



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ**  
**CENTRO DE HUMANIDADES**  
**DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA INFORMAÇÃO**  
**CURSO DE BIBLIOTECONOMIA**

**MARIA MILLE MORAIS DE SOUSA**

**MANIPULAÇÃO DE DADOS NAS REDES SOCIAIS: A CONSTRUÇÃO DE  
INDIVÍDUOS EM TEMPOS DE REDE COMO O INSTAGRAM E TIKTOK**

**FORTALEZA**

**2024**

MARIA MILLE MORAIS DE SOUSA

MANIPULAÇÃO DE DADOS NAS REDES SOCIAIS: A CONSTRUÇÃO DO  
INDIVÍDUO EM TEMPOS DE REDE COMO O INSTAGRAM E TIKTOK

Monografia apresentada ao curso de Biblioteconomia do Departamento de Ciências da Informação da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Biblioteconomia.

Orientador: Prof. Dr. Antônio Wagner Chacon Silva.

FORTALEZA

2024

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação  
Universidade Federal do Ceará  
Sistema de Bibliotecas  
Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

---

S697m Sousa, Maria Mille Morais de.  
Manipulação de dados nas redes sociais : a construção do indivíduo em tempos de rede como o Instagram e TikTok / Maria Mille Morais de Sousa. – 2024.  
74 f.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Centro de Humanidades, Curso de Biblioteconomia, Fortaleza, 2024.  
Orientação: Prof. Dr. Antônio Wagner Chacon Silva.

1. Manipulação de dados. 2. Redes Sociais. 3. TikTok. 4. Instagram. I. Título.

CDD 020

---

MARIA MILLE MORAIS DE SOUSA

MANIPULAÇÃO DE DADOS NAS REDES SOCIAIS: A CONSTRUÇÃO DO  
INDIVÍDUO EM TEMPOS DE REDE COMO O INSTAGRAM E TIKTOK

Monografia apresentada ao curso de  
Biblioteconomia do Departamento de Ciências  
da Informação da Universidade Federal do  
Ceará, como requisito parcial para obtenção do  
título de Bacharel em Biblioteconomia.

Aprovada em: xx/xx/xxx

BANCA EXAMINADORA

---

Prof. Dr. Antônio Wagner Chacon Silva (orientador)  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof. Dr. Jefferson Veras Nunes  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof. Dr. Luiz Tadeu Feitosa  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

À Eva Morais.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus. À Nossa Senhora do Carmo, mãe do santo Escapulário, corrente que me acompanhou durante todo o percurso da graduação. E também ao programa Experiência de Deus com Pe. Reginaldo Manzotti que me manteve sã e esperançosa, mesmo tão longe de casa.

Agradeço a minha mãe, grande guerreira que me criou sozinha e sempre me ensinou o valor dos estudos e fez todo o possível para que eu pudesse estudar. A minha família, meus irmãos.

Agradeço a minha adorada prima, Leticia Celestino, por me apoiar, ouvir, aplaudir e rir por qualquer coisa.

As minhas queridas amigas da faculdade, Camila, Lariene e Rebeca. Ter conhecido cada uma de vocês foi um presente. Amei cada segundo com vocês.

As minhas queridas amigas de ensino médio, Marcela e Milena, já são mais de 10 anos, espero que possamos sonhar juntas por muito mais tempo.

Agradeço ao meu orientador Antônio Wagner Chacon por tudo e, principalmente por me permitir “viajar” nessa temática. Foi uma experiência enriquecedora.

Agradeço também aos professores Jefferson e Tadeu por compor a banca examinadora deste trabalho.

Agradeço à Prae, sem o auxílio moradia eu não teria como continuar na universidade.

Mas certamente para esta época que prefere a imagem à coisa, a cópia ao original, a fantasia à realidade, a aparência à essência, é esta transformação, exatamente por ser uma desilusão, uma destruição absoluta ou uma profanação pérfida, porque sagrado é somente uma ilusão, mas profana a verdade. Sim, esta sacralidade aumenta na mesma proporção em que a verdade diminui e a ilusão aumenta, de forma que o que é mais alto grau de ilusão é também o mais alto grau de sacralidade (Feuerbach, 2007, p. 25).

## RESUMO

A presente pesquisa aborda a manipulação dos dados nas redes sociais. Através da coleta de dados por meio dos rastros digitais consegue-se descobrir qualquer coisa sobre os usuários. Não adianta fingir e nem fugir; cada rastro é detectado, minerado e elaborado um perfil completamente modelado. Cada dado é trabalhado e usado contra o próprio usuário, através disso, monta-se um “cenário” baseado nos dados psicográficos coletados. No qual, tudo ao redor é personalizado e nada passa despercebido aos algoritmos. Este trabalho pretende analisar como a distorção e alteração da realidade é uma consequência da algoritmização da vida e de toda a manipulação presente nas redes sociais. A partir da seleção das principais redes sociais, sobretudo, o Instagram e o TikTok, operam na construção de indivíduos nos tempos de hoje. Tempos em que vídeos curtos se tornam a medida da vida do sujeito. Assim como a espetacularização de tudo alimenta o magnetismo dos indivíduos na rede. Assim sendo, busca-se compreender como a seleção dos algoritmos afeta a construção da autenticidade dos indivíduos. Diante disso, expõe-se como tudo gira em torno de um sistema denominado de capitalismo de vigilância. A pesquisa busca traçar um panorama de relações entre as redes sociais e os internautas: o que gostam, exploram, preferem, utilizam e se informam ou como tentam lidar e contornar a seleção exacerbada dos algoritmos.

**Palavras-Chave:** manipulação de dados; redes sociais; Cambridge Analytica; TikTok; Instagram; sociedade do controle.

## ABSTRACT

This research addresses the manipulation of data on social networks. By collecting data through digital traces, it is possible to discover anything about users. There is no point in pretending or running away; each trace is detected, mined and a fully modeled profile created. Each data is worked on and used against the user, through this, a “scenario” is created based on the psychographic data collected. In which everything around is personalized and nothing goes unnoticed by the algorithms. This work aims to analyze how the distortion and alteration of reality is a consequence of the algorithmization of life and all the manipulation present on social networks. Based on the selection of the main social networks, especially Instagram and TikTok, they operate in the construction of individuals in today’s times. Times in which short videos become the measure of the subject’s life. Just as the spectacularization of everything feeds the magnetism of individuals on the network. Therefore, it seeks to understand how the selection of algorithms affects the construction of individuals’ authenticity. In view of this, it is exposed how everything revolves around a system called surveillance capitalism. The research seeks to outline a panorama of relationships between social networks and internet users: what they like, explore, prefer, use and get information about or how they try to deal with and circumvent the exacerbated selection of algorithms.

**Keywords:** data manipulation; social media; Cambridge Analytica; TikTok; Instagram; control society.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>9</b>
1.1 OBJETIVOS GERAL E ESPECÍFICOS.....	12
1.2 JUSTIFICATIVA.....	12
1.3 METODOLOGIA DA PESQUISA.....	13
<b>2 QUEM CONTROLA O PASSADO CONTROLA O FUTURO.....</b>	<b>15</b>
2.1 INFORMAÇÃO VALORIZANTE.....	17
<b>3 REDES SOCIAIS, O ADMIRÁVEL MUNDO NOVO.....</b>	<b>19</b>
3.1 A ESPETACULARIZAÇÃO.....	25
3.2 X (ANTIGO TWITTER).....	27
3.3 TIKTOK VS INSTAGRAM.....	29
<b>3.1.1 Instagram.....</b>	<b>31</b>
<b>3.1.2 Facebook.....</b>	<b>32</b>
<b>3.1.3 TikTok.....</b>	<b>33</b>
<b>4 DIRECIONADOS E GOVERNADOS.....</b>	<b>36</b>
4.1 A MEDIAÇÃO ALGORÍTMICA, PERSONALIZAÇÃO E VIGILÂNCIA.....	38
4.2 A MANIPULAÇÃO DE DADOS NAS REDES SOCIAIS.....	39
4.3 A INTERNET... DE TUDO.....	41
4.4 O ESCÂNDALO DE CAMBRIDGE ANALYTICA E O FACEBOOK.....	44
4.5 RASTROS DIGITAIS... CURTIDAS, CLIQUES E COOKIES.....	47
<b>5 A GOVERNAMENTALIZAÇÃO DO COMPORTAMENTO E A SOCIEDADE DO CONTROLE.....</b>	<b>49</b>
5.1 A CAPTURA DA ATENÇÃO.....	52
<b>6 ANÁLISE DOS RESULTADOS.....</b>	<b>55</b>
<b>7 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>65</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>67</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Este trabalho visa trazer os aspectos negativos das redes sociais e sua relação com a construção do indivíduo em sociedade. Através de artimanhas e estratégias para manipular e controlar o indivíduo. Contudo, não estará negando os efeitos benéficos das tecnologias, está apenas tentando compreender o lado negativo de toda a “bondade” por trás da disponibilidade gratuita ao acesso a um novo mundo.

É curioso o quanto um assunto possa se encaixar tanto na “vida real” quanto na ficção. Isto é, do ponto que não se pode compreender de imediato se tal situação é verdadeira ou apenas uma “historinha” produzida para entreter e enfeitiçar o indivíduo. Na sociedade hiperconectada existe uma grande quantidade de cenários produzidos e potencializados pelas redes sociais, os quais podem não divergir das distopias literárias 1984 de George Orwell ou Admirável Mundo Novo de Aldous Huxley.

Muito do que é produzido atualmente nas redes sociais coloca o indivíduo na mesma posição da população desses livros, do mesmo modo que foram reconstruídos para a aceitação da sua “realidade”, aqui, com as redes também são. A utopia e distopia estão se cruzando em uma dissociação de realidade que aprisiona o indivíduo em seu próprio mundo. As várias formas de ilusão, engajamento e captura dos usuários ocorre por meio das constantes atualizações para uma melhor exploração, sempre mais rápida e dinâmica.

A busca do mundo perfeito vai de encontro com o que a distopia tecnológica pode fazer ao ser humano. É como se estivéssemos vivendo em uma “Matrix<sup>1</sup>” como diria os cinéfilos. No qual “realidades” se sobrepõem uma à outra e não permitissem aos indivíduos o conhecimento do seu estado: alienados o bastante para negar sua prisão, ao desejo impulsivo de clicar nos ícones das redes sociais. “A tecnologia será tão boa que será difícil para as pessoas ver ou consumir alguma coisa que não foi, em alguma medida, ajustada para elas” (Rouvroy; Berns, 2015, p. 44).

Essa dissociação fomentada pelas redes proporciona uma visão limitada, individualista e cercada de prisões simbólicas. É preciso ter em mente que nada do que aconteça mediado através das telas é considerado algo aleatório, desinteressado ou ao acaso. É importante frisar, sob qualquer circunstância, que as *big techs* possuem propósito e estratégias de convencimento. Ao expor dessa maneira parece algo estranho ou algum tipo de previsão (alerta de *spoiler*: com o *machine learning*, inteligência artificial de algoritmos e quase toda

---

<sup>1</sup> Referência ao filme Matrix de Lana Wachowski e Lilly Wachowski de 1999.

tecnologia moderna por aí, podem até fazer “previsões” ou antecipar escolhas e comportamentos).

A sociedade hiperconectada ou qualquer outra denominação conveniente relacionada, têm um ponto em comum: a aprendizagem de máquina. Aquela que aprende tudo sobre o indivíduo para manipulá-lo em seguida. Quem diria que uma coisa dessas seria possível? Por mais que se saiba que muitas coisas são possíveis com a Internet, informações como essas ainda é muito sensível e pouco esclarecida para a população em geral. É conveniente para os conglomerados tecnológicos dissimular a verdade.

Muitos vangloriam-se da era da informação mas a verdade é que essa informação - elemento precioso - é escondida, camuflada, dissimulada e manipulável quando for conveniente aos lucros. Desse modo, a indústria tecnológica consegue lucrar e ainda liderar novos mercados consumidores com os dados obtidos por meio de rastros digitais. Os dados são o novo petróleo ou “Data is the new oil”, como disse o cientista de dados, Clive Humby.

É contraditório pensar que a “informação” é valorizada quando pode ter tanta interferência - manipulações, disputas por controle e, a conseqüente alteração da realidade. Existe o lado ao qual quase ninguém quer ou está pronto para falar. A caixa de pandora que permeia a internet. Todavia, é claro que esse ciberespaço tem seus encantos com facilidades (inesgotáveis), aos quais, infelizmente, com o uso desenfreado - e quase dependente - acaba por levar o homem a destruição de si mesmo.

“A quais redes sociais as pessoas pertencem? A que estruturas de poder? Quais inimigos elas têm em comum, e como podemos usar essas informações para orientar o comportamento delas? Nós olhamos para a cultura, as crenças e a religiosidade. Mas também fazemos perguntas sobre o indivíduo. Não estamos interessados no que você pensa sobre o presidente. Estamos interessados em *você*. O que afeta *você*? Acreditamos que pessoas mudam pessoas, não mensagens. Queremos que as pessoas falem por nós” (Kaiser, 2019, p. 270).

A construção do indivíduo perante as redes sociais é o de ser moldado e influenciado. É sobre descobrir quem ele é. Intimamente; sua personalidade. O algoritmo deve percorrer e selecionar exatamente aquilo que o usuário deve checar logo ao acordar e seguir em cada momento do dia. Deve saber absolutamente tudo. O imediatismo e a espetacularização característicos dessas redes (vide o Instagram e o TikTok numa eterna disputa para ver quem engaja mais indivíduos) constrói e manipula a identidade do usuário.

Enfim, mediante a junção de arcaísmos teóricos indicados em livros, artigos, biografia, documentários, filmes etc, construiu-se um repertório acerca de um tema tão questionador como manipulação, dados, redes sociais, sociedade e indivíduo. Também a

busca por aquilo que é real. Sendo dominados por estímulos da era dos “videozinhos” curtos, a esperteza, magnificência e dualidade do Instagram versus TikTok.

[...] as plataformas são “formalmente indiferentes” ao que os usuários dizem, fazem ou a quem eles são individualmente, contanto que o que digam ou façam possa ser capturado e convertido em dados. Nesse sentido, importa menos a qualidade dos dados do que a quantidade, pois, quanto mais dados, maior será a acuidade preditiva dos algoritmos em larga escala. Contudo, casos recentes no cenário internacional revelaram progressivamente um interesse cada vez maior por parte de empresas de tecnologia e de setores de marketing por informações psíquicas, emocionais e comportamentais dos usuários, que estariam sendo utilizadas para afinar ainda mais os sistemas preditivos e, assim, elaborar estratégias mais eficazes para influenciar seus comportamentos, inclusive, no âmbito político (Bentes, 2019, p. 224-225).

A construção do indivíduo em sociedade em tempos de redes como o Instagram e o TikTok os transforma para sempre. Transforma tudo em urgências e necessidades. Assim, a questão problema é: como a distorção e a alteração da realidade é uma consequência da algoritmização da vida e de toda a manipulação presente nas redes sociais?

## 1.1 OBJETIVOS GERAL E ESPECÍFICOS

Para responder às indagações deste trabalho, define-se os seguintes objetivos. Como geral: Analisar como a distorção e a alteração da realidade é uma consequência da algoritmização da vida e de toda a manipulação presente nas redes sociais.

Como propósito de aprofundamento, determina-se os objetivos específicos:

- Identificar como os usuários reagem e se transformam com a seleção dos algoritmos.
- Compreender se o usuário consegue se manter autêntico nesse meio.

## 1.2 JUSTIFICATIVA

A ideia deste trabalho se deve à fascinação de como os rastros digitais de uma pessoa podem revelar muito sobre ela. Sobre como “curtidas”, “cookies”, conceder permissões de uso, “rolar” a barra do *feed*, assistir vídeos, “parar” e visualizar novamente ou simplesmente mostrar qualquer desinteresse, leva uma indústria poderosa a tomar nossos dados e manipulá-los. Agora imaginamos o que tudo isso pode significar para a nossas vidas. Pode ser fatal e podemos nunca mais nos recuperarmos disso.

Desse modo, ao assistir o documentário da Netflix, Dilema das Redes, percebe-se o quão frágil e vulnerável são os indivíduos em rede. A premissa é de um direcionamento certo para um público, ou especificamente, uma pessoa certa. A reunião de ideias contida no documentário, bem como a semelhança com as obras distópicas 1984 de George Orwell, Admirável Mundo Novo de Aldous Huxley e Fahrenheit 451 de Ray Bradbury, fizeram com que pontos de ligações fossem surgindo. Da mesma maneira com a qual o enredo dessas obras nos mostram indivíduos com a visão deturpada da realidade, as redes sociais também possuem o mesmo potencial que os dispositivos panópticos dessas obras.

Enfim, a manipulação de dados nas redes sociais e como os indivíduos se constroem nesse ambiente de algoritmização da vida, a presença cada vez mais constante, aguardada e compulsiva por vídeos curtos, produz e conduz indivíduos imediatistas e alheios ao fluxo mundo ao redor: aquele fora das telas. Diante disso, o assunto deve ser debatido com mais frequência daquilo que temos. Não saber qual tipo de enredo bizarro estamos lidando nos coloca sempre dentro de uma caixa e coleira invisível.

### 1.3 METODOLOGIA DA PESQUISA

Para fins de realização deste trabalho abordou-se a pesquisa do tipo exploratória. Segundo (Gil, 2002, p. 41), “Estas pesquisas têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses. Pode-se dizer que estas pesquisas têm como objetivo principal o aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições”. Concomitantemente, (Selltiz *et al.*, 1967, p. 59) refere-se que este tipo de pesquisa deve ser “suficientemente flexível, de modo a permitir a consideração de muitos aspectos de um fenômeno”.

O pesquisador (Gil, 2002, p. 41) ainda pondera que na maioria dos casos essas pesquisas envolvem: “levantamento bibliográfico e entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado”. (Selltiz *et al.*, 1967, p. 62) acrescenta análise de exemplos que estimulem a compreensão”. Desse modo, este tipo de pesquisa melhor se adequa, tendo em vista o fenômeno que a manipulação e influência de dados nas redes sociais pode causar nos usuários, bem como a relativa novidade deste assunto, uma vez que a concentração de indivíduos na internet deu-se aos poucos e não muito tempo atrás. Mas hoje, é como se estivéssemos o tempo todo conectados com a internet e as redes sociais. Como se estivéssemos sempre na era digital.

Ademais, esta pesquisa configura-se como Levantamento Bibliográfico ou Pesquisa Bibliográfica, cuja é [...] aquela que se realiza a partir do registro disponível, decorrente de pesquisas anteriores, em documentos impressos, como livros, artigos, teses etc” (Severino, p. 2007, p. 122). “Ela é um processo de investigação para solucionar, responder ou aprofundar sobre um estudo de um fenômeno” (Sousa; Oliveira; Alves, 2021, p. 65). Os autores acrescentam como características principais as fontes “confiáveis”: primárias (artigos, teses, anais, dissertações, periódicos e outros); secundárias (enciclopédias, dicionários, bibliografias, banco de dados e livros e outros); e terciárias (catálogos de bibliotecas, diretórios, revisões de literatura e outros).

Também utilizou-se de uma abordagem qualitativa, uma vez que melhor se adequa com a estrutura e proposta do trabalho. Gil ressalta a diferença entre a abordagem quantitativa, na qual os dados são organizados em tabelas, enquanto a qualitativa “necessita-se valer de textos narrativos” (Gil, 2002, p. 134).

A pesquisa qualitativa não procura enumerar e/ou os eventos estudados, nem emprega instrumental estatístico na análise de dados. [...] Envolve a obtenção de dados descritivos sobre pessoas, lugares e processos interativos pelo contato direto do pesquisador com a situação estudada, procurando compreender os fenômenos

segundo a perspectiva dos sujeitos, ou seja, dos participantes da situação em estudo (Godoy, 1995, p. 58).

Por fim, definiu-se categorias de análises, em seguida, um questionário com perguntas abertas e fechadas. Foram obtidas 50 respostas em 25 perguntas. O formulário de pesquisa destinou-se a usuários das redes sociais. Foi aplicado para alunos de Biblioteconomia da Universidade Federal do Ceará. Feito através da ferramenta Google, compartilhado via WhatsApp com o grupo da turma de 2020.1 (turma da autora deste trabalho), em seguida compartilhado nos grupos de representantes das turmas do curso. O meio de veiculação foi escolhido por questão de facilidade, afinidade e relação social com a autora. A idade dos respondentes concentra-se entre 18 a 22 anos (38%), 23 a 27 anos (36%), mais de 32 anos (14%), e 28 a 31 anos (12%).

## 2 QUEM CONTROLA O PASSADO CONTROLA O FUTURO...

“Quem controla o passado controla o futuro; quem controla o presente controla o passado”  
(1984, George Orwell).

Distorcer fatos, esconder a verdade, a capacidade de acreditar em tudo que se vê ou escuta (verdade, mentira ou um pouco das duas), a exaltação das fake news, a promoção da guerra e do ódio, a adulteração de notícias, o cancelamento e a corrente de ódio nas redes sociais, a troca de papéis com o jornalismo onde qualquer pessoa com acesso as redes pode soltar uma nota e viralizar sem se importar com a fonte. A constante vigilância e o exercício da disciplina por meio das tecnologias da qual não conseguimos abrir mão, com reconhecimento facial e de voz (experimente falar ou até mesmo pensar - por que não? - e veja se o celular não lhes mostrará exatamente aquilo que desejou). Assustador? ilógico e irreal? Parece um enredo de uma obra distópica (1984 de George Orwell) ou simplesmente uma distorção do que é realidade no nosso mundo ou um enredo bizarro de livro?

Pode-se notar uma grande semelhança entre a obra 1984 de George Orwell, publicada em 1949 e o nosso contexto social. Muitas abordagens descritas naquele livro podem facilmente ser adaptadas para a realidade em que vivemos: por exemplo, a vigilância através das telas (um ser onipresente está de olho em cada passo do sujeito), a disseminação do ódio e do medo, a manipulação da verdade, a perseguição, a disciplina, o apagamento e entre outras.

