**I Mostra Científica de Pesquisa**

**A PRIVACIDADE COMO MERCADORIA: UMA ANÁLISE DO CAPITALISMO DE VIGILÂNCIA EM PLATAFORMAS DIGITAIS**

**Ana Carla Rodrigues do Nascimento**

Discente de psicologia. Centro Universitário UNINTA - Campus Itapipoca, Itapipoca – Ceará, anacarlarodrigues17@gmail.com

**Rochelly Rodrigues Holanda**

Docente de Psicologia. Centro Universitário UNINTA - Campus Itapipoca.

Itapipoca – Ceará, rochelly.holanda@uninta.edu.br

Cotidianamente, a sociabilidade humana tem sido transversalmente constituída por meio da mediação tecnológica. Seja na geolocalização monitorada por aplicativos de mobilidade urbana, seja pela utilização de plataformas digitais nas quais publicizamos nosso cotidiano, estão presentes ferramentas para monitoramento automatizado das nossas experiências privadas. Nessa perspectiva, o capitalismo de vigilância emerge como atualização do modelo econômico atual, no qual os dados pessoais são utilizados como uma fonte de valor para grandes empresas de tecnologia, as chamadas *Big Techs*, que os coletam, analisam e comercializam as informações mais íntimas dos seus usuários, muitas vezes sem o seu conhecimento ou o consentimento prévio**.** Discutir o conceito de capitalismo de vigilância, a partir dos impactos da invasão da privacidade de usuários das redes sociais virtuais como produto mercadológico na atualidade. Trata-se de uma pesquisa qualitativa de caráter exploratório, articulado por meio de uma Revisão Narrativa da literatura científica. A busca foi realizada na Biblioteca Virtual em Saúde (BVS) e no SciELO (Scientific Electronic Library Online) em março de 2024, a partir dos descritores: Capitalismo de Vigilância, Privacidade e Redes Sociais. Enquanto chaves de busca, destacam-se: “Capitalismo de vigilância AND Privacidade”; “Privacidade AND Redes sociais”; “Capitalismo de Vigilância AND Redes Sociais. Os critérios de inclusão foram: artigos em português, revisados por pares, publicados entre 2014 e 2024. Enquanto critérios de exclusão, foram excluídos os estudos que não que discutiram especificamente a relação entre capitalismo de vigilância e privacidade. Ao todo, foram identificados oito artigos publicados entre 2015 e 2023, em língua portuguesa, que balizaram os critérios de inclusão e exclusão. Após a leitura dos títulos e resumos, foram selecionados três artigos para produção deste estudo. Em nossas análises da literatura, as práticas de vigilância apontam para o estreitamento da relação entre agências de defesa e segurança dos Estados Unidos e as *Big Techs* desde os atentados de 11 de setembro de 2001. Sob esse contexto sociopolítico, o mercado de tecnologia se consolidou ancorado na coleta e tratamento de dados pessoais. Nesse sentido, o surgimento do marketing direcionado promovido pela Google teve como fundamento uma vantagem mercadológica incontestável: o conhecimento prévio sobre a forma com que as pessoas realizavam buscas em sua ferramenta. Em outra perspectiva, a tecnologia móvel torna-se representante de uma nova fase do capitalismo de vigilância, caracterizada pelo aumento da capacidade de armazenamento, processamento e tratamento de informações, conhecido como *Big Data*. Esse segundo momento representa a consolidação do monitoramento automatizado das experiências privadas, realizado por algoritmos inteligentes, com a intenção de induzir ou direcionar certos comportamentos. A cultura do compartilhamento aparece na segunda fase do capitalismo de vigilância, onde a publicização das experiências privadas se torna "voluntária". Por fim, o debate sobre o conceito de capitalismo de vigilância, a partir dos impactos da invasão da privacidade de usuários das redes sociais virtuais como produto mercadológico na atualidade, nos auxilia à compreensão da conjuntura social, envolvendo formas de se relacionar, considerando a tecnologia como parte fundamental do nosso cotidiano e construção dos modos de subjetivação na atualidade.

**Descritores:** Capitalismo de vigilância; Privacidade; Redes Sociais.

**Referências**

CARVALHO, M. A. Capitalismo de vigilância: a privacidade na sociedade da informação. 2019.

MEIRELES, A. V. Algoritmos e autonomia: relações de poder e resistência no capitalismo de vigilância. Opinião Pública, v. 27, n. 1, p. 28–50, jan. 2021.

RAMOS, J. de S. Subjetivação e poder no ciberespaço. Da experimentação à convergência identitária na era das redes sociais / Subjectivity and power in cyberspace. From experimenting to identity convergence in the age of social network. Vivência: Revista de Antropologia, [S. l.], v. 1, n. 45, 2015. Disponível em: https://periodicos.ufrn.br/vivencia/article/view/8251. Acesso em: 14 abr. 2024.

ZUBOFF, Shoshana. A era do capitalismo de vigilância. Editora Intrínseca, 2021.