

DEMOCRACIA EM REDE: DA MODULAÇÃO DE COMPORTAMENTO À POLARIZAÇÃO POLÍTICA NA WEB

Gleicy Kelly de Moraes Lopes¹
Telmir de Souza Soares²

RESUMO

É evidente que nos últimos anos, diversos estudos foram realizados constatando que há, no ciberespaço, uma vigilância digital embutida atrás das *Tecnologias de Informação e Comunicação*, as TICs, que cooperam com a modulação de comportamento dos indivíduos. A ferramenta do *filtro invisível*, como denominou o autor Eli Pariser, tem levado os indivíduos para um caminho mais isolado nas redes, pois a seleção de conteúdo específicos para cada sujeito, restringem ainda mais suas visões sobre a diversidade, algo que o leva a dispor de uma maior intolerância às opiniões contrárias as suas. Esse mecanismo tem influenciado um número bastante considerável de usuários nas mídias, no que diz respeito a suas posições políticas, já que nos últimos anos, o cenário digital tem sido grande foco da política em geral, considerando que a internet facilitou o acesso à informação e, conseqüentemente, à atuação política dos indivíduos. À vista disso, o que se tenta investigar neste trabalho é como, através da observação camuflada dos algoritmos nas ações dos sujeitos, estão sendo influenciados os comportamento e posições políticas dos indivíduos nos últimos tempos.

PALAVRAS-CHAVE: Cyberespaço. Sociedade. Informação. Redes Sociais.

1 INTRODUÇÃO

Diante à forte influência da mídia sobre a sociedade atual é notório que as redes sociais, um meio que permite o compartilhamento de informações entre pessoas ou empresas, proporcionam, atualmente, um natural controle sobre o ser humano. Esse controle, em geral, é fomentado devido ao próprio indivíduo que, por meio de seus percursos e ações no mundo virtual, se expõe e se submete a esse tipo de controle, e isso acontece quando o sujeito preenche, por exemplo, formulários de login nas variadas plataformas de comunicação,

¹ Concluinte do curso de Licenciatura em Filosofia pela Universidade do Estado do Rio Grande do Norte - UERN. Componente do grupo de pesquisa “Democracia em rede: o papel das redes sociais nos rumos do fazer democrático” sob coordenação do Prof. Dr. Telmir de Souza Soares. E-mail: gleicykm@outlook.com

² Doutor em Filosofia Prática pela Universidade Federal da Paraíba (2014), com Estágio Doutoral na Université Catholique de Louvain em Louvain-La-Neuve. Mestre em Filosofia pela Universidade Estadual do Ceará (2003), Graduado em Filosofia pela Universidade Estadual do Ceará (1996) e Bacharel em Teologia pelo Seminário Teológico de Fortaleza - STF da Igreja Presbiteriana Independente do Brasil. Atualmente é Professor Adjunto IV da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte - UERN, lotado no Departamento de Filosofia. Coordenador do Projeto de Pesquisa “Democracia em rede: o papel das redes sociais nos rumos do fazer democrático”. Realiza pesquisa na área de Filosofia Política, com ênfase nos seguintes temas: Rousseau, Participação Política, Democracia, Contratualismo, ação coletiva, ação cidadã e Natureza. E-mail: telmir@gmail.com

fornecendo voluntariamente suas informações pessoais, aceitando termos de uso os quais não lê e desconhece, dando controle sobre a gestão das suas atividades às *Big Techs*. As informações prestadas nas redes e os fluxos de dados daí decorrentes são consideradas um produto, isto é: o próprio indivíduo transforma-se em produto num mercado onde tudo se vende e tudo se compra.

O filósofo coreano, Byung-Chul Han e seu texto *Psicopolítica*, nos traz a reflexão de que essa livre circulação de informações pessoais gera no ser humano um “*pan-óptico*”, onde tudo está transparente e visível para todos que possuem elementos de rastreamento desses dados, bem como das operações de *data mining*. Assim, por trás da falsa liberdade de acessos e movimentos no mundo virtual, existem algoritmos que, como em uma civilização com a descrita em *1984* de George Orwell, observa todos os circunstantes que são, na verdade, prisioneiros, mas que, em contrapartida aos cidadãos de Oceania, os internautas vivem a ilusão de não saberem que estão sendo, continuamente, observados. Seria esse um modelo de prisão, onde se pensa estar em liberdade, como o *panóptico* descrito por Bentham³.

