

**A mescla paradoxal da Sociedade da
Comunicação: um esboço descritivo da
ação do capitalismo da vigilância, do
dataísmo e da infocracia. O caso da
Cambridge Analytica e a reação da União
Europeia.**

Kevin da Costa Santos

A mescla paradoxal da Sociedade da Comunicação: um esboço descritivo da ação do capitalismo da vigilância, do dataísmo e da infocracia. O caso da Cambridge Analytica e a reação da União Europeia.

Kevin da Costa Santos

Dissertação

Mestrado em Comunicação Aplicada

Trabalho efetuado sob a orientação de
Professor Doutor Pedro Coutinho Simões

21 de novembro de 2024

DECLARAÇÃO DE INTEGRIDADE CIENTÍFICA

Kevin da Costa Santos, n.º 13858, do curso de Mestrado em Comunicação Aplicada - Ramo Comunicação Estratégica, declara sob compromisso de honra, que o Projeto de Mestrado é inédito e foi especialmente escrito para este efeito.

Viseu, 2024

O(A) aluno(a), Kevin Santos

Agradecimentos

À minha avó que, apesar de tudo, esteve sempre lá e continua a motivar-me para me tornar sempre mais e melhor. Dei mais um passo em direção ao futuro que queremos.

À Joana, namorada que se tornou noiva ao longo deste processo. Sou uma pessoa diferente desde que chegaste à minha vida. Obrigado por me lembrares, todos os dias, de quem eu sou e do que posso conseguir. Obrigado pela paciência e pela compreensão.

Ao meu irmão, que continua sempre comigo. Juntos desde o início, ninguém viveu mais da minha vida como tu. Vivemos momentos bons e momentos maus, mas nunca separados, independentemente da distância física que esteja entre nós.

Ao Luka, ao Luís, à Carina, à minha mãe e ao meu padrasto, que me ajudaram, muitas vezes sem se aperceberem. Família é, com todas as voltas que a vida vai dando, o mais importante e sei que tenho em vós pessoas com quem posso contar, seja para me alegrar, motivar ou para me permitir pensar de maneiras diferentes e assumir outros pontos de vista.

A todos os meus amigos, por estarem sempre lá, mesmo quando eu não estive. Obrigado pela compreensão e pela motivação que me forneceram.

Ao professor Pedro Coutinho, que me ajudou a “abrir a caixa” e me motivou a pensar sempre mais além. Obrigado por não me deixar fazer apenas mais um trabalho e me encorajar a aprender e enfrentar o que, à partida, me era desconhecido. Obrigado pelo apoio e por acreditar em mim, foi um prazer trabalhar consigo.

Resumo

O desenvolvimento tecnológico avança a um ritmo avassalador e cria novos fenómenos, como o dataísmo, a infocracia e o capitalismo da vigilância. Com o presente estudo, pretendemos fornecer o nosso contributo para a compreensão destes fenómenos e analisar o seu impacto na criação de uma nova sociedade assente numa mescla paradoxal resultante do choque entre uma visão dataísta emergente e os pressupostos humanistas que servem de base às democracias liberais. Para tal, realizou-se uma viagem pela história, procurando perceber o papel da comunicação no desenvolvimento das sociedades humanas e na relação entre os indivíduos e as estruturas sociais; analisaram-se os paradoxos que caracterizam uma sociedade marcada pela velocidade e pelo poder crescente da informação; e, através de uma análise de carácter exploratório que consiste no estudo dos escândalos associados à Cambridge Analytica, atendendo igualmente à reação das autoridades da União Europeia, conseguiu-se perceber que é efetiva a ameaça produzida por uma visão dataísta totalizadora e é, realmente, urgente e necessário estabelecer limites legais e morais para a exploração dos dados pessoais dos cidadãos.

Palavras-chave

Infocracia; Dataísmo; Capitalismo da vigilância; Algoritmos; Democracia; Mescla paradoxal.

Abstract

Technological development is advancing at an overwhelming pace and creates new phenomena such as dataism, infocracy and surveillance capitalism. With this investigation, we intend to contribute to the understanding of these phenomena and analyze their impact on the creation of a new society based on a paradoxical mix resulting from the clash between an emerging dataist vision and the humanist principles that underpin liberal democracies. In order to do this, a journey through history was undertaken, seeking to understand the role of communication in the development of human societies and in the relationship between individuals and social structures; the paradoxes that characterize a society marked by the speed and growing power of information were analyzed; and, through an exploratory analysis consisting of a study of the scandals associated with Cambridge Analytica, also taking into account the reaction of the European Union authorities, it was possible to see that the threat produced by a totalizing dataist vision is real and that it is really urgent and necessary to establish legal and moral limits for the exploitation of citizens' personal data.

Keywords:

Infocracy; Dataism; Surveillance capitalism; Algorithms; Democracy; Paradoxical mix.

Índice

Introdução.....	1
1. A comunicação e a construção de realidades: uma cartografia das principais linhas teóricas	4
1.1. A comunicação como eventual gatilho histórico da revolução cognitiva do Homo sapiens	4
1.2. Os contadores de histórias e as ficções	9
1.3. As diferentes realidades	11
1.4. Simulacros, simulações e o hiper-real.....	16
2. A superação dos regimes disciplinares de Foucault e a ascensão da era digital.....	25
2.1. Apontamentos introdutórios.....	25
2.2. O choque entre sociedades: o regime de informação e a sociedade paradoxal	29
2.3. A esfera pública e o espaço público nas sociedades contemporâneas ocidentais	44
2.3.1. Evolução dos conceitos.....	44
2.3.2. A imagem, o infotainment e o sensacionalismo.....	48
2.3.3. Um novo paradigma: à velocidade do digital.....	52
2.3.4. A sociedade da informação, a erosão da ação comunicativa e a perda de contacto com a realidade objetiva.....	55
3. Capitalismo de vigilância, infocracia e dataísmo	65
3.1. A génese do capitalismo da vigilância.....	65
3.2. A ascensão da infocracia.....	79

3.3. Dataísmo, a nova religião dos dados	92
3.4. Apuramento do conceito de nova liberdade de informação.....	112
3.5. A inteligência artificial e a potencial perda de sentido para a vida humana.....	118
4. Os escândalos associados à Cambridge Analytica enquanto sinal da ascensão do dataísmo	133
4.1. Fundamentação metodológica e apuramento do caso em estudo	133
4.2. A ação infocrática real: a Cambridge Analytica, o Facebook e a interferência em processos democráticos	135
4.3. Posicionamentos e reação democrática: o caso da União Europeia.....	161
Considerações finais.....	187
Referências bibliográficas	197

Introdução

O presente estudo, efetuado no âmbito do Mestrado em Comunicação Aplicada – Ramo de Comunicação Estratégica da Escola Superior de Educação de Viseu, nasce de uma curiosidade prospetiva sobre as transformações sociais que resultam da ascensão da era digital e o papel da comunicação na sociedade da informação. Pretende-se, sobretudo, questionar e identificar a efetiva existência de uma sociedade atual assente numa mescla paradoxal que resulta de um potencial choque entre as estruturas sociais que se balizam por valores tradicionais e uma atualidade pautada pela transição digital e pela instantaneidade.

Num primeiro momento, serão encontrados esteios teóricos para os conceitos fundamentais e, num segundo momento, procurar-se-ão evidências concretas dessa coexistência de paradigmas reveladora do paradoxo. Considera-se que este estudo se reveste de uma importância significativa para a compreensão da atualidade e para o contínuo recentrar das ciências da comunicação. A existir uma sociedade paradoxal, os modelos de análise social tradicionais podem ser incapazes de dar respostas suficientemente capazes para o entendimento do mundo atual, obrigando-nos à fixação de novos pontos de análise.

Com o desenvolvimento tecnológico e a entrada numa era digital, podemos afirmar que “o presente é território instantâneo de grande velocidade e falta-nos o tempo para uma focagem constante e uma reflexão cuidada de um mundo que comunica a velocidades muito próximas das dos feixes luminosos” (Coutinho, 2023, p. 188). Assim, é urgente analisar a mescla paradoxal que emerge da instituição de uma cultura

infocrática descrita por Han (2022), que resulta essencialmente de uma lógica dataísta. O dataísmo é, segundo Harari (2021), uma nova religião dos dados e, hoje, a livre circulação da informação (dados) converte-se, paradoxalmente, num dispositivo de controlo e vigilância, inaugurando, assim, um novo regime que Zuboff (2020) denomina de capitalismo da vigilância, em que “o instante exato em que satisfazemos as nossas necessidades é também o instante exato em que as nossas vidas são depenadas dos dados comportamentais, e tudo em prol do lucro alheio” (Zuboff, 2020, p. 70). Para além de procurarmos identificar a efetiva existência de uma sociedade atual assente numa mescla paradoxal, pretendemos, de igual forma, compreender se o capitalismo da vigilância realmente existe e quais são os efeitos desta nova lógica que vive em estreita relação com a infocracia e o dataísmo.

