



Algoritmos e autonomia; relações de poder e resistência no capitalismo de vigilância

ADRIANA VELOSO MEIRELES¹

Resumo

O fenômeno de monitoramento automatizado das experiências privadas, realizado por algoritmos inteligentes com a intenção de induzir ou direcionar a certos comportamentos é conceituado na literatura como capitalismo de vigilância e/ou economia da intrusão. O artigo problematiza estas teorias, alicerçadas em uma suposta capacidade preditiva dos algoritmos, para discutir o auto determinismo informacional em contraposição a esta dominação exercida pelas grandes empresas de tecnologia. Os argumentos centrais para contestar parte destas teorias são; 1 – A falta de transparência dos algoritmos impossibilita inferir com precisão sua capacidade de modulação comportamental; 2 – A formação das preferências é um processo complexo e maleável que abrange estratégias de resistência e subversão; 3 - Para que a dominação ocorra é necessário que haja conformidade dos dominados, o que não se observa a partir da vigência da Regulação Geral de Dados Pessoais da União Europeia e outras iniciativas; 4 - Por fim, há de se levar em conta que o exercício do poder é diferente de sua capacidade de influência. A partir destes pontos debate-se a questão da proteção de dados pessoais diante de um marco normativo que busca o consentimento informado e a revisão dos contratos assimétricos realizados entre as pessoas e as empresas de tecnologia a partir dos termos de uso de aplicativos e plataformas. Conclui-se destacando a necessidade de complementar a regulação de dados pessoais com uma governança algorítmica.

Palavras-chave: capitalismo de vigilância; privacidade; democracia; algoritmos; resistência.

Introdução

A humanidade nunca registrou e armazenou tantas informações como nos últimos anos. São dados gerados em diversos formatos – texto, imagem, vídeo, áudio – por diferentes tecnologias que vão de drones ao reconhecimento facial, do cartão de crédito aos mais diversos tipos de sensores. Celulares, computadores, relógios, assistentes digitais e até mesmo geladeiras inteligentes. O ponto central é que a forma de registro destas informações transforma-se radicalmente na passagem do analógico para o digital.

É neste contexto que o direito à privacidade deixa de ser suficiente para lidar com a quantidade de informações pessoais produzidas pela sociedade contemporânea. O direito à proteção de dados

¹ Pesquisadora associada ao grupo de pesquisa Democracia e Desigualdades (Demodê) e doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Ciência Política na Universidade de Brasília, e-mail: dricaveloso@gmail.com.

peçoais emerge, portanto, para proteger os indivíduos do uso indevido de suas informações, seja para fins de vigilância, como muitas vezes o tema é abordado, mas também para influenciar hábitos de consumo, preferências políticas, interferindo diretamente no exercício da cidadania e na autodeterminação informacional.

O dado pessoal passa a ter uma tripla natureza; refere-se ao indivíduo, sustenta a construção de políticas públicas, mas também é a essência da economia da intrusão (SILVEIRA, 2017), ou do capitalismo de vigilância (ZUBOFF, 2019), conceitos que, em resumo, se referem à prática do tratamento de informações pessoais de forma comercial. Portanto, a regulação da propriedade dos dados é uma das questões contemporâneas mais complexas que a sociedade enfrenta, diante do tratamento indiscriminado de informações pessoais.

Os dados pessoais são coletados, extraídos, analisados, processados e tratados por máquinas para finalidades pouco transparentes. Algoritmos simples, ou inteligentes, analisam, comparam e tratam informações dos mais variados formatos a todo momento. A principal diferença é que enquanto os algoritmos são códigos computacionais escritos para resolver problemas específicos, algoritmos inteligentes – sejam eles chamados de inteligência artificial ou *machine learning* – são programados para solucionar problemas. O próprio programa assimila a resolução, mas como “eles não aprendem ou raciocinam como os humanos, isso pode fazer com que seus resultados sejam difíceis de prever e explicar” (TUTT, 2016: 87). Seus efeitos podem ser simples; um programa fechar sem salvar o trabalho feito, mas podem ser complexos quando suas consequências incidem diretamente na sociedade.

A mídia direcionada, o sistema de sugestões e os filtros de conteúdo observados no uso da internet e aplicativos são exemplos cotidianos em que os algoritmos atuam na tentativa de influenciar as escolhas individuais. Longe de esgotar o debate sobre o seu poder manipulação ou modulação do comportamento (SILVEIRA, 2017), que será retomado adiante, por hora é importante destacar que o tratamento de dados pessoais não é uma questão que se restringe a questões de vigilância, segurança e privacidade.

É importante destacar a relevância da dimensão coletiva do tratamento das informações pessoais, que impacta toda sociedade a partir da transição da coleta de dados do universo digital para o mundo real. Se inicialmente o tratamento de dados pessoais focava no indivíduo, agora os algoritmos inteligentes querem compreender populações e seus comportamentos (ZUBOFF, 2019). O problema se intensifica quando seres humanos são objeto de tomadas de decisões realizadas por eles. A falta de transparência sobre seu funcionamento indica a tendência de que estes mecanismos segregam

determinadas informações, privilegiando outras, reproduzindo padrões de preconceito e discriminação de gênero, de raça e de renda, dentre outras, reforçando assim o aprofundamento das desigualdades da sociedade.