A partir da análise de Han, pode-se observar que as plataformas sociais se encontram hoje repletas de elementos que, de forma despercebida, perscrutam cada ação de seus usuários. Esses “observadores” nada mais são do que os algoritmos⁴, uma sequência de raciocínios, instruções ou operações para alcançar um objetivo.

Os algoritmos, quando aplicado nas redes, são bastante utilizados por empresas para impulsionar suas vendas baseadas nas preferências de cada perfil digital. Eles conseguem captar se o perfil de uma pessoa, de acordo com o seu histórico digital, condiz com determinado produto que está a venda ou será lançado o mercado. Mas, atualmente, para além dos interesses baseados em venda de produtos, encontramos diversas discussões que analisam o impacto que as ações algorítmicas estão causando nos indivíduos.

³ O *panóptico* ou *Casa de Inspeção* corresponde ao texto que Jeremy Bentham escreveu em 1787 a um amigo na Inglaterra descrevendo um projeto para construção de estruturas para abrigar e inspecionar pessoas como prisioneiros, leprosos, empregados, estudantes, entre outros.

⁴ Algoritmos são programas de computadores que tem por objetivo vasculhar as atividades dos internautas, colhendo dados que serão usados, posteriormente, para implementar bancos de informações, bancos de dados a serem oferecidos para empresas como as de marketing digital. Os fins dessa prática visam o que pode ser chamado de *microtargeting*, ou seja, o direcionamento específico de produtos e serviços para pessoas segmentadas segundo as análises feitas por outros algoritmos. Trabalhando de forma coordenadas, os algoritmos empreendem, como tarefa fundamental, avaliar os interesses, preferências, percepções e, ainda, as possíveis modulações que podem ser feitas e direcionadas para os possíveis clientes virtuais a partir dos bancos de dados coletados na internet.

Uma das situações bastante famosa é o fato da plataforma Facebook usar esse tipo de serviço para definir o que será exibido no feed de notícias de cada usuário. Esse mecanismo proporciona uma mediação mais neutra sobre o que é exibido para cada perfil, os assuntos mais comentados tendem a aparecer para mais pessoas, mas também são associados com preferências, histórico, comportamento, etc., de cada um. Portanto, o uso constante dessas ferramentas estaria contribuindo para uma nova era, a Era da Personalização como denomina Pariser (2012) e, por conseguinte, estaria colaborando com o surgimento de uma polarização política através das redes sociais.

2 A MODULAÇÃO ALGORÍTIMICA

Nos últimos anos, as ciências sociais e humanas vêm direcionando suas investigações para as plataformas midiáticas, uma vez que estas vêm se tornando o palco principal do mercado de vendas de um novo tipo de produto, os dados pessoais fornecidos pelos usuários nas plataformas sociais. É essa nova espécie de “produto” que as grandes empresas compram para, por sua vez, fazer divulgação de seus próprios produtos, baseando-se em gostos e preferências de cada indivíduo. De acordo com Machado, a partir de “[...] uma análise bastante detalhada do perfil de cada usuário, a empresa especializa-se em produzir novos softwares que possibilitam um monitoramento intenso do comportamento, dos interesses e da comunicação de quem a utiliza.” (2018, pp. 50-51), é dessa maneira que surgem diversas propagandas baseadas no perfil de nossa navegação que seria, em tese, a expressão daquilo em que estamos interessados.

“[...] o foco das pesquisas da área de tecnologia e sociedade voltou-se para o uso de algoritmos que controlam o fluxo de informação dentro das plataformas de mídias sociais, visto que elas já são a principal fonte de informação de grande parte da população conectada (PARISER, 2012). A mais utilizada pelos brasileiros, o Facebook, armazena em torno de 300 petabytes de dados dos usuários (JOLER; PETROVSKI, 2016), essenciais para o trabalho de filtragem de informação que seus softwares exercem.” (MACHADO, 2018, p. 46)

Como pontuado pela autora, são os algoritmos que personalizam os conteúdos recebidos pelos usuários. Os algoritmos são, em termos técnicos, uma sequência de instruções que compõe um software, bem como, de acordo com Silveira, eles também “[...] podem ser

definidos como rotinas logicamente encadeadas. Também podem ser compreendidos como o conjunto de instruções introduzidas em uma máquina para resolver um problema bem definido” (2016, p. 268). É por meio deles que existem hoje análises tão detalhadas do perfil de usuários das plataformas digitais e, em face de tais informações, as empresas estão cada vez mais produzindo novos meios de monitorar comportamentos e interesses de quem faz uso das redes.