No primeiro capítulo, procuramos compreender o papel da comunicação na revolução cognitiva, analisando os fatores diferenciais que levaram à ascensão do *Homo sapiens* ao topo da cadeia alimentar. Desta forma, pretendemos compreender qual o papel da comunicação no desenvolvimento das sociedades atuais e na relação entre indivíduos e estruturas sociais e/ou culturais.

No segundo ponto, procuramos analisar a forma como se materializou o choque entre sociedades, desde o regime disciplinar de Foucault à ascensão da era digital, um contexto pautado pela desterritorialização do espaço público e por mudanças profundas no conceito de esfera pública. Esta é uma sociedade paradoxal, marcada pela velocidade, pelo poder crescente da informação na vida democrática e em que há uma perda de contacto com a realidade objetiva.

No terceiro capítulo, apresentamos os conceitos de capitalismo da vigilância, de infocracia e de dataísmo, procurando perceber estes fenómenos, que assentam na livre circulação da informação através da *Internet*, numa era pautada pelo desenvolvimento tecnológico célere, que poderá trazer novos desafios ao *Homo sapiens*.

No último capítulo do documento, exploramos, através de uma pesquisa exploratória bibliográfica e documental, os escândalos associados à Cambridge Analytica enquanto sinal da ascensão do dataísmo, procurando compreender os efeitos destes acontecimentos e qual foi a reação das autoridades da União Europeia, com a instituição de legislação. Assim, adotamos uma metodologia com pendor mais qualitativo, de forma a procurar compreender como o ritmo intenso do desenvolvimento tecnológico transformou o nosso mundo, tornando-se este regido pelos dados. Fenómenos que pareciam, há poucos anos, característicos de um universo Orwelliano, fazem, hoje, parte da nossa realidade e as ações da Cambridge Analytica, assim como a reação das autoridades europeias, atestam os riscos inerentes à implementação de uma visão dataísta utópica e totalizadora e a necessidade de estabelecer limites legais para a utilização dos dados pessoais dos cidadãos, tidos como consumidores ou eleitores. Uma mescla paradoxal nasce deste confronto entre a atuação dataísta de organizações como a Cambridge Analytica e a tentativa, por parte de regimes democráticos assentes em pressupostos humanistas, de combater a ameaça imposta pelo dataísmo ao normal e correto funcionamento das estruturas democráticas.

1. A comunicação e a construção de realidades: uma cartografia das principais linhas teóricas

1.1. A comunicação como eventual gatilho histórico da revolução cognitiva do *Homo sapiens*

Segundo Harari (2023), os primeiros seres humanos surgiram há cerca de 2,5 milhões de anos, num período que se designaria por Pré-História. Estes primeiros seres humanos em pouco ou nada se distinguiam de outros animais e espécies (p. 16). Contudo, explica Harari (2023), há cerca de 70 000 anos, uma espécie de seres humanos, *Homo sapiens*, começou a formar estruturas elaboradas que viríamos a designar como culturas (p. 13), num processo designado como Revolução Cognitiva. A Revolução Cognitiva é uma das três revoluções entendidas por Harari (2023) como particularmente impactantes na evolução da nossa espécie e da nossa História, a par da Revolução Agrícola e da Revolução Científica. A Revolução Cognitiva pode ser então entendida como um “movimento biológico de aumento da massa cerebral em relação ao corpo, combinado ao aumento quantitativo e qualitativo de interconexões neurais” (Wulf, 2013, p. 23).

Portanto, numa primeira fase, os humanos eram como qualquer outro animal, mas um conjunto de fatores levaria a que as sociedades humanas se desenvolvessem mais do que em qualquer outra espécie conhecida e o mundo nunca mais foi o mesmo. Segundo Harari (2023), há vários fatores que podem explicar a ascensão dos humanos ao topo da cadeia alimentar, como os cérebros extraordinariamente grandes e a maior capacidade de pensar, raciocinar e aprender; a locomoção em duas pernas, que libertou

as nossas mãos para manusear ferramentas; o facto de os bebés humanos nascerem pouco desenvolvidos e dependentes (podendo ser educados e socializados de forma mais fácil) não só da mãe, mas de uma rede social de apoio (desenvolvimento de estruturas sociais complexas). Outros fatores podem ainda explicar a evolução e ascensão do ser humano, tal como o controlo do fogo, fonte de luz e calor e um importante aliado na alimentação, visto que veio permitir que mais alimentos pudessem ser consumidos e em menos tempo. O fogo “abriu o primeiro fosso significativo entre o homem e os outros animais. O poder de quase todos os animais depende dos seus corpos: da força dos seus músculos, do tamanho dos dentes, da envergadura das asas” (Harari, 2023, p. 24), mas o fogo é uma extensão dos nossos corpos que dominamos e nos torna mais poderosos.

Contudo, estas vantagens não explicam nem o salto do Homem para o topo da cadeia alimentar, nem o que espoletou a Revolução Cognitiva. Por trás deste importante salto evolutivo que tornou os humanos donos do mundo, está “um recurso único e excepcional: a linguagem” (Harari, 2023, p. 31), ou seja, a nossa capacidade de comunicar usando formas mais elaboradas e complexas. Muitos animais têm capacidade para comunicar, mas “a simples observação demonstra que os humanos levam essa aptidão a um grau de complexidade único no reino animal” (Vasconcelos, 2019, p. 16). A linguagem permite aos humanos a ponderação sobre experiências passadas e ações futuras (Harari, 2021, p. 144). Podemos, certamente, argumentar que outros animais têm a capacidade de recordar e tomar decisões com base nas suas memórias, no entanto, a linguagem é uma característica diferenciadora graças à “capacidade de fazer certos usos reflexivos” (MacIntyre, 2002, p. 52, tradução nossa) e de os fazer coletivamente. Já

Aristóteles (citado por Vasconcelos, 2019) preconizava que o ser humano é um animal social que “necessita da relação com os indivíduos da sua espécie para que possa usufruir de uma existência natural e completa” (p. 16). Assim, Harari (2021) refere três questões que foram essenciais para a conquista do mundo pelo *Homo sapiens*: a inteligência, a capacidade para fabricar utensílios e, especialmente, a capacidade de “colaborar de forma flexível a larga escala” (p. 151), ou seja, a capacidade de ligar o maior número de humanos entre si e permitindo a “colaboração flexível com um número ilimitado de desconhecidos” (Harari, 2021, p. 152). Portanto, “é nesta capacidade específica – e não numa alma eterna ou num tipo único de consciência – que reside a explicação para o nosso domínio do planeta Terra” (Harari, 2021, p. 152), uma capacidade em tudo dependente da comunicação e linguagem. Sem comunicação, não há cooperação. A linguagem é, portanto, um “ pilar estruturante dessa revolução cognitiva” (Junior, 2019, p. 5), permitindo ao *Homo sapiens* contar histórias, criar mitos e “atribuir sentidos e significados ao mundo em que vive” (Junior, 2019, p. 5). Concluindo, “os outros animais não estão ao nosso nível, não porque não tenham alma ou consciência, mas porque não possuem imaginação para tanto” (Harari, 2021, p. 171).

