no sistema do aplicativo.

PALAVRAS-CHAVE: Black Mirror; sociedade; tendências de consumo; vigilância; Uber.

1. INTRODUÇÃO

Vivemos em uma sociedade dita moderna e esse conceito de modernidade, segundo Anthony Giddens, é retratado como “O estilo, costume da vida ou organização social, que emergiram na Europa a partir do séc. XVII e que se tornaram mais ou menos mundiais em sua influência” (GIDDENS, p. 11, 1991).

Esta sociedade moderna é considerada a sociedade dos hábitos de consumo, segundo Hannah Arendt no livro “A condição humana”, no consumismo todas as nossas condutas são pautadas pelo princípio da felicidade e essa economia do prazer gera um sentimento de insatisfação constante. Baudrillard por sua vez contribui que a insatisfação

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática de Publicidade e Propaganda, da Intercom Júnior – XIII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação do 7º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Ceará, e-mail: thalisjordygoncalves@gmail.com

³ Estudante de Graduação do 7º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Ceará, e-mail: gabrielmonte90@gmail.com

⁴ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Ceará, e-mail: janice.leal@gmail.com

já é um motor do consumo, por conta dessa insatisfação, se torna um dever moral satisfazer os outros.

Torna-se parte do indivíduo moderno também a presença de novas tecnologias, que alteram os nossos hábitos de vida e a maneira como nos relacionamos interpessoalmente. Essas tecnologias beneficiam o modo como projetamos nossas identidades dentro de um grupo, Stuart Hall (1992) chama este fato de “celebração móvel”, onde a identidade social é “formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpretados nos sistemas culturais que nos rodeiam” (HALL, 1992, p.13). Ou seja, o sujeito pós-moderno possui, segundo Hall, uma identidade instável e que se molda de acordo com o contexto social e cultural em que o indivíduo está inserido.

Todos os dias nos deparamos com novos aplicativos onde avaliamos outras pessoas por um serviço prestado ou por uma ação. O Uber é um exemplo, no aplicativo de corridas particulares, usuário e motoristas se avaliam de acordo como foi a viagem. Uma boa avaliação de ambos é considerada um critério de escolha para corridas futuras, visto que por exemplo um usuário não gostaria de solicitar corrida com um motorista que possui avaliações negativas e o mesmo acontece do motorista com o usuário do aplicativo.

Em 2016 a série britânica *Black Mirror* lançou um episódio sobre os hábitos de avaliação em uma sociedade considerada distópica e distante da nossa, beirando o absurdo das relações interpessoais através de um julgamento por notas, mas o que acontece hoje é exatamente o que o episódio retrata dentro dos padrões de uma ficção.

O objetivo deste artigo é, através de uma revisão bibliográfica, relacionar o episódio de *Black Mirror* sobre esta sociedade das avaliações com o que acontece atualmente com o Uber, tornando-o assim um estudo de caso do aplicativo e analisando o que parece irreal na série, mas entendendo como algo que já acontece atualmente.

O artigo, portanto, inicia-se fazendo uma abordagem sobre a série *Black Mirror* em geral e mantém o foco no episódio *Nosedive*. Logo após, é feita uma análise do conteúdo da série com embasamento em autores como Guy Debord e o paradigma da sociedade do espetáculo, Baudrillard e Bourdieu e os estudos sobre a sociedade do consumo. Por fim, é feita uma análise sobre o consumidor contemporâneo e suas relações com sistemas de avaliação e o poder que ele tem com isso.

2. BLACK MIRROR: S03E01 – *NOSEDIVE* (ALERTA: *SPOILERS*)

Black Mirror é uma série de televisão britânica, criada e escrita por Charlie Brooker no ano de 2011. No início a série tinha exibição exclusiva no Channel 4, canal de televisão também britânico, porém em 2016 a Netflix comprou os direitos autorais da série e em 21 de outubro de 2016 lançou a terceira temporada completa no seu serviço de *streaming*.