O artigo está dividido em duas seções, além desta breve introdução. Inicialmente destaca-se o contexto histórico, cultural, econômico, político e tecnológico, sem precedentes, que possibilitou a conformação do capitalismo de vigilância. O foco da análise é direcionado aos primeiros anos do milênio quando se observa a convergência entre recursos e regras, necessárias para o exercício da dominação (BOURDIER, 2007). É neste mesmo período que se consolida a transição de um modelo de capitalismo de mercado ao neoliberalismo, marcado pela ausência de regulamentação do setor tecnológico e do mercado financeiro. Além disso, essa mudança tem como característica fundamental a transformação do papel do Estado, que passa a atuar mais em defesa de interesses privados do que na proteção de direitos civis (HARVEY, 2005; BROWN, 2015; FRASER, 2012).

Em seguida, ao enfatizar a ubiquidade do monitoramento constante de atividades privadas, debate-se o suposto poder preditivo e manipulador destas tecnologias. Destaca-se que a capacidade de exercício do poder não pode ser igualada a sua influência efetiva. Ressalta-se que o processo de formação das preferências e das escolhas individuais é complexo e abrange estratégias de resistência, muitas vezes “invisíveis” e decisões “contraditórias” (SCOTT, 1990; SUNSTEIN, 2009). Neste contexto, discute-se as relações de poder e o conceito de autonomia, destacando que para o exercício da dominação é necessária a conformidade dos indivíduos, o que não se observa a partir da vigência da Regulação Geral de Dados Pessoais da União Europeia. Este marco normativo busca o consentimento informado das pessoas e a revisão dos contratos assimétricos realizados com as empresas de tecnologia.

O artigo ressalta que a capacidade de agenciamento está ancorada em processos complexos de subjetividade, questionando, portanto, teorias que se alicerçam na capacidade preditiva dos algoritmos. Conduziu-se que a internet e os meios digitais fazem parte de um ecossistema de mídia composto por outros veículos, caracterizados por uma assimetria de discursos e interesses (BENKLER, 2018). Por fim, aponta-se para a necessidade de regulação e transparência dos algoritmos, ou uma governança algorítmica, compreendidos aqui como uma necessária complementação à proteção de dados pessoais (TUTT, 2016).

A conformação do capitalismo de vigilância

O capitalismo de vigilância é um fenômeno que ocorre há pelo menos duas décadas, ainda que o público em geral só tenha tido conhecimento sobre suas práticas com as declarações de Edward

Snowden, em 2013. Suas revelações apontaram para uma convergência entre agências de defesa estadunidenses e empresas de tecnologia a partir dos atentados de 11 de setembro de 2001, em Nova Iorque.

Este acontecimento faz com que a prioridade do governo se tome a segurança, portanto toda regulação que envolvia questões de privacidade e proteção de dados pessoais tornou-se irrelevante no contexto de “guerra ao terror”. Essa conjuntura política, econômica e tecnológica, alicerçada em um modelo extremamente neoliberal de regulação, possibilitou a conformação do que Zuboff (2019) descreve como capitalismo de vigilância. Nos anos seguintes, qualquer tentativa de garantir o direito à privacidade era contestado como uma forma de interferência no mercado e na inovação tecnológica. De fato, as grandes empresas de tecnologia conhecidas pelo acrônimo FAMGA – Facebook, Apple, Microsoft, Google e Amazon – sempre realizaram um forte *lobby* junto ao governo estadunidense contra a regulação da proteção de dados pessoais e a privacidade².

O fato é que em cerca de apenas vinte anos o mercado de tecnologia se consolidou ancorado na coleta e tratamento de dados pessoais (ainda que cada empresa tenha uma abordagem diferente com relação ao tema). Para Zuboff (2019) o Google inaugurou esta prática. Lançado em 1998, o buscador se destacou dos concorrentes por uma série de motivos. O mais perceptível deles era seu aspecto visual, que contava com um design minimalista, ou seja, apresentava poucas informações na página, ao contrário de seus rivais, Altavista, Yahoo!, dentre outros. Aliado a isso, a ferramenta era conhecida por não promover anúncios de forma ostensiva, estabelecendo uma relação com as pessoas que utilizavam a ferramenta que não era baseada no consumo, mas na experiência de uso (*user experience*) (ROGERS *et al*, 2013).