A linguagem é, segundo Taylor (2000), o “instrumento primordial da construção de nosso quadro do mundo” (p. 9) e “o uso da linguagem está embutido nas [atividades] concretas da vida quotidiana e, num certo sentido, é parcialmente constitutivo dessas [atividades]” (Giddens, 1987, p. 128). Considerando a linguagem como elemento essencial nos processos comunicacionais, sendo esta “o médium que torna possível a identidade, a [intersubjetividade], a socialização e a transmissão geracional” (Correia, 2004, p. 22), convirá aqui fazer luz sobre o que será a comunicação, tida aqui como

processo maior e fundamental para este esboço teórico. A comunicação é um conceito à partida simples, mas que é difícil de definir de forma eficaz. Para um conceito operativo e eficaz, socorremo-nos aqui de John Fiske (2005), que define comunicação como uma “interação social através de mensagens” (p. 14). Esta é, segundo Fiske (2005), uma definição subjacente a determinados pressupostos:

A comunicação é passível de estudo, mas necessitamos de várias abordagens disciplinares para conseguirmos estudá-la exaustivamente (...). (...) toda a comunicação envolve signos e códigos (...). Estes signos e códigos são transmitidos ou tornados acessíveis a outros, e transmitir ou receber signos/códigos/comunicação é a prática das relações sociais (...). A comunicação é central para a vida da nossa cultura: sem ela, toda e qualquer cultura morrerá. Consequentemente, o estudo da comunicação implica o estudo da cultura na qual se integra. (p. 14)

Portanto, apenas poderemos compreender verdadeiramente a comunicação a partir do estudo da sociedade e da cultura em que esta se integra, sendo que cultura não é apenas relativa à arte, aos hábitos e à música. Segundo Giddens (2008), “a cultura refere-se aos modos de vida dos membros de uma sociedade” (p. 22), ou seja, é tudo o que é aprendido e não herdado. A cultura “traz significado à experiência humana, seleccionando-a e organizando-a” (Rosato, 1988, citado por Correia, 2004, p. 20).

Quando os sociólogos falam do conceito de cultura, referem-se a esses [aspectos] das sociedades humanas que são aprendidos e não herdados. Esses elementos da cultura são partilhados pelos membros da sociedade e tornam possível a cooperação e a comunicação. Eles formam o contexto comum em que os indivíduos de uma sociedade vivem as suas vidas. A cultura de uma sociedade engloba tanto [aspectos] intangíveis – as crenças, as ideias e os valores que constituem o teor da cultura – como os [aspectos] tangíveis – os objetos, os símbolos ou a tecnologia que representam esse conteúdo. (Giddens, 2008, p. 22)

Como vimos, para Fiske (2005), “a comunicação é central para a vida da nossa cultura” (p. 14), permitindo a construção simbólica do mundo que nos rodeia e da sociedade em que vivemos. Apesar de muitas espécies serem capazes de influenciar o ambiente circundante através das suas habilidades sociais, “apenas o ser humano é capaz de utilizar a sua linguagem para construir narrativas elaboradas”, o que permite “a possibilidade de organizar, manipular e modificar o seu destino, de outros e do ambiente onde se insere de uma forma inédita” (Vasconcelos, 2019, p. 16). Portanto, a Revolução Cognitiva, momento em que o *Homo sapiens* se tornou capaz de pensar de forma estruturada e conquistou a capacidade de contar histórias, é a “base para a construção da própria cultura humana” (Bates & Plog, 1980, citado por Vasconcelos, 2019, p. 17).

Compreendemos assim que a comunicação desempenhou um papel central no que foi a revolução cognitiva do *Homo sapiens*, apesar de não ser o único fator que a explica. A nossa capacidade de utilizar a linguagem de formas complexas permite-nos colaborar flexivelmente com um grande número de pessoas, sendo as histórias, e a nossa

capacidade inata para as criar e transmitir, um fator decisivo para a nossa história evolutiva.

1.2. Os contadores de histórias e as ficções

Segundo o que discutimos até aqui, podemos compreender que a capacidade de criar e contar histórias é, realmente, um dos traços (talvez o mais distintivo) que permite distinguir o ser humano das outras espécies e explicar o aparente domínio do *Homo sapiens* sobre outras espécies humanas extintas e outros animais. Segundo Harari (2023), é durante a Revolução Cognitiva que “lendas, mitos, deuses e religiões surgem pela primeira vez” (p. 38). Por outras palavras, foi com a Revolução Cognitiva que os *Homo sapiens* se tornaram “seres contadores de histórias que vivem cooperativamente dentro de narrativas sociais e que dependem da coletividade para sobreviver e prosperar” (Barros, 2019, p. 14). A sua imaginação e a capacidade de estabelecer um conjunto de crenças coletivas distingue o *Homo sapiens* das outras espécies porque podem cooperar flexivelmente com um grande número de estranhos e “o segredo reside, provavelmente, no surgimento da ficção. Um grande número de estranhos consegue cooperar com êxito graças à crença em mitos comuns” (Harari, 2023, p. 41).

Portanto, “qualquer cooperação humana em larga escala (...) está enraizada em mitos comuns que existem apenas na imaginação coletiva das pessoas” (Harari, 2023, pp. 41-42), em ficções. Segundo Harari (2023), ficções são, assim, “histórias que as pessoas inventam e contam entre si” e não existem “fora da imaginação coletiva dos seres humanos” (p. 42), um fenómeno potenciado pelo desenvolvimento da nossa

linguagem. A criação destas realidades ficcionais permitiu estabelecer “a capacidade de transmitir informações sobre coisas que não existem” (Zanon & Luquetti, 2018, p. 1525), alargando o número de potenciais estranhos numa rede de cooperação. Sendo que outras espécies também cooperam, mas com um número muito limitado de indivíduos. As ficções, também “conhecidas, nos círculos académicos, como «constructos sociais» ou «realidades imaginadas»” (Harari, 2023, p. 47) não são mentiras. “Ao contrário da mentira, uma realidade imaginada é algo em que todos acreditam e, enquanto essa crença coletiva persistir, a realidade imaginada exerce força sobre o mundo” (Harari, 2023, p. 47). A conotação negativa atribuída a este termo, provavelmente por causa da porosidade da cada vez mais frágil barreira entre ficção e realidade, não é, ou não devia ser, tida em conta, visto que as ficções são fundamentais. Segundo Yuval Noah Harari (2021), “sem histórias aceites por todos sobre assuntos como o dinheiro, os Estados e as empresas, nenhuma sociedade humana complexa poderá funcionar” (p. 199).

Com a introdução das ficções, o ser humano defrontou-se com novas formas de ver o mundo. Se até à Revolução Cognitiva, o *Homo sapiens* apenas conhecia o reino da realidade objetiva, com o desenvolvimento da imaginação, novas realidades ganharam poder, ajudando “a construir o mundo como conhecemos hoje, moldando nossas práticas e interações sociais” (Zanon & Luquetti, 2018, p. 1527). Na verdade, “os [*Homo sapiens*] dominam o mundo porque só eles são capazes de tecer uma teia intersubjetiva de sentido (...). Os outros animais também podem imaginar coisas” (Harari, 2021, p. 171), mas segundo Harari (2021), estes não são capazes de imaginar aquilo que nunca viram ou nunca saborearam, apenas “os [*Homo sapiens*] são capazes de conceber tais quimeras” (p. 171). Portanto, “desde a Revolução Cognitiva, o [*Homo sapiens*] tem vivido

uma realidade dual. Por um lado, a realidade objetiva dos rios, das árvores e dos leões; e, por outro lado, a realidade imaginada dos deuses, das nações e das empresas” (Harari, 2023, p. 47). Aliás, Harari (2021) reformula da seguinte forma:

Animais como os lobos e os chimpanzés vivem numa realidade dupla. Por um lado, têm contacto com entidades objetivas que lhes são exteriores, como as árvores, as rochas e os rios. Por outro, têm consciência de experiências subjetivas interiores, como o medo, a alegria e o desejo. Em contraste, os [*Homo sapiens*] vivem numa realidade tripla. Além das árvores, dos rios, dos receios e dos desejos, o mundo dos [*Homo sapiens*] também inclui histórias sobre dinheiro, deuses, nações e empresas. (p. 177)

As ficções permitem, portanto, a cooperação com um grande número de estranhos, ao contrário do que acontece com outras espécies, que se restringem a um limitado número de conexões. As histórias, aliadas à nossa capacidade de manusear a nossa linguagem, permitem que o ser humano seja capaz de ver o mundo de diferentes formas. Por outras palavras, o ser humano tornou-se capaz de criar, viver e compreender diferentes realidades concomitantes.

1.3. As diferentes realidades

No ponto anterior, percebemos que os humanos não vivem apenas uma realidade, mas três tipos de realidades diferentes, que vivem conjugadas, nunca se substituindo.

Para compreender estes tipos de realidades, é importante compreender e diferenciar os conceitos das realidades “objetiva”, “subjativa” e “intersubjetiva”.