A série, difícil de categorizar em um gênero específico, porém representada como uma série de ficção científica, teve durante as duas primeiras temporadas três episódios cada. Em sua terceira temporada, já fazendo parte da Netflix, foram escritos e dirigidos seis novos episódios que foram lançados simultaneamente pelo serviço.

Cada episódio conta uma nova história, com novo elenco, porém sempre trazendo a temática de que a tecnologia está integrada a nossa sociedade agora e no futuro, onde a maioria dos episódios parecem acontecer. A série mostra de forma crua e direta como nos tornamos vítimas da tecnologia em um futuro não muito distante, satirizando a sociedade moderna. O episódio em recorte neste artigo em questão chama-se *Nosedive*, é o primeiro episódio da terceira temporada.



Imagem 1. Lacie Pound em *Nosedive*.

Fonte: <http://www.tor.com/2016/10/24/black-mirror-season-3-nosedive-television-review/>

O enredo conta a história de uma garota chamada Lacie Pound, interpretada pela atriz Bryce Dallas Howard, que vive em uma sociedade onde as pessoas avaliam outras

com notas de zero à cinco estrelas durante o dia-a-dia, desde um simples bom dia dado na rua até um café comprado sem vontade com o intuito de receber 5 estrelas, incluindo-se também atitudes ditas negativas, como discussões ou até mesmo estar de mau humor, o que ocasiona notas inferiores. Lacie, por sua vez inicia o episódio com uma nota 4.2 e com um sonho de mudar-se para um luxuoso condomínio chamado Pelican Cove. Com taxas exorbitantes, Lacie pode ganhar descontos na compra do imóvel caso tenha nota maior que 4.5.

A personagem tem um irmão, chamado Ryan, e que divide a atual casa com ela. Ryan possui uma nota inferior à de Lacie, porém não mostra interesse com essas avaliações e ainda faz críticas a sua irmã com relação a esse hábito de vida. Ou seja, embora inserido no mesmo contexto de sociedade que a irmão, Ryan se mostra um personagem consciente sobre os danos que essa sociedade das avaliações pode gerar.

Durante o desenrolar do episódio, Lacie reencontra uma amiga de infância, Naomi, que tem uma nota 4.8 e uma grande rede de pessoas com influências e notas altas, além de morar em uma ilha particular. Naomi a convida para ser sua dama de honra no seu casamento, que por sua vez enxerga como uma oportunidade de aumentar sua nota. Lacie acredita que se fizer um bom discurso no casamento e se mostrar solícita com os outros convidados sua avaliação chegaria onde deseja e finalmente poderia comprar o imóvel.

A partir do momento em que Lacie decide ir ao casamento, tudo começa a dar errado em sua vida. Primeiro seu voo é cancelado e ela é proibida de pegar outro voo pois sua nota é insuficiente para esta outra companhia aérea e ao saber disso causa uma discussão no aeroporto fazendo com que os seguranças diminuam sua nota para 3.1 em um período de 24 horas como punição, além de fazer com que todos os votos negativos durante essas mesmas 24 horas sejam multiplicados.



Imagem 2. Penalidade que Lacie sofre

Fonte: <http://blackmirrornosedive.blogspot.com.br/2016/12/black-mirror-nosedive-essay.html>

Ela decide então pedir uma carona depois de tentar alugar um carro ruim pela situação de nota baixa, que a deixou no meio da rua depois de descarregar a bateria, e nestes atos “infracionais” sua nota continua sendo negativada. Uma motorista de caminhão com baixa avaliação para na rua e oferece carona, Susan é uma senhora que revela já ter sido muito bem avaliada nessa sociedade, mas que perdeu toda a sua avaliação e a vontade de contribuir com esse modelo de vida depois que o seu marido morreu de câncer por não conseguir o tratamento, simplesmente porque ele tinha nota 4.3 e era necessário 4.4.