Voltando um pouco ao contexto “real”, a ideia de que o primeiro contato das pessoas com a tecnologia, principalmente com as formas de controle, se deu somente com a presença dos poderosos *smartphones* e o combo das redes sociais pode ser um pouco precipitada e presunçosa. Mesmo que o descontrole tecnológico tenha tido um boom nos últimos anos, é inegável que nossos antepassados faziam o que podiam para conviver socialmente bem - e dentro das tecnologias que dispunham. Ser adepto do uso tecnológico atualmente (redes sociais) é “o normal”, não usar é estranho (anormalidade) ou “ultrapassado”.

Mesmo que tudo isso signifique sua miséria, é o caminho social do homem. É contraditório que o homem crie a máquina que um dia será seu próprio lobo. Para Ruiz (2021, p. 7) “as tecnologias algorítmicas não só se imbricam no modo de ser dos sujeitos que as utilizam, senão que deram um passo a mais capturando intencional e estratégica os comportamentos dos sujeitos”. Sendo assim, as redes foram criadas para hipnotizar, usar e se entranhar ao indivíduo até que não se saiba onde começa e termina o sujeito.

Nesse ínterim, cabe acrescentar e destacar uma nova perspectiva: as possibilidades de cenários Co-criados e justificado por um conglomerado da tecnologia digital. A criação de mundo possíveis. Principalmente no que diz respeito as redes sociais: um palco de demonstrações públicas de discursos, na qual o indivíduo é compelido a acreditar e a fazer parte de um sistema de vitrine. É muito mais do que fingimento é acreditar e aceitar. É assumir apenas uma “verdade” e fazer de tudo para evitar que a sua opinião possa ser alterada, criando espaço para o apagamento e as distorções.

No mais, percebe-se também que a sociedade da informação também pode ser associada ao termo sociedade digital ou hiperconectada, da qual traz não apenas uma mudança comportamental conduzida pelas mídias sociais, como também influenciam na maneira de percepção e absorção do conhecimento, fazendo com que se torne mais suscetível à manipulação, uma vez que “suas opiniões, a leitura breve e o passar dos olhos pelos parágrafos nos faz com que tenhamos interpretações apressadas e equivocadas” (Corrêa; Prado, p. 112). Assim, a maneira com a qual o sujeito se comporta diante das plataformas digitais colabora com a desinformação. Em suma, a celeridade da sociedade hiperconectada provoca equívocos que atingem tudo e a todos.

Leon Festinger no livro Teoria da Dissonância Cognitiva, disserta bem sobre como as pessoas podem acreditar em algo que foi propositadamente estimulada e a repelir qualquer coisa que possa refutar sua percepção inicial do assunto e, sobre como também podem sofrer pressões para mudá-la, e mesmo assim não ser capaz de reduzir. Festinger (1975, p. 12) descreve que “quando a dissonância cognitiva está presente, a pessoa, além de procurar reduzi-lá, evitará ativamente situações e informações suscetíveis de aumentar a dissonância”.

É exatamente isso que fazemos nas redes sociais, por exemplo. Utilizando o recurso de ignorar determinadas postagens: quando aciona o não interesse de determinado assunto, silencia ou bloqueia pessoas, palavras etc. Em outros termos, ignorando deliberadamente informações que parecem-lhes incomôdas - limitando ainda mais o conhecer mais do mundo, pessoas e culturas.

Assim, o ato de ignorar determinadas informações é um indício de como nós mesmos estamos sendo condicionados a viver dentro de um ciclo restrito, sequer nos é permitido a escolha de interferências. É como escolher ser manipulado. Dessa forma, apesar da luta contra as formas de controle, estamos sendo conduzidos a um destino opressivo, ignorante e repleto de incoerências.

Dito isso, como ocorre nos enredos distópicos, também é um mal do qual nossa sociedade padece, usam-se arcabouços sofisticados de controle para moldar o indivíduo. Isto

é, não é algo jogado nas massas com a pretensão de “pegar” alguns indivíduos - não é contar com a sorte - não é lento, é rápido, ágil e sagaz: pois atinge a cognição, o modo de aprendizagem de cada ser vivo. É, além disso, a consciência viva do sujeito sendo movida em um emaranhado de conexões mediadas pela supremacia tecnológica. Tudo isso mantido sob um forte ciclo vicioso que impacta a vida social, política e o inconsciente do indivíduo.

A supremacia tecnológica conseguiu se tornar um vício que acomete os indivíduos e os deixam apáticos e quase sem reação diante dos conflitos que envolvem a sociedade. Se tornam robôs constantemente vigiados e controlados por uma mão invisível. Do mesmo modo, os aprisionam em bolhas com opiniões bastante semelhantes entre si, conferindo-lhes a ideia de que o mundo é sempre igual.

Também alimentam um sistema capitalista de vigilância. Zuboff (2019) define que “os capitalistas de vigilância descobriram que os dados comportamentais mais preditivos provêm da intervenção no jogo de modo a incentivar, persuadir, sintonizar e arrebanhar comportamento em busca de resultados lucrativos”. E isso, as redes sociais fazem e alimentam muito bem.

## 2.1 INFORMAÇÃO VALORIZANTE

Nos anos 60 houve uma associação entre as máquinas industriais e a informação. Ela foi alcunhada de Informação Valorizante. Isto é, uma junção da noção de todo o conceito de valor, tão conhecidamente explorado por Marx, e as tecnologias (com as máquinas de Alan Turing). “Em 1963, para descrever a nova condição do trabalho industrial na fábrica Olivetti, Romano cunhou a noção de Informação Valorizante [informazione valorizante] como ponte conceitual entre o valor marxiano e a definição de cibernética de informação” (Pasquinelli, 2012, p. 13). Ou seja, mesmo nessa época a ideia de informação como valor já era preconcebida. Ela já poderia ser precursora do novo capital de mercado, aquilo pelo qual, no futuro, as pessoas até se matariam.

A máquina criada por Alan Turing é um novo modelo de conflito social, é um jeito moderno de estimular e comercializar ainda mais a mais-valia, de baratear a vida através de mecanismos tecnológicos, de tornar as pessoas uma extensão da máquina e acima de tudo, projetar “novas realidades”. Pasquinelli (2012, p. 13), diz que “de acordo com a definição marxiana de Turing como motor de novas formas de valorização, medida da mais-valia da rede e ‘cristal’ do conflito social”. Como pode-se visualizar há uma interseção entre um

passado e um futuro. Sempre existiu uma intenção de se obter “mais”, de capturar mais. Em suma, há uma intenção de capturar o que puder (até mais) do sujeito.

Com a algoritmização da vida - presença exacerbada de algoritmos inteligentes - é inevitável fazer uma associação entre informação - dados - e capitalismo. Assim, à medida que tudo tende a ser mais rápido e veloz, entende-se que o jargão popular “tempo é dinheiro” realmente faz sentido, e é claro que a informação - dados - faz parte disso, afinal é um produto bastante valioso para a sociedade atual. Sendo assim, a valorização da informação de acordo com Pasquinelli é um fato consumável. Fazendo tudo girar em torno da produção das necessidades, isto é, da colheita de informações para satisfazer (e produzir) uma sociedade consumista.

Ocorre ainda que a mediação algorítmica é um fator preponderante na valorização da informação, pois o capitalismo (capitalismo informacional ou capitalismo de vigilância) se potencializou com essa interferência, que por sua vez, através das redes sociais fomentam as doses de desejos e necessidades. Desse modo, acima de tudo, essa sociedade - da informação, do controle ou da hiperconexão - possui um preço que ela mesmo cria.

Com isso tudo, a existência da citação da obra 1984 de George Orwell, se encaixa perfeitamente em todas as situações: um futuro distópico (no nosso caso nem chega a ser tão futuro assim, muito menos distópico, já pode ser nosso presente), controlado, vigiado, a onipresença das telas etc. “Quem controla o passado, controla o futuro. E quem controla o presente controla o passado (Orwell, 1949)”, a sentença proferida no livro aborda uma “realidade” sem liberdade, baseada no controle e na disciplina dos corpos e da mente.

Assim sendo, podemos dizer que estamos fugindo dessa regra? ou estamos indo para o mesmo lugar? De qualquer forma, sem todas as respostas mas com alguns indícios, a sociedade atual - essencialmente tecnológica - também se vê refém de um destino controlado mas que define a vida das pessoas com base em dados e algoritmos.

Um destino de um sistema de recomendações. Personalização dos usuários e das necessidades. O efeito dominó dos “videozinhos” do TikTok culminou em respostas estratégicas da Meta, dona dos grandes Facebook e Instagram, e também do You Tube com os Shorts Vídeos. Todas as redes se mexeram e mostraram potencial para abarcar multidões. “A multidão é o brinquedo de todos os estimulantes exteriores e, por isso, reflete todas as suas incessantes variações. Ela é, pois, escrava dos impulsos recebidos” (Le Bon, 1980, p. ).

### 3 REDES SOCIAIS, O ADMIRÁVEL MUNDO NOVO

O mundo que se abre com as redes sociais é infinitamente cheio de possibilidades, promessas e sonhos. São diversas as contextualizações e problematizações as quais os indivíduos são submetidos só por fazer *login* em uma rede social: roubo, manipulação de dados e identidade. A globalização da internet - que tornou a internet das coisas - permitiu uma quebra de barreiras físicas na qual o contato foi modificado, tornou-se rápido, veloz e intransigente (e implacável porque prende, seduz e molda o indivíduo conforme for mais lucrativo). Nada mais é como costumava ser, o modo de comunicar-se transcende limites, passa a existir uma complexidade de discursos preparados e articulados sob medida para capturar uma massa, para que a realidade delas sejam produzidas ou justificadas.

O modo como o mundo pode se encaixar em um aparelho eletrônico que cabe na palma da mão é gigantesco, surreal. É curioso e perigoso em níveis alarmantes como esse aparelho se infiltra na vida dos indivíduos e os hipnotiza. Se infiltram e enraízam na essência individual ao passo que de repente não é mais possível distinguir quem é extensão de quem. Essa sociedade digital é visual, ou seja, os indivíduos são atraídos pelas telas e suas infinitas promessas de sonhos.

As redes sociais são por si só a exemplificação da complexidade, do fascínio, da loucura e do poder, é uma armadilha pronta para envolver o indivíduo para que ele não possa enxergar muito mais do que aquilo que estão dispostos a oferecer. Do que estão dispostos a criar para o usuário; criar para que o mundo de cada um seja somente uma projeção construída. Elaborada para colher cada rastro digital desse usuário e assim, devorá-lo. As redes sociais são uma grande teia que por todos os lados enfeitiça quem quer que ouse vislumbrar esse mundo, e infelizmente é difícil demais resistir a glória de poder se conectar.

O próprio termo Rede Social faz jus à complexidade das relações discursivas que se dão em formato de rede, ou - ainda mais ilustrativo - de teia, seguindo e entrelaçando várias e distintas direções. Essas relações digitais em rede materializam realidades sociais e possibilitam evidenciar as múltiplas interações que perpassam a sociedade em crescimento exponencial e de complexidade notável. As redes Sociais constituem um número cada vez maior de espaços onde a interação social ocorre em um mundo virtual online, e inauguram estatutos sociais e discursivos específicos para esse fim, seja pela readaptação de estruturas linguísticas preexistentes, seja pela criação de comportamentos e estatutos discursivos (Sylvestre, 2013, p. 9).

É inevitável que as redes interfiram nos discursos: na verdade, devido ao poder de alcance é até mais manipulável. Além das interferências e manipulações, aumenta consequentemente, os conflitos sociais. O espaço online inaugura um novo mundo, mas um mundo igualmente injusto. É um domínio, assim como no material que preza pelo elitismo,

apesar de se vender como um lugar democrático e de todos. O algoritmo coloca no topo os discursos dos mais “notáveis” enquanto os menos “notáveis” tem seu discurso com pouco alcance (atualmente com a monetização do X - antigo Twitter - os usuários têm usado estratégias para viralizar). É por meio dessas plataformas sociais que o indivíduo, cada vez mais fissurado com esse mundo, não percebe sua realidade, pois embora pareça que ele tenha mais ‘voz’ não é exatamente assim.

Ocorre que, no âmbito das Redes Sociais, para além do acesso, e de modo mais complexo e amplo, podemos ver a democratização do discurso tendo por base não o percurso que parte de acesso, que de fato é mais descentralizado, mas sim o consumo do discurso e o seu potencial discursivo, no sentido de repercussão, aceitabilidade e status social. (Sylvestre, 2013, p. 86).

Então não é “o poder acessar” que configura a democratização desse espaço (embora seja o começo) mas sim o consumo do discurso, o que não é possível uma vez que o algoritmo decide aquilo que irá aparecer na *timeline*. É uma verdadeira guerra de *bigtechs*, na qual vence aquela cuja o sistema é mais poderoso. Mas por que mencionar os discursos? simples, as redes sociais são feitas de discursos e discussões - seja por meio da palavra, do imagético ou os dois - é através deles, como são passados, transmitidos e perpetuados - tudo cuidadosamente e milimetricamente calculado - são capazes de atrair e encantar o indivíduo. São um ótimo atrativo para manter o usuário numa bolha.

As redes sociais têm um poder - uma aura - hipnotizante - o que a torna manipuladora. Não importa o que cada plataforma tenha que fazer, ela precisa atrair a atenção do usuário. É uma disputa e se destaca aquela cujo algoritmo é mais incisivo, mais poderoso em manifestar recomendações para o usuário. Cada abordagem, detalhe, discurso, informação passa por uma intermediação algorítmica. Reggattieri e Antoun (2018, p. 463), afirmam que “a organização da informação passa, necessariamente, pelo crivo decisório de um algorítmico”.

Nisso, os discursos - as informações - sofrem interferências e nada é livre, “embora algo seja dito por cada usuário, a depender de seu papel social, aquilo poderá ter as mais variadas abrangências. O poder de falar, mas especialmente não somente de falar, mas de ser ouvido, não é democratizado (Sylvestre, 2013, p. 87)”. Isto é, apesar das redes promoverem a ideia de um espaço livre e igualitário de expressão para todos - ideia que não é tão simples na prática. Nem mesmo o espaço é tão simples assim, uma vez que através dos “Termos e Condições” e dentre outros rastros digitais, a rede social consegue uma compensação pelo serviço que oferece.

Tal serviço oferecido ao usuário visa colher cada dado do usuário sobre - e na - plataforma a fim de melhorar a experiência no aplicativo (e vão criando mais e mais artimanhas para conquistar o usuário). Frases de efeito semelhantes com essas podem ser ouvidas pelos CEOs ou qualquer outro representante de plataforma social. Usadas como desculpas para aprimorar o sistema e continuar a convencer o usuário a continuar conectado na sua plataforma.

Afinal, continuam lucrando mais aquelas cuja experiência do usuário se sobressaia a outras. E tudo isso envolve um longo processo algorítmico, matemático e direcionador. Segundo o autor de *O Panspectron: Como as redes sociais estão moldando a realidade*, Caribé (2019, p. 120) “o processamento algorítmico se dá por machine learning e deep learning, produzindo informações como perfil psicométrico, orientação sexual, posição política, estado civil, rotinas, valores e princípios, renda familiar e biometria facial”.

Tudo aquilo que o usuário faz na rede social está sendo rastreado e registrado, e assim uma ficha do seu perfil é formada. O indivíduo está se decompondo em - e para - algoritmos, ao qual, cada vez mais inteligente orienta-o em cada decisão que possam tomar *online* (e até fora). Isso acontece porque o próprio usuário está disposto a entregar tudo de si. Por exemplo, de acordo com Caribé (2019, p. 120), “o algoritmo do Facebook é treinado pelos usuários, que inadvertidamente se marcam ou são marcados em fotos publicadas, aprimorando a biometria facial”.

E realmente, sabe-se hoje, as várias modificações do Facebook e outras, para modernizar suas funções (as tão populares reações) para cativar e aprender mais sobre o usuário. Tudo sobre a conectividade, as redes e o online é sobre aprendizagem. Sobre a capacidade da máquina aprender sobre quem está acessando. Até mesmo a identificar erros. Caribé (2019, p. 112) aponta que “o algoritmo de machine learning é capaz de identificar quando o indivíduo fornece uma informação incoerente, ou esquece de informar a respeito de mudanças no trabalho, educação e relacionamentos”.

Uma outra questão é como atingir o alvo. Segundo Caribé (2019) o algoritmo decide aquilo que será exibido no “feed”. O autor também enumera condições para alimentar a página do usuário, para Caribé (2019, p. 122) é “nas conexões, nos dados demográficos, nos interesses do usuário e nos seus comportamentos. Produzindo um “feed” contendo conteúdo relevante, alertas relevantes, impulsionamento pago, e um ou mais publicações que provoquem a injúria do usuário”.

Baseado nisso, a fuga ou dispersão de realidade pode ser uma consequência desse ‘admirável mundo novo’ onde tudo é sobre fingir, aparecer (espetáculos) e lucrar. É a

formação de uma visão e mente limitada, restrita a um círculo - a um de pertencer a qualquer custo. Os algoritmos direcionam os usuários para bolhas, ao qual tende a ser gradualmente mais semelhante, a cada vez que usam as redes sociais. Através das interações, dos *likes* e cliques. Assim sendo, esses usuários cedem suas preferências e os algoritmos induzem esses indivíduos a pensarem que seus desejos são deles próprios, enquanto na verdade seus desejos e suas necessidades foram produzidos.

[...] somos conduzidos a nos relacionar com grupos fechados nos quais se têm as mesmas preferências, gostos, ideologias, etc. Nem sempre percebemos que são os algoritmos que nos apresentam possíveis novas amizades na rede, e que decidem que pessoas não devem ser interessantes para criar amizade. Ou seja, eles decidem, de modo soberano, sobre quais pessoas devem apresentar para serem amigas e quais nos devem ocultar porque não nos interessam. (Ruiz, 2021, p. 11).

A verdade é que tudo o que acontece nas redes sociais é revestido por máscaras cheias de perfeição. Os espetáculos que as redes proporcionam alimentam e engajam os usuários a sempre “dar mais uma olhadinha” para que possam estar por dentro dos principais assuntos. As redes sociais criam identificações de discursos, expectativas e pertencimento, através das diversas formas e atitudes para comover os indivíduos. O modo como esses discursos são propagados alimentam um vínculo manipulador com os usuários: um vínculo de dependência na qual este usuário não se importa - muitos não têm consciência - em disponibilizar seus dados apenas para acessar um pouco mais a cada vez.

A busca - quase desesperada – por conexão cega o indivíduo para a verdadeira relação assimétrica que as redes sociais possuem e promovem. Não apenas isso, mas para o roubo de dados que elas conseguem ao manipular os indivíduos. Entretanto, tudo feito de uma maneira sutil e justificada. Sylvestre (2013, p. 37), destaca que “é importante frisar que esse tipo de violação, em geral, não ocorre de maneira explícita, mas sim revestida de um discurso que busca legitimar esse tipo de dominação”.

Dessa forma, entende-se que as redes sociais incutem grande repercussão na sociedade; o nível de interação que é possível alcançar, molda, domina e condiciona o indivíduo. Pois “considerar que a atuação e o posicionamento social do indivíduo são moldados de acordo com o outro com quem interage retoma a questão das assimetrias de poder (Sylvestre, 2013, p. 51)”. Assim sendo, dominam os desejos individuais, anulam e esmagam a liberdade que todos pensam possuir. Também altera a ordem social, mexendo em todas as estruturas da sociedade, deixando assim uma nuvem sombria sobre a realidade.

A autora continua explicando ainda que “é a sobreposição de diversos papéis sociais exercidos pelo mesmo em contextos interacionais distintos que constitui sua identidade, e que a molda constantemente” (Sylvestre, 2013, p. 51).

Não se sabe ainda as consequências da algoritmização das relações. O que se sabe é que muitos indivíduos estão fazendo o caminho de volta, tirando ao máximo esta mediação de suas vidas, enquanto outros, seguem dependentes, tão dependentes que o lugar mais comum dos smartphones é na mão, como uma extensão de seus corpos. (Caribé, 2019, p. 142).

A presença de toda essa exposição intensificada pelo consumo desmedido das redes sociais impulsiona o surgimento de doenças. O mal do século XXI, as doenças mentais são em partes potencializadas pelas relações sociais que constroem-se - e destroem-se - a partir das plataformas virtuais. Nara Helena Lopes Pereira da Silva, professora de psicologia online no programa pós-graduação do Instituto de Psicologia da USP, em uma entrevista ao Podcast Ciência e Cultura Cast da Revista Ciência e Cultura da SBPC (Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência) apontou o risco de desenvolvimento de psicopatologias ao ficar muito tempo exposto a essas mídias sociais.

“Essa interação excessiva com o universo online via celular via redes sociais têm trazido algumas mudanças na forma de relacionar com as pessoas e também com o desenvolvimento da própria pessoa”, explica a professora de psicologia. Para ela, as mudanças, alterações vêm ocorrendo numa dinâmica psicológica: muita queixa de falta de memória, falta de foco (com tantas janelas abertas), as crianças estão mudando as formas de aprendizagem, empatia, tolerância e aceitação. Assim, as mídias sociais e os *apps* estão afogando as pessoas em realidades superficiais e artificiais.

A sociedade está adoecida em termos de saúde mental, aponta Nara Helena Lopes Pereira da Silva, professora de psicologia online da USP. Para a pesquisadora, até existe diagnóstico de transtornos de vício em jogos eletrônicos, mas não tem nada [diagnosticado] sobre vício tecnológico ou [sobre o vício em] rede social. Ela destaca ainda em entrevista ao Podcast Ciência e Cultura Cast, o quase ritual dos indivíduos usuários de celular, internet e rede sociais: “Eu acordo de manhã eu acesso, preciso do like, preciso dessa legitimação de quem eu sou, o algoritmo que incentiva também você a fazer cada vez um busca sedutora de reafirmação da sua personalidade (Silva, 2023)”.

Com isso não é de estranhar o tempo médio que o Brasil passa conectado ao celular. Exibindo quase uma forma de dependência mesmo. Segundo o Hora 1 (2023), noticiário do grupo Globo, “uma pesquisa internacional feita por um site de tecnologia mostrou que os brasileiros são praticamente recordistas em tempo conectado a telas de celular ou outros eletrônicos. Por aqui, a população fica em média nove horas e meia por dia utilizando esses aparelhos”. Ainda de acordo com a notícia, revela que com essa média o Brasil segue atrás apenas da África do Sul na lista de países com o maior tempo conectado.