Segundo Harari (2023), algo objetivo é aquilo que não é dependente da consciência, sentimentos e crenças humanas, como, por exemplo, a radioatividade ou a gravidade. Podemos acreditar num deus ou não, mas algo objetivo existe independentemente do que nós, humanos, acreditamos (p. 144). Subjetivo, segundo o autor, “é algo que depende da consciência e das crenças de um indivíduo. Desaparece ou altera-se se o indivíduo altera as suas crenças” (Harari, 2023, p. 144). Ou seja, é algo que assenta nas nossas crenças e sentimentos pessoais, como, por exemplo, o amigo imaginário de uma criança, “que existe apenas na consciência subjativa da criança e, quando ela cresce e deixa de acreditar nele, o amigo imaginário desvanece-se” (Harari, 2023, p. 144). Por fim, o intersubjetivo “é algo que existe no interior de uma rede de comunicações que une a consciência subjativa de muitos indivíduos” (Harari, 2023, p. 144), sendo pouco relevante se um indivíduo deixa de acreditar em algo. Apenas quando um grande número de indivíduos altera as suas crenças, o fenómeno intersubjetivo enfrenta o risco de desaparecer ou de se alterar. Os melhores exemplos de fenómenos intersubjetivos, segundo Harari (2023), são o dinheiro, os deuses e as nações.

A realidade objetiva é, portanto, a mais fácil de compreender e apontar, uma vez que é relativa a tudo o que vemos à nossa volta, desde os rios às montanhas, da radioatividade à gravidade, da água que bebemos ao pão que comemos. Contudo, Genro Filho (2012, citado por Rodrigues de Souza, 2021) defende que “a realidade objetiva oferece inúmeras possibilidades de significações e aponta que os sentidos são produzidos na dialética entre os objetos em si mesmos e na relação sujeito-objeto” (p.

135), o que quer dizer que a própria objetividade pode ser dotada de determinada subjetividade no processo de determinação e compreensão. O mesmo autor afirma que “para evitar o subjetivismo e o relativismo, é importante agregar que essa escolha está delimitada pela matéria objetiva, (...) independentemente dos enfoques subjetivos e ideológicos em jogo” (Filho, 2012, p. 197).

A realidade subjetiva, por seu lado, já é mais complexa e está relacionada com os nossos sentimentos pessoais, com a tomada de consciência acerca das nossas crenças e com o desenvolvimento da nossa imaginação. Um indivíduo pode experimentar um estado de dor que para si é real, mesmo que não seja possível medir objetivamente a sua dimensão ou motivo:

Assim, imaginemos que sinto uma forte dor de cabeça e vou ao médico. O médico examina-me minuciosamente e não vê nenhum problema. Manda-me então fazer análises ao sangue e à urina, um teste de ADN, um raio-x, um eletrocardiograma, uma ressonância magnética e todo um conjunto de outros exames. Quando os resultados chegam, o médico diz-me que estou são como um pero e manda-me para casa. Mas eu continuo a sentir uma dor de cabeça. Mesmo que os testes objetivos não tenham detetado nenhum problema, e ainda que só eu é que sinto a dor, para mim ela é totalmente real. (Harari, 2021, p. 164)

A subjetividade assume, portanto, um papel importante na compreensão do mundo que nos rodeia, sendo condição da própria possibilidade da verdade que tem “como instância de verificação a prática social e histórica” (Rodrigues de Souza, 2021, p. 137).

Para William James (1979, citado por Pires, 2013), a verdade é resultado da relação entre “[aspectos objetivos] da realidade e [aspectos subjetivos] do sujeito que conhece” (p. 68), ou seja, tanto a realidade objetiva, como a realidade subjetiva, assumem papéis importantes na construção de uma percepção do mundo.

O ser humano “supera o fosso entre o mundo objetivo e o mundo subjetivo, fazendo o seu mundo, a sua obra” (Correia, 2004, p. 14) e, assim, por fim, surgem as realidades intersubjetivas que se baseiam “mais na comunicação entre um número alargado de seres humanos do que nas crenças e sentimentos dos indivíduos da espécie” (Harari, 2021, p. 165), sendo estas que nos distinguem, realmente, das outras espécies. Durante uma Ted Talk, Yuval Noah Harari (2015) referiu que “a maior diferença entre os seres humanos e todos os outros animais não está a nível individual, mas a nível coletivo” (tradução nossa). Como referido anteriormente, Harari (2023) considera o dinheiro como um dos melhores exemplos deste tipo de realidade, uma realidade significativa criada através de signos artificiais que são criados deliberadamente para comunicar (Eco, 1997). Na sua obra *Homo Deus*, o historiador explica que “o dinheiro não tem qualquer valor objetivo. Não podemos comer, beber ou vestir uma nota de dólar. Porém, enquanto milhões de pessoas acreditarem no seu valor, poderemos usá-la para comprar comida, bebida e roupas” (Harari, 2021, p. 165). Jovchelovitch (2000, citado por Alencar, 2013) defende “a esfera pública como o espaço da realidade intersubjetiva em que as representações sociais são geradas, se cristalizam e se transformam” (p. 11). As realidades intersubjetivas desempenham, assim, um papel fundamental na construção das sociedades, dos espaços democráticos e dos vários sistemas que permitem o normal funcionamento dos regimes políticos e das comunidades humanas. De acordo

com Coutinho (2023), é essa “capacidade de criar realidades intersubjetivas que lhe permitem complexificar sistemas sociais, cooperando a partir de crenças comuns como «nós e os outros»” (p. 192) que explica a ascensão do *Homo sapiens*. Davidson (2002), por seu lado, acredita que “rejeitar um objetivismo puro não implica cair em subjetivismo puro” (p. 81). Portanto, acredita que a verdadeira realidade resultará de um equilíbrio entre a objetividade e a (inter)subjetividade, sendo que

para perceber algo tão complexo como a vivência de um país, teríamos sempre de fazer três análises que cobrissem as três realidades possíveis:

1 – o que está objetivamente a acontecer, obrigando-nos a análises exaustivas no local, usando ferramentas com a adequada frieza científica;

2 – o que está a ser contado, criando uma ficção intersubjetiva, inevitavelmente diferente do que se passa objetivamente;

3 – o que eu sinto subjetivamente, dependendo das minhas crenças e emoções. (Coutinho, 2023, p. 193)

Assim, podemos perceber que estes três tipos de realidades – objetiva, subjetiva e intersubjetiva – não se sobrepõem umas às outras, pelo menos no grande plano das coisas; antes coexistem e permitem a compreensão de determinados fenómenos considerando ângulos e perspetivas diferentes.

1.4. Simulacros, simulações e o hiper-real

Neste trabalho para a compreensão dos diferentes tipos e definições de realidade, é importante delimitar conceitos e perceber em que medida as ficções se articulam com o real objetivo, atendendo também aos conceitos de simulacro e de simulação abordados por Jean Baudrillard (1991) e Gilles Deleuze (1969, citado por Alves & Caleiro, 2011). Por outras palavras, importará aqui perceber de que forma é que a realidade também pode ser construída com a existência de ficções, de simulacros e/ou de simulações.

Pudemos até aqui perceber que, contrariamente ao senso comum, o conceito de realidade não é instantaneamente decifrável ou universal. De forma a percebermos essa ausência de consenso, atenda-se aos seguintes exemplos. Para Peirce (1868, citado por Jungk, 2019), o real será externo aos indivíduos, constituindo “aquilo que se impõe à [percepção] e à mente, independente do que se possa pensar” (p. 49). O mesmo autor continua e refere que

o real não é o que quer que pensemos dele, mas permanece inafetado pelo que possamos pensar a seu respeito. (...) Onde o real, a coisa independente de como a pensamos, pode ser encontrada? Deve haver tal coisa, porque percebemos nossas opiniões constrangidas; há algo, portanto que influencia [os] nossos pensamentos e não é criado por eles. Nós não temos, é verdade, nada imediatamente presente a nós além de pensamentos. Esses pensamentos, no entanto, foram causados por sensações, e essas sensações são constrangidas por algo fora da mente. Essa coisa fora da mente, que influencia diretamente a

sensação, e através da sensação o pensamento, porque está fora da mente, é independente de como a pensamos e é, em suma, o real. Aqui está uma visão da realidade, uma visão muito familiar. (Peirce, 1868, citado por Jungk, 2019, p. 49)

Portanto, para Peirce, tudo o que é real não está, nem poderá estar, fisicamente nas nossas mentes, onde se encontrará apenas a representação da realidade na forma de pensamentos traduzíveis em signos, imagens, palavras ou outros elementos. Por outro lado, outros autores entendem que a realidade pode ser entendida como “a representação aparential [*sic*] do mundo, compartilhada pelos homens, a face do real que se pode mostrar e que, frequentemente, nos ilude e desilude” (Herrmann, 2001, citado por Marino, 2016, p. 27).