Depois de outros empecilhos em sua viagem até o casamento, sempre deixando claro que sua nota continuava sendo negativada, Lacie chega no casamento mesmo recebendo uma ligação da Naomi em que a mesma diz que Lacie está desconvidada do casamento por conta da sua nota, 2.6, o que a deixa brava e com mais vontade de chegar na cerimônia.

Chegando no casamento, Lacie faz um discurso contra a vontade de Naomi e discute com os convidados, incluindo o noivo da sua “amiga”. A segurança é acionada e assim ela é presa e sua tecnologia de avaliação lhe é retirada. Na cena final do episódio, Lacie está em uma cela de frente para outro preso e ambos começam a xingar-se e sentirem prazer neste ato considerado afrontoso para a sociedade que vivem, deixando claro que a personagem estava cansada dessa vida de aparências.



Imagem 3. Lacie presa e xingando muito.

Fonte: <http://www.tor.com/2016/10/24/black-mirror-season-3-nosedive-television-review/>

3. AS REPRESENTAÇÕES DA SOCIEDADE DO ESPETÁCULO

Guy Debord em 1967 publicou um livro chamado “A sociedade do espetáculo”. O livro, apresentado em 221 teses, trata-se de uma crítica a sociedade do consumo e do capitalismo e nos mostra que uma realidade pode ser construída através dos espetáculos. Debord afirma que a sociedade das produções modernas fez com que tudo que fosse vivido se tornasse uma representação do real, o que ele chama de espetáculo.

Toda a vida das sociedades nas quais reinam as modernas condições de produção se apresenta como uma imensa acumulação de *espetáculos*. Tudo o que era vivido diretamente tornou-se uma representação [...] as imagens que se destacaram de cada aspecto da vida fundem-se num fluxo comum, no qual a unidade dessa mesma vida já não pode ser restabelecida. A realidade considerada *parcialmente* apresenta-se em sua própria unidade geral como um pseudomundo *à parte*, objeto de mera contemplação (DEBORD, 1967, p. 13).

O episódio de Black Mirror deixa claro esse modelo de sociedade quando vemos a noção de comunidade em que a personagem Lacie gostaria de estar inserida. A mesma não possui condições de se incluir neste grupo da sociedade, mas tenta de todas as formas passar uma imagem não representativa do real, ela espetaculariza uma representação do que gostaria de ser, a fim de um bem material e social.

O conceito de espetáculo afirmado por Debord não constitui apenas uma representação de um conjunto de imagens, mas sim uma relação social formada através dessas imagens. Esse, por sua vez é o resultado do modo de produção no qual estamos inseridos. Ou seja, entende-se que na lógica capitalista, a representação de uma pessoa

que aparenta felicidade é a que ela está em uma condição social privilegiada e esta é um modelo a ser seguido, independente da verdadeira realidade dessa pessoa.

O espetáculo se apresenta como uma enorme positividade, indiscutível e inacessível. Não diz nada além de ‘o que aparece é bom, o que é bom aparece’. A atitude que por princípio ele exige é a da aceitação passiva que, de fato, ele já obteve por seu modo de aparecer sem réplica, por seu monopólio da aparência (DEBORD, 1967, p. 16-17).

Nesta citação, Debord apresenta o espetáculo como indiscutível, cego aos olhos que de quem está inserido e isso é o que acontece com a personagem Lacie até o momento em que se deu conta das atitudes que estava tomando por uma vida aparentemente “melhor”. Mesmo com todas as críticas feitas pelo seu irmão Ryan e pela personagem da motorista de caminhão, Lacie enxergou o que aparece ou aparenta ser como o verdadeiro bom. Concluindo o que Debord cita no livro sobre o espetáculo ser uma fabricação da alienação.

Essa distopia atrelada na essência do episódio parece nos assustar e nos questionar sobre nossos atos, mas é algo que acontece atualmente. Por exemplo, os *likes* que almejamos em nossas fotos e vídeos do Instagram nada mais são do que o que esperamos em troca de compartilharmos nossa vida em modo público, mesmo que está não seja a nossa realidade. Como Debord cita, “O espetáculo é o capital em tal grau de acumulação que se torna imagem”, o espetáculo acaba por tornar-se um estilo de vida.