Surpreendentemente, “o Japão, país que é considerado dos mais avançados em tecnologia, vê a população utilizar celulares por 1/3 do tempo que os brasileiros utilizam (Hora 1)”. A reportagem do telejornal apontou ainda que os motivos seriam muitos, entre eles estariam os jovens que começam com estudos e terminam por utilizar as redes sociais, e os adultos tendo o trabalho como principal motivo. Por sua vez, o Sebrae/PR (2024) revela que “nosso país ocupa o 3º lugar no ranking global de acessos a redes sociais de acordo com os dados recentes da Comscore. As redes sociais como YouTube, Facebook e Instagram são as mais acessadas pelos brasileiros”.

Por fim, devido aos destaques na mídia nos últimos tempos envolvendo manipulação de dados, segurança e privacidade nas redes sociais, cabe abrir um parênteses para explicar algumas delas - especialmente aquelas que estão entre o maior número de usuários (uso/acesso) e também tiveram no cerne de casos explorados pela mídia. Segundo a publicitária Bruna Dourado com base em relatórios de fevereiro de 2023 produzido por We Are Social E Meltwater, entre as dez maiores redes sociais do Brasil no ano de 2023, se encontra o Whatsapp em destaque com o primeiro lugar, o YouTube em segundo, seguido pelo Instagram, Facebook, Tik Tok, LinkedIn, Messenger, Kwai, Pinterest e em décimo lugar o X (Twitter), respectivamente.

O maior de todos os escândalos teve o Facebook envolvido (aliás, parece ser mestre em intransparência e acusações). O X (Twitter) também envolvido em vazamento de dados, foi vendido em 2022 e de lá pra cá está sempre envolto de polêmicas e o Tik Tok que no presente momento (2024) tem passado por uns maus bocados e corre o risco de ser banido dos EUA por acreditar que o governo chinês possa estar capturando dados dos americanos.

Contudo, somente em uma seção mais a frente será abordada a relação do Facebook. Ocorre que devido ao histórico e particularidades dessa rede (a qual tornou-se uma grande marca -atual Meta- dona de outras grandes redes sociais - Whatsapp, Instagram, Messenger e Threads) com a manipulação, decidiu-se inserir essa parte em uma seção mais a frente.

### 3.1 A ESPETACULARIZAÇÃO

A ostentação da vida privada nunca esteve tão presente desde o surgimento e popularização das redes sociais. Até mesmo o encontro de uma nova profissão: os *digital influencers*. A nova relação entre a sociedade e as mídias digitais exploram o uso da imagem de maneira absurda. Sob o título de Blogueiros (Bloggers), Vlogueiros, formadores de opinião, os influenciadores ganharam vida (Karhawi, 2012). O trabalho deles consiste em mostrar a melhor vida. A melhor imagem de si. Apontar a câmera do celular e vender a si mesmo. Fazer os espectadores - usuários - assistir e almejar um pouco da felicidade exibida.

A comoção através das imagens ao redor camufla a realidade. Nada mais é real, tudo é imagem. Ela seduz e emociona. Assim, é a espetacularização. “O espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens” (Debord, 2003:4).

O espetáculo, compreendido na sua totalidade, é simultaneamente o resultado e o projeto do modo de produção existente. Ele não é um complemento ao real, um adereço decorativo. É o coração da irrealidade da sociedade real. Sob todas as suas formas de informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto do entretenimento, o espetáculo constitui o modelo presente da vida socialmente dominante. Ele é a afirmação onipresente da escolha já feita na produção, e no seu corolário - o consumo. A forma e o conteúdo do espetáculo são a justificação total das condições e dos fins do sistema existente. O espetáculo é também a presença permanente desta justificação, enquanto ocupação principal do tempo vivido fora da produção moderna (Debord, 2003: 6).

As imagens, a linguagem, a hipnose em volta e a velocidade com que tudo acontece induz o indivíduo ao entorpecimento de si mesmo e do que acontece no mundo (fora da sua bolha). É tanta informação imagética para processar que o sujeito tenta absorver tudo no maior tempo possível, antes que termine e novas atualizações apareçam. O sujeito constrói seu próprio mundo com aquilo que pode enxergar. Um mesclado de ilusões com misturas de papéis, ao mesmo tempo em que o indivíduo é espectador, consumidor também é produtor. Essa inversão serve apenas para deixar o sujeito ainda mais vulnerável, com a sensação de poder escolher.

Debord levanta a questão de que tudo que é visto é falso. “O verdadeiro é um momento falso” (Debord, 2003:9). Ou seja, é enganoso mas hipnótico. A exacerbação dos recursos audiovisuais na sociedade de hoje, lamentavelmente leva o sujeito à cegueira. Ele não enxerga, não escuta, não vive e não faz suas próprias escolhas. Vide o Instagram, TikTok ou Pinterest, sobrevivem potencialmente do culto à imagem. Os recurso stories (agora com

comentários público<sup>2</sup>), Reels e o próprio *Feed* do Instagram. O TikTok tornou a disputa entre as redes extremamente acirrada com seus vídeos curtos, certos e dinâmicos. E o Pinterest, focado em fotos, o usuário pode publicar, buscar e salvar em pastas criadas por ele próprio. As pessoas também usam como fonte de inspiração.

O espetáculo apresenta-se como uma enorme positividade indiscutível e inacessível. Ele nada mais diz senão que “o que aparece é bom, o que é bom aparece”. A atitude que ele exige por princípio é esta aceitação passiva que, na verdade, ele já obteve pela sua maneira de aparecer sem réplica, pelo seu monopólio da aparência (Debord, 2003:12).

O espetáculo das produções nas redes tiram proveito do modo inconsciente do sujeito agir e pensar - no caso, não pensar e não agir, pois o objetivo é a perda da consciência crítica. Debord (2003: 32) refere-se a esse sistema como uma “fábrica de alienação”. Através dessa alienação é mais fácil construir uma falsa realidade e dominar a sociedade. As redes sociais, então, viraram multiplicadores desses palcos, uma verdadeira potência usada para distrair o povo da realidade. São impulsionados ao público representações imagéticas como forma de domínio rápido e fácil.

Assim, a sociedade do espetáculo sobrevive de aparências. A contemplação estimulada pelo Instagram, TikTok e demais, exercem um fascínio difícil de resistir. Impossibilitando a capacidade de ser real e autônomo em um mundo invertidamente irreal. Onde o tempo já não é suficiente e com isso, o sujeito não vive mas tenta sobreviver.

Alienação do espectador em proveito do objeto contemplado (que é o resultado da sua própria atividade inconsciente) exprime-se assim: quanto mais ele contempla, menos vive; quanto mais aceita reconhecer-se nas imagens dominantes da necessidade, menos ele compreende a sua própria existência e o seu próprio desejo. A exterioridade do espetáculo em relação ao homem que age aparece nisto, os seus próprios gestos já não são seus, mas de um outro que lhes apresenta (Debord, 2003: 30).

A afirmação da vida e da aparência através das redes sociais é abertamente consumada pelos influenciadores digitais (*influencer digital*). Eles trabalham para mostrar a perfeição do mundo deles. E as publicidades, a mercadoria mais promissora e rentável é disparada em massa nos stories do Instagram ou vídeos do TikTok (muitas vezes nem mesmo é identificada, como é recomendado). Os seguidores, espectadores, assistem passivamente à vida passar em frente de seus olhos. Quando tiverem de consumir, influenciados pelas “publis”, consomem de um jeito ou de outro. A construção do indivíduo na sociedade em rede nada mais é que um simples expectador.

---

<sup>2</sup> Chamada de Hype, a nova funcionalidade disponível a partir de junho de 2024, dá ao usuário a opção de publicar comentários em stories que qualquer pessoa pode visualizar (G1, 2024). Disponível em: <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2024/06/22/nova-funcionalidade-do-instagram-mostra-publicamente-que-m-comentou-nos-stories.ghtml>.

### 3.2 X (ANTIGO TWITTER)

Fundado em 2006 por Jack Dorsey, Christopher Isaac Stone, Noah E. Glass, Jeremy LaTrasse e Evan Williams. A primeira publicação veio de Dorsey em março e foi lançada oficialmente em junho de 2006. Entre relações conflituosas que culminou a suspensão da conta do então presidente dos EUA, Donald Trump, em 2021, após o tumulto do Capitólio. Em 2022 o bilionário Elon Musk adquiriu a rede social, após abordagens um tanto agressivas.

Entre as mudanças, a mais impactante certamente foi a troca de nome. Significava o fim de uma era e o começo de uma nova. O jornalista de tecnologia americano Casey Newton (2023), descreveu essa mudança de “um ato prolongado de vandalismo cultural”. Simbolizava tudo o que o Twitter já não era e ainda significava que dias tenebrosos viriam para a ex rede do passarinho. Casey completou dizendo que Musk se deleitava em apagar o que o Twitter era. Atitudes que vão desde provocações, trocadilhos, discussões e entrar em conflito com um ministro da justiça brasileira foram minando a confiança dos usuários na longevidade próspera do aplicativo.

Antes de tudo, Elon Musk não é conhecido por ter filtros na hora de se pronunciar. E o que parecia incomodá-lo era a “liberdade de expressão”. Ou a moderação de conteúdo. Segundo o empresário em uma entrevista ao Chris Anderson, curador da TED conferences, “ter uma plataforma pública que é massivamente confiável e amplamente inclusiva é extremamente importante para o futuro da civilização”. Musk afirmou ainda que acredita que o twitter deveria abrir o código do algoritmo.

Após a aquisição, mudanças drásticas já eram bem visíveis: a retomada de perfis que antes eram suspensos por violar regras de uso - discurso de ódio e extremistas, por exemplo - a forma como os usuários veem as publicações no feed. O portal de notícias, G1, definiu a questão do algoritmo do feed, ou como as pessoas interagem com as abas “para você” e “seguindo”.

Em abril de 2024 ocorreu um embate entre Elon Musk e um juiz do Supremo Tribunal Federal, especificamente Alexandre de Moraes. As decisões do ministro em relação ao bloqueio de contas por desrespeitar a legislação brasileira deixou Musk descontente. O dono do X então passou a atacar Moraes e a questionar a liberdade no Brasil. As declarações inflamou o discurso da extrema direita contra o judiciário, disse uma repórter no Podcast O assunto com Natuza Nery. Musk insinuou que o ministro deveria renunciar ou sofrer um impeachment e ameaçou reativar perfis bloqueados.

O ministro reagiu às ameaças incluindo o empresário bilionário em um inquérito que investiga as milícias digitais e abriu um outro para investigar sua conduta: obstruir a justiça, organização criminosa e incitação ao crime. Além de multar o X caso Musk reative os perfis bloqueados.

O embate se inflamou a partir das divulgações feitas pelo jornalista e ativista americano Michael Schellenbeger. Ele e outros jornalistas começaram a trabalhar com Musk. A advogada Estela Aranha comenta no “O Assunto” que Musk liberou arquivos internos de emails de comunicação do Twitter para esses jornalistas trabalharem e “produzir material para corroborar com as teses do Musk em relação a esse debate”.

Os documentos foram intitulados como “Twitter files”. Ou arquivos do Twitter. No que se refere ao Brasil, “Twitter files Brazil”. Em entrevista à CNN, Schellenberg disse que o TSE pediu dados de usuários que usaram hashtags contra o processo eleitoral no Brasil e contra ministros do Supremo Tribunal Federal (STF). Entretanto, Schellenberg disse não ter visto e também não tinha os documentos do judiciário, senão publicaria.

A BBC News Brasil (2024) cita que alguns jornais e sites chegaram a questionar se as últimas publicações do bilionário podem incentivar e acelerar a regulamentação das mídias sociais no Brasil. Isto é, depois tanta polêmica ao redor do X (ex-Twitter), ataques, ameaças e provocações do próprio dono contra um representante da justiça Brasil rendeu até discussão a respeito do fim da plataforma no país<sup>3</sup>.

Contudo, para além disso, o X também possui um histórico de vazamento de dados. Em 2018, o Twitter (agora X) divulgou ter ocorrido uma falha no seu sistema que poderia ter exposto seus usuários. Isto é, houve uma suspeita que senhas teriam ficado expostas. O jornal espanhol EL País (2018) relatou que o Twitter informou ainda que, após uma investigação interna, não encontrou indícios que as senhas haviam sido de fato roubadas ou que sua equipe tenha agido com displicência.

Novos movimentos em relação a insegurança de dados voltaram a acontecer, desta vez relacionado a um vazamento de dados na qual endereços de email estariam sendo divulgados por hackers. Brian Fung (2023) disse que “alguns relatórios sugeriram que os dados foram coletados em 2021 por meio de bug nos sistemas do Twitter, uma falha que a empresa corrigiu em 2022 depois que um incidente separado, envolvendo 5,4 contas do Twitter, alertou a empresa sobre a vulnerabilidade”.

As ocorrências citadas demonstram a fragilidade das redes sociais. Em como estão envolvidos em escândalos, caos e construções de narrativas para benefício próprio. Bem

---

<sup>3</sup> Após determinação no dia 30, o X foi suspenso no Brasil a partir de 31 de agosto de 2024.

como, o potencial estratosférico que pode afetar até mesmo o estado de direito de um país. Exemplo disso é o Tik Tok também, nasceu em pouco tempo e já tem trajetórias de efeito nas pessoas e na sociedade - com o medo dos próprios governos com seu poder de alcance.

### 3.3 TIKTOK VS INSTAGRAM

Um senador americano, Ted Cruz comparou o TikTok a um cavalo de tróia, no qual o partido Chinês poderia influenciar aquilo que os americanos ouvem, vêem e até pensam<sup>4</sup>. Pertencente à chinesa ByteDance, encontra-se em apuros com os EUA. Surgiu e logo conseguiu se tornar um fenômeno entre os jovens - e hoje já se encontra entre outros nichos também. O motivo? os vídeos. O formato dos seus vídeos, na vertical, curtos, simples e de rápida execução. E claro, seu algoritmo extremamente sensível as interações dos usuários.

O algoritmo do TikTok<sup>5</sup>, é influenciado baseado nos seguintes atributos: o engajamento e interações (*likes*, comentários e compartilhamentos), visualizações, preferências de conteúdo, o próprio perfil, as novidades e tendências, as informações dos vídeos (sons, legendas e *hashtags*). Assim como, as novas atualizações: personalização do feed (com ajustes dos próprios usuários), os *insights*<sup>6</sup>, os vídeos mais longos (para concorrer com o YouTube) e integração com outras plataformas.

Com isso, através dos vídeos engraçados e as atualizações personalizadas arrebatou legiões de simpatizantes. De acordo com a CNN Brasil, “o Tik Tok ultrapassou o Facebook e Whatsapp e virou o aplicativo com mais downloads ao longo de 2020”. A Sensor Tower, uma empresa de análise, fez um levantamento em que mostrou o TikTok como o primeiro aplicativo não relacionado ao Facebook a atingir 3 bilhões de downloads no mundo. E continuou crescendo em 2021. Ainda segundo a analista, o Tik Tok se tornou o 5º aplicativo a ter alcançado esse feito histórico, juntando-se ao WhatsApp, Messenger, Facebook e Instagram.

O sucesso acontece mesmo com seu histórico de banimento, segundo o *The New York Times*: Reino Unido, Austrália, Canadá, comissão Europeia, França e o parlamento da

---

<sup>4</sup> (Cruz, 2020). Disponível em: <https://www.facebook.com/SenatorTedCruz/posts/3094838890628390/>.

<sup>5</sup> É importante destacar que o algoritmo não é aberto, o que se sabe são informações divulgadas pela própria plataforma e opiniões de especialistas.

<sup>6</sup> Você pode traçar o perfil dos seus seguidores e até descobrir novos públicos. Informações como Idade, gênero e localização. Você consegue ver as categorias de interesse e ver quais criadores de conteúdo eles seguem (Sebrae, 2023). Disponível em:

<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/conheca-a-ferramenta-audience-insights-do-tiktok,afa2c8ecdccc6810VgnVCM100001b00320aRCRD>.

Nova Zelândia proibiram o uso do aplicativo em dispositivos oficiais do governo. Na Índia, onde era o maior mercado do Tik Tok, foi banido totalmente em junho de 2020. Isso acontece pois, segundo os relatos do *The Guardian*, existe um receio da China explorar a coleta de dados do TikTok e promover a visão de mundo da China.

A Meta - marca do Facebook, Instagram, WhatsApp - parece não ter ficado tão satisfeita com a possível perda do monopólio nas redes sociais, e começou a investir em novas atualizações também, como os vídeos. Não apenas ela, como o YouTube e o Kwai começaram a investir massivamente nos vídeos. O Instagram com o Reels chegou em 2020 e o YouTube Shorts em setembro de 2020. O Kwai (também chinês) apesar de ter sido lançado antes do próprio TikTok (em 2011) não conseguiu as mesmas façanhas do rival.

Segundo o G1, “As pessoas têm muitas escolhas sobre como querem gastar seu tempo, e apps como o TikTok estão crescendo muito rapidamente. E é por isso que nosso foco no Instagram Reels é tão importante no longo prazo, disse Mark Zuckerberg, presidente executivo da Meta, em 2022”<sup>7</sup>. Baseado no conhecimento sobre os usuários, eles sabem exatamente aquilo que está sendo valorizado. Visto que se trata de economia e capitalismo. Economia da atenção e capitalismo de vigilância. As companhias de tecnologia, então, dão aquilo que os indivíduos querem, pois já foram moldados para isso. É uma necessidade cíclica.

Destarte, as redes possibilitam a construção dos indivíduos. Plataformas sociais de vídeos curtos, por exemplo, enveredam pela rapidez do tempo. É precioso, curto e passageiro. O efeito do TikTok ressignificou o modo como os usuários buscam informações. Isto é, os usuários - principalmente a geração Z - estão trocando o Google pelo TikTok. O especialista em tecnologia e inovação ao portal de notícias G1, Arthur Igreja acredita que o TikTok é uma ameaça ao Google. Segundo ele, as redes sociais avançaram no meio que antes pertencia aos buscadores.

À vista disso, o Sebrae relata que o TikTok modificou o comportamento dos jovens na maneira como consomem. Ou seja, a rede social criou estratégias para desbravar mercados que antes pertenciam a gigantes consolidadas. A plataforma chinesa está redefinindo o mercado competitivo.

Com seu algoritmo, o Tik Tok é capaz de exibir vídeos personalizados, o que o torna extremamente atraente para a geração Z, que valoriza a facilidade de uso e a personalização. Além disso, o TikTok permite que os usuários criem e compartilhem

---

<sup>7</sup> Disponível em:

<https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2023/12/07/entenda-por-que-jovens-preferem-o-tiktok-na-hora-fazer-pesquisas.ghtml>.

seus próprios vídeos, o que aumenta ainda mais sua atratividade para a geração Z (Sebrae, 2023).

“Os usuários querem descobrir conteúdos de maneira imersiva e diferente. Eles não buscam, por exemplo, palavras-chave específicas. Eles gostam de imagens, sons e vídeos” (Sebrae, 2023). O retrato dessa geração já não tem mais tempo, então tudo aquilo que consumir sua atenção de maneira mais rápida e fácil ganhará popularidade. Mas a popularidade só se manterá por meio de constantes atualizações e a certeza que irá recolher o indivíduo minuto a minuto. Não apenas o TikTok, mas os concorrentes também. Todavia, o Instagram segue sendo “queridinha”.

### **3.1.1 Instagram**

O Instagram foi criado em 2010, por Systrom e Krieger (natural de São Paulo), baseado na essência de fotografias. Foi vendido em 2012 para o Facebook (atualmente Meta), aquisição avaliada em 1 bilhão. Inicialmente apenas usuários iOS poderiam usar, ganhado uma versão para Android em 2012. A versão para Android logo começou a se expandir, e de acordo com o portal de notícias, G1, “atingiu 5 milhões de downloads em menos de uma semana”.

O aplicativo surgiu com o intuito de tirar fotos, aplicar efeitos e compartilhar nas redes sociais. Passou por grandes evoluções e está a todo mundo atualizando-se para “melhorar a experiência dos usuários” - ou melhor capturar a atenção dos indivíduos. Reformulado, ganhou novo formato de compartilhamento de fotos e vídeos. Com o tempo, passou a ser pressionado por concorrentes: Snapchat e TikTok, principalmente. Entre outras, das quais a rede não quis ficar para trás, como o YouTube.

Essencialmente o Instagram trata-se da imagem. Através das constantes atualizações, findou-se no que é hoje: uma rede imagética, venda da perfeição, produtos e serviços. Principal nicho dos influenciadores digitais. Além disso, conta com funções como: câmera e filtros, stories, boomerang, direct (conversas privadas), gravação e transmissão de vídeos - lives, Reels e pesquisas. Também permite a junção de conteúdos por meio de hashtags.

“Os usuários tendem a adaptar novas tecnologias para satisfazer seus interesses e desejos” (Castells, 2003, p. 59). Assim, ao perceber o segmento dos interesses dos usuários, os grandes produtores realizam “seus desejos”. Estes, frequentemente estimulados, querem sempre mais, e quem não está pronto para dar-lhes o melhor, desperdiça sua atenção. Enfim, o

diretor executivo, Mark Zuckerberg sempre encontra novas oportunidades para adaptar em sua plataforma e continuar no topo. Desde que chame a atenção dos usuários.

Exemplo dessa expansão mercadológica visando à concorrência, são os *stories* em paralelo com o Snapchat e o Reels em 2020 para rivalizar com os famosos vídeos curtos do TikTok (maior “pedra no sapato” da Meta). Conforme uma matéria do G1, “Em 2016, uma mudança no feed do aplicativo desagradou muitos usuários: as fotos não eram mais exibidas em ordem cronológica e a seleção do conteúdo passou a ser feita com base em um algoritmo - como já acontecia com o Facebook”.

Enfim, o Instagram, assim como suas “irmãs”, entram na vida das pessoas com o propósito de nunca mais sair. Seja através do Reels com seus vídeos extremamente viciantes ou a capacidade da espetacularização da imagem, principalmente pelos influenciadores vendendo uma “realidade” perfeita.