Inicialmente a empresa utilizava os dados - palavras chave, padrões de termos de pesquisa, como uma consulta é feita, ortografia, pontuação, tempos de permanência nas páginas, padrões de cliques, localização, dentre outros - exclusivamente para melhorar a ferramenta de busca e a experiência das pessoas ao utilizá-la. Estas informações colaterais alimentavam o algoritmo do Google, em um “processo reflexivo de aprendizagem e melhoria contínua” (ZUBOFF, 2019: 70). Quanto mais as pessoas utilizavam o buscador, mais relevantes tomavam-se os resultados procurados. O algoritmo original era simples, mas à medida em que foi aprendendo com a experiência das pessoas começou a se tornar “inteligente”.

² Google, Amazon, and Facebook all spent record amounts last year lobbying the US government. Disponível em <https://www.recode.net/2019/1/23/18194328/google-amazon-facebook-lobby-record>. Acessado em 7/2/19.

No final da década de 1990 ocorreu o fenômeno que ficou conhecido como a bolha da Internet. Em resumo, ocorreu uma grande especulação em torno das empresas de tecnologia, que obtiveram um pico de alta em suas ações na bolsa de valores Nasdaq, seguido de uma queda brutal. A decaída dos investimentos levou muitas empresas de tecnologia à falência, venda ou fusão. É neste contexto de pressão, que os fundadores da empresa transformam o negócio de um simples buscador destinado a organizar a informação da *web*, para entrar no ramo dos e-mails, textos, fotos, vídeos, geolocalização, reconhecimento facial, prevenção de doenças, carros autônomos, mapeamento da lua, entre outras atividades incorporadas pela *Alphabet*, fundada por eles em 2015.

Em face a crise, renunciavam a uma das regras que haviam adotado até então; a ausência de anúncios. “Se era para ter propaganda, ela deveria ser relevante. A publicidade deveria aparecer (...) de uma forma direcionada a um indivíduo em particular (...), garantindo assim a relevância para as pessoas e o valor para os anunciantes” (ZUBOFF, 2019: 75). É a partir daí que o Google transforma a forma de monetizar a publicidade na internet. O modelo de anúncios com mensalidades fixas é substituído por taxas de conversão baseadas ou na quantidade de cliques/acessos, ou de visualizações.

O surgimento do marketing direcionado promovido pelo Google tem como fundamento uma vantagem mercadológica incontestável; o conhecimento prévio sobre a forma com que as pessoas realizavam buscas em sua ferramenta. Para Zuboff (2019), esta mudança na forma de anunciar é um dos elementos que marcam o início do capitalismo de vigilância.

Em 2003, o Google começa a desenvolver e implantar algoritmos de inteligência artificial, que assim como outras tecnologias, não possuem um caráter neutro. Neste mesmo ano quatro engenheiros da empresa submetem uma patente intitulada “Gerando Informação sobre o usuário para utilização em publicidade direcionada”³. Em sua descrição elencam uma série de maneiras para gerar informações de perfil de usuário (*user profile information*, ou UPI). Importante ressaltar que em 2003, o Google ainda era apenas uma ferramenta de busca. As informações eram coletadas a partir dos endereços I.P. e ferramentas simples como os cookies e não a partir de uma conta pessoal, que centraliza as informações e facilita a identificação dos indivíduos. Esta patente representou também a capacidade da empresa em extrair dados de todas as páginas da Internet, sendo capaz de ampliar os destinos publicitários para além de sua busca. Essa mudança na forma de vender anúncios fica conhecida como a “física dos cliques” e ainda é a principal fonte de lucro da empresa.

³ Generating user information for use in targeted advertising. Disponível em <https://patents.google.com/patent/US20050131762A1/en>. Acessado em 7/2/19.

O ano de 2003 é especialmente relevante devido a outros motivos, em especial pela aproximação das agências de segurança estadunidenses com a empresa. É neste ano que o Google é contratado⁴ pela Agência Central de Inteligência (CIA) “para customizar uma ferramenta de busca (...) para supervisionar informações super secretas, secretas, sensíveis e não classificadas para ela e outras agências” (ZUBOFF, 2019: 84). A Agência Nacional de Segurança (NSA), por sua vez pagou à companhia para “buscar um algoritmo capaz de pesquisar 15 milhões de documentos em vinte e quatro idiomas⁵” (*idem, ibidem*). Estes dois contratos são o início de uma colaboração entre o Google e o governo estadunidense que constituem a base do capitalismo de vigilância.

A parceria continuou nos anos seguintes. Em 2004, o Google comprou a empresa *Keyhole*, que havia recebido investimentos da CIA para o mapeamento geográfico do planeta. O resultado foi o lançamento do Google Maps e do controverso projeto *Street View* no ano seguinte. Esta colaboração entre o governo estadunidense e o Google é considerada sem precedentes, uma das principais características do neoliberalismo, ou seja, o Estado atuando na defesa de interesses privados ao invés de atuar na proteção de direitos civis (HARVEY, 2005; BROWN, 2015; FRASER 2012).