O estilo de vida é um conjunto unitário de preferências distintas que exprimem, na lógica específica de cada um dos subespaços simbólicos, mobília, vestimentas, linguagem ou hexis corporal, a mesma intenção expressiva, princípio de unidade de estilo que se entrega diretamente à intuição e que a análise destrói ao recortá-lo em universos separados (BOURDIEU, 1983: p.83-84).

O condomínio de alto padrão Pelican Cove e a forma como ele é desejado por uma classe de personagens na história é o que Pierre Bourdieu chamou de *habitus*. Ele assemelha o *habitus* como o princípio gerador das práticas sociais e estilos de vida, que apesar de partir dos gostos pessoais se assemelha a todos os membros de uma mesma classe. Esse então define o estilo de vida desta classe.

Esse consumo, atrelado ao padrão de uma classe específica, é fruto de uma diferenciação social. Segundo Baudrillard, “é uma função social de prestígio e de distribuição hierárquica” (BAUDRILLARD, 1996: p.10). Ele deixa de lado o valor de uso pelos fatores que estão atrelados ao valor de troca, o que possibilita um *status* de distinção social.

4. O USUÁRIO DO UBER E SEU PODER DE AVALIAÇÃO

Em linhas gerais, o comportamento do consumidor pode ser entendido como o comportamento do indivíduo que procura, compra, usa e avalia um serviço ou produtos. Essas ações buscam satisfazer suas vontades e necessidades, pondera Gade (1998). Esse consumidor tem influência na economia, sendo ele o fiel da balança. Sua atuação acontece nos dois extremos do processo: ao fim, no consumo do produto/serviço e no início, através de suas opiniões sobre produtos/serviços antigos.

A influência do consumidor é sentida nos dois extremos da estrutura econômica: no ponto final da cadeia de produção ele adquire, consome e se utiliza dos produtos e serviços oferecidos, julgando-os e, quando, possível, selecionando-os. Demais disso, no pólo mesmo da produção o consumidor faz-se ouvir, quer pelas suas reações negativas a um determinado produto, quer pela manifestação de uma necessidade de consumo específica, embora sua força, sempre relativa, seja diretamente proporcional ao seu grau de afluência e de informação (BENJAMIM, p.2, 1988).

Esse consumidor é “toda pessoa situada no término da cadeia de consumo e que encerra a circulação econômica de um produto ou serviço em vez de sobre ele atuar com vistas a sua transformação, distribuição, fabricação ou prestação” (BENJAMIM, p. 8, 1988). Essa entidade denominada de consumidor pode ser classificado de várias formas de acordo com suas necessidades.

Em tempos de vida *online* nas redes sociais, o consumidor consegue se comunicar mais facilmente com marcas, produtos e serviços de seu interesse. Nesse caso, afloram indivíduos que atribuem valor a partir do feedback que recebem.

É nesse mundo global e sempre conectado, diz Solomon (2016), que aumentam as interações do tipo C2C - *consumer to consumer* (de consumidor para consumidor, traduzindo ao pé da letra). “Do mesmo modo que os consumidores virtuais não se limitam aos distribuidores varejistas locais para fazer compras, também não estão limitados às suas comunidades locais quando procuram amigos ou companheiros” (SOLOMON, p. 24, 2016). Mas não apenas os consumidores se juntam para consumir, eles também produzem conteúdo nas redes. As plataformas de mídias sociais, aponta Solomon (2016), oportunizam uma cultura de participação. Nela, os usuários podem compartilhar conteúdos, críticas, experiências, histórias, fotos. O *feedback* recebido pelo usuário contribui para sua motivação em participar da comunidade, vemos aí que a ficção proposta no referido episódio de Black Mirror não é tão ficcional assim.