Considerando estes dois pontos de vista aparentemente incompatíveis, pode aceitar-se mais facilmente a síntese de Harari na sua harmonização dos vários conceitos de realidade – objetiva, subjetiva e intersubjetiva. Teremos assim a realidade independente dos indivíduos e aquelas que resultam do emergir da importância da percepção e dos fenómenos interiores do ser, colocando lado a lado realidades de diferentes naturezas. Como referido anteriormente, ainda que possam ter naturezas diferentes, estes três tipos de realidade coexistem, sem que se sobreponham umas às outras. Yuval Noah Harari, aquando da abordagem ao conceito de ficção, aborda a construção de narrativas que influenciam as sociedades e culturas humanas, diluindo, de alguma forma, a fronteira entre o real e o imaginado.

Baudrillard tem também um forte contributo para esta discussão, assumindo um ponto de vista mais radical no que toca à construção e reconstrução da realidade. O

autor acredita que “o mundo pós-moderno vive, não uma realidade, mas sim um perfeito simulacro, - quando a simulação é tão perfeita, que já não é possível diferenciá-la do real” (Almeida, 2020, p. 95). Ou seja, a própria realidade objetiva é cada vez mais distante, sendo substituída pela força de poderosas construções de signos geradoras de simulações perfeitas.

Na sua obra *Simulacros e Simulação* (1991), Baudrillard aborda a forma como aquilo a que chama simulações e simulacros se confundem com aquilo a que Harari chamou de realidade objetiva, sobrepondo-se a ela. Para Baudrillard (1991), as simulações não são mais que reproduções de sistemas existentes no mundo real. Aliás, o autor aponta que a simulação é “a geração pelos modelos de um real sem origem nem realidade: hiper-real” (Baudrillard, 1991, p. 8), o que significa que é o real, e não o simulado, “cujos vestígios subsistem aqui e ali (...) [no] deserto do próprio real” (Baudrillard, 1991, p. 8).

Hiper-realidade é o termo utilizado por Baudrillard para descrever o que ocorre quando os “signos se tornam meras imagens sem referência à realidade, puro simulacro, seu funcionamento se reverte e seu significado colapsa, pois a rede de onde extraem seu significado se tornou unicamente imaginária” (Jungk, 2019, p. 49), o hiper-real é algo “mais real que o real, é assim que se anula o real” (Baudrillard, 1991, p. 105).

Eco e Baudrillard, [respetivamente], utilizam o termo “hiper-realidade” para descrever o modo como a nossa [percepção] do mundo é cada vez mais dependente de simulações de realidade, à medida que nos tornámos numa sociedade da informação. Eco e Baudrillard reconhecem a edificação de uma espécie de semiocracia (um império de signos massificados, em excesso e com

prepotência, propondo um certo modo de pensar, sentir, agir ou apenas significar e interpretar o mundo). A hiper-realidade, constituída a partir de signos, serve como uma fuga ou um desprendimento da referencialidade. Os signos escapam, deste modo, às amarras referenciais para criarem significados pré-determinados e convencionados, transformando o real e criando um real mais real do que a realidade e do que o próprio hiper-real. (Barroso, 2018, pp. 115-116)

Neste sentido, percebemos que, para Jean Baudillard (1991), o mundo mudou e o que julgamos real é, na verdade, uma simulação, uma reprodução mal feita e mais atraente do que o que realmente existe. Como a personagem Morpheus refere no filme Matrix (Wachowski & Wachowski, 1999), *“it is the world that has been pulled over your eyes to blind you from the truth”*.

Assim é a simulação, naquilo em que se opõe a representação. Esta parte do princípio de equivalência do signo e do real (mesmo se esta equivalência é utópica, é um axioma fundamental). A simulação parte, ao contrário da utopia, do princípio de equivalência, parte da negação radical do signo como valor, parte do signo como reversão e aniquilamento de toda a referência. Enquanto que a representação tenta absorver a simulação interpretando-a como falsa representação, a simulação envolve todo o próprio edifício da representação como simulacro. Seriam estas as fases sucessivas da imagem:

– ela é o reflexo de uma realidade profunda

- ela mascara e deforma uma realidade profunda
- ela mascara a ausência de realidade profunda
- ela não tem relação com qualquer realidade: ela é o seu próprio simulacro puro. (Baudrillard, 1991, p. 13)

Portanto, “não haveria mais oposição entre imaginário e real, pois as simulações, compostas por simulacros (...), se apresentam como mais reais do que a realidade (...) o que ele chama de hiper-real” (Jungk, 2019, p. 48). É neste sentido que a realidade retratada pelos *media* se pode configurar como um perfeito simulacro. O “cinema é um perfeito simulacro, onde como em filmes que retratam a 2ª Guerra Mundial, o fazem de forma mais «romantizada», sendo nesta «simulação de catástrofe» a qual o povo tende a crer” (Almeida, 2020, p. 96), mas a verdade é que “as imagens não se constituem como cópia fiel da realidade” (Freitas, 2013, p. 334). O mundo transformou-se em imagens, nas imagens veiculadas pelos *media*, que aceitamos como uma representação da realidade. “A nossa relação com o real não é [direta], mas sempre mediatizada por configurações e prefigurações, as quais são herdadas e reelaboradas no mundo da vida. São elas que dão sentido, ordenam, criam congruência e dão forma à experiência humana” (Correia, 2004, p. 25). Contudo, “a imagem não constitui o objeto em si, mas é a sua representação, o simulacro” (Freitas, 2013, p. 334), as imagens “criam ilusões e «assassinam» o real. As imagens fazem desaparecer o real” (Barroso, 2018, p. 102), criando uma “ditadura da imagem” (Barroso, 2018, p. 102).

“O simulacro nunca é o que oculta a verdade – é a verdade que oculta que não existe. O simulacro é verdadeiro” (Eclesiastes, citado por Baudrillard, 1991, p. 7). Com

esta passagem, que dá início à obra de Baudrillard (1991), o autor sintetiza o que é um simulacro, algo que “em si é diferente, singular, mas para um observador externo ele é apenas uma impressão” (Sales, 2004, citado por Alves & Caleiro, 2011, p. 3).

O simulacro implica grandes dimensões, profundidades e distâncias que o observador não pode dominar. É porque não as domina que ele experimenta uma impressão de semelhança. O simulacro inclui em si o ponto de vista diferencial; o observador faz parte do próprio simulacro, que se transforma e se deforma com seu ponto de vista. (Deleuze, 1969, citado por Alves & Caleiro, 2011, p. 3)

Neste sentido, a simulação é “parte da negação radical do signo como valor, parte do signo como reversão e aniquilamento de toda a referência. (...) a simulação envolve todo o edifício da representação como simulacro” (Baudrillard, 1991, p. 13), sendo que simulacro é algo, segundo o autor (Baudrillard, 1991), “nunca mais passível de ser trocado por real, mas trocando-se em si mesmo, num circuito ininterrupto cujas referência e circunferência se encontram em lado nenhum” (p. 13).

Os simulacros são experiências, formas, códigos, digitalidades [sic] e objetos sem referência que se apresentam mais reais do que a própria realidade, ou seja, são “hiper-reais”... Assim, Baudrillard entendia nossa condição como a de uma ordem social na qual os simulacros e os sinais estão, de forma crescente, constituindo o mundo contemporâneo, de tal forma que qualquer distinção entre “real” e “irreal” torna-se impossível. (Siqueira, 2007)

Simulacro não é, contudo, uma cópia. “Para Gilles Deleuze, cópia e simulacro não se equivalem... O simulacro não pretende passar por outra coisa como a cópia de um quadro pretende passar por esse quadro original” (Viegas, 2007, p. 132). Enquanto que a cópia se fundamenta na semelhança com algo real, com a realidade, “o simulacro não tem fundamento, é um falso pretendente, um espectro” (Viegas, 2007, p. 133). Nos simulacros, “não há antecedência temporal entre o modelo e a cópia (...): a realidade é, desde logo, hiper-realidade, reprodução” (Viegas, 2007, p. 134).

Posto isto, podemos assumir que os simulacros aparentemente trazem uma nova dimensão às realidades subjetiva e intersubjetiva, reforçando-as e criando uma nova camada de ficção ainda mais poderosa, relegando a realidade objetiva para um lugar cada vez mais secundário, tal como refere Silverstone (2007) relativamente à forma como os *media* se integram cada vez mais no nosso dia a dia e nos auxiliam na exploração do mundo. Também de acordo com Silverstone (2007), os *media* acabam por gerar uma esfera distinta, uma separação entre o simbólico e as realidades do dia a dia, uma espécie de escape para o mundo da fantasia e da simulação (p. 17).