Dessa forma, é notório que vivemos uma espécie de modulação algorítmica. A partir das informações fornecidas pelos usuários das redes, essas ferramentas, que agem de forma invisível, tentam modular os gostos, interesses e até mesmo decidir quais notícias são mais relevantes para cada um. Uma das características da modulação é a possibilidade de criar um espaço para o individual, dando a sensação de liberdade para o indivíduo enquanto o mantém em um ambiente restrito (HUI, 2015 *apud* MACHADO, 2018).

[...] a modulação algorítmica, pode sim ter o objetivo de influenciar comportamentos como a manipulação de mídia, mas funciona de forma completamente diversa. Lazzarato diz que o marketing via internet toca os indivíduos em sua singularidade e os reduz a mostras no campo de dados, diferenciando os consumidores em nichos específicos de forma muito mais eficiente do que se faz com meras pesquisas de mercado (2006, p. 182). [...] Na rede mundial de computadores, o conteúdo é buscado conforme o interesse direto e imediato do internauta. (CASSINO, 2018, p. 25).

Essa modulação desencadeia no indivíduo um controle sobre suas ações, mas que este não sabe que está sendo controlado. O agir invisível dos algoritmos faz com que eles não sejam percebidos na prática do dia a dia dos usuários das plataformas midiáticas. Dessa forma, os indivíduos, ao fazerem uso de suas contas, não reparam que suas ações, pensamentos e opiniões estão sendo controladas por esses códigos escritos em linguagem matemática.

Eles definem claramente o que deve ou não ser incluído em suas operações. Também são projetados para antecipar a escolha dos usuários em diversos ciclos de antecipação. Uma das principais funções dos algoritmos é a avaliação de relevância, ou seja, ser capaz de obter quais informações são mais ou menos importantes para cada pessoa. [...] Em seu emaranhamento com a prática dos usuários, os algoritmos os alteram e são também alterados por sua dinâmica. [...] Os algoritmos produzem públicos calculados, amostras que passam a reconfigurar a visão que possuem do seu próprio grupo. (SILVEIRA, 2017, p. 273).

O que o autor afirma é que, à medida em que se tem alterações no percurso histórico digital de cada indivíduo, os algoritmos vão agindo para se adequarem às, digamos, “novas fases” do usuário, ao mesmo tempo em que, de forma indireta, podem vir a sugerir produtos, valores e perspectivas para os usuários, completando o círculo da modulação.

3 CAMINHOS PARA UMA POLARIZAÇÃO POLÍTICA

À medida que se faz uso das ferramentas de pesquisa, como por exemplo a plataforma Google, visitando sites e perfis que condizem com nossos interesses, os mecanismos de busca, segundo Pariser (2012), vão se adequando cada vez mais à visão de mundo de cada sujeito. Entretanto, esse processo compreende determinações, classificações e rotinas baseadas em interesses específicos estabelecidos pelos programadores ou pelos que os contrataram, o que exclui, em caráter preliminar a imparcialidade das coletas e análises de dados, como muitas pessoas acreditam que exista no mundo das *Big Techs*.

Dessa forma, pressupõe-se que o uso dessas sequências de instruções, já estão há muito tempo, desprovidas de neutralidade, pois segundo Silveira, “nem softwares, nem os algoritmos nele contidos são neutros. Eles geram efeitos e foram criados e desenvolvidos para determinadas finalidades” (2017, p. 271). Ainda segundo o autor os algoritmos, por serem estruturas invisíveis escritas em uma linguagem matemática, passam despercebidos por aqueles que os utilizam, não permitindo a eles compreender que estão sendo modulados.

Segundo Pariser, “cada vez mais, o monitor do nosso computador é uma espécie de espelho que reflete nossos próprios interesses, baseando-se na análise de nossos cliques feita por observadores algorítmicos.” (2012, p. 07). Dessa maneira, à medida que os algoritmos vão compreendendo os interesses de cada indivíduo, eles começarão a revelar aquilo que o algoritmo entende como de mais relevante para determinado usuário. Eles conseguem manipular desde um simples objeto contido em alguma propaganda até mesmo nossa posição política. Isso é o que Pariser chama de “era da personalização” (2012).