Aproveitando-se dessa interação existente nas redes, as empresas também participam delas para ter uma maior aproximação com seus consumidores. Nessa relação, os consumidores aproveitam o espaço para elogios, reclamações, críticas e demais comentários relacionados. A empresa recebe esse *feedback* dos usuários e procura melhorar seus produtos e seus serviços.

Esse, porém, é somente um dos tipos de interação. Existem empresas prestadoras de serviço que possuem um sistema particular onde os consumidores podem avaliar o serviço. Empresas como Airbnb, iFood e Uber permitem ao usuário avaliar a prestação do serviço no próprio sistema da empresa. Porém, a avaliação não é da empresa, mas de um indivíduo que presta serviço para a empresa.

“Em uma tarde de neve em Paris em 2008, Travis Kalanick e Garrett Camp tiveram dificuldades em pegar um táxi. Então eles tiveram com uma simples ideia, apertar um botão, conseguir um carro”. Esse texto está no site da Uber, que explica como surgiu a empresa. Usando o aplicativo, o usuário solicita um carro para o levar de um destino inicial para um final. Os carros não pertencem à Uber. O que a empresa faz é oferecer uma plataforma onde uma pessoa faz seu cadastro e oferece seus serviços como motorista para um usuário do aplicativo. Ao fim da viagem, o usuário realiza o pagamento e faz uma avaliação do serviço prestado. A avaliação é feita para o motorista, que também avalia o cliente.

À primeira vista, é um sistema justo. Alguém me oferece um serviço e eu digo se ele foi, ou não, satisfatório. O prestador também me avalia enquanto cliente. Se o motorista estiver com uma nota média de 4,3 estrelas, ele recebe uma notificação de que precisa melhorar o serviço ou será excluído. O usuário caso tenha baixa avaliação, pode ter chamadas recusadas pelos motoristas. Entre essas avaliações existe a relação entre prestador e consumidor. Existe uma condição subjetiva para uma avaliação objetiva.

Nessa dinâmica em que o motorista avalia o passageiro e vice-versa, a nota figura como um dos elementos centrais dessa relação, e os que não se adaptarem a essa lógica estarão sob a ameaça de serem excluídos do uso da plataforma. Nessa relação de poder, a punição de exclusão pode modular comportamentos e estimular estratégias para o uso do aplicativo da empresa (BRAGA e EVANGELO, p.4, 2017).

Braga e Evangelo (2017) falam sobre os protocolos de punição e de vigilância que existem na contemporaneidade. A vigilância, outrora pertencente ao Estado na Idade Moderna, agora está diluída entre os sujeitos em suas interações cotidianas. A evolução das tecnologias de comunicação e informação abrem portas para esse novo tipo de

vigilância, que não são facilmente percebidas pelos indivíduos ou mesmo já são naturalizadas (FOUCAULT, 1975).

O que o Uber faz é se aproveitar de uma prática já existente na contemporaneidade. Estamos a todo instante na dependência da avaliação do outro. Nossas ações nas redes são medidas de acordo com os padrões de aceitação da comunidade. Uma postagem que não agrada pode render menos *likes*, rebaixando o status social e, aos poucos, tirando o indivíduo do nível de pertencimento de um grupo.

Na pesquisa realizada por Braga e Evangelo sobre o sistema de avaliação do Uber (2017), os motoristas são os que mais se mostram mais preocupados com o sistema de avaliação. Enquanto os usuários têm mais uma curiosidade para saber de sua nota ao invés de uma preocupação. Isso nos leva a refletir sobre a desigualdade desse modelo. Percebemos isso na pesquisa onde os usuários que assumem o papel de consumidores até lidam de forma melhor humorada em frases como ““Só quero saber quem tirou a minha quinta estrela! Hunf! kkkk”” (BRAGA e EVANGELO, 2017). Enquanto os motoristas podem ser excluídos do sistema, o consumidor, à primeira vista, nada sofre além de perder o glamour da nota perfeita.