Jean Baudrillard, segundo Silverstone (2007), imaginou que o simulacro substitui o mundo real, mas o que Silverstone chama de “*mediapolis*” avança através do mundo experiencial, constantemente envolvido e entrelaçado com ele, sendo o dia a dia uma mistura entre o real e o simbólico, o diretamente experienciado e o mediado (p. 146). Ou seja, a hiper-realidade reforçará ainda mais as realidades subjetiva e intersubjetiva pelo seu entrelaçar numa *mediapolis* onde a experiência do real está também mergulhada em mediatização. Segundo Cohen (2001, citado por Silverstone, 2007, pp. 168-169), a

televisão é a principal janela para observar os “outros”, mas serve-nos com imagens pertencentes a uma hiper-realidade, um conjunto contínuo de paradoxos sobre a visão do que está realmente a acontecer, que não contempla a distância, quer a nível geográfico, quer a nível emocional.

À imagem da Alegoria da Caverna (Platão), vivemos hoje uma realidade ditada pelos *media*, sendo que “as imagens fornecidas pelos *media* constituem a própria [objetividade] do mundo, e não apenas interpretações diferentes de uma realidade de algum modo dada” (Vattimo, 1992, citado por Barroso, 2018, p. 117). Os ecrãs, segundo Silverstone (2007), são uma janela, uma máscara e uma barreira. Limitam o que é visto e ouvido, representando a barreira entre a realidade, o mundo lá fora, e a sua representação. Como máscara, distorcem essa realidade, oferecendo narrativas ficcionais que, apesar de pouco afastadas de um mundo reconhecível pelos espetadores como real, são uma espécie de disfarce (p. 34).

Guy Debord (citado por Barroso, 2018) critica o que apelida de sociedade do espetáculo, em que “a imagem é mais importante do que a realidade, os [objetos] e a verdade” (p. 118) e a excessiva exposição da imagem falsifica a experimentação real do mundo por parte das pessoas (p. 120), o que potencia uma alienação dos indivíduos face ao mundo real. Corrobora, portanto, o que já se havia visto: as grandes ficções são narrativas construtoras das sociedades. Os simulacros e as simulações representam substitutos da realidade objetiva, reforçando ainda mais o lugar dos mundos subjetivos e intersubjetivos. Estaremos a viver uma simulação? “Não há maneira de saber se não estamos no ano de 2216 e o leitor não é um adolescente entediado submerso num jogo do género «mundo virtual» que gera uma simulação do mundo primitivo e emocionante

do início do século XXI” (Harari, 2021, p. 139). Os *media* promovem a erosão entre facto e ficção, notícias e entretenimento (Silverstone, 2007, p. 34) e deixamos de perceber o que é objetivo e o que não é. É desta forma que vemos o mundo através dos olhos dos meios de comunicação social, é assim que vemos o “outro”, o estranho, com uma visão mediada pelas narrativas e imagens que nos fornecem (Silverstone, 2007, p. 49).

Daqui se depreende que a terminologia de Harari comporta a força operativa necessária para o entendimento das diferentes concretizações do real. Há um real objetivo, alheio mesmo ao nosso entendimento, e há outros dois reais, subjetivos e intersubjetivos, produzidos pelo nosso entendimento e, hoje, pelas cada vez mais poderosas ferramentas ao serviço das ficções. As ferramentas de comunicação contêm em si um poder incalculável no conhecimento do real objetivo, mas sobretudo na produção de novas realidades, particularmente através do efeito poderoso das simulações descritas por Baudrillard.

Comprendemos, neste primeiro capítulo, que a linguagem foi um dos pilares estruturantes do que foi a revolução cognitiva, o despertar do ser humano como um ser diferenciado de todas as outras espécies. A capacidade para contar histórias faz com que o *Homo sapiens* crie largas comunidades cooperantes que se guiam pela crença em mitos e ficções. Vivemos, assim, diferentes realidades. Para além da já conhecida realidade objetiva, são introduzidas as realidades subjetiva e intersubjetiva.

2. A superação dos regimes disciplinares de Foucault e a ascensão da era digital

2.1. Apontamentos introdutórios

Entre 1760 e 1869, o mundo experienciou um período de grandes transformações e a instauração de uma sociedade industrial, que “seria um desdobramento social daquilo que se chamou de Revolução industrial” (Costa et al., 2003, p. 4). A Revolução Industrial alterou por completo a nossa sociedade e a partir deste evento “[passámos] a viver e/ou conviver com uma sociedade conduzida não por um projeto político e ideológico, mas diante de uma sociedade totalmente conduzida pela técnica” (Costa et al., 2003, p. 4). Esta sociedade industrial é, portanto, uma “sociedade técnica decidida pelo saber científico” em que até a própria cultura se transforma em indústria, em mercadoria, e torna o consumidor o seu objeto (Costa et al., 2003, p. 4). Na indústria cultural o indivíduo é, de acordo com Adorno (2009), “ilusório não só pela estandardização das técnicas de produção. Ele só é tolerado à medida que sua identidade sem reservas com o universal permanece fora de contestação” (p. 33). Assim, “a indústria cultural perfidamente realizou o homem como ser genérico. Cada um é apenas aquilo que qualquer outro pode substituir: coisa fungível, um exemplar” (Adorno, 2009, p. 26). Esta desenvolveu-se “com a primazia dos efeitos, da performance tangível, do particular técnico sobre a obra, que outrora trazia a [ideia] e com essa foi liquidada” (Adorno, 2009,

p. 9) e, desta forma, os produtos tornam-se uniformizados, sendo que a indústria cultural “molda da mesma maneira o todo e as partes” (Adorno, 2009, p. 9).

A indústria cultural pode ser definida como o conjunto de meios de comunicação como o cinema, o rádio, a televisão, os jornais e as revistas, que formam um sistema poderoso para gerar lucros e, por serem mais acessíveis às massas, exercem um tipo de manipulação e controle social, ou seja, ela não só edifica a mercantilização da cultura, como também é legitimada pela demanda desses produtos. (Costa et al., 2003, p. 2)

É neste contexto que nasce a comunicação de massas, em que tudo é uniformizado e padronizado. Estabelece-se uma cultura de massas em que os indivíduos tomam o papel de objetos de uma indústria que suprime a função crítica da cultura e degrada o seu papel filosófico-existencial (Costa et al., 2003, p.5). O processo de industrialização da cultura gerará alguns efeitos, a saber:

a) a cultura transformada em mercadoria perde o seu valor crítico; b) seduz os indivíduos com produtos que não incitam a crítica e mascaram a realidade sujeitando-os aos interesses do capital; c) a partir do aperfeiçoamento da técnica, a produção e reprodução da cultura deixa o seu caráter genuíno para ser produzida como qualquer outra mercadoria. (Santos, 2014, p. 27)

A Indústria Cultural atomiza os indivíduos, impedindo “o desenvolvimento da crítica quando tenta enquadrar os indivíduos dentro de comportamentos pré-estabelecidos na sociedade hodierna” (Santos, 2014, p. 28) e instaura-se uma espécie de regime em que há um domínio sobre a sociedade, visto que os indivíduos deixam de ser conscientes, vivendo alienados e reféns do entretenimento, “a indústria cultural permanece a indústria do divertimento” (Adorno, 2009, p. 18). “A modernidade das sociedades resulta do desaparecimento dos elementos culturais diferenciadores (Barroso, 2018, pp. 99-100), sendo as culturas de massas “produções de tudo em massa; são populares, comerciais e homogeneizadas” (Barroso, 2018, p. 100), perpetuando, assim, a atomização e alienação da sociedade.

A indústria cultural pode ser vista, portanto, como um instrumento de poder, de controlo, monopolizando a atenção dos indivíduos, entretendo-os. Desta forma, as massas tornam-se passivas e controladas, o que reforça as normas impostas pelo regime em vigor. Podemos, assim, estabelecer uma ligação entre a indústria cultural e o regime disciplinar, “forma de domínio do capitalismo industrial” (Han, 2022, p. 9), uma vez que os produtos culturais resultantes desta cultura de massas podem ser, também, considerados como dispositivos de controlo e disciplina, disseminando ideais de conformidade. O regime disciplinar “penetra nos circuitos nervosos e nas fibras musculares e converte «uma massa informe, um corpo inapto» numa «máquina»; (...) os seres humanos são treinados para se tornarem gado laboral” (Han, 2022, pp. 9-10). O que quer dizer que o regime disciplinar de Foucault opera sobre os indivíduos e não imediatamente sobre a massa como um todo indiferenciável, como vemos na indústria cultural de Adorno. “O regime disciplinar descrito por Foucault utiliza o isolamento como

meio de domínio”, sendo que “na biopolítica o alvo do poder disciplinar é o corpo e o procedimento para a criação de corpos dóceis é a vigilância, o isolamento dos indivíduos e a submissão” (Weber, 2023, p. 183).