Portanto, se originalmente o Google se empenhava em aprimorar a experiência de seus usuários, a partir destas transformações as pessoas começaram a trabalhar gratuitamente para ampliar os lucros da empresa. Os dados pessoais e as experiências privadas tomaram-se a essência dos dados comportamentais, que, por sua vez, alimentava os anúncios direcionados. A experiência individual privada torna-se material gratuito da fonte de renda das empresas de tecnologia. Ou como bem resume o diretor executivo da Apple, Tim Cook⁶; “se o serviço é gratuito, você não é o consumidor, mas o produto”. Os dados pessoais transformaram-se em objeto de valor de forma silenciosa, enquanto a maioria das pessoas ignorava ou não se importava com o que ocorria.

Para Zuboff (2019) esta é a primeira de três transformações sociais essenciais para se compreender como opera o capitalismo de vigilância; a liberdade em explorar um amplo conhecimento sobre o público sem sofrer interferências. Enquanto as pessoas ignoram de que forma suas informações pessoais são tratadas, estes dados financiam o conhecimento das empresas a nosso respeito. O Estado neoliberal não intervém, não regula.

⁴ Exclusive: Google, CIA invest in 'future' of web monitoring. Disponível em <https://www.wired.com/2010/07/exclusive-google-cia/>. Acessado em 7/2/19.

⁵Google and the US government. Disponível em <http://insidegoogle.com/wp-content/uploads/2011/01/GOOGGovfinal012411.pdf>. Acessado em 7/2/19.

⁶ Google is collecting data on schoolkids. Disponível em <https://mindmatters.ai/2018/09/google-collecting-data-on-schoolkids/>. Acessado em 7/2/19.

Em segundo lugar, a autora destaca que ocorre um abandono da reciprocidade orgânica com as pessoas, que já não são apenas consumidores, mas também fonte de material bruto para o desenvolvimento de produtos personalizados. O indivíduo é ao mesmo tempo consumidor e fonte de informação, fazendo com que a lógica da troca mútua não mais se aplique.

Por fim, a indiferença radical com a visão coletivista da sociedade é observada quando o conteúdo da informação é julgado pelas empresas a partir de sua relevância em termos de números de cliques e curtidas, volume, profundidade e capacidade de gerar lucro. Não importa se o conteúdo é mentiroso, fraudulento, ou contém discurso de ódio, desde que as pessoas cliquem nele. É o trunfo neoliberal, em que os valores democráticos são ignorados para sustentar o sistema financeiro e corporações de tecnologia e o Estado atua na defesa de interesses privados em detrimento dos coletivos.

As transformações pelas quais o Google passa são centrais para se compreender como a proteção de dados pessoais e a privacidade se tornam fundamentais nas democracias contemporâneas. E tudo isso ocorre antes de 2005. Não havia *Twitter*, nem *Facebook*, muito menos o *iPhone*.

A tecnologia móvel representa um novo panorama, que Zuboff descreve como a segunda fase do capitalismo de vigilância. Sustentado pelo aumento de capacidade de armazenamento, processamento e tratamento de informações, também conhecido como *big data*, este segundo momento representa a consolidação do monitoramento automatizado das experiências privadas, realizado por algoritmos inteligentes com a intenção de induzir ou direcionar a certos comportamentos.

Neste contexto é importante ressaltar que se observa a convergência entre recursos e regras, essenciais para o exercício da dominação (BOURDIEU, 2007). Em outras palavras, as empresas de tecnologia possuíam os recursos enquanto o governo não realizava nenhum tipo de intervenção ou regulação no setor. A transformação das relações entre o Estado, a sociedade e o sistema financeiro do qual estas empresas fazem parte é central para a expansão e consolidação do neoliberalismo.

Outra característica central está relacionada a opacidade sobre a forma com que os algoritmos destas empresas funcionam, aliada ao fato de que há uma tentativa constante de impor à sociedade as regras determinadas pelas próprias companhias. O conteúdo não é avaliado conforme normas democráticas, como a livre imprensa, ou a liberdade de expressão, mas sim a partir dos termos de uso determinados pelas empresas privadas. A suspensão de contas ou retirada de conteúdos destas plataformas ocorre no tempo em que as próprias companhias determinam como adequado.

Em contraposição, para que a dominação se perpetue nas relações de poder é necessária a conformidade dos indivíduos. E não é isso que se observa em movimentos de resistência como o do

software livre, ou até mesmo em atitudes de sabotagem e outras formas de ação direta. Scott (1990) explica que o discurso público é diferente daquele realizado de forma íntima e que por trás de uma aparente conformidade e obediência os sujeitos realizam constantemente atividades de insubordinação com relação ao poder instituído.

Há ainda uma contestação institucional a partir da Regulação Geral de Dados Pessoais da União Europeia, em vigência desde 2018. A norma é uma resposta consistente sobre a ausência de regras e limites para a atuação das empresas de tecnologia com foco no direito à privacidade e proteção de dados pessoais. A partir de mecanismos de *accountability* – como sanções e multas - a regra obriga o setor privado a atuar em conformidade com padrões de privacidade e consentimento informado. Além disso, determina uma revisão dos contratos assimétricos realizados entre as pessoas e as empresas por meios dos termos de uso de seus serviços “gratuitos”.