Na dinâmica de serviço da Uber, tanto motoristas quanto passageiros possuem a possibilidade de se avaliarem mutuamente. Em um movimento que não corresponde a uma hierarquia, em uma lógica participativa e colaborativa e de um modo de experiência que abarca a ideia de uma cognição que engloba os indivíduos e as ferramentas tecnológicas, as avaliações emergem em um cenário espreado e heterogêneo, característico da vigilância distribuída (BRAGA e EVANGELO, p. 8, 2017).

Podemos fazer traçar um paralelo entre o motorista do Uber e a protagonista do episódio *Nosedive*. Ambos precisam adequar seu comportamento de acordo com as expectativas do outro, sendo vigiados por uma tecnologia de comunicação e punido em perdas de estrela. A empresa nada sofre, num primeiro momento, com esse sistema. Ela faz com que o consumidor se torne o fiel da balança na manutenção de seus prestadores de serviço. É um sistema lógico, ele pune aqueles que não realizam um bom serviço.

Todavia, podemos questionar essa lógica de pensamento. Apesar da classificação por nota ser objetiva, os critérios para dar a nota são bastante subjetivos. Se o usuário estiver em um dia ruim, ele pode atribuir nota 4 para um motorista que foi excelente em seu serviço. Passageiro e motorista, como o episódio da série, estão presos a um sistema de avaliações que controla seu comportamento, que vigia e que pune.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após o fim desse artigo, podemos perceber que não somente o usuário de Uber é um consumidor com um potencial avaliador grande, uma vez que suas avaliações são levadas em conta pela plataforma para selecionar aqueles que podem trabalhar como prestadores de serviço para ela. O poder do prestador de serviço, no entanto, não é equiparado ao do consumidor. A empresa que serve de plataforma, a curto-prazo, não recebe o peso das avaliações.

É importante também salientar que essa análise sobre o sistema de avaliação não é definitiva. Na cidade de Fortaleza-CE, por exemplo, alguns motoristas nos contam que, por um fator de segurança, eles dão notas 4 para os usuários. Dizem eles que dessa forma sabem que os usuários não se tratam de potenciais criminosos. Eles contam relatos de pessoas que fazem um cadastro no sistema e assaltam os motoristas. Mas ainda é necessária uma pesquisa maior sobre esse ponto.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARENDDT, H. **A condição humana**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2009.

BAUDRILLARD, J. **Função-signo e lógica de classe**. Em: A Economia Política dos Signos. São Paulo: Editora Martins Fontes, 1996.

BENJAMIN, A. H. de V. e. **O conceito jurídico de consumidor**. Revista dos Tribunais, São Paulo, ano 77, n. 628, p. 69-79, fev. 1988. Disponível em:
 <<http://bdjur.stj.jus.br/dspace/handle/2011/8866>>. Acesso em: 04/07/2017

BOURDIEU, P. **Gostos de classe e estilos de vida**. Em: ORTIZ, Renato (org). Pierre Bourdieu: Sociologia. São Paulo: Ática, 1983.

BRAGA, R. S.; EVANGELO, N. S. **“MEEOOO, ISSO É MUITO BLACK MIRROR”**: A nota da Uber como punição do comportamento social na sociedade da vigilância distribuída. In: XXVI Encontro Anual da Compós, 2017, São Paulo. Anais do XXVI Encontro Anual da Compós, 2017. v. 1. p. 1-17.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

FOUCAULT, M. **Vigiar e Punir: nascimento da prisão**. Petrópolis: Vozes, 1987.

GADE, C. **Psicologia do consumidor e da propaganda**. São Paulo: EPU, 1998.

GAMBARO, D. **Bourdieu, Baudrillard e Bauman: O Consumo Como Estratégia de Distinção**. *Revista Novos Olhares*, v. 01, n. 01, p. 19-26, 2012.

GIDDENS, A. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Editora UNESP, 1991.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11. ed. Rio de Janeiro: DP & A, 2011.

SOLOMON, M.R. **O Comportamento do consumidor**: Comprando, possuindo e sendo. São Paulo: Bookman, 2016.