Apesar da conotação negativa atribuída à disciplina, ou ao poder disciplinar, a verdade é que este “não será imposto com uma forma de violência explícita, mas totalmente discreto e [subtil]” (Diniz & Oliveira, 2014, p. 150) com o objetivo de tornar “o sujeito tanto mais obediente quanto mais útil” (Diniz & Oliveira, 2014, p. 150). Portanto, o poder disciplinar é um poder que “em vez de se apropriar e de retirar, tem como função maior «adestrar»; ou sem dúvida adestrar para retirar e se apropriar ainda mais e melhor” (Foucault, 2010, pp. 183-184). Segundo Foucault (2010, p. 164), a disciplina “fabrica” indivíduos, através de várias instituições como escolas, prisões ou quartéis, por exemplo. Não é, contudo, um regime em que a vigilância é totalmente invisível. Os indivíduos, isolados e vigiados, “saberão que o são, mas as vigilâncias múltiplas olharam sem serem vistas” (Morais, 2015, p. 195). Neste sentido, o “dispositivo disciplinar «perfeito» ou ideal seria aquele que possibilitasse a um único olhar ver tudo permanentemente” (Morais, 2015, p. 195) e que represente um “olhar sem rosto” (Foucault, 2010, p. 215), o panótico.

O [Panótico] é uma prisão cuja arquitetura é da seguinte forma: ao redor de uma torre cheia de janelas é construído um conjunto de celas em forma de anel que terão as janelas da torre direcionadas para a parte interna desse anel. Cada cela terá duas janelas, uma na parte externa e outra na parte interna do anel, que será correspondente às janelas da torre. Isso será necessário para que a luz que atravessa a cela chegue até a torre e então é só colocar um vigia na torre central

que ele terá uma visão privilegiada do sujeito que está sendo vigiado. (Foucault, 2010, p. 190)

O panóptico é um dispositivo de controlo e vigilância que funciona “por meio da visibilidade e da localização dos corpos no espaço. (...) faz com que o sujeito [se sinta] controlado pela simples força do olhar daquele que o observa” (Diniz & Oliveira, 2014, p. 152). Portanto, este dispositivo induz uma sensação de constante observação ao indivíduo, à imagem do *Big Brother* da obra *Nineteen Eighty-Four*, de George Orwell (2018), tornando-o refém deste efeito disciplinar, uma vez que “na medida em que o detento sabe que está sendo vigiado, o que é essencial, ele nem precisa de sê-lo efetivamente” (Morais, 2015, p. 201). Neste regime disciplinar, as pessoas sentem o controlo e a vigilância, apesar de não constituírem um domínio violento e imposto pela força.

2.2. O choque entre sociedades: o regime de informação e a sociedade paradoxal

Como vimos, o regime disciplinar descrito por Foucault focava-se no isolamento dos indivíduos. Hoje, contudo, a comunicação assume-se como central para o regime de informação que nos envolve, a sociedade de informação, então “o isolamento não se pode transpor para o regime de informação, que explora precisamente a comunicação” (Han, 2022, p. 10). A instauração do regime de informação, “forma de domínio na qual a informação e o seu processamento por meio de algoritmos e de inteligência artificial

determinam de um modo decisivo os processos sociais, económicos e políticos” (Han, 2022, p. 9), resulta da emergência de uma nova era, a era digital. Segundo Han (2022), o regime de informação está associado ao capitalismo de informação, tal como o regime disciplinar se refere ao capitalismo industrial (p. 9). No regime disciplinar, o sujeito, refere ainda o autor, é obediente, enquanto no regime de informação este [sente-se] livre (Han, 2022, p. 10).

A revolução digital estabeleceu uma nova lógica social, “o capitalismo de informação, assente na comunicação e na ligação em rede” (Han, 2022, p. 10) e é assim, através de redes abertas de comunicação, que se estabelece a vigilância no regime de informação.

A tecnologia de informação digital transforma a comunicação em vigilância. Quanto mais dados criamos, quanto mais intensivamente comunicamos, mais eficiente se torna a vigilância. O telemóvel como instrumento de vigilância e de submissão explora a liberdade e a comunicação. (Han, 2022, p. 12)

Com o desenvolvimento incessante de novas tecnologias e inovações, o fluxo de informações e dados torna-se naturalmente maior e o domínio exercido pelo regime de informação funde-se, naturalmente, com o nosso quotidiano, ocultando-se “atrás do que há de agradável nas redes sociais, da comodidade dos motores de busca, do timbre embalador dos assistentes de voz ou da solicitude obsequiosa das *smarter apps*” (Han, 2022, p. 14). Hoje, trocamos a nossa liberdade, inconscientemente (ou não), por conveniência, comodidade e simplificação. Registamos todos os nossos passos com o

auxílio de *smartphones* e outros dispositivos semelhantes que registam os nossos dados biométricos, tal como afirma Harari (2021),

Os aparelhos – que podem ser incorporados em *smartphones*, relógios de pulso, braçadeiras e roupa interior – registam diversos dados biométricos como, por exemplo, a tensão arterial. Os dados são enviados para programas informáticos sofisticados que depois nos sugerem alterações à nossa dieta e às rotinas diárias de forma a melhorarmos a nossa saúde e a desfrutarmos de uma vida mais longa e produtiva. (p. 368)

Neste sentido, podemos perceber que este registo pode ser positivo, “contudo, a tecnologia do século XXI poderá permitir que algoritmos externos «pirateiem a humanidade» e me conheçam melhor do que eu próprio me conheço. (...) As pessoas deixarão de se pensar como seres autónomos” (Harari, 2021, pp. 367-368), sendo regidos segundo as recomendações dos algoritmos. Os chamados “capitalistas da vigilância sabem tudo sobre nós; contudo, as suas ações são-nos desconhecidas. Acumulam vastos domínios de conhecimento novo a nosso respeito, mas que não se destina ao nosso uso” (Zuboff, 2020, p. 26), o que quer dizer que utilizam os nossos dados para seu benefício e não para o nosso. É esta a lógica do que Shoshana Zuboff (2020) apelida de capitalismo de vigilância, “uma mutação descontrolada do capitalismo” (p. 11) que “requer, no seu âmago, a nossa dependência, na qual a necessidade de termos uma vida eficaz entra em conflito com uma inclinação para resistirmos às suas incursões arrojadas” (p. 25). O capitalismo da vigilância obriga os indivíduos a aceitar a sua

influência, fazendo com que acabem por se habituar ao rastreamento, análise e modificação impostos por este. O capitalismo de vigilância é, segundo Han (2022), um desenvolvimento do capitalismo de informação, que “degrada os indivíduos, tornando-os dados e gado consumidor” (p. 9).

Para além disso, vivemos em casas inteligentes, ou *smart homes*, que transformam “toda a casa numa prisão digital, que procede a um registo minucioso da nossa vida quotidiana” (Han, 2022, p. 14), cartografando todos os espaços e recolhendo dados relativos a cada aspeto da nossa rotina, tal como os nossos hábitos de sono e o horário em que acordamos e iniciamos os nossos dias.

Qual é a primeira coisa que faz quando acorda? Provavelmente, verificará o seu telemóvel. *Voilà*: este é o primeiro ponto de informação que perde durante o dia. Quando pega no seu telemóvel logo de manhã, está a informar toda uma série de bisbilhoteiros (...) a que hora acordou, onde dormiu e com quem dormiu (partindo do princípio de que a pessoa com quem partilhou a cama também manteve o telemóvel junto de si). (Véliz, 2022, p. 15)

Estas mudanças de paradigma resultam da entrada numa nova sociedade da informação. Segundo Baudrillard (1989), à medida que nos tornámos numa sociedade de informação, a nossa perceção do mundo é hiper-real, na medida em que é dependente de simulações de realidade. O mundo real, segundo Guy Debord (1992, citado por Barroso, 2018), “transforma-se em simples imagens que, por seu turno e paradoxalmente, se transformam em realidade. Na sociedade do [espetáculo] criticada

por Debord, a imagem é mais importante do que a realidade, os [objetos] e a verdade” (p. 118). Esta é, portanto, uma sociedade que assenta no poder das imagens. Hoje, a sociedade de informação é cada vez mais relacionada com dados, os nossos dados, estabelecendo-se o regime de informação.