Os termos de uso se caracterizavam como consentimentos pouco esclarecidos, inclusive realizados em condições que limitam o exercício da liberdade, dos direitos e de relações mais autônomas (PATEMAN, 1988). As pessoas aceitam os termos de uso sem compreender bem o que será feito com suas informações pessoais, em troca de um serviço gratuito, ou o uso de um aplicativo. O consentimento inicial é seguido de interferências arbitrárias – uma sugestão não solicitada, uma indicação de amizade de alguém que a pessoa odeia, são alguns exemplos cotidianos. As empresas de tecnologia constroem as pessoas em aceitar seus termos de uso. É neste contexto que se questiona a presença do consentimento explícito em acatar estes contratos. Esta dominação racional (WEBER, 1991), amparada nos termos de uso, está longe de ser voluntária, esclarecida e autônoma. Justamente por isso, a Regulação Geral de Proteção de Dados impõe limites e restrições nestes acordos, além de estabelecer o direito da pessoa em suspender o contrato quando quiser, reforçando sua autonomia e auto determinismo informacional, ou seja, o controle sobre os próprios dados.

Os impactos incidem diretamente na abordagem neoliberal que privilegia a segurança e o desenvolvimento tecnológico em detrimento da privacidade, adotada nos Estados Unidos, onde se concentram estas empresas. Sobretudo, a RGPD expõe visões distintas sobre princípios da democracia liberal, em especial com relação à garantia de direitos. Neste contexto, o próprio conceito de democracia está em disputa e os diferentes marcos regulatórios demonstram a distinção destas visões.

Nos Estados Unidos a privacidade e a proteção de dados pessoais é tema de regulação comercial, abordado enquanto direitos do consumidor. A regulação se dá a partir da *Federal Trade Commission*

(FTC), que inclusive trata do tema como privacidade de dados (*data privacy*) retirando os sujeitos do protagonismo, ou seja, trata-se da privacidade das informações e não das pessoas. A União Europeia, por sua vez, coloca o Estado no papel de intermediário entre o setor privado e os direitos e liberdades individuais.

Pontuadas estas questões prossegue-se para a próxima seção do artigo em que se debate o conceito de capitalismo de vigilância e modulação do comportamento, com vistas a verificar se eles são suficientemente robustos para descrever os processos sociais vivenciados no uso cotidiano das tecnologias. Parte-se de uma análise do caráter preditivos dos algoritmos inteligentes para destacar sua opacidade. Busca-se problematizar visões determinísticas em que as pessoas estão sujeitas à manipulação, ao mesmo tempo em que se reconhece que estas tecnologias são projetadas com estes objetivos. Ressalta-se que a capacidade de exercer poder não significa sua consumação e que existem estratégias de resistência em curso. Por fim, para concluir a seção debate-se sobre a urgência em regular o modo de funcionamento dos algoritmos inteligentes como parte da proteção de dados pessoais. A governança algorítmica se torna imperativa diante do modelo neoliberal de monitoramento automatizado das experiências individuais e coletivas.

Relações de poder; autonomia e resistências

A segunda fase do capitalismo de vigilância é caracterizada pela expansão das tecnologias móveis, pela geolocalização das informações e pela cultura do compartilhamento (LYON, 2017). Nesta seção aponta-se a opacidade dos algoritmos inteligentes que sugerem produtos, filtram conteúdos, aconselham rotas, dentre outras ações cotidianas, tentando influenciar as escolhas individuais nos mais diversos níveis. Neste contexto retoma-se o debate sobre o caráter performativo dos algoritmos e sua suposta capacidade de manipular comportamentos. Destaca-se que o processo de formação das preferências, escolhas individuais e a própria capacidade de agenciamento estão ancorados em processos complexos de subjetividade, que demandam uma análise abrangente dos fenômenos sociais. Por fim, para fechar esta seção, destaca-se a urgência de uma regulação dos algoritmos inteligentes, ou uma governança algorítmica (TUTT, 2016).

A segunda fase do capitalismo de vigilância está marcada pela expansão das tecnologias móveis e de geolocalização que reforçam o importante debate sobre o poder de influência dos algoritmos no comportamento das pessoas. Neste sentido, ressalta-se que a discussão sobre autodeterminação em contraposição à dominação é central no pensamento político e se faz presente a partir do momento em que alguns autores defendem a capacidade de modulação do comportamento por parte dos

algoritmos inteligentes (ZUBOFF, 2019; SILVEIRA, 2017). Neste ponto de vista, a mídia direcionada atuaria diretamente no exercício da autonomia.

