

Mesa: IMPACTOS DA VIGILÂNCIA AUTOMATIZADA NA COMUNICAÇÃO E CULTURA

Plataformização, Dataficação e Privacidade: impactos e questionamentos no campo simbólico

Deborah Rebello Lima¹

É especialmente importante indagar e ponderar sobre os fluxos informações na sociedade contemporânea e como eles afetam e são afetados pela segurança e coleta de dados, pela plataformização de processos sociais vivos e as consequências disso em nossa segurança, privacidade ou processo simbólico. De fato, no contexto atual é realmente improvável, pode-se dizer até mesmo impossível, não ter conhecimento, contato ou ter sido atingido direta ou indiretamente por alguma rede social, plataforma de consumo de produtos, ou forma de fluxo digital de informação e/ou cultura. No entanto, ainda que as primeiras redes sociais datem dos anos 1990, ainda é um processo o fortalecimento do debate sobre privacidade de rede, sobre o uso (e mau uso) dos algoritmos para a proposição de conteúdo aos usuários, o impacto nas produções culturais ou mesmo na segurança dos cidadãos; algo ainda distante do consumidor e da sociedade brasileira de forma mais ampla.

Na nossa conjuntura, a comercialização, o uso, e a posse de informação assumiu nova magnitude, estando muitas vezes, no centro da maioria dos negócios das relações político-sociais nesse novo modelo capitalista que tem a vigilância (Zuboff, 2021) como forma de controle e de prosperidade dos negócios. Algo que a autora denomina como “mais-valia” comportamental proporcionando outra perspectiva de acumulação de riqueza.

Neste sentido, o esforço de Helmond (2015) para refletir sobre a questão da plataformização sinaliza duas questões principais: o movimento de concentração de conteúdo em apenas um site/plataforma permite a potencialização da monetização do mesmo e, em segundo aspecto, é preciso ponderar os efeitos políticos e econômicos que esse processo de plataformização proporciona a própria sociedade. Aqui ressalta-se um terceiro elemento importante, o quanto tal processo também direciona a produção simbólica, poda a formação de olhar, reproduz preconceitos estruturais e tem afetado

¹ Docente vinculada ao Departamento de Artes, Universidade Federal do Paraná. Contato: deborahrebello@ufpr.br

produtos culturais múltiplos (como vídeos, músicas, dança etc) para além da indústria cultural.

Como pondera **André Lemos (2021)**, a plataformização e dataficação colocam em xeque o próprio ideário de liberdade, emancipação e troca de conhecimento colocado no mito de criação da web, especialmente do www. Segundo o autor, não é possível negar o quanto ficamos reféns da modulação da vida pessoal pelo uso de dados. Porque, afinal, tal uso também serve para comercialização de produtos e perfis, para debate político e uma série outros direcionamentos possíveis e um tanto perigosos para a definição do olhar dos sujeitos.

A dataficação, por exemplo, é um processo que permite o monitoramento das ações dos sujeitos, padrões de uso, preferências, formas de recomendação e monetização do consumo e uso da internet. Considera-se, nesse sentido, os dados como o novo petróleo e o uso deles de maneira indiscriminada, ou por meio do vácuo ou ineficiência regulatória, torna os indivíduos reféns dos detentores de nossas informações. E, como pondera **Rafael Grohmann (2020)**, é essencial vislumbrar que os dados não são um recurso natural, precisam ser extraídos, conjugados, trabalhados no que se convencionou denominar como extrativismo de dados, algo tão essencial nessa nova conjuntura capitalista.

Nesta mesma direção, vale compreender melhor também os efeitos da plataformização. As plataformas, como fenômeno complexo dos nossos tempos, podem ser vistas como um processo que se iniciou no universo web, mas não se restringe a ela. As mesmas são compreendidas como “infraestruturas digitais (re)programáveis que facilitam e moldam interações personalizadas entre usuários finais e complementadores, organizadas por meio de coleta sistemática, processamento algorítmico, monetização e circulação de dados”. Elas são também, como pondera **Rafael Grohmann**, uma interface amigável que se infiltra na nossa vida cotidiana proporcionando a possibilidade de personalização de serviços ao mesmo tempo em que cria enorme dependência de seu uso. Convém observar os impactos culturais com a reorganização de práticas e imaginações culturais em torno de plataformas (Nieborg; Poell, 2018). Murdock (2018) sinaliza que compreender que o uso de dados é parte da nossa sociedade aprofundada na presença das plataformas digitais. Nessa direção, **André Lemos (2019)**, chama atenção para o enorme potencial das BigFive (Google, Amazon, Facebook, Apple e Microsoft) e o quanto as grandes plataformas atuam de forma opaca e silenciosa para o usuário comum fazendo uso dos dados para monetizar seus negócios.