Dessa forma, se torna ainda mais difícil que os sujeitos, moldados no seu eu digital, inconscientemente, desenvolvam algum tipo de tolerância a opiniões e posições divergente às suas visto que, à medida que seus conteúdos vão sendo filtrados, assuntos divergentes à

convicção daquele indivíduo vão desaparecendo cada vez mais de sua bolha. À vista disso, podemos considerar que uma polarização política na internet vem crescendo à medida que os filtros trabalham para personalizar nossas redes de acordo com os nossos dados.

O uso dos algoritmos na personalização dos conteúdos vem dificultando a ampliação do acesso à informação política, principalmente com a crescente disseminação das *fake news*, dessa forma, encontramos uma falha na ideia de que “[...] a interação com a tecnologia levaria os cidadãos a perceberem que a internet amplia o acesso à informação política, sendo que, com isso, eles passariam a se envolver mais nos assuntos públicos, interagindo com novas perspectivas para a deliberação pública. (HANSEN, FERREIRA, 2018, p. 08).

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Evidencia-se, nas redes, a diminuição de pensamentos e ideias que reconhecem e consideram a diversidade e a pluralidade de valores, doutrinas, políticas etc. No âmbito do ciberespaço, o potencial democrático, não está suprindo as expectativas de alguns pesquisadores que viam na internet, segundo Hansen e Ferreira (2018) a capacidade de superar as falhas da democracia representativa.

Segundo Pariser “[...] a democracia exige que nos baseemos em fatos compartilhados; no entanto, estão nos oferecendo universos distintos e paralelos” (2012, p. 09). Conforme as modulações algorítmicas vão se intensificando cada vez mais, os indivíduos prosseguirão gradativamente estabelecendo uma delimitada visão de mundo, fazendo com que a tolerância à diversidade fique ainda mais reduzida. Com a era da personalização, estamos ficando cada vez mais fechados em nossos próprios mundos, cercados somente por aquilo que condiz com o que concordamos e apoiamos, diminuindo ainda mais as chances de haver debates e/ou uma compreensão daquilo que está fora da nossa bolha.

REFERÊNCIAS

CASSINO, João Francisco. Modulação deleuzeana, modulação algorítmica e manipulação midiática. In: SOUZA, J; AVELINO, R; SILVEIRA, S.A. (Org). **A Sociedade de Controle: Manipulação e modulação nas redes sociais**. São Paulo: Hedra, 2018. p. 13-30.

FAVA, Gihana; PERNISA JÚNIOR, Carlos. Filtro Bolha: como tecnologias digitais preditivas transformam a comunicação mediada por computador. **Revista Eco pós**, vol. 16, n. 2, p. 275-294, 2017.

HAN, Byung Chul. **Psicopolítica**: o neoliberalismo e as novas técnicas de poder. Belo Horizonte: Ayine, 2018.

HANSEN, J; FERREIRA, M. A. S. Da polarização à busca pelo equilíbrio: as relações entre internet e participação política. **Revista Eletrônica de Ciência Política**, vol. 9, n. 1, p. 05-20, 2018. Disponível em: < <https://revistas.ufpr.br/politica/article/view/56124>>. Acesso em: set. 2020.

MACHADO, Débora. A modulação de comportamento nas plataformas de mídias sociais. *In*: SOUZA, J; AVELINO, R; SILVEIRA, S.A. (Org). **A Sociedade de Controle**: Manipulação e modulação nas redes sociais. São Paulo: Hedra, 2018. p. 47-69.

MACHADO, Débora. Mediações algorítmicas: o poder de modulação dos algoritmos do Facebook. **PARÁGRAFO**. São Paulo. v. 6. n. 1. p. 43-55. jan./abr. 2018.

MACHADO, Débora. **MODULAÇÕES ALGORÍTMICAS: uma análise das tecnologias de orientação de comportamento a partir das patentes do Facebook**. 2019. p. 122. Dissertação (Programa de Pós Graduação em Ciências Humanas e Sociais), Universidade Federal do ABC, São Bernardo do Campo, 2019.

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

SILVEIRA, Sergio Amadeu. Governo dos algoritmos. **Revista de Políticas Públicas**. São Luís. v. 21. n. 1. p. 267-281. 2017.