Uma importante característica da segunda fase do capitalismo de vigilância é a cultura do compartilhamento, ancorada na publicização das experiências privadas, que não são mais extraídas de dados de navegação e outras tecnologias, mas tornadas públicas de forma “voluntária”. Observa-se um processo de autoafirmação, em que a exposição da intimidade opera como um reforço da identidade, sendo ao mesmo tempo performática e participativa (BRUNO, 2008; LYON, 2017). A extração de dados é facilitada e abre espaço para um segundo momento da mídia direcionada, caracterizada pelo avanço e emprego de algoritmos inteligentes na exploração do estado emocional das pessoas.

Portanto, nesta seção problematizaremos estes pontos de vista a partir da discussão sobre dominação e autonomia. Neste contexto destaca-se que os algoritmos inteligentes se caracterizam pela intenção de se colocarem como intermediários no processo decisivo, ao apontar sugestões e tentar direcionar tendências. Entretanto, ainda que se reconheça a capacidade de antecipar tendências, estes códigos não são determinantes nos processos decisórios, caracterizados por suas maleabilidades, contradições, circunstâncias sociais, escolhas anteriores e opções disponíveis (BENKLER, 2018). Portanto, aponta-se ressalvas a teorias que se ancoram na capacidade preditiva dos algoritmos, destacando ao mesmo tempo a necessidade de uma maior transparência sobre seu funcionamento, uma governança algorítmica.

Zuboff (2019) sustenta sua teoria sobre capitalismo de vigilância sobre a premissa de que os algoritmos inteligentes possuem uma capacidade de predição. De fato, define o conceito como “uma nova ordem econômica que reivindica a experiência humana como matéria-prima gratuita para práticas comerciais ocultas de extração, previsão e vendas” (ZUBOFF, 2019: 1). Para a autora, a atual geração já é refém de uma complexa estrutura de poder, dominação e vigilância.

É neste contexto que se torna necessário avaliar se o conceito de capitalismo de vigilância é o mais adequado para descrever a experiência socialmente vivida a partir do uso das tecnologias. O ponto em questão é que não se trata de uma vigilância verticalizada, realizada por parte do Estado, ou por corporações de tecnologia, mas um monitoramento automatizado realizado por algoritmos e seus derivados. A vigilância digital é mais próxima do modelo de sociedade de controle de Deleuze (2006), que a enxerga diluída na sociedade. Entretanto, a experiência vivida na sociedade contemporânea não se caracteriza apenas pelo controle, pela divisão entre os vigiados e os que vigiam, ou pela

assimetria de conhecimento sobre o que ocorre. A vigilância acaba por ser “útil” para o cotidiano das pessoas e por isso ela não é percebida como intrusiva, controladora ou punitiva.

É neste sentido que Deleuze (2006) empregou a noção de modulação para descrever a mudança das sociedades disciplinares para sociedades de controle. Para o autor o indivíduo tornou-se divisível ao passo que o marketing se tomou um instrumento de controle social (2006). É relevante esta observação sobre a divisibilidade do indivíduo; somos ao mesmo tempo muitas coisas, dentre elas consumidores, trabalhadores, cidadãos, enfim, seres imersos em uma complexa malha de relações sociais caracterizada por preferências adaptativas (SUNSTEIN, 2009). Para Deleuze (2006), a modulação opera como uma forma de controle, em um novo regime de dominação. Ou seja, a cada molde social que o indivíduo tem que se adaptar é uma forma de exercício de controle. Neste sentido observa-se uma convergência com o pensamento de Foucault (2012) em que a vigilância é mais produtiva no sentido de produzir comportamentos desejados do que punitiva.

Ancorando-se no conceito de modulação de Deleuze (2019), diferentes autores caracterizam os algoritmos inteligentes como agentes de modulação do comportamento. Para eles (ZUBOFF, 2019; BRUNO, 2008; SILVEIRA, 2017) estes códigos estão embutidos com uma característica performática, ao modelar dinâmicas, práticas e comportamentos. As mídias sociais, que exploram a experiência de uso nas emoções, estariam exercendo o paradoxo da liberdade controlada, ou seja, a capacidade de se expressar de acordo com parâmetros já definidos. A modulação comportamental dos algoritmos inteligentes se daria, portanto, justamente pela sensação de liberdade sob certas restrições, ou escolhas limitadas pelas opções disponíveis.

É importante reconhecer que existem conformações sociais que buscam restringir a liberdade e o exercício da autonomia e as tecnologias são apenas um de seus aspectos. As opressões de raça, gênero e classe operam de forma muito mais verticalizada do que o controle distribuído. Neste contexto, destaca-se o complexo conceito de dominação e um de seus aspectos antagônicos, a autonomia. Em primeiro lugar é preciso fazer uma distinção analítica sobre dominação e opressão. Para Weber (1991) a dominação é “a possibilidade de impor ao comportamento de terceiros a vontade própria” (p.188), ou seja, o impedimento de decisões autônomas. A opressão, por sua vez, em suas cinco ou mais facetas, seria a imposição de condições instrumentais que limitam a capacidade de um indivíduo de desenvolver-se, tornando-o mais vulnerável em determinadas situações (YOUNG, 1990). Neste sentido a opressão seria uma forma de coerção, de impedimento do exercício da autonomia realizada por agentes externos.