### 3.1.2 Facebook

O Facebook tem suas devidas particularidades para este trabalho. Sendo assim, está localizado na seção ligada à Cambridge Analytica. Portanto, não cabe se estender em assuntos que não estejam ligados à coleta e manipulação de dados. Assim, pontua-se alguns itens ainda não compartilhados. Iniciando como um projeto de alunos de Harvard para seus colegas (restrito a e-mails de universidades e logo mais, estudantes de ensino médio se fossem convidados por membros e corporativos) o Facebook se encontra entre a maior e mais impactante rede do planeta.

Desde 2004 no “ar” consagrou seu nome como marca e memória dos usuários. Para a sua época, e com os concorrentes Friendster, MySpace e Orkut, foi vista como a novidade mais revolucionária. Destacou-se através das relações com o *feed* de “notícias” e pessoal, publicação e visualização de imagens, botão de “curtir” (primeira “raiz” em 2009), comentários, compartilhamentos, e o ato de adicionar amigos na página. Em 2011, veio a linha do tempo mais organizada.

Segundo uma matéria do G1 (2014), a compra do Instagram em 2012 tornou destaque do Facebook, “A linha do tempo tornou-se obrigatória, inclusive para empresas, e a rede social começou a exibir anúncios entre as publicações de amigos e de páginas que o usuário seguia. 85% dos US\$ 3,7 bilhões que o Facebook arrecadou em 2011 vieram de publicidade”.

Enfim, o Facebook, projeto elaborado por Mark Zuckerberg, o brasileiro Eduardo Saverin, Dustin Moskovitz, Andrews McCollun e Chris Hughes, nasceu com a pretensão de conectar pessoas, redefiniu a comunicação digital e modificou o meio. Em 2021 a empresa modificou o nome de Facebook para Meta, todavia permaneceu Facebook como rede própria e isolada.

Ao longo de sua história também acumulou polêmicas, as principais delas envolvendo escândalo de dados.

### 3.1.3 TikTok

Despontou para o mundo bem recentemente, como uma lapidação de outro aplicativo lançado em 2016, o Douyin. Ambos pertencentes a empresa de internet chinesa, ByteDance. E somente em 2017 o TikTok foi lançado. Contudo, a rede não existe na China, apenas sua versão, o Douyin. Desenvolvida para ser uma plataforma de vídeos, possui um dos algoritmos mais potentes do mundo - sistema de recomendação altamente eficiente - conseguindo prender a atenção das pessoas ao ponto de fazê-las gastar horas do seu tempo apenas assistindo vídeos. Cristina J. Orgaz (2020) da BBC News resumiu como “uma tela de celular, um vídeo vertical e um minuto da sua vida. Esses três elementos são a essência do Tik Tok, a rede social de vídeos curtos que está viciando os jovens e que já mudou os hábitos de consumo de vídeos de milhares de usuários”.

A partir disso a rede social tornou-se popular ao redor do mundo, tanto que começou a causar medo nos governos. Segundo Jessie Yeung e Selina Wang (2023), da CNN, em 2021 somaram mais de 1 bilhão de usuários ativos em todo o mundo. É um número impressionantemente alarmante para uma rede social tão nova no mercado com um grande potencial manipulador. Natuza Nery, jornalista e apresentador do podcast O Assunto (2024) definiu como um algoritmo poderosíssimo que aprende rapidamente do que o usuário gosta e exatamente por isso vicia. Ou seja, quanto mais se aprende sobre o usuário, mais essa rede se supera - se aperfeiçoa - expande e manipula esse indivíduo, mostrando-lhes coisas que ele gostaria ou **deveria** gostar.

Cristina J. Orgaz (2020) comenta que “este algoritmo usa aprendizado de máquina (machine learning, em inglês) para saber qual conteúdo cada indivíduo prefere com base em seu comportamento”. É letal e fatal, não importa se o indivíduo tente disfarçar ou enganar a si mesmo quanto a sua segurança, no final ele sempre é pego. Matthew Brennan, autor de

Attention Factory (Fabricação de Atenção) e especialista de internet na China, esclarece à BBC News a respeito do poderio desse algoritmo e como ele pode ser viciante, ele destaca a diferença para outras plataformas, no quanto o algoritmo deles, diferente do TikTok, o efeito é mais demorado.

Brennan (2020) ressalta: “o que torna tão viciante é que ele aprende o que você gosta e o que não. E faz isso rapidamente porque em um minuto você pode assistir a cinco ou seis vídeos”. E sequer percebe o tempo passar, porque tudo parece tão legal e útil. Assim sendo, a personalização, a individualização da plataforma faz com que seu algoritmo se destaque e passe a ser mais inteligente do que o próprio sujeito. Pois de acordo com Brennan, autor de Fabricação de Atenção, é um dos algoritmos de recomendação mais sofisticados do mundo. Possui uma característica de anúncio muito peculiar, ele está lá mas ao mesmo tempo não está. É silencioso e se passa por um simples vídeo.

Imitar um produto como o algoritmo da rede ByteDance não parece simples, por toda a sua sofisticação, invisibilidade e precisão em manter a atenção do usuário. Eles têm uma técnica certa de recolher dados do indivíduo, até mesmo quando ele está negando-se a alguma atividade. Kaya Yurieff (2021) resume que o “mais difícil de emular é o poderoso recurso “For You” do Tik Tok e seu algoritmo, que fornece vídeos adaptados aos interesses de cada usuário”. Isto é, trata-se de uma inteligência artificial executada para aprender sobre o usuário, do que gosta ou não gosta, para depois usar contra ele.

É enlouquecedor o ‘usar contra ele’, é como uma arma engatilhada e pronta para ferir alguém (você). É o efeito do TikTok. O armazenamento de dados, o traço do perfil de cada pessoa, quem é ela de verdade, sua identidade (o algoritmo sabe e conhece). Nesse caso, a ByteDance obtém informações valiosas apenas mostrando pequenos vídeos engraçados em um curto espaço de tempo. Conforme Brennan (2020) na entrevista para a BBC News, “nesse tempo, você tem que descartar o vídeo ou assisti-lo. E essa ação revela se você gosta ou não. Assim, o ByteDance pode obter muitas informações em um tempo muito curto”.

O escritor ressalta ainda que “no Tik Tok, você interage constantemente com o aplicativo e, mesmo que não o faça, também está dando informações. Se você não fizer nada, significa que parou o vídeo e o está assistindo. É um indicador muito forte de que o que você vê parece interessante para você”. E no final, a ByteDance consegue um banco de dados inesgotável, apenas medindo enquanto o sujeito passa seu tempo. No mais, o autor reforça que “quando o usuário tem vários de seus aplicativos no celular, a “curtida” em um passa a valer uma melhor recomendação em outro. A informação é compartilhada entre eles”.

Natuza Nery no podcast o Assunto, cuja temática girou em torno do TikTok, relatou que a rede soma 1 bilhão de usuários ativos em todo o mundo e em 2024 se tornou a marca mais valiosa do planeta, à frente dos concorrentes Facebook e Instagram, ambos da gigante americana Meta. Diante disso, Rodrigo Lemos, diretor do Instituto de Tecnologia e Sociedade (IST) do Rio de Janeiro, resume o motivo da popularidade: inovação. Lemos refere-se aos vídeos curtos e ao algoritmo de Inteligência Artificial, ao qual, com poucas informações, consegue saber seu perfil demográfico, sabe aquilo que você gosta, aquilo que captura sua atenção e a partir daí você usa e não consegue parar. É cativante e gera compulsão e não é fácil parar de usar.

Enfim, é compreensível o porquê do ‘temor dos governos’ - e é claro, o fato de não ser americana. Entretanto, considerando um em especial que tem ganhado a mídia e feito uma intimação incisiva a plataforma: venda ou banimento da rede nos EUA. Tudo começou com uma pegadinha dos jovens do TikTok, em que reservaram um lugar no comício de Donald Trump, mas não compareceram, deixando o lugar vazio.

Os ânimos não acabaram por aí, o assunto retornou atualmente ao congresso dos Estados Unidos (assinado e aprovado por Joe Biden). Ronaldo Lemos (IST) em conversa com Natuza Nery no O Assunto diz que o “conflito foi se acirrando na medida que o conflito com a China foi escalonando”. O podcast acrescenta ainda o fato do governo chinês tratar “empresas privadas como extensão do governo” e parte dos americanos consumir notícias pelo TikTok. Pensando assim, não é de todo estranho a agilidade para pressionar a ByteDance a vender a rede social nos EUA e barrar o efeito do TikTok.

Por fim, de acordo com o portal de notícias, G1, “após sanção de Biden, a ByteDance terá 270 dias - até meados de 2025 - para encontrar um comprador das operações do Tik Tok nos Estados Unidos. Esse prazo poderá ser renovado por mais 90 dias”. Em suma, todo esse drama envolvendo uma rede social e um governo, revela o poder que um aplicativo pode ter sob um indivíduo e que dois grandes poderosos podem brigar para obter o controle.

#### 4 DIRECIONADOS E GOVERNADOS

Esconder-se atrás das telas nunca esteve tão presente quanto agora. Elas converteram-se em companheiras inseparáveis dos indivíduos, que por sua vez passaram a valorizar mais as relações virtuais em vez das interações sociais. A algoritmização é um sistema onde tudo é controlado e guiados por algoritmos, nada é alheio ou por acaso. Segundo os pesquisadores Regattieri e Antoun (2018, p. 463) “o algoritmo nada mais é do que um passo para a resolução de um problema. Trata-se de um sistema para a tomada de decisões”. Entretanto, é muito mais complexo, eles não apenas tomam decisões, aprendem.

Eles aprendem a manipular. Manipular **nossos** dados e **nossa** identidade. E a própria fonte são os algoritmos de recomendação. O TikTok, por exemplo, é um dos algoritmos de recomendação mais sofisticados do mundo, disse Matthew Brennan em uma entrevista à BBC News. Eles utilizam uma abordagem de aprendizagem de máquina muito precisa. Brennan, diz que “se o Tik Tok cresceu tão rápido é devido a experiência dos engenheiros. Opera o melhor mecanismo de recomendação do mercado competitivo chinês”.

“Nós não somos meros usuários de tecnologia, senão que, na medida em que as utilizamos cada vez mais amplamente, também nos convertemos em objetos a serem direcionados e governados no comportamento” (Ruiz, 2021, p. 7). Assim sendo, o caminho que o indivíduo está fadado a percorrer é o de se tornar cada vez mais uma peça da máquina inteligente. Pedro Domingos, cientista de dados e autor de O algoritmo Mestre, descreve que “O machine learning é algo novo em nossa vida: é uma tecnologia que constrói a si própria”. Assim, cada vez mais os usuários estão sendo meros telespectadores da sua própria vida.

Não decidimos e muito menos fazendo algo por vontade própria - tem sempre um estímulo. Tudo é decidido por meio de algoritmos que aprendem tudo e rápido. Domingos (2015) explica que “os algoritmos de machine learning, também conhecidos como aprendizes, são diferentes: eles descobrem tudo sozinhos, fazendo inferências a partir de dados. E quanto mais dados têm, melhor ficam. [...] não precisamos programar computadores; eles mesmos se programam”.

As pessoas são controladas e conduzidas a tomar decisões baseada nos rastros que elas mesmas deixam por aí. A partir dos dados colhidos nesses rastros. “Ele sabe tudo sobre *nós*, ao passo que suas operações são programadas para não serem conhecidas por *nós*. Elas acumulam vastos domínios de um conhecimento novo proveniente de *nós*, mas que não é para *nós* (Zuboff, 2019, p. 26)”.

É através da assistente pessoal do telefone, do cartão de crédito, dos vídeos, da música que você ouve no You Tube, das buscas no Google, na Amazon (ou qualquer outro site de compra e afins), a busca por um filme no catálogo na Netflix, aplicativos de reconhecimento de voz ou no maior buraco negro de todos, nas redes sociais.

[...] os algoritmos de aprendizado são artefatos que projetam outros artefatos. “Os computadores são inúteis” dizia Picasso. “Eles só podem nos dar respostas”. Os computadores não deveriam ser criativos, teremos o machine learning. Um algoritmo de aprendizado é como um mestre artesão: cada uma de suas produções é diferente e adaptada primorosamente às necessidades do cliente. No entanto, em vez de transformar pedras em alvenaria ou ouro em jóias, os aprendizes transformam dados em algoritmos. E quanto mais dados eles têm, mais intrincados são os algoritmos (Domingos, 2015, p. 12).

Domingos (2015) adianta que nem todos os algoritmos funcionam da mesma maneira. Os algoritmos de recomendação da Amazon são um e o da Netflix é outro. Isto é, “se um deles o estivesse guiando por uma livraria física, tentando determinar o que é “interessante no seu caso”, provavelmente o da Amazon o levaria às prateleiras que você consultou anteriormente; o da Netflix o levaria a seções da loja desconhecidas e [...] estranhas.”

O direcionamento dos comportamentos (governamentalização) é uma abordagem da vigilância e manipulação dos dados nas redes. É produzida com intenção, desenvolvida especificamente para massificar os indivíduos e conduzi-los a escolhas premeditadas. Assim, a manipulação já não é exercida por meio da coerção mas da indução e condução das escolhas. O indivíduo precisa acreditar que teve escolhas - que é exatamente aquilo o que ele queria - quando na verdade, suas necessidades foram criadas.

A governamentalização procura dirigir a conduta dos outros a partir de suas próprias preferências. Para isso, tem que conhecer ao máximo as tendências comportamentais de cada um para, deste modo, se antecipar aos desejos individuais elaborando estratégias personalizadas de influência e indução orientadora dos comportamentos. A governamentalização opera através da liberdade dos indivíduos. Conduzir liberdade é oximoroso perigoso, porque liberdade conduzida não é liberdade, mas submissão dócil e livres aos ditados das estratégias externas (Ruiz, 2021, p. 7).

Os indivíduos são jogados naquilo que Ruiz (2021) chamou de tempestade de algoritmos. Segundo o autor, a pandemia do Covid-19, lançou a todos numa “aceleração digital não programada”. Se antes da pandemia já havia esse crescimento, a partir do momento que o contato humano era desestimulado, as coisas saíram do controle. “Seus mecanismos e imperativos econômicos tornaram-se o modelo-padrão para a maioria dos negócios que têm a internet como base” (Zuboff, 2019, p. 25).

#### 4.1 A MEDIAÇÃO ALGORÍTMICA, PERSONALIZAÇÃO E VIGILÂNCIA

“A mediação algorítmica, que é implícita e não humana, almeja uma dimensão de personalização tão profunda, e cada vez mais precisa, que leva o indivíduo a perceber que a informação mediada foi selecionada sob medida para ele” (Caribé, 2019, p. 23). E isto quando o indivíduo percebe essa seleção, essa personalização. Os efeitos da hiperconexão, das redes sociais -hoje alimentado pelas IoT- superam qualquer estado de alerta dos indivíduos. Por exemplo, os anúncios quase imperceptíveis do TikTok, facilmente podem se passar por simples “videozinhos”. Quando, na verdade, estão trabalhando com uma personalização profunda do usuário.

A personalização individual dos conteúdos acarreta na personalização do usuário. Não é possível desvincular um do outro. O algoritmo, extremamente eficaz, seleciona aquilo que aprendeu como instrumento da captura da atenção do seu usuário, em seguida lança ao indivíduo e o ensina seus próprios gostos. É como a realização de um sonho: ter tudo a seu dispor, rápido e fácil.

Frente a tal “sonho”, convém, no mínimo, lembrar que nossos comportamentos jamais foram tão conduzidos - observados, registrados, classificados, avaliados - como agora com esta base estatística, e isto com base e em função de códigos de inteligibilidade e critérios absolutamente opacos à compreensão humana. [...] o governo algorítmico “cria” uma realidade ao menos tanto quanto ele a registra (Rouvroy; Berns, 2015, p. 48).

Assim, o indivíduo é manipulado, governado, direcionado, mediado e personalizado por algoritmos. A sociedade é constantemente vigiada por algoritmos inteligentes (estamos na era do capitalismo de vigilância). Eles capturam os dados através dos passos dos indivíduos na rede que eles mesmos guiam. É uma interação cíclica. “Observamos hoje a construção de novas relações que estamos estabelecendo com as máquinas e demais dispositivos interconectados, permitindo que algoritmos passem a tomar decisões e a pautar avaliações e ações que antes eram tomadas por humanos” (Magrani, 2018, p. 25).

Os “robozinhos” passaram a tomar decisões por nós. Para cada situação, se ele tem informações sobre nós - e têm - sabe exatamente qual caminho conduzir os indivíduos. Eles vigiam e fazem disso parte de um sistema lucrativo. É o capitalismo de vigilância descrito por Shoshana Zuboff. Segundo a professora emérita da Harvard Business, “tem sido difícil escapar desse audaz projeto”.

[...] chegam até a expropriação cruel do superávit gerado a partir de perfis no Facebook com o propósito de moldar o comportamento individual, seja para que compre um creme para espinhas às 17h45 de uma sexta-feira, seja para que se clique numa oferta de novos tênis de corrida à medida que seu cérebro é dominado pela endorfina após sua corrida matinal de domingo, seja, ainda, para que você vote na

eleição da semana seguinte. [...] os capitalistas de vigilância e seus jogadores no mercado estão agora travados na intensificação contínua dos meios de modificação comportamental e da força agregadora do poder instrumentário (Zuboff, 2019, p. 23).

A extração massiva dos dados permitiu um tipo de vigilância extremamente feroz. Ela domina o sujeito baseado em técnicas de psicologia comportamental. Tudo é sempre milimetricamente calculado. A construção do hábito, através de estratégias dos conglomerados tecnológicos, reforçam a estadia permanente nas mídias sociais. Em determinado ponto, o indivíduo não consegue, sequer, se alimentar sem estar com o celular por perto.

#### 4.2 A MANIPULAÇÃO DE DADOS NAS REDES SOCIAIS

O indivíduo está inserido em um sistema controlador, intencional, disciplinador e manipulador. Um sistema que consegue prever as ações dos indivíduos com bastante facilidade, assim como programar e reprogramar coisas, conectar e reconectar. Coisas são concebíveis as quais tempos atrás não era possível, sequer era pensado, senão como uma utopia-distopia. Contudo, há um fator preponderante que direciona para um percentual cada vez maior de certeza (os algoritmos inteligentes). Sem falhas em personalizar os indivíduos. Uma demanda da própria sociedade pela agilidade certa e efusiva, pela antecipação dos desejos e das necessidades.

Os indivíduos dessa sociedade querem tudo nas mãos; não para hoje mas para ontem e no final de tudo tornam-se mercadorias de um sistema que compra a nossa atenção. Desde a origem do homem, os mais diversos aparatos tecnológicos foram sendo criados para atender as necessidades que passaram a ter. Desde sempre suas necessidades foram a questão. Mas hoje, na sociedade digital, suas necessidades estão sendo impulsionadas a existir mais e mais. A ânsia por mudanças, atualizações constantes (um modelo pode ficar ultrapassado no momento em que você compra um pensando ser o mais atual), o desejo de ser melhor e mais visto instiga o indivíduo a ser a causa da sua própria distorção da realidade.

Nada é permanente mas fugaz. Nada é constante mas inconstante. As ações dos indivíduos são catalogadas por visualizações, *likes*, *posts*, *cookies*, termos e condições, rotas de GPS, a foto feita pelo celular, o tempo que o indivíduo no *feed* lendo ou rolando a tela (o medo de ficar desatualizado/perder alguma coisa), a movimentação entre *hiperlinks* e entre

milhares de coisas que a internet permite ao usuário. Assim, todo dado gerado será comercializado e em questão de instantes, cada informação tirada do usuário será usada em forma de publicidade direcionada, a qual certamente encontrará a rede social do destinatário.

Nesse ínterim, pode existir uma confusão em relação ao modelo atual da sociedade, é pautada por informações sem dúvida, contudo, é um fato que por meio da hiperconexão tornou-se controladora, disciplinadora e vigilante. Todavia, em vez do clamor por ordens para a dominação dos corpos, a disciplina aqui é exercida pela docilização dos corpos e da mente. A disciplina vem quando as redes permeiam a vida a ponto de todo dia, ao acordar o homem já começa a verificar no seu aparelho celular suas mensagens, “dar uma olhadinha no Instagram, TikTok etc” para se atualizar do que pode ter perdido enquanto dormia.

Nas sociedades de controle, ao contrário, o essencial não é mais uma assinatura e nem um número, mas uma cifra: a cifra é uma senha, ao passo que as sociedades disciplinares são reguladas por palavras de ordem (tanto do ponto de vista da integração quanto das resistências). A linguagem numérica do controle é cifras, que marcam o acesso à informação, a rejeição. Não se está mais diante do par de massa-indivíduo. Os indivíduos tornaram-se “dividuais”, divisíveis, e as massas tornam-se amostras, dados, mercados ou “bancos” (Deleuze, 1992, p. 2-3).

Não é nenhuma coincidência abrir a rede social e lá aparecer exatamente o anúncio daquilo que o indivíduo pesquisou no *Google*, por exemplo. Não existe coincidência nessa sociedade controladora. É necessário ter em mente que nada que aconteça com o advento da internet, principalmente das redes sociais, pode ser tratado como um acaso. O que existe são as previsões certas que miram exatamente no sujeito selecionado. Segundo Zuboff (2019) O capitalismo da vigilância prediz “nosso futuro a fim de gerar ganhos para os outros, não para nós”. O sujeito torna-se uma ferramenta manipulável ao bel prazer desse capitalismo vigilante. A manipulação dos dados funciona para alimentar esse sistema.

Os usuários se veem cada vez mais envoltos em teias de projeções algorítmicas, com muitas imagens, sons, textos, cores, vídeos e todo tipo de atrativo para envolvê-lo e fazer com que passe mais tempo conectado, afim dos algoritmos perfeitamente inteligentes descobrir tudo sobre seu usuário. Com as várias telas, janelas e *links* carregam o indivíduo para dentro de um buraco negro.

Estas “janelas” são [conhecidas] por tracker “cookies”, ou simplesmente tracker ou rastreador. Mesmo que o usuário não compre nenhum produto, ou clique em algum anúncio, o tracker permite extrair informações do site visitado, relacionando-as a ele. Conteúdo da página, tempo de permanência, rolagem de tela, links clicados, itens consultados (se for uma loja virtual), referenciador (como o usuário chegou no site), são algumas das informações possíveis de serem extraídos com o auxílio tracker. Ao navegar por diversas páginas que possuam tracker, o usuário permite involuntariamente ao Google, Amazon, Facebook, Twitter e outros, extrair dados do seu histórico de navegação (Caribé, 2019, p. 73).