Um capítulo importante neste debate foi a ascensão da plataforma chinesa TikTok e o rápido crescimento e engajamento de usuários em distintos lugares do mundo. Vale

relembrar que em 2020, o então presidente dos Estados Unidos, Donald Trump, ameaçou banir a plataforma sob o risco da mesma ser uma grave ameaça à segurança nacional americana. Algo especialmente interessante se observarmos a predominância americana no negócio, ou mesmo o caso do uso privilegiado de dados pela NSA (Agência de Segurança Americana), até mesmo contra dirigentes brasileiros².

Afinal, qual seria o enorme perigo do TikTok? A plataforma apresenta seu histórico de criação romantizado, tendo em 2010 dois engenheiros chineses se lançado ao desafio de construir um novo produto que, na visão deles, alterasse a forma de navegação e fruição de plataformas e redes digitais. Até ali, a base essencial de recepção de conteúdo era baseada no consumo de quem você conhecia, dos seus amigos, o marketing P2P - peer to peer, tal como Facebook ou Instagram, por exemplo. A “virada” seria não focar na rede de conhecidos, mas no conteúdo ofertado, proporcionando novas sugestões a partir da navegabilidade do usuário. Cinco anos após, com a ascensão do 4G e a proliferação de conteúdos audiovisuais mais curtos e formatados permitiram a crescente proliferação da plataforma. Segundo dados do Data Report, em 2023 o Brasil é o terceiro maior país com número de usuários no TikTok com 84 milhões de inscritos (considerando apenas os maiores de idade), ficando atrás apenas dos Estados Unidos (116,5 milhões) e Indonésia (113 milhões). A empresa reforça que sua missão é “inspirar criatividade e alegria” e tem como visão criar “uma janela para descoberta; uma tela para criação “livre” (novas tecnologias e IA) e uma nova forma de conexão entre pessoas”. Será mesmo?

O Tik Tok, assim como inúmeras outras redes sociais com mesmo perfil, apresenta uma série de riscos sobre coleta de dados e usos não regulados (por exemplo para publicidade, direcionamento específico de conteúdo ou até mesmo espionagem cibernética); da mesma forma, existe a potência de violação de privacidade, por não haver efetivo controle sobre a manipulação dos dados da plataforma, permitindo propagação de desinformação, manipulação e uso de dados pelas empresas etc. No entanto, a sua criação mexeu na geopolítica mundial das BigTechs e acendeu o debate sobre privacidade de dados, segurança e impactos simbólicos destas redes.

A presente comunicação enfatiza o debate sobre os possíveis impactos da plataformização, na produção simbólica dos sujeitos, no exercício identitário. A aceleração da plataformização da vida e o impacto na produção simbólica, na

² Sobre isso ver: GLEN, Greenwald. No Place to Hide: Edward Snowden, the NSA, and the U.S. Surveillance State

conformação da arte e da cultura, no engajamento de janelas e temporalidades propostas por essas redes. O dado importante é como, no Brasil tanto as políticas de comunicação (pelo histórico de desregulação), quanto as de cultura (pelo histórico de compreensão de cultura como belas artes) não observam de maneira evidente tais fenômenos. Com isso, o presente artigo se propõe a um esforço teórico e analítico em duas dimensões: na primeira ponderando os impactos na plataformização no campo simbólico e, em segundo aspecto, analisando o histórico recente de desenvolvimento de políticas públicas de cultura, em âmbito federal, dos últimos 20 anos e forma como a interface entre Comunicação e Cultura se estruturou (como e se a dinâmica da plataformização da produção cultural tem sido observada). Almeja-se ponderar em que medida o Estado brasileiro, em suas diversas gestões federais empreendidas, vinculou as transformações comunicacionais ocorridas com a construção (ou não) de políticas públicas que dialogassem com o tema. Além de problematizar quais os impactos do fenômeno na produção simbólica de nossa sociedade, com especial ênfase para práticas culturais comunitárias.

Bibliografia

GROHMANN, Rafael. Plataformização do trabalho: entre a dataficação, a financeirização e a racionalidade neoliberal. *Revista Eptic*. VOL. 22, Nº 1, JAN.-ABR. 2020.

HELMOND, Anne. The platformization of the web: Making web data platform ready. *Social Media+ Society*, v. 1, n. 2, 2015

Lemos, Andre. Dataficação da vida. *Civitas: Revista De Ciências Sociais*, 21(2), 193–202, 2021.

MURDOCK, G. Media Materialities: for a moral economy of machines. *Journal of Communication*, v. 68, n. 2, p. 359-368, 2018.

NIEBORG, David B.; POELL, Thomas. The platformization of cultural production: Theorizing the contingent cultural commodity. *New Media & Society*, v. 20, n. 11, p. 4275-4292, 2018

PETERS, Thomas. The Brand called you. *Fast Company Magazine*, 1997. Disponível em: <https://www.fastcompany.com/28905/brand-called-you> Acesso em: 11.07.22

POELL, Thomas; NIEBORG, David; VAN DIJCK, José. Platformisation. *Internet Policy Review*, v. 8, n. 4, 2019.

ZUBOFF, Shochana. A Era do capitalismo de vigilância. Ed. Intrínseca: Rio de Janeiro, 2021.