Em segundo lugar é preciso enfatizar que a dominação é uma forma específica de poder, caracterizando-se como um exercício assimétrico de autoridade por parte de um agente que controla os recursos, materiais ou simbólicos (PETTIT, 1997). Os dominados estariam submetidos a comportamentos que beneficiam os que detêm o poder (MIGUEL, 2018). Neste contexto as grandes empresas de tecnologia controlariam os mecanismos materiais e simbólicos e a assimetria dessa relação refletiria a dominação, compreendida aqui como uma forma de exercício do poder de manipulação dos comportamentos.

Nesta perspectiva os sujeitos teriam sua autonomia constringida, seja por razões individuais, mas em especial por valores socialmente construídos, já que toda preferência é socialmente produzida (MIGUEL, 2018). Estaríamos vivenciando a incorporação do ponto de vista do dominante (BOURDIEU, 2007). O uso das tecnologias – aplicativos e sistemas – estaria legitimando as hierarquias sociais, assim como o consumo cultural exerceu este papel no campo simbólico em décadas passadas. De fato, para Benkler (2018) a mídia online reflete as assimetrias do ecossistema de comunicação de outros meios como rádio e televisão, dentre outros.

Entretanto, existem algumas divergências, em especial no contexto da mídia direcionada, que se diferencia dos meios de comunicação de massa. Essa variação pode, por um lado, aprofundar o poder simbólico, mas por outro lado ampliar o auto determinismo digital.

Justamente por isso é necessário destacar algumas ressalvas a serem consideradas quando se discute a capacidade de dominação das tecnologias da informação e seus algoritmos inteligentes em prever e até mesmo moldar comportamentos. Primeiramente, o fato é que como os algoritmos são patenteados não se pode inferir sobre suas características e potencialidades de predição com exatidão. Em segundo lugar, visões determinísticas de que a sociedade está subjugada às novas tecnologias da informação ignoram a capacidade de resistência e de questionamento características dos seres humanos. Não leva em consideração que as pessoas também podem manipular as máquinas de forma subversiva, ou que podem encontrar formas alternativas de lidar com o capitalismo de vigilância.

Em terceiro lugar, é preciso considerar que para que a dominação persista é necessário que haja certa permissividade e conformidade dos dominados (MIGUEL, 2018). Neste sentido, ainda que a sensação de impotência individual diante dos gigantes de tecnologia esteja presente, há de se lembrar que existem instituições globais que combatem o tratamento indiscriminado de dados pessoais. Por mais que pessoas se acomodem há uma Regulação Geral de Proteção de Dados vigente. Trata-se de um questionamento institucional, caracterizado por visões distintas com relação

à democracia liberal e o papel do Estado na regulação das relações entre o setor privado e os direitos sociais. São autoridades que atuam diretamente na transformação do modelo de negócios das empresas de tecnologia. Portanto, a dominação não é exercida verticalmente sem que haja resistência, inclusive institucional.

Somado a isso, há de se levar em conta que o exercício do poder é diferente de sua capacidade de influência. A intenção não significa realização. É reconhecível que existe a motivação de influenciar comportamentos, hábitos de consumo, preferências políticas. Existe a intenção de direcionar, mas sua efetividade não está comprovada, pelo contrário. Em análise sobre o impacto das mídias sociais nas eleições estadunidenses de 2016, Benkler (2018) constatou que fenômenos associados à internet (como notícias falsas, robôs, técnicas de marketing comportamental aplicadas a anúncios personalizados, dentre outros) foram pouco significantes nos resultados. Para os autores é um erro de diagnóstico apontar as tecnologias como responsáveis pelo processo de polarização política observado no país. Defendem que a internet está inserida em um ecossistema de mídia caracterizado pela radicalização conservadora em um processo que ocorre há pelo menos 30 anos. Neste período, os tradicionais meios de comunicação de massa, ao divulgarem e reproduzirem discursos radicais, acabaram por legitimá-los. Sendo assim, a assimetria do ecossistema de mídia offline se reproduziu online (BENKLER, 2018).

Por fim, a falta de transparência sobre o funcionamento desses códigos não permite que se afirme sobre sua capacidade de influenciar ou não, comportamentos. Ainda assim é preciso reconhecer que é uma mudança significativa o fato de que os algoritmos inteligentes determinem o que é apresentado às pessoas. Mas existe uma diferença entre detectar comportamentos e tendências e manipulá-los já que as pessoas possuem outros estímulos e bagagens. Além disso, observa-se diversas formas de resistência, seja no nível individual, como a recusa de utilizar determinados aplicativos ou redes sociais, mas também no âmbito institucional. Com a entrada em vigor da Regulação Geral de Proteção de Dados a concentração de poder e o monopólio neoliberal exercido pelas empresas de tecnologia é questionado.