Assim sendo, tudo que se faça através da mediação da internet, estará sendo monitorada e rastreada. É através dos dados do telefone (os metadados das fotos), do GPS de localização, da conta de e-mail adicionada em vários lugares (nas várias redes sociais e no *Google*) ou o número do telefone distribuído **por aí**. Posteriormente, esses dados se converterão em informações e publicidade na maior das vitrines: as redes sociais. O algoritmo baseado nesse conhecimento apreendido mostra exatamente aquilo que o usuário necessita ver.

### 4.3 A INTERNET... DE TUDO

Um mundo sem internet? sem o Google? sem as redes sociais? a Amazon? a *Alexa*<sup>8</sup>? Siri? as *Smart TVs*, os *Smartphones*, sem a IoT<sup>9</sup>. Parece estranhamente inconcebível, incompatível e silencioso. Imagine viver sem toda essa tecnologia. Sem a tecnologia que move as pessoas. Um modelo inserido em praticamente todos os setores da sociedade: economia, cultura, indústria, educação, comércio etc.

As tecnologias digitais estão progredindo rápido demais. Um professor da USP, Glauco Arbix em uma conversa com a rádio USP, reforça “o impacto das novas tecnologias sobre a vida das pessoas, das economias e de todas as sociedade pelo mundo afora aumenta muito rápido”. O professor ainda comenta que “os impactos sobre a produção, sobre a vida industrial, sobre a manufatura, na verdade aponta para aquilo que se chama a internet das coisas, essas conexões de todos os tipos”.

Aqui cabe uma rápida menção a introdução da internet, o *Google* e suas atribuições a manipulação nas redes. Aquela que afeta todo mundo. Aquela que extrai nossos dados para nos conhecer melhor e profundamente. A história da internet está ligada ao período de guerra fria, surgida como uma rede de comunicação entre as universidades, centro de pesquisas e os militares. “No início, tratava-se de uma rede limitada (Aparnet), compartilhando informações entre universidade “hi-tec” (outra palavra nova) e outros institutos de pesquisa - em 1975 havia dois mil usuários (Briggs; Burke, 2006, p. 301)”.

Após a limitação inicial, ocorreram tentativas de solidificar a internet no mercado, até a chegada do inglês Tim Berners-Lee com a criação do *World Wide Web* (WWW). Cujas a

---

<sup>8</sup> Assistente virtual da Amazon.

<sup>9</sup> Internet of Things ou Internet das Coisas.

popularidade desse sistema consagrou o britânico como o pai da Web. E possibilitou a internet como é conhecida hoje.

Para Berners-Lee, “tecer” a rede não era inicialmente uma tarefa lucrativa ou de alta segurança, mas um meio de ampliar oportunidades. Ele deseja a Web sem proprietários, aberta e livre. Contudo, como os empreendedores norte-americanos que desenvolveram a Internet, buscava lucro [...] ele era movido por uma crença firme no seu potencial global de uso: ela podia e devia ser “world wide”. O desenvolvimento de hiperlinks, o destaque de palavras ou símbolos dentro de documentos “clitando sobre eles”, isso era a chave do progresso futuro. A revista Time, que o saudou como o único pai da Web, chamou suas realizações de “quase gutenberguianas”. Berners-Lee tinha tomado “um sistema de comunicações poderoso, que somente a elite poderia usar, e transforma-o em meio de comunicação de massa (Briggs; Burke, 2006, p. 302).

Briggs; Burke (2006, p. 302) apontam ainda que “a maioria dos provedores de software considerava que a Internet liberava e dava poder aos indivíduos, oferecendo vantagens sem precedentes à sociedade”. E isso acontece até hoje - aliás bem mais - com mais sofisticação e estratégias para engajar e atrair o usuário em uma teia sem fim. Tudo está relacionado e conectado, extraindo dados e dando o algoritmo a oportunidade de conduzir a vida dos indivíduos.

A Google<sup>10</sup>, um dos maiores buscadores do mundo, também é um dos maiores estrategistas na manipulação e extração de dados. Atualmente, é muito mais do que um buscador, tornou-se uma marca gigantesca. Ela compra e oferece diversas ferramentas e serviços para os usuários. Alimentando-se da alma dos usuários através de aplicativos e serviços. O Maps, Waze, Google Fotos, Google Lens, Google agenda, Google Imagens, Google Meet, Gmail, You Tube<sup>11</sup> e etc.

“O que tornou o Google único no início foram duas coisas: por um lado, o algoritmo PageRank e, por outro, o design claro da página, focado em busca e sem publicidade” disse o pesquisador especialista em sistemas de buscas, Dirk Lewandowski à BBC Mundo em 2023. Segundo Carr (2011, p. 168) “O buscador foi fabricado para produzir melhores resultados à medida que a web crescesse. Quanto mais sites e links que o Google avaliasse, mais precisamente ele classificaria suas páginas e daria um ranking para sua qualidade”. Hoje, as poderosas empresas de tecnologia, incluindo a Alphabet (Google), ganham bilhões com os dados que serão utilizados para os anúncios direcionados.

Carr (2011) destaca a Google como um “negócio da distração”. Igualmente são as redes sociais: Facebook, Instagram, TikTok. Eles fazem de tudo para manter os usuários clicando e acessando, vez por vez. “Quanto mais rapidamente surfamos na superfície da web -

<sup>10</sup> Sua controladora hoje é a Alphabet.

<sup>11</sup> Funciona como subsidiária da Google (Alphabet).

quanto mais links clicamos nas páginas que vemos -, mais oportunidades a Google tem de coletar informações sobre nós e de nos suprir com anúncios (Carr, 2011, p. 168)”.

O Google foi pioneiro do capitalismo de vigilância na concepção e na prática, nos recursos inesgotáveis para pesquisa e desenvolvimento, além de pioneiro em experimentação e implementação, porém não é mais o único ator seguindo esse caminho. O capitalismo de vigilância logo se espalhou pelo Facebook (Zuboff, 2019, p. 24).

É através das estratégias de acesso que a privacidade é invadida. Após os dados gerados, ocorre a manipulação. As redes conectadas umas com as outras - aliás, muitas são da mesma subsidiária - compartilham informações – ou “vendem”, afinal **somos o produto**. O Facebook, por exemplo. Em 2018, o jornal *The New York Times* publicou investigações em que se relatava o compartilhamento de informações do Facebook para gigantes da tecnologia.

“O Facebook compartilhou dados de seus usuários com mais de 150 empresas. Apple, Amazon, Microsoft, Netflix e Spotify aproveitaram diversos acordos com o Facebook para usar os dados de seus usuários em vários serviços.” escreveu Jordi Pérez Colomé, repórter de tecnologia, para o jornal EL País. Todos os envolvidos negaram as acusações. Entretanto, evidencia que a questão da privacidade dos dados não é prioridade dessas empresas de tecnologia. Inclusive, Brittany Kaiser fala sobre isso em seu livro *Manipulados*.

Exemplo dessa conexão geral, é o próprio Google e sua conta *Gmail*. Muito do que se faz na internet utiliza-se o *Gmail*. E convenientemente, a sentença *entrar com a sua conta Google ou continuar com o Google* está sempre disposta apenas esperando o indivíduo clicar em vez de criar uma conta nova. Em suma, os dispositivos - ferramentas e serviços online - unidos fazem um verdadeiro estrago na vida das pessoas. Elas têm sua vida mediada pela tecnologia. Tem sua identidade sugada e as decisões e escolhas anuladas, descartadas.

De uma forma ou de outra tudo está fadado à desordem da conexão exagerada. E através de máquinas inteligentes. “Parece claro que tanto os dispositivos quanto os algoritmos são telescópicos, no sentido de que se encaixam uns com os outros e formam uns aos outros como peças acopláveis” (Magalhães, 2019, p. 119). A internet das coisas é como uma peça acoplável que vai ligando a tudo e a todos.

Marximiliano S. Martinhão, na apresentação do livro *Internet das coisas* de Eduardo Magrani, definiu a Internet das coisas como “a progressiva automatização de setores inteiros da economia e da vida social com base na comunicação máquina-máquina: logística, agricultura, transporte de pessoas, saúde, produção industrial e muitos outros”. Magrani (2018, p. 20) ressalta que “as definições de IoT têm em comum é que elas se concentram em

como computadores, sensores e objetos interagem uns com os outros e processam informações/dados em um contexto de hiperconectividade”.

Quanto mais informações -dados- mais a internet -o *machine learning* - e os algoritmos irão explorar o usuário para o próprio usuário. O cientista de dados, Pedro Domingos, ressalta “quanto mais dados temos, mais aprendemos. Se não houver dados? não há nada a aprender”. Assim, para tomar esses dados, mostram-lhes um mundo fácil, esperançoso, espetaculoso -cheios de imagens e discursos- que aprisionam a consciência crítica do sujeito.

Segundo Alves (2019, p. 225) “a governamentalização algorítmica contorna e evita os sujeitos humanos reflexivos”. No fim, a internet das coisas possibilita ainda mais o choque de infinitos dados que os algoritmos lidarão para prever as futuras ações dos indivíduos. É a sociedade idealizada em Admirável Mundo Novo (tecnologia controlando o povo) e Fahrenheit 451 (evita a reflexão) em andamento.

#### 4.4 O ESCÂNDALO DE CAMBRIDGE ANALYTICA E O FACEBOOK

O debate sobre privacidade de dados nunca esteve tão em alta como nos últimos anos, não é de se surpreender, ainda mais quando se tem um escândalo envolvendo roubo e manipulação de dados, como o caso da *Cambridge Analytica*<sup>12</sup> e o Facebook. Em 2018, eclodiu a maior bomba envolvendo a utilização indevida de dados, entre uma rede social e uma empresa privada. A Cambridge Analytica teria influenciado a eleição de Donald Trump em 2016 e a campanha do Brexit (saída do Reino Unido da União Europeia).

Em 2018 *The New York Times* e *The Observer*<sup>13</sup> expuseram a consultoria de dados, *Cambridge Analytica*. Segundo as investigações, a empresa teria explorado informações privadas de usuários do Facebook e usado esses dados para influenciar o comportamento de eleitores americanos. Embora os envolvidos negaram e tentassem reverter as acusações, ficou óbvio o envolvimento da empresa na mineração de dados pessoais de usuários do Facebook. Bem como, a negligência da própria plataforma com seus usuários.

A *Cambridge Analytica* era uma empresa de coleta de dados, visando não apenas alcançar mas converter pessoas. Por meio de pesquisas extensas e sofisticadas, eles

<sup>12</sup> Empresa de Marketing político pertencente ao SCL Group (Brittany Kaiser, 2020).

<sup>13</sup> Jornal dominical publicado pelo *The Guardian*, fundado em 1791.

projetavam o perfil do público-alvo com base nos rastros digitais que deixavam nas redes. *Eram* uma agência de mudança de comportamento. “o SCL fazia pesquisas e contratava cientistas de dados para fazer análises e identificar com precisão os públicos-alvo do cliente. A ênfase era dada, claro, na dimensão heterogênea do público (Kaiser, 2019, p. 30)”

A Cambridge Analytica empregava psicólogos em dedicação exclusiva que, em vez das velhas pesquisas de opinião, desenvolviam métodos de análise política e usavam os resultados para classificar pessoas. Eles usavam a metodologia psicográfica para assimilar a complexidade da personalidade de cada indivíduo e conceber formas de orientar o comportamento delas. [...] por meio da “modelagem de dados”, ou seja, a criação de modelos a partir das informações coletadas, os gurus da equipe criavam algoritmos de prever de forma certa o comportamento dessas pessoas ao receber determinadas mensagens, elaboradas de forma específica para elas (Kaiser, 2019, p. 31).

O vazamento de dados entre a *Cambridge Analytica* e o Facebook, acarretou em danos irreversíveis e de forte impacto. De acordo com o noticiário G1, o Facebook teria estimado 87 milhões de usuários prejudicados. Tratou-se do roubo, manipulação e escancarou para o mundo a farsa da privacidade. Aquilo que deveria ter sido um teste inocente foi usado por ganância e ambição. Para moldar o comportamento com anúncios personalizados.

O uso indevido dos dados levantou acusações de todos os lados: a empresa, o próprio Facebook - querendo tirar o seu nome da **reta** - e a população lesada. Segundo a BBC News Brasil (2018), a empresa teria tido acesso ao volume de dados ao lançar um aplicativo de teste psicológico na rede social. Aqueles usuários que responderam ao teste acabaram por entregar à Cambridge Analytica não apenas suas informações, mas os dados referentes aos amigos do perfil.

Os dados foram coletados por meio de um aplicativo chamado *thisisyourdigitallife*, criado pelo acadêmico Aleksandr Kogan, separadamente do seu trabalho em Cambridge, por meio de sua empresa Global Science Research (GSR), em colaboração com a Cambridge Analytica, centenas de milhares de usuários foram pagos para fazer o teste de personalidade e concordaram em ter seus dados coletados para uso acadêmico (Cadwalladr; Graham-Harrison, 2018, tradução própria).

O que os usuários não sabiam era para que de fato seus dados seriam utilizados. Conforme o jornal *The New York Times*, o pouco de esclarecimento nesta “equação” foram as letras pequenas divulgadas por Kogan aos usuários e ao Facebook. A plataforma também não verificou as informações. Kogan alegou apenas que o aplicativo era um teste inocente para o Facebook e seus usuários.

Contudo, casos como esses infelizmente não vão deixar de acontecer - não enquanto a privacidade de dados for tratada com negligência - apesar das plataformas dizerem possuir uma política, há sempre um escândalo na *porta*. Um exemplo disso é sempre o Facebook. Em

meio a novas polêmicas de vazamento, a rede social anunciou mudança de nome em 2021. A partir de então passaria a se chamar Meta.

Em meio à crise do Facebook Papers, o Facebook mudou de nome. Agora, se chama Meta e se autodenomina como “uma empresa de tecnologia social”. A rede social continuará - o rebranding serve para empresa, que além do Facebook, também controla o Instagram, o WhatsApp e a Oculus (CNN Brasil, 2021).

O noticiário comenta ainda que o nome é uma alusão ao metaverso, um esforço da empresa em combinar realidade aumentada e virtual. Os planos de Mark Zuckerberg são audaciosos e ambicionam um futuro todo direcionado à realidade virtual. É perturbador e estranhamente hostil consigo mesmo quando para manter um pouco de satisfação o indivíduo dê tudo de si, sem na maioria das vezes, estar ciente do que esse “tudo” signifique ou como isso foi feito.

Como dito antes, o Facebook parece estar sempre com seu nome atrelado a escândalos e questionamentos quanto a sua ética, Zuckerberg parece ter sempre que vir a público se explicar. Seja por manipulação de dados (já em 2007, começo do Facebook), *Fake News*, vazamento e manipulação de dados, discursos de ódio que resultaram em genocídio (a violência em Mianmar e a minoria Rohingya), a multa de 5 bilhões em 2019 por falhas contínuas na proteção da privacidade dos usuários, novos vazamentos (com denúncia de ex-funcionária) e apagão das redes sociais (Facebook, Instagram e WhatsApp em 2021).

O apagão dessas redes em 2021 deixou milhares de usuários no Brasil e no mundo sem acesso às plataformas e conseqüentemente aos seus dados. Gerou insatisfação e reclamações via outra rede social, o Twitter -atualmente X. O apagão aconteceu em um momento conturbado para a empresa, na qual vinha de acusações sérias (com documentos vazados e delação) sobre o nível de toxicidade do Instagram, especialmente para meninas.

São diversos acontecimentos que demonstram a insegurança da rede, visto que não se trata de eventos esporádicos. O caso Facebook “Papers” mesmo demonstrou profunda inadequação, desrespeito, intransparência e nocividade com o público, em meio a novas denúncias, desta vez, por parte da ex-funcionária Frances Haugen. Kelly; Fiegermen, (2021) trazem para a CNN Brasil, uma matéria sobre as informações da denunciante, na qual se afirma que ninguém de fora do Facebook sabe o que realmente acontece no Facebook.

A seqüência de relatos informam ao público discrepância no que eles dizem ser e no que realmente são. Segundo Subramaniam (2021) vai desde a forma como tratam a desinformação e à moderação do discurso de ódio na plataforma (isso em vários países). A matéria da jornalista para a CNN Brasil, explora as informações expostas pela ex-funcionária. Nela Subramaniam (2021) destaca a desinformação sobre as vacinas do Covid-19, a questão

do tráfico na plataforma, o impacto de mudanças do algoritmo, lacunas sobre desinformação e discurso de ódio e as reações internas sobre a insurreição ao Capitólio.

Enfim, no fim das contas o histórico de acontecimentos ruins na plataforma é imensurável para os usuários. A influência das redes sociais na vida das pessoas é tanta que mexe, literalmente, com a vida desses indivíduos, de todos.

#### 4.5 RASTROS DIGITAIS... CURTIDAS, CLIQUES E COOKIES

A violação de dados -a personalização do indivíduo- não está vinculada apenas aos testes, aparentemente bobos, da internet. Mas também através das curtidas, comentários, visualizações (até mesmo quantidade de tempo parado nas redes), *reposts* e ícones de reações é possível conhecer todo o perfil comportamental dos usuários. Não apenas de si próprio mas também dos amigos que fornecem dados de outros amigos. É uma corrente de dados inesgotável.

Em Manipulados, Brittany Kaiser discorre sobre como alimentar o banco de dados de uma empresa - no caso, a Cambridge Analytica e em como ela aproveitou cada brecha para rastrear os usuários nas redes. Em suma, não há nada que o indivíduo faça que não seja rastreado. Em absolutamente tudo *deixamos* rastros digitais. “Quando as pessoas se cadastravam para jogos como Candy Crush, no Facebook, e concordavam com os termos de serviço desse aplicativo, desenvolvido por terceiros, eles assentiram em fornecer seus dados e os dados de todos os seus amigos de graça [...]” (Kaiser, 2019, p. 81).

Pensando nisso, quantas pessoas jogam o Candy Crush<sup>14</sup> inocentemente no Facebook? Ou qualquer outro jogo? A coleta de dados continua desenfreada, seja através das curtidas ou tempo de permanência na plataforma rolando o *feed*. Assim como, “toda vez que clicavam em “sim” e aceitavam cookies eletrônicos ou em “concordar” com “termos de serviço” em qualquer site, não apenas em aplicativos do Facebook ou de terceiros” (Kaiser, 2019, p. 81-82).

“O uso cotidiano de tecnologias e redes digitais implica inevitavelmente uma irrestrita e ininterrupta coleta de inúmeros tipos de informações por parte dos serviços e plataformas, a partir de diferentes fontes, sobre os modos de ação e interação dos usuários”

---

<sup>14</sup> Segundo o *The Guardian*, mais de 9 milhões jogam por mais de 3 horas. Disponível em: <https://www.theguardian.com/games/2019/jun/26/more-than-9m-play-candy-crush-for-three-hours-or-more-a-day-addiction>.

(Bentes, 2019, p. 223). Entrar na rede é estar fadado ao rastreamento e à coleta massiva e sucessiva. Não há caminho para o qual fugir, quando a internet possibilita a conexão de todos nos ‘quatro cantos do planeta’ (ainda, é verdade, a existência da exclusão digital provocada pela desigualdade).

Todavia, ainda assim,

os próprios indivíduos compartilham benevolmente “seus” dados nas redes sociais, blogs, listas de e-mail... e todos esses dados são conservados sob uma forma eletrônica, em “armazéns de dados” de capacidade de estocagem virtualmente ilimitadas e potencialmente acessíveis a todo momento a partir de qualquer computador conectado à internet, qualquer que seja o lugar do globo onde se encontra (Rauvroy; Berns, 2015, p. 39).

Desse modo, a dimensão de estar na rede é muito maior do que se pode imaginar e calcular. Um banco de dados é gerado para construir e mediar a vida do indivíduo. Um banco para antecipar suas condutas e fazer previsões, sem recorrer ao charlatanismo. Trata-se de uma governamentalidade dominadora, vigilante e inquebrável.

É que a governamentalidade algorítmica, por sua perfeita adaptação ao “tempo real”, sua “virilidade” (quanto mais dela se serve, mais o sistema algorítmico se refina e se aperfeiçoa, uma vez que toda interação entre o sistema e o mundo se traduz por um registro de dados digitais, um enriquecimento correlativo da “base estatística” e uma melhoria das performances dos algoritmos) [...] (Rauvroy; Berns, 2015, p. 42).

É difícil romper com um sistema que só “anda para frente”. E se aperfeiçoa cada vez mais.

## 5 A GOVERNAMENTALIZAÇÃO DO COMPORTAMENTO E A SOCIEDADE DO CONTROLE

Sociedade da informação? Sociedade digital? Sociedade do controle? Sociedade disciplinar? ou sociedade do cansaço? A linha cronológica dos eventos, a partir da era da informação e da Internet, aliados à rápida celeridade do tempo deixaram os conceitos embaraçados. É difícil encontrar-se em meio a tantas mudanças, mas o fato é que a informação (os dados) se tornou o insumo e motor motriz da sociedade.

João Francisco Cassino (2018) discorre sobre a sociedade disciplinar recorrendo ao pensamento de Michael Foucault e Jeremy Bentham. Enquanto diferencia com a sociedade do controle, presente desde o final do século XX para o início do século XXI, a partir das “tecnologias de massa e, mais recentemente, com o advento e popularização das tecnologias digitais em rede”. A sociedade disciplinar, segundo o pesquisador, está associada à coerção física para docilizar os corpos. Se necessário, até mesmo com a punição física.

Aqui há sempre uma autoridade presente, que ensina, comanda e diz o que fazer: o professor, o médico, o psiquiatra, o carcereiro. As instituições têm por derradeiro objetivo introjetar o comportamento dentro de cada pessoa, criando hábitos, impondo uma cultura que, mesmo na ausência da vigilância da autoridade, garanta que o agir e o pensar sigam as normas previamente ditadas (Cassino, 2018, p. 14-15).