Por todos estes fatores, acredita-se que o conceito de capitalismo de vigilância não é o mais adequado para descrever o fenômeno de monitoramento automatizado das experiências privadas realizado por algoritmos inteligentes, com intenção de induzir ou direcionar a certos comportamentos. Inclusive o conceito de capitalismo caracteriza um momento histórico anterior àquele vivenciado nas últimas décadas, marcado pela expansão do poder corporativo e do capital financeiro essenciais ao neoliberalismo (HARVEY, 2008; FRASER, 2012; BROWN, 2015). Por outro

lado, Zuboff (2019) é certa em apontar como a ausência de regulação e a associação entre as empresas de tecnologia e o governo estadunidense foi fundamental para a consolidação do fenômeno.

Diante de todas estas questões, pode-se concluir que a RGPD da União Europeia é um avanço, entretanto não é suficiente para conter o monitoramento automatizado das experiências pessoais. É necessário regular o funcionamento dos próprios algoritmos. Estes códigos são o outro lado da moeda no debate sobre proteção de dados pessoais e privacidade. Os algoritmos não são neutros. Suas decisões não são tomadas com base em análises isentas ou critérios de justiça. Por isso, a urgência de haver transparência sobre seu funcionamento.

Conclusão

O artigo buscou problematizar o conceito de capitalismo de vigilância diante das práticas neoliberais de empresas de tecnologia que realizam um monitoramento automatizado de experiências privadas, com a intenção de induzir ou direcionar comportamentos. Apesar de reconhecer características sem precedentes de convergência de recursos e regras necessárias ao exercício da dominação, argumenta-se que a efetivação dessa influência não ocorre de forma determinística ou direta. De fato, a própria tentativa de opressão pode ter efeitos contrários como subversões individuais cotidianas, dentre outras estratégias de resistência. Neste sentido, destaca-se que a possibilidade de exercício do poder não significa sua efetivação e que o processo de formação das preferências é adaptável e influenciado por diversos fatores, tais como condições estruturais para o exercício da autonomia, escolhas passadas, circunstâncias sociais, opções disponíveis, dentre outros elementos. Além disso, observa-se uma contestação às práticas de monitoramento e vigilância no campo coletivo e institucional a partir da vigência da RGPD da União Europeia.

Por fim, neste contexto, conclui-se que além de uma regulação voltada à proteção de dados pessoais é necessário também tornar transparentes as regras pelas quais os algoritmos tomam decisões, ou seja, uma governança algorítmica.

Referências

BENKLER, Yochai; FARIS, Robert; ROBERTS, Hal. **Network Propaganda: Manipulation, Disinformation, and Radicalization in American Politics**. Oxford University Press, 2018.

BROWN, Wendy. **Undoing the Demos: Neoliberalism's Stealth Revolution**. New York: Zone Books, 2015.

BRUNO, Fernanda. **Monitoramento, classificação e controle nos dispositivos de vigilância digital**. In: Antoun, Henrique. (Org.). *Web 2.0: Participação e Vigilância na era da comunicação distribuída*. Rio de Janeiro: M53auad X, 2008, P. 167-182.

- BOURDIEU, Pierre. **A distinção crítica social do julgamento**. Edusp, 2007.
- DELEUZE, Gilles. **Post-scriptum sobre las sociedades de control**. Polis. Revista Latinoamericana, n. 13, 2006.
- FRASER, Nancy. **Feminism, capitalism, and the cunning of history**. 2012.
- FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir**. Rio de Janeiro, Editora Vozes, 2012.
- HARVEY, David. **O neoliberalismo: história e implicações**. Loyola, 2008.
- LYON, David (2017). **Surveillance culture: engagement, exposure, and ethics in digital modernity**. International Journal of Communication, nº 11, pp. 824-42.
- MIGUEL, Luis Felipe. **Dominação e resistência: desafios para uma política emancipatória**. São Paulo: Boitempo Editorial. 200pp, 2018.
- PATEMAN, Carole. **The Sexual Contract**. Stanford University Press. Palo Alto, California, 1988.
- PETTIT, Philip. **Republicanism: a theory of freedom and government**. OUP Oxford, 1997.
- ROGERS, Yvonne; SHARP, Helen; PREECE, Jennifer. **Design de Interação**. Bookman Editora, 2013.
- SCOTT, James C. **Domination and the arts of resistance: Hidden transcripts**. Yale university press, 1990.
- SILVEIRA, S. A. da. **Tudo sobre Tod@s: Redes Digitais, Privacidade e Venda de Dados Pessoais**. São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2017.
- SUNSTEIN, C. R. **Preferências e política**. Revista Brasileira de Ciência Política, no 1, 2009, pp. 219-54.
- TUTT, Andrew. **An FDA for algorithms**. 2016.
- WEBER, Max. **Economia e sociedade**. Vol. 1. Brasília: Editora UnB, 1991.
- YOUNG, I. **Justice and the Politics of Difference**. Princeton: Princeton University Press, 1990.
- ZUBOFF, Shoshana. **The Age of Surveillance Capitalism**. 2019.