No entanto, “a sociedade do controle é mais sutil, ocorre à distância, penetrando os cérebros e forjando as mentes com seus mecanismos de influência” (Cassino, 2018, p. 15). Aqui estamos concentrados na governamentalização dos comportamentos, por meio do controle da mente, deve ficar ecoando até que o sujeito veja apenas os ecos de uma ideia. A eterna bolha filtro dele. Magalhães (2019), resume a governamentalização algorítmica como simplesmente “governamentalização”. E “a governamentalidade não é senão um complexo intrincado de algoritmos que acoplam-se uns aos outros executando inúmeras funções” (Magalhães, 2019, p. 121).

As expectativas para um novo modelo de sociedade são sem dúvidas altas: promessas de progresso, modernidade, tecnologia e cidades inteligentes. Idealizações - muito semelhantes às novelas distópicas mais famosas da literatura, *1984* de George Orwell, *Admirável mundo novo* de Aldous Huxley. Em *nossa* sociedade, porém, toda situação que o indivíduo se encontrar e fizer, será através da mediação tecnológica e algorítmica. Principalmente através das redes sociais.

A modelagem de comportamento - personalização e governamentalização - já é algo recorrente para esta temática - da *algoritmização da vida*. Existe uma grande relação das

tecnologias com a clara intenção de produzir e reproduzir comportamentos, uma engenharia do comportamento. O constante uso das tecnologias, a ação dos dispositivos eletrônicos desenvolvidos pelo homem para captar sua própria atenção, com a modernização de novos aparelhos (piscou já surgiu um novo), aplicativos, sites, as redes sociais. Enfim, tudo isso e mais um pouco, modela o sujeito e o concentra numa prisão.

Se os dispositivos são realmente telescópios no sentido exposto há pouco, não me parecia uma impropriedade técnica dizer não só que os dispositivos móveis são dispositivos, no sentido de Foucault, como que os aplicativos formam parte de um tipo atual de dispositivo, na medida em que se fundam em um hardware (dispositivo móvel) e um software (sistema operacional) (Magalhães, 2019, p. 121).

Isso pode nos lembrar também do Panóptico de Jeremy Bentham e a prisão criada para aprisionar e condenar o sujeito à miséria individual da vigilância eterna, docilizando-os através do receio de saber se está sendo vigiado naquele minuto ou não. E também a coletiva quando estão presos por uma cerca invisível que ao mesmo tempo os mantém unidos e separados. O sujeito é desprovido da sua liberdade: fisicamente, mentalmente e espiritualmente. Ele *deve* aceitar sua situação. Ele *deve* porque está sendo moldado pelos algoritmos, construído a ponto de quando o estado vigilante se ausentar, ainda sim os indivíduos irão sentir os efeitos, todavia, com os dispositivos eletrônicos e as redes sociais é difícil um momento de ausência.

A partir disso, uma ficha com todas as informações dos indivíduos é gerada e depois reconstruída. “A elaboração algorítmica de perfis (profiling) constitui um tipo de saber prospectivo que elabora previsões probabilísticas quanto às preferências, intenções e propensões de ação, constituindo uma antecipação de comportamentos” (Alves, 2019 p. 229). O sujeito coagido pela mediação algorítmica se submete a ser disciplinado mesmo sem perceber. Simplesmente é, porque suas alternativas de escolhas também já foram listadas, checadas e passadas para o indivíduo.

“Essa ‘antecipação de comportamentos’ tem sido empregada amplamente nas redes sociais (Instagram, Facebook, TikTok, etc.) como se vê, por exemplo, na recomendação de postagens nos feeds e no direcionamento de anúncios publicitários” (Alves; Andrade, 2022, p. 1016). O usuário nada mais é que um escravo. Ele é sempre conduzido a fazer escolhas premeditadas. É o poder sobre os corpos dos indivíduos, sem vida e sem resistência. De acordo com Foucault (1999, p. 218), “o poder produz; ele produz realidade; produz campos de objetos e rituais da verdade”.

O controle da sociedade atual se dá através de dispositivos panópticos. Do banco de dados com todas as nossas referências extraídas desses mesmos dispositivos para alimentar os

algoritmos a tomar decisões para e por nós. O princípio de tudo não é a vigilância em si, sozinha, mas aceitação dela e imputar-se um comportamento desejado. É um contrato social na qual o *ser social* está fadado a cumprir, de modo legítimo e sem resistência.

Concomitante, a Teoria da Dissonância Cognitiva de Festinger, pode ser retomada. Através da busca por justificar sua *realidade*, a ideia de que não é controlado, ao tentar fugir ou minimizar os impactos da manipulação recorrente das redes sociais. Também, ao passo que os indivíduos e a própria sociedade tornam-se incoerentes quando justificam a qualquer custo suas ações e comportamento.

Nossa dependência está no cerne do projeto de vigilância comercial, no qual as necessidades que sentimos por uma vida eficaz lutam contra a inclinação de resistir às audazes incursões do sistema. O conflito resultante produz um entorpecimento psíquico que nos habitua às realidades de estar sendo seguido, analisado, minerado e modificado. E nos predispõe a racionalizar a situação em cinismo resignado, criar desculpas que atuam como mecanismo de defesa (“Não tenho nada a esconder”) ou encontrar outras maneiras de recusar a encarar a realidade, escolhendo a ignorância devido à frustração e à impotência (Zuboff, 2019, p. 26).

Sendo assim, não aceitamos a ideia do controle da mediação algorítmica, muito menos que nosso comportamento e nossas ações sejam governados. Ignoramos e rejeitamos qualquer forma de conhecimento a respeito disso. Distorcemos a realidade - fomos estimulados a isso - para ficarmos bem com nossa própria consciência. Além disso, as mídias sociais manipulam, porém *nós* também - quando conveniente - e porque o cérebro não consegue processar tanto o tempo todo.

Enfim, o comportamento do indivíduo é constituído nesse ambiente de hiperconexão e condução de condutas. Através das redes sociais, estimulam a concentração de espectadores da vida em uma multidão atônita. Já “a multidão não é apenas impulsiva e móvel. Tal como o selvagem, também ela não admite que se interponham obstáculos entre o seu desejo e a realização desse desejo, e admite-o tanto menos quanto maior for o seu número, o que lhe dá a sensação de um poder irresistível” (Le bon, 1980, p. 18). As redes sociais possuem essa relação de desejo, poder e saciação bem definida: ela mostra e insinua que qualquer pessoa pode ter e ser, mas claro, dentro dos limites já impostos.

## 5.1 A CAPTURA DA ATENÇÃO

O foco desta sociedade - rodeada de algoritmos - é atrair o máximo de atenção possível para engajar o indivíduo nas redes sociais. “Em um mundo cada vez mais saturado de estímulos sensoriais e informacionais, a captura, a mobilização e o direcionamento da atenção tornam-se requisitos fundamentais para o sucesso na economia digital” (Bentes, 2019, p. 222). O capitalismo e a economia giram em torno daquilo que pode ser extraído do indivíduo mediado pelas tecnologias.

Assim, as companhias tecnológicas fazem qualquer manobra para atrair o usuário, estimulando a formação de um hábito do qual não se pode fugir. A indústria midiática cria um verdadeiro sistema comportamental por meio do hábito. Nir Eyal e Ryan Hoover expõem no livro *Hooked: how to build habit-forming products* ou simplesmente Engajado em português, quatro formas de prender a atenção do indivíduo. Os autores também revelam que 79% dos usuários checam seus smartphones em até 15 minutos após acordar todas as manhãs.

As tecnologias que usamos se transformam em compulsões, se não totalmente vícios. É o impulso de checar notificações de mensagens. É a atração de visitar o YouTube, Facebook ou Twitter por apenas alguns minutos, apenas para descobrir que ainda está tocando e rolando uma hora depois. É a vontade que você sente ao longo do dia, mas quase não percebe (Eyal; Hoover 2014, s.p).

Eyal e Hoover desenvolveram o modelo *Hooked* ou gancho, composto por 4 fases: o gatilho, ação, recompensa e investimento. Em cada um deles são utilizadas estratégias com base em abordagens psicológicas, para prender, capturar, seduzir e induzir o comportamento das pessoas. O livro, ou o manual do viciado, descreve exatamente como as plataformas sociais conseguem manter a atenção do usuário, dominando a mente deles para que suas ações consistam em um hábito feito de maneira inconsciente. Pois suas ações devem estar “grudadas” no cérebro.

O gatilho, por exemplo, é o simples impulso (às vezes de modo inconsciente) de checar o celular, acessar o Instagram ou TikTok para ‘dar uma olhadinha’ ou responder às notificações e já se passam longos minutos. Esses movimentos aliados aos próprios estímulos emocionais dos indivíduos. A ação é a consequência do gatilho, após a ‘olhadinha’ o sujeito entra em estado de encantamento e então vem a recompensa. A recompensa traz a expectativa do que está por vir, é a espera de novas atualizações: fotos, stories, os comentários e curtidas, vídeos ou os próximos virais do TikTok. Reforça sua permanência. E o investimento, é o tempo que os indivíduos passam ‘rolando’ as telas, assim como, das próprias plataformas.

O tempo investido em cada uma dessas fases alimenta a atenção do indivíduo. É difícil resistir a tanta coisa nova a cada segundo, ainda mais quando se instaura por meio do

hábito. A velocidade dos acontecimentos ocorrem com a mesma rapidez com que podem acabar. É quase uma máxima das redes sociais: “todo tempo do mundo mas nenhum”. O fluxo constante de informações nublam o tempo, de repente passou longos minutos (quicá horas) que o indivíduo está preso na rolagem infinita das redes sociais.

“[...] no final do século XX é a vez do espaço urbano perder sua realidade geopolítica em benefício único de sistemas instantâneos de deportação cuja intensidade geopolítica perturba incessantemente as estruturas sociais: deportação de pessoas no remanejamento da produção, deportação da atenção, do face a face do homem, do contato urbano, para a interface homem/máquina.[...]a distância-velocidade abole noção de dimensão física. A velocidade torna-se subitamente uma grandeza primitiva aquém de toda medida, tanto de tempo como de lugar.” (Virilio, 1993, p. 12-13).

Assim, o tempo tem avançado sob o olhar do indivíduo, este tão vidrado, não percebe as mudanças. A captura da sua atenção se dá nesse meio caótico de interações, na qual abordagens como a rolagem da tela infinita mantém o usuário alheio ao tempo gasto na plataforma. Bem como, a eficiência dos algoritmos em conduzir preferências e fazer recomendações extremamente certas.

A capacidade de manter o usuário rolando na tela é provocado e estimulado por um sistema poderoso, capitalista e vigilante.

“[...] a gestão algorítmica da atenção torna-se uma estratégia fundamental para os modos de capitalização de serviços digitais, assim como para os modos de influenciar e persuadir o comportamento humano. Deste modo, a capacidade de prever, influenciar e conduzir o comportamento humano pela gestão dos algoritmos é também, em certa medida, a capacidade de capturar, mobilizar e direcionar a atenção dos usuários (Bentes, 2019, p. 223).

A pesquisadora Anna Bentes refere-se a isso como economia da atenção. No documentário Dilema das Redes, em uma representação, eram lançadas “iscas”, como as notificações para atrair o jovem usuário, a qual desafiado pela família tinha deixado o celular por algum tempo. Desse modo, segundo a pesquisadora, serve:

“[...] para que esses dados sejam produzidos, acumulados e capitalizados em larga escala, as plataformas digitais dependem da captura e da mobilização da atenção dos usuários de modo que eles passem o máximo de tempo e com a maior frequência possível conectados às plataformas, gerando os mais variados tipos de informação sobre suas formas de ação e interação. Nesse sentido, a atenção constituiria, na equação do capitalismo de vigilância, o recurso primeiro para a produção dos dados (Bentes, 2019, p. 226).

Assim sendo, a captura da atenção vai enredando o usuário na internet, estimulando-o a ficar grudado na tela por cada vez mais tempo. E nesse tempo constitui-se o hábito. Ele simplesmente passa a verificar sua conta social porque já está intrínseco em sua essência. Uma “paradinha” para ver o Reels do Instagram: um conteúdo de culinária surge, rola mais uma vez a tela, novas receitas ou vídeos de gatinhos fofos, trechos de filmes e

séries, clipes de casais românticos, dicas, fotografias, memes engraçados e etc. Pula para o TikTok, novos e infinitos conteúdos. De acordo com as preferências, o algoritmo repassa e recomenda, aprende e joga para o indivíduo novamente. Nisso, o usuário tem gastado minutos, horas e continua “matando” tempo, mas não percebe.

## 6 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Embora todas as artimanhas e estratégias existentes das redes sociais para capturar e conduzir comportamentos, os usuários tentam reagir cada um a seu modo. Evidentemente, há inúmeros reforços para silenciá-los, mas muitos tentam se manter livres desse sistema prisional, enquanto outros, ainda não tem dimensão do quão profundas as redes podem chegar na sua vida.

As distorções e alteração da realidade são um passo frequente para controlar e concentrar o usuário numa bolha, quando estes mesmos revelam que as pessoas com quem interagem pensam do modo e quando as redes moldam sua forma de pensar. Isso os coloca e aprisionam numa caixinha. As respostas variam e demonstram entre querer reagir, desacreditar e sentir-se acima da manipulação. “Não diria manipulado, talvez um pouco influenciado sobre determinados assuntos, pois como as redes entregam aquilo que curtimos e pesquisamos, acabam fechando nossos olhos para outros temas” escreveu um participante da pesquisa.

Ou eles acabam seguindo um fluxo sem perceber de fato para onde estão indo, apenas aceitam e tentam tirar algo bom: “Sim. Quando um assunto está em alta, ver os argumentos sobre aquilo acaba me fazendo parar pra pensar que existe um bom ponto no que está sendo dito, então chego a mudar minha forma de pensar sobre aquilo” respondeu um usuário ao ser questionado sobre sentir-se manipulado pelas redes sociais. Um outro respondeu: “Sim, quando tinha uma notícia ou fofoca daquelas eu me sentia influenciada a pensar do mesmo jeito que fulano de tal pensava, porque na minha cabeça aquela pessoa era uma referência forte de respeito e opinião por isso quem sou eu para pensar diferente dela?”

Assim sendo, a autenticidade destes sujeitos é severamente comprometida.

[...] os algoritmos filtram aquilo que deve ser visualizado por nós. Somos assim modulados, colocados em bolhas ou módulos. Talvez a metáfora mais adequada seja a da jaula digital, uma vez que somos agrupados pelos algoritmos junto com aqueles que possuem os mesmos comportamentos, interesses e até ideologias (Silveira, p. 60, 2013).

A verdade é que encontrar pessoas que discordem de “você” é incômodo, é mais fácil lidar com questões iguais ou parecidas. Contribuindo assim para a caixa isolada, para a jaula digital mencionada por Silveira. No documentário Dilema das redes, através da frequente seleção dos algoritmos, o garoto da encenação representa o usuário conturbado de tanta informação, mas de uma única via, começa a se isolar e enxergar apenas aquilo que chegou para ele. Reagindo como o esperado, ele não escuta opinião contrária daquilo que aprendeu como verdade.

A transformação deste usuário se deu no momento em que se viu conectado ao celular e em seguida, ao mundo novo das redes sociais. Na pesquisa aplicada para este trabalho, 94% dos respondentes reconheceram usar bastante celulares, computadores e tablets, enquanto 92% percebem que ficou tempo demais conectado. O uso desenfreado e até reconhecido por mais da metade desses usuários, os colocam diretamente na linha de frente para um perigo constante: os dispositivos eletrônicos como extensão de seus próprios corpos. Logo, controlados por esses aparelhos. Como bem afirmou Caribé (2019, p. 142) “o lugar mais comum dos smartphones é na sua mão, como uma extensão dos seus corpos”.

Assim, o celular e a internet representam um sistema perigoso de controle. A pesquisa revelou que 26% dos respondentes nunca ficam sem Internet empatando com aqueles que responderam “ocasionalmente” (26%), 42% para “poucas vezes”, 4% para “sempre fica sem internet” e 2% “muitas vezes”. Perguntados sobre a frequência de ficar online até tarde da noite: 36% responderam “bastante”, 32% “pouco”, “raramente” 14%, “sempre” foram 12% e 6% para “nunca”. Questionados a respeito dos sentimentos em relação a ficar sem conexão: 60% dizem “lidar normalmente”, 12% “não gostam” e 28% “ficam ansiosos”.

Os números reforçam a ideia do poder da internet sobre as pessoas, principalmente aquilo que elas possibilitam por meio das redes sociais. Já que “a internet submete a potência de criação e de realização de mundos possíveis a sua própria indeterminação” (Lazzarato, p. 179). Tais ganhos (remunerações) alimentam a ânsia de estar conectado, é aquilo de “rolar a tela apenas mais uma vez”. Também significa o desespero quando “cai” e interrompe a conexão com o mundo. Ou quando o aplicativo social passa por instabilidade, o primeiro questionamento é: “minha internet está com problema?”

Com facilidade de segundos, o indivíduo consegue ter acesso a qualquer informação, seja através de algum buscador ou nas próprias redes sociais. O TikTok mesmo tem sido colocado como “buscador” por muitos usuários. E a Google uma grande referência, como diria o ditado: ela correu para que outros pudessem andar. Transformou a passagem dos indivíduos pelas redes em uma grande linha de dados. A Google e as redes sociais (Facebook, Instagram, TikTok etc) redefiniram o que é ser indivíduo em sociedade.

O sucesso da Google traçaram o destino do big data. Quanto mais o usuário depende da conexão com as telas, mas ele se torna refém da extração massiva de dados. O intuito sempre é passar mais tempo conectado às redes. A conexão entre o buscador e as mídias sociais asseguram coleta, manipulação e vigilância.

A Google tornou-se a maior e mais bem-sucedida empresa de big data por ter sido o site mais visitado e, portanto, a maior data exhaust. [...] O que importa é a quantidade, e não a qualidade. Outra maneira de dizer é que a Google é “formalmente indiferente” ao que os usuários dizem ou fazem, contanto que o digam e o façam de forma que o Google possa capturar e converter dados (Zuboff, 2015, p. 32-33).

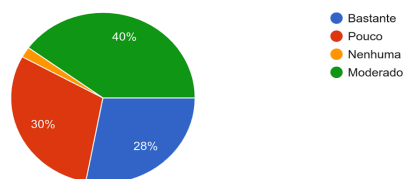
Não há dúvida de que através da Google foi se impulsionando um novo mercado. Com ela, novas mídias sociais também foram iniciando seus trabalhos de extração e coleta. Assim, 98% dos participantes desta pesquisa também assumiram perceber a relação direta dos anúncios entre o buscador e as redes sociais. Uma coleta mútua que beneficia apenas as grandes empresas. “A Google é a pioneira da hiperescala e, à semelhança de outras empresas desse tipo - Facebook, Twitter, Alibaba e uma crescente lista de firmas cujo negócio é o grande volume de informações [...]” (Zuboff, 2015, p. 39).

Com esse acúmulo de dados, essas empresas de mídias digitais conseguem identificar cada um de seus usuários e influenciar suas vidas (vide o caso da Cambridge Analytica<sup>15</sup> cujo o potencial de análise e coleta de dados foi tanto que conseguiu influenciar votos de cidadãos). “Os sistemas tecnológicos são socialmente produzidos. A produção social é estruturada culturalmente. A internet não é exceção. A cultura dos produtores de internet moldou o meio” (Castells, 2003, p. 41). A partir desse reflexo, as redes sociais tornaram-se o que são e moldaram a sociedade.

Perguntados sobre a frequência que as redes sociais influenciam a vida dos participantes da pesquisa, 40% respondeu “moderado” e 20% “bastante”. Sylvestre, ao analisar as relações midiáticas nas redes sociais, destaca: “essa mídia exerce grande influência na sociedade, constituindo identidades, moldando conceitos e disseminando a ideologia hegemônica, na maior parte dos casos” (Sylvestre, 2013, p. 131).

Gráfico 1: Frequência que as redes sociais influenciam a vida cotidiana.

11. Com que frequência as redes sociais têm influência na sua vida cotidiana?  
50 respostas



Fonte: Gráfico retirado do Formulário Google aplicado pela autora, 2024.

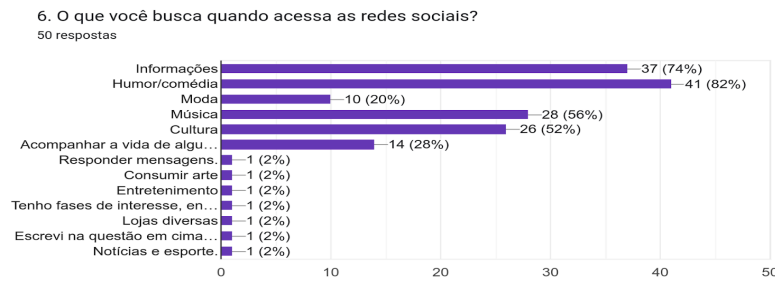
Ainda de acordo com a pesquisa, 78% dos usuários admitiram “sim” perceber que algum discurso nas redes sociais já moldou sua forma de agir e pensar. Além disso, 70%

<sup>15</sup> Consultora política. Através da análise, coleta de dados e todo rastro digital, influenciava decisões de eleitores. Esteve envolvida nas eleições americanas em 2016 e no BREXIT (Saída do Reino Unido da União Europeia).

responderam “sim” quando questionados se as pessoas com quem interagem pensam do mesmo modo. Nesse sentido, as amostras revelam um destino já traçado por um sistema capitalista baseado na vigilância, através de pontos de rastreamento: interações, cliques, curtidas, cookies digitais etc.

Assim sendo, focado nas tecnologias avançadas e digitais, precisamente as redes sociais e o caminho para acessar esse novo mundo, o sujeito passa a reagir através da seleção dos algoritmos, tal qual na encenação de dilema das redes: o garoto seguiu para um destino que lhe foi imposto (sua conduta foi governada). A pesquisa aplicada revela um número expressivo de indivíduos que buscam informações pelas redes sociais. Seguido por humor e comédia.

Gráfico 2: O que os usuários buscam quando acessam as redes sociais.



Fonte: Gráfico retirado do Formulário Google aplicado pela autora, 2024.

Na pergunta da entrevista tinha a opção de colocar outra resposta que não fosse as opções listadas. Apenas um dos usuários elaborou uma resposta: “Tenho fases de interesse, então não possuo foco principal, por exemplo, recentemente estou fissurado em vídeos de receitas de doces, em algum momento esse interesse vai passar e sentirei atração por outra temática”. A captura da atenção deste usuário está centrada em uma temática específica e cada vez mais o algoritmo irá aprender e lançar conteúdos semelhantes. Até que esse algoritmo descubra uma nova atração e faça uma nova recomendação: com o objetivo de não abandonar o celular e as redes. Tal qual o garoto retratado em Dilema das Redes. O homem por trás das técnicas de manipulação, comemora quando o garoto não resistiu e pegou o celular novamente.

O sujeito constituído através da mediação algorítmica das redes sociais, será determinado por toda a sua vida: o que é, o que vai ser: ideologia, comportamento, consciência. É um contágio difícil de conter. O efeito hipnótico do Facebook, Instagram, TikTok ou qualquer outra, induz um estado que não difere muito de uma sociedade distópica de uma ficção.

Sabemos hoje que um indivíduo pode ser posto num estado em que, perdida a sua personalidade consciente, obedece a todas as sugestões do operador que lha fez perder e comete atos totalmente contrários ao seu caráter e aos seus hábitos. Observações cuidadosas parecem provar que o indivíduo mergulhado durante algum tempo no seio de uma multidão em atividade, e em consequência dos eflúvios que dela se desprendem, ou por qualquer outra causa ainda desconhecida, depressa se encontra num estado característico que muito se assemelha com o estado de fascinação do hipnotizado nas mãos do hipnotizador (Le Bon, 1980, p. 14).

O desaparecimento da personalidade consciente é uma das características do novo mundo: centrado na coleta de dados. É necessário que os usuários estejam alheios às “letrinhas” menores e ao extenso contrato de permissões ao adentrar em uma plataforma social. Na era digital não é necessário se utilizar da violência física. Como explana Brittany Kaiser, em Manipulados: “Os governos não precisavam mais mandar a polícia ou o exército para as ruas a fim de interromper protestos. Em vez disso, poderiam pagar para alguém mudar a mente das pessoas direcionando-as para onde desejassem, apenas ao olhar para as telas nas suas mãos” (Kaiser, 2020, p. 220).

Sendo paralisada a vida do cérebro no hipnotizado, ele torna-se escravo de todas as suas atividades inconscientes, que o hipnotizador orienta como quer. A personalidade consciente desaparece; a vontade e o discernimento ficam anulados. Os pensamentos e sentimentos são então dirigidos no sentido determinado pelo hipnotizador (Le Bon, 1980, p. 14).

À vista disso, mudar a mente é um objetivo do controle algoritmo. É através do hábito forçado na mente que se imbuí um comportamento desejado. A pesquisa feita para este trabalho mostrou que 68% realmente não param para ler os “termos e condições” de uso. Em contrapartida, 90% já alteraram as configurações de uso do aparelho celular e/ou redes sociais. Isso demonstra que, ao mesmo tempo em que os indivíduos querem reagir, se precaver, eles são cercados de artimanhas que os envolvem. Como aconteceu no caso do escândalo da Cambridge Analytica e do Facebook; o roubo dos dados através de permissões não concedidas escondidas em longos termos e “letrinhas” pequenas.

A pesquisa também procurou descobrir onde os usuários possuem contas (perfis), quais e porque gostam mais de determinada rede social. 100% da amostra possuem conta no Instagram, seguido do X (antigo Twitter) com 62% e o TikTok com 52%. Entre quais redes sociais mais gostam: Instagram foi o eleito com 20 respostas (entre quem justificou e não justificou), o TikTok em segundo com 9 respostas e o X (antigo Twitter) com 8 respostas.

No Instagram, as motivações mais destacadas foram: a facilidade, praticidade, pluralidade, atualidade e conteúdo (acompanhar o dia a dia de influenciadores). No TikTok: entretenimento rápido; conteúdos curtos, personalizados e diversificados; vídeos rápidos e interativos. Segundo um usuário, o “TikTok, porque sempre tem vídeos do meu interesse e de

acordo com os meus gostos que me mantém interessada a continuar usando a plataforma” para outro, o “Tiktok, por causa do meu hiperfoco com vídeos de limpeza/organização”; “Tik Tok, pois a quantidade de conteúdos, apesar de muito variada, acaba sempre dentro daquilo que corresponde aos meus gostos pessoais algo que, na minha opinião, não ocorre com tanta precisão nas outras redes sociais” disse outro participante.

No X (antigo Twitter) às respostas se concentraram em informações rápidas, diversão e no fato do algoritmo entregar o que gosta, maior dinamismo e é interessante para o consumo de arte; atualização do que acontece no mundo (mais rápido) e poder navegar pelo conteúdo que gosta, acompanhar notícias mundiais e “porque interajo melhor com as pessoas lá, não tem nenhum familiar e não preciso ficar postando foto minha<sup>16</sup>” disse um participante.

Perguntados sobre quais critérios os usuários usam para acessar conteúdos nas redes, as respostas se concentraram bastante naquilo que eles têm como sendo “bom” para si mesmos. 15 pessoas disseram apenas “não”, “ não souberam responder” ou desconheciam esses critérios. Outras respostas variaram entre: conteúdo bem explicado, estejam dentro da lei, canais confiáveis e consagrados, sem excesso de publicidade ou divulgação de apostas, ou quando quer fazer pesquisas específicas abre uma aba e pesquisa, também se utiliza de *hashtags* relacionadas ao assunto. Entre outras: busca por páginas específicas e *Reels* que se alinham com seus gostos, canais recentes e com muitas visualizações, e por fim, “Edição, tema do conteúdo, estilo de vida do criador de conteúdo”.

Em vista disso, os usuários “escolhem” aquilo que for conveniente aos seus gostos. Aquilo que aprenderam a gostar de tanto chegar na *timeline*. Os algoritmos de recomendação e personalização, aprendem a captar esse usuário e seus interesses. É um governo de condutas na qual, infelizmente, burla qualquer defesa do sujeito (mesmo que ele tente, e ele tenta). A manipulação dos seus dados, alimentado através das redes sociais, ocorre a todo instante.

A governamentalidade algorítmica não produz qualquer subjetivação, ela contorna e evita os sujeitos reflexivos, ela se alimenta de dados “infraindividuais” insignificantes neles mesmos, para criar modelos de comportamento ou perfis supraindividuais sem jamais interpelar o sujeito, sem jamais convocá-lo a dar-se conta por si mesmo daquilo que ele é, nem daquilo que ele poderia se tornar (Rouvroy; Berns, 2015, p. 42).

Alguns indivíduos podem estar cientes da manipulação e seleção dos algoritmos, e reagem, de modo a se proteger, conformados, não se importam, absorvem como uma coisa boa ou convincentes de que não serão atingidos. Como forma de proteção, tomam medidas cautelares ou tentam diminuir o uso do aparelho e/ou redes sociais. Ou também como um

---

<sup>16</sup> As respostas dos participantes foram copiadas tal qual como escreveram no formulário.

participante da pesquisa afirmou, direto e simplesmente: “não me considero suscetível à manipulação”. Já outros citaram sentenças como:

“Sim, já percebi e com relação à medidas cautelares, acho que única coisa que faço é tentar checar, respirar e não pirar, às vezes é difícil porque o ser humano é complicado e dependendo do meu emocional não dá tempo de ter calma e acabo sendo "poucas ideias" e parto para a ignorância”.

“[...] Tentei tbm colocar um app que bloqueia esses aplicativos e até mesmo bloqueia o próprio celular para eu não usar demais. Aka não deu certo a longo prazo rsrs porque obviamente eu achei meios para burlar essas regras, triste fim”.

“Não dou muita atenção para isso. Então não costumo tomar nenhuma medida”.

“Já sim, mas deixo a vida levar pois sinto que n sou mais tão influenciado”.

“[...] as vezes sinto que essa influência no conteúdo que chega até mim é boa, já que é o que busco quando navego pelas redes”.

“Não acho que me prejudica ou que me coloca em um molde, tenho discernimento para saber quando estou fazendo algo para me encaixar ou porque genuinamente fez sentido para mim. Às vezes ver algo ser muito falado desperta minha curiosidade e pode ser uma influência para que eu procure, mas não vejo isso como algo negativo”.

Questionados sobre **tentar não ter redes sociais** e o motivo: alguns disseram apenas “não” ou “nunca tentou”. Aqueles que disseram “não tentaram” justificaram como: seria um atraso na comunicação; utilizava para trabalhar; utilizava como principal fonte de entretenimento, informação e comunicação; não sentiu vontade ou necessidade; uma admitiu não conseguir por ser viciada. A maioria (concentrado em 23 respostas) disse já ter tentado não ter redes sociais e justificaram como: cansativo; causam ansiedade; comparações; “tomam” muito tempo; desgaste; estressante; prejudica a saúde mental. A minoria (4 respostas) apenas confirmou sem justificar, disse que tentou por um tempo ou tem e usa pouco.

Um dos comentários destacados abaixo exemplificam que os usuários conhecem a nocividade das redes sociais, mas não saem totalmente e de um jeito ou de outro sempre acabam retornando.

“Não tentei. Já passei a evitar entrar no tiktok porque aquela rede social é capaz de fazer um usuário passar horas a fio consumindo vídeos sem que perceba o tempo passando”.

“Já passei uns 2 anos sem Instagram, por paranoia minha mesmo. Postar imagem minha me deixa ansiosa, não por pressão estética, mas por possível uso da minha imagem sem a minha permissão”.

As formas de controles da era digital, “da hiperconexão”, adaptam-se aos novos dispositivos panópticos: o celular e as redes sociais. São modelos modernos e sofisticados que cumprem função de adestrar o homem. Não se trata mais de castigar o corpo e sim a mente. Como disse Foucault, “não é mais o corpo, é a alma. À expiação que tripudia sobre o corpo deve suceder um castigo que atue, profundamente, sobre o coração, o intelecto, a vontade, as disposições (Foucault, 1999, p. 20)”.

Assim sendo, questionados se os usuários fazem alguma coisa para as redes sociais não ser um objeto de controle, 23 participantes disseram apenas “não”, não se sentem controlados, nunca pensaram desse modo ou não conseguiram responder. Aqueles que disseram fazer alguma coisa: tenta não trazer conteúdos para vida real, praticar atividades fora da tela (inclui esportes e leitura), diminuir ou limitar as interações dentro das redes sociais, evita pegar o próprio celular, controlar o tempo de acesso (temporizador), desinstalar aplicativos que ficava mais tempo ou se utilizou de bloqueadores de aplicativos; silenciou notificações; evitou ter muitos perfis em várias redes sociais.

Também foi perguntado aos participantes se eles já se sentiram manipulados pelas redes sociais e que descrevessem suas experiências. Apenas 22 disseram “sim” e justificaram (entre aqueles que apenas fizeram o reconhecimento e não exemplificaram muita coisa), os demais disseram “não”, não lembravam ou não se sentiam suscetíveis à manipulação. Entre as justificativas reforçaram a sequência de vídeos. Aliás, esse é um atributo onde as interações se dão rápida e instantaneamente, é um dos mais cobichados nas redes. Tanto é que ao migrar para o BlueSky<sup>17</sup>, os usuários logo clamaram por vídeos e prontamente tiveram a função disponibilizada.

Os vídeos são um grande capturador da atenção. Neles contém tudo: imagem, som, texto e velocidade. É um recurso influenciador, fácil e rápido. Os participantes da pesquisa deste trabalho reconheceram o potencial manipulador: “sim, ao me ser apresentado uma sequência de vídeos sobre um mesmo conteúdo, um reforçando o outro, em uma rede social que tem como proposta expor vídeos aleatoriamente”, escreveu um usuário. Um outro apontou sua experiência na percepção da manipulação ao “comprar algo” ou “aproveitar” mais vida”.

Outras respostas sobre sentir-se manipulados ressaltaram a mesma bolha de assunto, a captação de conversas, em seguida o direcionamento exato do “possível” interesse e a

---

<sup>17</sup> Rede social fundada em 2019 pelo mesmo criador do antigo Twitter, Jack Dorsey. Após determinação da suspensão do X (Twitter) no Brasil no dia 30 de agosto de 2024, os usuários buscaram por plataformas semelhantes.

condescendência do consumo mesmo sem querer. A espetacularização da vida, o estímulo ao consumo, a facilidade, o impulso e o desejo alimentado de fazer parte de algo, publicar e compartilhar.

Os influenciadores digitais são um dos responsáveis por construírem uma nova era de influências e “realidades”. Também são grandes propagadores da espetacularização da vida perfeita. Por causa de uma profissão lucrativa colocam em risco a credibilidade da realidade. Na pesquisa realizada conclui-se que 58% segue mais de um influenciador, 26% pelo menos um e apenas 16% não segue nenhum.

A exploração da imagem fascina e distorce a mente dos usuários. “O acontecimento mais simples, visto pela multidão, logo fica deturpado. A multidão pensa por imagens e a imagem evocada evoca, por sua vez, muitas outras que nenhuma relação lógica têm com a primeira” (Le bon, 1980, p. 19).

Outra questão é se os usuários percebiam a influência das curtidas, cliques e cookies nos conteúdos e se tomam alguma medida de cautela. 21 participantes perceberam a relação e tomam alguma medida, como: Bloquear ou rejeitar *cookies*; não aceitar anúncios; tentar ou evitar curtir alguns conteúdos; limpar abas; marcadores “sem interesse”, não se utilizar de muitos cliques; costuma não autorizar seus dados; utiliza e-mail secundário ou guia anônima; limita quando o site permite; limpa histórica ou redefine as permissões de acesso. Os outros dividiram-se em: perceber e não tomar nenhuma medida de cautela, não perceber de jeito nenhum, ser indiferente a essas influências e gostar dessa funcionalidade.

Outro ponto abordado foi como os indivíduos percebiam a manipulação presente nas redes sociais e como afetam a construção da autenticidade: 3 não responderam ou disseram apenas “não”, 8 apenas “não pensaram sobre isso”, “não percebiam diferença”, “não percebe a manipulação” ou isso “não interfere na sua vida”. E outras expressou essa manifestação de forma positiva e detém o controle para saber quando e como são influenciados, ou de forma enfática, demonstrou não ser vítima de influências e manipulações.

Para os demais respondentes da pesquisa, a percepção se dá das seguintes formas: na divulgação excessiva do que é “moda” ou tendência; através do filtro bolha do mesmo assunto e pessoas; das opiniões e debates de um assunto (antes poderia ter certa opinião mas depois da “tempestade” de opiniões poderia mudar); em relação aos padrões estéticos e a autoestima; na forma dos discursos; ao ver “pessoas se comportando como influencers”; na divulgação excessiva da imagem perfeita (ao mostrar aquilo que não é); insegurança de se expressar e o medo de não ser aceito.

Um participante escreveu: “Muitas vezes me torno o que vejo e não o que realmente sou às vezes”. Nisso, compreende-se quando 64% assinalaram “sim” para pressionados a curtir publicações apenas para se sentirem incluídos. Os sujeitos são forçados ao retraimento para fazer parte da sociedade do espetáculo.

Como viver verdadeiramente se o aqui não o é mais e se tudo é agora? como sobreviver amanhã à fusão/confusão de uma realidade que se tornou ubiqüitária se decompondo em dois tempos igualmente reais: o tempo da presença aqui e agora e aquele de uma telepresença à distância, para além do horizonte das aparências sensíveis? (Virílio, 1993, p. 103).

Como admitir uma realidade sem de fato sabermos onde estamos? Cada manobra dos rastros digitais contribuem para afunilar a visão de mundo de cada um. Então, como saber qual a certa, de diante tantas?

[...] o governo algoritmo não apenas percebe o possível presente, produzindo uma “realidade aumentada”, uma atualidade dotada de uma “memória futuro”, mas também dá consistência ao sonho de um “acaso” sistematizado: nosso real teria se tornado o possível, nossas normas querem antecipar, corretamente e de maneira imanente, o possível, o melhor meio sendo certamente apresentar-nos um possível que nos corresponda e para o qual os sujeitos só precisariam deslizar (Rouvroy; Berns, 2015, p. 48).

À vista disso, se manter autêntico pode se tornar um trabalho árduo, até cansativo, e o usuário apenas segue o “fluxo”. Com isso,

O sujeito da governamentalidade algorítmica é, cada vez mais, tomado pelo “poder”, não através de seu corpo físico, nem através de sua consciência moral - presas tradicionais do poder em sua forma jurídico-discursiva - mas através de múltiplos “perfis” que lhe são atribuídos, frequentemente de maneira automática com base nos traços digitais de sua existência e de suas trajetórias cotidianas (Rouvroy; Berns, 2015, p. 43).

Assim sendo, de acordo com a pesquisa deste trabalho, os usuários lutam e reagem para manter sua individualidade: entre conformados (já que não existe um outro caminho para ir), confiantes e isentos, e outros não percebem ou sabem das alterações.

O desaparecimento da personalidade consciente, o predomínio da personalidade inconsciente, a orientação num mesmo sentido, por meio da sugestão e do contágio, dos sentimentos e das ideias, a tendência para transformar imediatamente em atos as ideias sugeridas, são, portanto, os principais caracteres do indivíduo em multidão. Deixa de ser ele próprio para se tornar um autômato sem vontade própria (Le Bon, 1980, p. 15).

Finalmente, as consequências da algoritmização da vida é devastadora para a construção do indivíduo social. Temos uma multidão de pessoas inconscientes de sua própria vida.

## 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As perspectivas de um futuro brilhante encontram empecilho naquilo que esconde-se por “de trás dos panos”. A cidade inteligente que tanto orgulho proporciona, causa entusiasmo e temor. Entusiasmo com toda a automação permitida e o temor nas ‘permissões’ arrancadas dos indivíduos. O temor da metamorfose de uma distopia movida pela tecnologia. O mais valioso dos bens: dados e a alteridade dos sujeitos são retirados. As redes sociais como parte dessa cidade inteligente, traçam um perfil psicográfico, recolhe e vende seus dados.

A sociedade digital é o controle. Ela deseja a conversão das pessoas e para tal, é preciso conhecimento, e isso se dá através dos dados que se têm sobre elas. Através de cada rastro digital. A pesquisa de campo aplicada para este trabalho demonstrou como usuários de redes sociais podem reagir aos estímulos: os mais preocupantes, sem dúvida, quando revelam não se sentir suscetíveis à manipulação ou ser capaz de contorná-las.

“Na governamentalidade algorítmica, cara sujeito é, ele mesmo, uma multidão sem alteridade, fragmentado em quantidades de perfis que se relacionam, todos, a “ele mesmo”, às suas propensões, aos seus desejos presumidos, suas oportunidades perdidas e seus riscos” (Rouvroy; Berns, 2015, p. 54). Ser indivíduo em um mundo imediatista como o digital é ser conduzido através da governança algorítmica. Sem riscos, imprevisibilidade e com bastante predição.

A manipulação e o roubo de dados através das redes sociais é apenas mais um jeito de alimentar a governamentalidade algorítmica. E quanto mais reduz à incerteza aumenta a predição, conduz e constrói o sujeito sem vida, inerte. “[...] a ideia é reduzir a grande variedade de futuros possíveis a um e apenas um futuro, desprovido de incertezas: substituindo a incerteza pela necessidade” (Rouvroy; Almeida; Alves, p.19, 2020).

Uma sociedade sem vida seria o resultado extremo da tendência evocada anteriormente de erradicação da incerteza, de eliminação de todo risco. Isso não apenas para organizar a coletividade (como o fazem os programas de segurança, as empresas de seguro,...), mas também para suprimir todo imprevisto ou emergências inerentes à própria vida (Santos, 2019, p. 9).

A grande jogada da indústria midiática é incitar a necessidade, expor, dramatizar e relativizar a tragédia e o sofrimento. Reinventa até mesmo o tempo. A aceleração, tão costumeira desta sociedade digital, nos dá a sensação de sermos “atropelados” com tantos estímulos: “veja isso”, “seja otimista”, “seja misericordioso”, “tenha raiva”, “repulsa”, compartilhe “isso, aquilo”, “seja rápido”, “tenha estabilidade antes dos 30” etc. É rápido e o sujeito também deve reagir rapidamente, caso contrário, tudo se esvai por entre seus dedos.

Paul Virilio revelou em entrevista que “estamos diante da aceleração do real, da aceleração da realidade”. As redes sociais ao cooperar e favorecer fecham os olhos dos usuários. A pesquisa deste trabalho mesmo apurou que eles buscam rapidez, agilidade e interação. Diante disso, apontaram gostar mais do Instagram e TikTok, respectivamente, justamente por encontrar aquilo que buscam e saciam suas necessidades provocadas.

O Instagram e o TikTok, duas potências de eficiência, otimização e automação, contribuem para a captura do homem, disputam entre si mas apenas elas ganham, enquanto este homem resultado de uma sociedade sem vida, é guiado em todas as suas ações, desejos, necessidades e sentimentos.

Nos espaços virtuais das redes, nossa subjetividade é forjada na espetacularização da nossa própria vida. Ao mesmo tempo, as técnicas utilizadas pelas plataformas dão uma sensação de urgência e de que ninguém pode perder uma informação. A velocidade acompanha o espetáculo. Assim, somos capturados por uma dromocracia espectacular (Silveira, 2023).

O sujeito é um ser guiado e o pior é quando ele se conforma com esse destino armado.

A emergência de novas formas de controle apoiadas na correlação informacional algorítmica fala por si só, demonstrando que a captura de dados e o perfilamento sistemático podem trazer consequências significativamente danosas, como conformação de condutas individuais por dispositivos de segurança, que deixará pouco (ou nenhum) espaço para ações espontâneas e escolhas individuais (Alves; Andrade, 2022, p. 1020).

A autenticidade dos indivíduos sofre diversos tipos de interferências. A dinâmica do TikTok e Instagram, através (principalmente) dos vídeos curtos (destaque que causa rivalidades), representa a urgência da nova sociedade. Daquilo que os indivíduos são estimulados a desejar. O consumo de tudo, rápido, ágil e breve. Enfim, a fugacidade frequente estimula a atualização constante do *feed*, a busca quase inconsciente pelo celular. Todavia, existe muito para descobrir sobre esse mundo: para onde estamos indo? E como lutar contra isso?

## REFERÊNCIAS

- 25 anos de Google: 3 sucessos e 2 controvérsias na história do buscador. **BBC News Brasil**, 2023. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/articles/c4n640rnpveo>. Acesso em: 05 jul. 2024.
- ALVES, Marco Antônio Sousa. Cidade inteligente e governamentalidade algorítmica: liberdade e controle na era da informação. **Philósophos** - Revista de Filosofia, v. 23, n. 2, p. 211-252, 2019.
- ALVES, Marco Antônio Sousa; ANDRADE, Otávio Morato de. Autonomia individual em risco: governamentalidade algorítmica e a constituição do sujeito. **Cad. Metrop**, v. 24, n. 55, p. 1007-1023, 2019.
- BENTES, Anna. A gestão algorítmica da atenção: enganchar, conhecer e persuadir. *In*: POLIDO, Fabrício *et al.* (org.). **Políticas, Internet e Sociedade**. Belo Horizonte: IRIS, 2019.
- BERNARDO, Kaluan. Facebook muda de nome para Meta. **CNN Brasil**, 2021. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/facebook-muda-nome-para-meta/>. Acesso em: 30 abr. 2024.
- BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia**: de Gutenberg à Internet. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2006.
- CADWALLADR, Carole; GRAHAM-HARRISON, Emma. Reveled: 50 million Facebook profiles harvested for Cambridge Analytica in major data breach. **The Guardian**, 2018. Disponível em: <https://www.theguardian.com/news/2018/mar/17/cambridge-analytica-facebook-influence-us-election>. Acesso em: 12 jun. 2024.
- CARIBÉ, João Carlos Rebello. **Algoritmização das relações sociais em rede, crença e produção de realidade**. Dissertação (Mestrado em Ciências da Informação) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2019.
- CARR, Nicholas. **A geração superficial**: o que a Internet está fazendo com nossos cérebros. Rio de Janeiro: Agir, 2011.
- CASEY, Newton. Twitter becomes X: RIP Twitter (2007-2023). **Platformer**, 2023. Disponível em: <https://www.platformer.news/twitter-becomes-x/>. Acesso em: 25 maio 2024.
- CASSINO, Francisco João. Modulação deleuzeana, modulação algorítmica e manipulação algorítmica midiática. *In*: SOUZA, Joyce; AVELINO, Rodolfo; SILVEIRA, Sérgio Amadeu da (org.). **A sociedade de controle**: Manipulação e modulação nas redes digitais. São Paulo: Hedra, 2018. p. 13-30.
- CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet**: Reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
- COLOMÉ, Jordi Pérez. Facebook compartilhou dados sensíveis de usuários com mais de 150 empresas. **EL País**, 2018. Disponível em:

[https://brasil.elpais.com/brasil/2018/12/19/tecnologia/1545221673\\_589059.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2018/12/19/tecnologia/1545221673_589059.html). Acesso em: 03 jun. 2024.

COLLINS, Keith; DANCE, Gabriel, J. X. Los secretos que guardan tus me gusta. **The New York Times**, 2018. Disponível em: <https://www.nytimes.com/es/2018/03/23/espanol/facebook-cambridge-analytica-me-gusta.html>. Acesso em: 02 jun. 2024.

CRISE entre Musk e STF pode acelerar regulamentação das redes sociais: o que diz a imprensa internacional. **BBC News Brasil**, 2024. Disponível: <https://www.bbc.com/portuguese/articles/cml72xx7zkvo>. Acesso em: 25 maio 2024.

DANCE, Gabriel, J. X; LAFORGIA, Michael; CONFESSORE, Nicholas. Todo lo que Facebook compartió con empresas pese a prometer más privacidad. **The New York Times**, 2018. Disponível em: <https://www.nytimes.com/es/2018/12/19/espanol/facebook-privacidad.html>. Acesso em: 03 jun. 2024.

DEBORD, Guy. **Sociedade do espetáculo**. [S.l.]: Projeto Periferia, 2003.

DELEUZE, Gilles. **Post-scriptum sobre as sociedades de controle**. In: Conversações: 1972-1990. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1992.

DOMINGOS, Pedro. **O Algoritmo Mestre**: como a busca pelo Algoritmo de Machine Learning definitivo recriará nosso mundo. São Paulo: Novatec, 2017.

DOURADO, Bruna. Ranking: As redes sociais mais usadas no Brasil e no mundo em 2023, com insights, ferramentas e materiais. **Recursos Digitais**, 2024. Disponível em: <https://www.rdstation.com/blog/marketing/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/>. Acesso em: 29 abr. 2024.

ELON Musk fala sobre Twitter, Tesla e como seu cérebro funciona. [S.l.:s.n], 2022. 1 vídeo (53 min). Publicado por TED. Disponível em: [https://www.ted.com/talks/elon\\_musk\\_elon\\_musk\\_talks\\_twitter\\_tesla\\_and\\_how\\_his\\_brain\\_works\\_live\\_at\\_ted2022?lng=pt-br&geo=pt-br&subtitle=en](https://www.ted.com/talks/elon_musk_elon_musk_talks_twitter_tesla_and_how_his_brain_works_live_at_ted2022?lng=pt-br&geo=pt-br&subtitle=en). Acesso em: 12 jun. 2024.

ENTENDA o escândalo de uso político de dados que derrubou o valor do facebook e o colocou na mira das autoridades. **BBC News Brasil**, 2018. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-43461751>. Acesso em: 30 abr. 2024.

EYAL, Nir; HOOVER, Ryan. **Hooked (engajado)**: como construir produtos que formam hábitos. New York: Penguin Group, 2014.

FACEBOOK anuncia compra do Instagram. **G1**, 2012. Disponível em: <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2012/04/facebook-anuncia-compra-do-instagram.html>. Acesso em: Acesso em 30 jul. 2024.

FACEBOOK completa 10 anos: veja a evolução da rede social. **G1**, 2014. Disponível em: <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2014/02/facebook-completa-10-anos-veja-evolucao-da-rede-social.html>. Acesso em: 01 ago. 2024.

FACEBOOK, 20 anos: 4 formas como rede mudou o mundo. **BBC News Brasil**, 2024. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/articles/cx7l6yq7lypo>. Acesso em: 01 abr. 2024.

FACEBOOK teria elevado para 87 milhões o nº de usuários que tiveram dados explorados pela Cambridge Analytica. **G1**, 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/facebook-eleva-para-87-milhoes-o-n-de-usuarios-que-tiveram-dados-explorados-pela-cambridge-analytica.ghtml>. Acesso em: 20 abr. 2024.

FESTINGER, Leon. **A teoria da dissonância cognitiva**. Rio de Janeiro: Zahar, 1975. 249p.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e Punir**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 1999.

FUNG, Brian. Hackers publicam endereços de e-mail vinculados a 200 milhões de contas do Twitter. **CNN Brasil**, 2023. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/hackers-publicam-enderecos-de-e-mail-vinculados-a-200-milhoes-de-contas-do-twitter/>. Acesso em: 25 maio 2024.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas S.A, 2002.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas S.A, 2008.

GLOBAL app spending approached 65 billion in the first half of 2021, up more than 24% year-over-year. **Sensor Tower**, 2021. Disponível em: <https://sensortower.com/blog/app-revenue-and-downloads-1h-2021>. Acesso em: 12 mar. 2024.

GODOY, Arilda Schmidt. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **RAE - Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 35, n. 2, p. 57-63, 1995.

GODOY, Arilda Schmidt. Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. **Revista de Administração de Empresas**. V. 35, No. 3, p. 20-29. São Paulo, 1995.

GÜNTHER, Hartmut. Pesquisa qualitativa versus quantitativa: esta eis a questão? **Psic.: Teor. e Pesq.**, Brasília, vol. 22, n. 2, p. 201-209.

HANSELL, Saul. Site previously for Students will be opened to others. **The New York Times**, 2006. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2006/09/12/technology/12online.html?partner=slack&smid=sl-share>. Acesso em: 01 ago. 2024.

HELDER, Darlan. Dá um Google está com os dias contados? Entenda por que os jovens preferem o Tik Tok na hora de fazer pesquisas. **G1**, 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2023/12/07/entenda-por-que-jovens-preferem-o-tiktok-na-hora-fazer-pesquisas.ghtml>. Acesso em: 02 jul. 2024.

HUXLEY, Aldous. **Admirável mundo novo**. São Paulo: Abril Cultural, 1982. 310 p.

INSTAGRAM atualiza aplicativo para Android. **G1**, 2012. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2020/10/06/instagram-faz-10-anos-como-uma-das-maiores-redes-sociais-do-mundo-e-de-olho-no-tiktok-para-nao-envelhecer.ghtml>. Acesso em: 29 jul. 2024.

INSTAGRAM dá opção de fazer comentário que todo mundo vê nos stories. **G1**, 2024. Disponível em: <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2024/06/22/nova-funcionalidade-do-instagram-mostra-publicamente-quem-comentou-nos-stories.ghtml>. Acesso em: 10 jul. 2024.

INSTAGRAM faz 10 anos como uma das maiores redes sociais do mundo e de olho no TikTok, para não envelhecer. **G1**, 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2020/10/06/instagram-faz-10-anos-como-uma-das-maiores-redes-sociais-do-mundo-e-de-olho-no-tiktok-para-nao-envelhecer.ghtml>. Acesso em: 29 jul. 2024.

KARHAWI, Issaaf. Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discussão. **Revista Comunicare**, vol. 17, p. 47-61.

KAISER, Brittany. **Manipulados**: como a Cambridge Analytica e o Facebook invadiram a privacidade de milhões e botaram a democracia em xeque. Rio de Janeiro: Harper Collins, 2020.

LAZZARATO, Maurizio. **As revoluções do capitalismo**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.

LE BON, Gustave. **Psicologia das multidões**. Rio de Janeiro: Delraux, 1980. 183 p.

LIMANA, Stêvão; MAGALHÃES, Leandro. Jornalista reafirma que TSE pressionou X por dados, mas diz não ter documentos da corte. **CNN Brasil**, 2024. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/jornalista-reafirma-que-tse-pressionou-x-por-dados-mas-diz-nao-ter-documentos-da-corte/>. Acesso em: 01 jun. 2024.

MACHADO, Samir Machado de et al. **George além do horizonte de Orwell**. São Paulo: Grupo Novo Século, 2021.

MAGALHÃES, José Antonio Rego. O algoritmo estoico: a subjetivação política em Foucault e o problema da “governamentalidade algorítmica”. *In*: MATOS, Andityas Soares de Moura Costa; LIMA, Bruno Morais Avelar (org.). **Insurgências**: dominação e resistência nas redes e nas ruas. Belo Horizonte: Initia Via, 2019.

MAGRANI, Eduardo. **A internet das coisas**. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2018.

MAHESHWARI, Sapna; HOLPUCH, Amanda. ¿Por qué Estados Unidos está considerando prohibir TikTok? **The New York Times**, 2023. Disponível em: <https://www.nytimes.com/es/2023/03/16/espanol/tiktok-prohibida.html>. Acesso em: 05 jul. 2024.

MATEU, Paula. Uma breve história do Facebook: 20 anos entre a inovação e a polêmica. **National Geographic Portugal**, 2024. Disponível em:

[https://www.nationalgeographic.pt/historia/breve-historia-facebook-20-anos-entre-inovacao-e-polemica\\_4691](https://www.nationalgeographic.pt/historia/breve-historia-facebook-20-anos-entre-inovacao-e-polemica_4691). Acesso em: 01 ago. 2024.

MONTEIRO, Renato Leite. Cambridge Analytica e a nova era Snowden na proteção de dados pessoais. **El País**, 2018. Disponível em:

[https://brasil.elpais.com/brasil/2018/03/20/tecnologia/1521582374\\_496225.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2018/03/20/tecnologia/1521582374_496225.html). Acesso em: 30 abr. 2024.

MUNDO Pós Pandemia: Pandemia, novas tecnologias, novos modelos de produção e consumo. [Locução de]: Lucas Scherer. Entrevistado: José Eduardo Cassiolato et al. [S.l]: Direitos e democracia: comunicação Afipea, maio 2022. Podcast. Disponível em: <https://open.spotify.com/episode/6Kums2S0ZKGOGiCfA7GUQ9?si=a4f7e4c84b7c4efc>. Acesso em: 10 jun. 2024.

NÃO dá para pensar em um mundo sem internet. [S.l.:s.n], 2018. 1 vídeo (4 min). Publicado pelo canal da USP. Disponível em: <https://youtu.be/KrIOGzkIfSE?si=zFjcPN7RtWioSftq>. Acesso em: 29 abr. 2024.

OLIVEIRA, Carla. Aprendizado de máquina e modulação do comportamento humano. In: SOUZA, Joyce; AVELINO, Rodolfo; SILVEIRA, Sérgio Amadeu da (org.). **A sociedade de controle**: Manipulação e modulação nas redes digitais. São Paulo: Hedra, 2018. p. 71-101.

O DILEMA das redes. Direção Jeff Orlowski. Estados Unidos: Netflix, 2020.

O EMBATE Elon Musk X Alexandre de Moraes. [Locução de]: Julia Dualibi. Entrevistado: Estela Aranha. [S.l]: O Assunto, 9 abr. 2024. Podcast. Disponível: <https://open.spotify.com/episode/2BtgLMlp2UPBz1kgxPAkwI?si=8d3e95ac589c48fb>. Acesso em: 9 jun. 2024.

O QUE mudou no Twitter desde que Elon Musk comprou a empresa? **G1**, 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2023/07/02/o-que-mudou-no-twitter-desde-que-elon-musk-comprou-a-empresa.ghtml>. Acesso em: 25 maio 2024.

ORGAZ, J. Cristina. TikTok foi feito para ser viciante: o homem que investigou as entranhas do homem. **BBC News Brasil**, 2020. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-55173900>. Acesso em: 30 maio 2024.

ORWELL, George. **1984**. Tradução: Luisa Geisler. São Paulo, Novo Século Editora, 2021.

O QUE está por trás do embate de Musk X Moraes. [Locução de]: Gustavo Simon e Magê Flores. Entrevistado: Carlos Affonso de Souza. [S.l]: Café da Manhã, 9 abr. 2024. Podcast. Disponível em: <https://open.spotify.com/episode/48fV5CLqBp642adTO1TAI7?si=65b5901ee57c46c8>. Acesso em: 9 jun. 2024.

O TIKTOK em apuros nos EUA. [Locução de]: Natuza Nery. Entrevistado: Rodrigo Lemos. [S.l]: O Assunto, 25 abr. 2024. Podcast. Disponível em: <https://open.spotify.com/episode/413axMSNaZbMXZ4AqsUo2K?si=d1f54ca4a8c64bb8>. Acesso em: 2 jun. 2024.

PARISER, Eli. **O Filtro invisível**: o que a Internet está escondendo de você. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

PASQUINELLI, Matteo. Capitalismo maquínico e mais-valia de rede: notas sobre a economia política da máquina de Turing. **Lugar Comum**: Estudos de mídia, cultura e democracia, UFRJ, n. 39, p. 13-36, 2012.

PESQUISA mostra que brasileiros passam 9h por dia ao celular ou em outros aparelhos eletrônicos. **Hora 1**, 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/hora1/noticia/2023/08/25/pesquisa-mostra-que-brasileiros-passam-9h-po-r-dia-ao-celular-ou-em-outros-aparelhos-eletronicos.ghtml>. Acesso em: 25 abr. 2024.

POR QUE a Geração Z pesquisa mais no TikTok do que no Google. **Sebrae**, 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/por-que-a-geracao-z-pesquisa-mais-no-tiktok-do-que-google,09bb6e1caecb6810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 27 maio 2024.

PRIVACIDADE hackeada. Direção: Karim Amer e Jehane Noujaim. Estados Unidos: Netflix, 2019.

ROTHENBERG, Eva. Facebook ainda está bombando 20 anos depois: entenda como. **CNN Brasil**, 2024. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/tecnologia/facebook-ainda-esta-bombando-20-anos-depois-entenda-como/>. Acesso em: 01 ago. 2024.

ROUVROY, Antoinette; ALMEIDA, Maria Cecília Pedreira de; ALVES, Marco Antonio Sousa. Entrevista com Antoinette Rouvroy: Governamentalidade algorítmica e a morte política. **Revista de Filosofia Moderna e Contemporânea**, [s.l.], v. 8, n. 3, p. 15-28, 2021. DOI: <https://doi.org/10.26512/rfmc.v8i3.36223>.

ROUVROY, Antoinette; BERNS, Thomas. Governamentalidade algorítmica e perspectiva de emancipação: o díspar como condição de individuação pela relação? **Revista Eco Pós**, v.18, n. 2, p. 36-56, 2015.

RUIZ, Castor M.M Bartolomé. Algoritmização da vida: a nova governamentalização das condutas. **Cadernos IHU ideias**: Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Instituto Humanitas Unisinos, São Leopoldo, v. 19, n. 314, p. 4-19, 2021.

SAMPAIO, Henrique. Instagram ultrapassa TikTok e se torna o aplicativo mais baixado do mundo. **CNN Brasil**, 2024. Disponível em: <http://li.cnm.org.br/r/XKcIfN>. Acesso em: 20 mar. 2024.

SANTIAGO, Abinoan. TikTok vence Facebook e vira o aplicativo com mais downloads em 2020. **CNN Brasil**, 2020. Disponível em: <http://li.cnm.org.br/r/dhkiZk>. Acesso em: 12 set. 2023.

SARDARIZADEH, Shayan; SCHRAER, Rachel. Twitter Files spark debate about 'blacklisting'. **BBC**, 2022. Disponível em: <https://www.bbc.com/news/technology-63963779>. Acesso em: 01 jun. 2024.

SAÚDE mental da era digital. [Locução de]: Christiane Bueno. Entrevistada: Nara Helena Lopes Pereira da Silva. [S.l.]: Ciência & Cultura Cast, 1º abr. 2023. Podcast. Disponível em: <https://open.spotify.com/episode/7ccXwIF1mS2Q14HG1rOQnp?si=7kOZ0FnVRa6G7Xsl48xVXA>. Acesso em: 2 jun. 2024.

SEBRAE/PR. Brasil é o 3º maior usuário de redes sociais no mundo. **G1**, 2024. Disponível em: <https://g1.globo.com/pr/parana/especial-publicitario/sebrae-parana/juntos-para-empreender/noticia/2024/05/17/brasil-e-o-3o-maior-usuario-de-redes-sociais-no-mundo.ghtml>. Acesso em: 27 maio 2024.

SEMPRE se infunde medo em nome do bem afirma Paul Virilio. **Instituto Humanitas Unisinos**, 2023. Disponível em: <https://www.ihu.unisinos.br/categorias/174-noticias-2010/632985-sempre-se-infunde-medo-em-nome-do-bem-afirma-paul-virilio>. Acesso em: 20 ago. 2024.

SILVEIRA, Sergio Amadeu da. Espetacularização, velocidade e o negócio da desinformação. **ComCiência**: Revista eletrônica de jornalismo científico, 2023. Disponível em: <https://www.comciencia.br/espetacularizacao-velocidade-e-o-negocio-da-desinformacao/>. Acesso em: 12 ago. 2024.

SILVEIRA, Sergio Amadeu da. **Tudo sobre tod@s**: redes digitais, privacidade e venda de dados pessoais. São Paulo: Edições Sesc, 2017.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Cortez, 2013.

SOUSA, Angélica Silva de et al. A pesquisa bibliográfica: princípios e fundamentos. **Cadernos da Fucamp**, v. 20, n. 43, p. 64-83, 2021.

SELLTIZ, Claire et al. Planejamento de pesquisa: estudos exploratórios e descritivos. *In*: SELTZ, Claire et al. **Métodos de pesquisa nas relações sociais**. São Paulo: Editora Pedagógica Universitária, 1987.

SWENEY, Marca. More than 9m play Candy Crush for three hours or more. **The Guardian**, 2019. Disponível em: <https://www.theguardian.com/games/2019/jun/26/more-than-9m-play-candy-crush-for-three-hours-or-more-a-day-addiction>. Acesso: 02 jul. 2023.

SYLVESTRE, Ana Paula Melo. **O Eu e o outro online**: Discurso, poder e identidade nas redes sociais. 2013. Dissertação (Mestrado em Linguística) - Faculdade de Letras, Universidade Brasília, Brasília, 2013.

TIKTOK Cross 2 billion downloads after best quarter for any app ever. **Sensor Tower**, 2020. Disponível em: <https://sensortower.com/blog/tiktok-downloads-2-billion>. Acesso em: 12 mar. 2024.

TIK TOK nos EUA: entenda o que acontece após Biden assinar a lei que pode banir rede social no país. **G1**, 2024. Disponível em:

<https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2024/04/24/tiktok-nos-eua-entenda-o-que-acontece-apos-biden-assinar-lei-que-pode-banir-rede-social-no-pais.ghtml>. Acesso em: 28 maio 2024.

TIKTOK preocupa Instagram e Facebook há anos: relembre marcos da disputa. **G1**, 2022.

Disponível em:

<https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2022/02/04/tiktok-preocupa-instagram-facebook.ghtml>. Acesso em: 10 abr. 2024.

TRIVIÑOS, Augusto N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa social em educação. São Paulo: Atlas, 1987.

TWITTER pede que seus usuários troquem a senha devido a uma falha de segurança. **El País**, 2018. Disponível em:

[https://brasil.elpais.com/brasil/2018/05/03/tecnologia/1525378983\\_265406.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2018/05/03/tecnologia/1525378983_265406.html). Acesso em: 25 abr. 2024.

VIRILIO, Paul. **O espaço crítico e as perspectivas do Tempo Real**. Rio de Janeiro: ED. 34, 1993.

YEUNG, Jessie; WANG, Selina. Entenda por que o TikTok, que é chinês, não existe na China. **CNN Brasil**, 2023. Disponível em:

<https://www.cnnbrasil.com.br/economia/entenda-por-que-o-tiktok-que-e-chines-nao-existe-na-china/>. Acesso em: 24 abr. 2024.

YURIEF, Kaya. Instagram percebeu que não é tão fácil derrubar o Tik Tok. **CNN Brasil**, 2021. Disponível em:

<https://www.cnnbrasil.com.br/economia/instagram-percebeu-que-nao-e-tao-facil-derrubar-o-tiktok/>. Acesso em: 24 abr. 2024.

ZUBOFF, Shoshana. **A era do capitalismo de vigilância**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2019.

ZUBOFF, Shoshana. Big Other: Capitalismo de vigilância e perspectivas para uma civilização de informação. **Jornal of information technology**, v. 30, p. 17-45, 2015.