Com a entrada neste novo regime, dá-se a emergência de uma sociedade marcada por diversos paradoxos e que é, em si mesma, paradoxal. As alterações trazidas pelo desenvolvimento tecnológico e da *Internet* “são realmente marcantes e terão conduzido a alterações tão profundas que podemos afirmar que vivemos entalados entre gerações confusas e perturbadas por uma mescla de valores” (Coutinho, 2023, p. 191). Por um lado, “medimos o mundo através de valores dos anos 80 e 90”, mas, por outro lado, “usamos ferramentas que aceleram os resultados e que se regem por valores totalmente diferentes” (Coutinho, 2023, p. 191).

Um hospital público existe para salvar vidas, mas a sua gestão é feita em função de resultados em que essas vidas são só uma parcela, nem sempre prioritária. Essa mudança gera o paradoxo do convívio entre os profissionais de saúde empenhados numa missão humanitária e os tecnocratas que tentam rentabilizar a saúde. O jornalismo surge com uma missão social clara, garantindo o equilíbrio das democracias representativas, mas o seu potencial lucrativo desvirtua a sua existência, vendendo leitores à publicidade e não notícias aos leitores. Um Estado social pretende zelar pelo bem-estar de todos, mas a sua gestão tem de ser conduzida por parâmetros frios que colocam em primeiro lugar a matemática da eficácia e do cumprimento orçamental, comprometendo constantemente o

seu lado social. A economia capitalista pressupõe o seu constante crescimento; os recursos estão a esgotar-se, mas a economia tem de continuar a crescer. Este é o elemento imediatamente decifrável da mudança dos últimos 30 anos: a realidade assente numa mescla paradoxal. (Coutinho, 2023, pp. 191-192)

Vivemos, portanto, num contexto pautado pela introdução de grandes mudanças a um ritmo vertiginoso e deixamos de ser capazes de compreender as mudanças que acontecem à nossa volta. Contudo, apesar de vivermos hoje num mundo completamente diferente, continuamos a verificar resquícios do paradigma de Foucault. Com o desenvolvimento da Inteligência Artificial (IA) e do *deep learning* - que é, segundo Kai-Fu Lee (2019), “uma inteligência que retira dados de um domínio específico e os aplica de forma a otimizar um resultado específico” (2019, p. 27) -, vários postos de trabalho estão em vias de extinção (e outros já desapareceram). “À medida que o *deep learning* alastrar por toda a economia global, vai literalmente eliminar milhares de milhões de empregos” (Lee, 2019, p. 36), o que quer dizer que o desenvolvimento tecnológico irá alterar, obrigatoriamente, a forma como nos relacionamos com o trabalho, sendo este visto ainda como uma fonte de sentido para as nossas vidas. De acordo com Harari (2022), “quando buscamos o sentido da vida, o que queremos é uma história que explique o que é a realidade e qual o meu papel específico no enredo cósmico” (p. 311), algo que me faça sentir como parte de algo superior.

No passado, a civilização humana absorveu outros choques económicos infligidos pela tecnologia, que transformaram centenas de milhões de

agricultores em operários fabris ao longo dos séculos XIX e XX. Mas nenhuma dessas mudanças chegou tão rapidamente como a IA. Com base nas tendências presentes para o avanço e adoção de recursos tecnológicos, prevejo que dentro de quinze anos a IA será tecnicamente capaz de substituir entre 40 a 50% dos empregos nos Estados Unidos. (Lee, 2019, p. 36)

Neste sentido, serão agora privilegiados apenas empregos altamente especializados e/ou com uma vertente criativa mais apurada, uma vez que outras profissões serão substituídas. Para Lee (2019), “desde a Revolução industrial, habituámo-nos a cada vez mais a ver o nosso trabalho não apenas como um meio de sobrevivência, mas também como uma fonte de orgulho pessoal, de identidade e de sentido para a vida real” (p. 204). E Harari (2022) defende que

desde o início da Revolução Industrial, cada emprego que se perdeu para uma máquina deu azo a, pelo menos, um novo emprego criado, e a qualidade de vida média melhorou drasticamente. Porém, há bons motivos para acreditar que, desta vez, será diferente e que a aprendizagem automática vai mudar completamente as regras do jogo. (p. 41)

Isto porque, segundo o mesmo autor, antigamente as máquinas competiam com os humanos relativamente a aptidões físicas simples, mas hoje a inteligência artificial começa a ter um desempenho superior aos seres humanos no que toca às aptidões cognitivas (Harari, 2022, pp. 41-42). Enquanto a substituição das nossas funções se

relacionava com funções físicas, rapidamente surgiram novos empregos que apenas poderiam ser executados com as aptidões cognitivas dos seres humanos, mas “a noção de que os humanos terão sempre uma habilidade distinta fora do alcance dos algoritmos não-conscientes não passa de uma ilusão” (Harari, 2021, p. 356) e a substituição de tarefas cognitivas seria inevitável. Acontecerá, assim, uma perda generalizada de empregos que, conseqüentemente, poderá levar a uma

perda de sentido e propósito [que] tem conseqüências muito reais e sérias. Os índices de depressão triplicam entre quem está desempregado há seis meses; e as pessoas que procuram trabalho têm uma probabilidade de se suicidarem que é o dobro de quem tem um emprego e salário. (...) Os danos psicológicos do desemprego causado pela IA serão ainda mais profundos. As pessoas vão enfrentar a perspectiva de ficarem sem trabalho não apenas temporariamente – mas, na verdade, de serem permanentemente excluídas do funcionamento da economia. Ficarão a ver enquanto os algoritmos e os robôs facilmente os superam em tarefas e competências que lhes levava uma vida a dominar. O que conduzirá a um sentimento esmagador de futilidade, a um sentido de se terem tornado obsoletos na sua própria pele. (Lee, 2019, p. 205)

Portanto, a mescla paradoxal potenciada pelo desenvolvimento tecnológico pode conduzir a uma potencial crise existencial, de sentido. Podemos, de certa forma, compreender este fenômeno paradoxal como uma espécie de resistência inocente à mudança, uma vez que o mundo está em constante e rápida evolução, mas a nossa

sociedade continua a reger-se por um regime disciplinar aparentemente ultrapassado ou, pelo menos, a carecer de atualizações.

Esta mescla paradoxal tem, de acordo com Coutinho (2023), efeitos nas diferentes realidades – objetiva, subjetiva e intersubjetiva –, tais como a “generalização da *Internet das coisas*, a obsolescência de postos de trabalho ou a otimização tecnológica do corpo humano” (p. 193), assim como a nossa dependência de produtos resultantes do desenvolvimento de novas tecnologias, como os *smartphones* ou as redes sociais. Nesta sociedade paradoxal, somos reféns de uma ilusória e crescente liberdade e “de forma paradoxal, é precisamente a sensação de liberdade a assegurar o domínio” (Han, 2022, p. 12). Portanto, o “paradoxo da sociedade da informação reside no facto de os seres humanos serem prisioneiros da informação” (Han, 2022, p. 13), sendo que “quem é verdadeiramente livre não são os indivíduos, mas a informação” (Han, 2022, p. 13), os dados que fornecemos voluntariamente através, por exemplo, das redes sociais.

No que concerne às realidades subjetiva e intersubjetiva, as mudanças acontecem devido à forma como a *Internet* permitiu que todos cooperássemos a um nível global. Neste sentido, “a ficção que rege a nossa cooperação humana alterou-se primeiramente na escala. Passámos a cooperar globalmente. (...) a escala intersubjetiva alargou-se a todos os indivíduos a partir da *Internet*” (Coutinho, 2023, p. 194). Esta alteração desencadeia, de alguma forma, uma alteração também na realidade subjetiva, na medida em que há um “alargamento dos limites da nossa ação” (Coutinho, 2023, p. 194).

O limite é, por definição, o resultado prático da autoridade que se define como autora dessas fronteiras (Bourdieu, 1989, pp. 113-114). Se o limite se alarga, pode

alargar-se o espaço de ação, dissipando-se a autoridade. Quem é a autoridade no mundo digital? A sua aparente ausência também vai alterar profundamente a minha realidade subjetiva, a minha sensação de obediência ou de liberdade. (Coutinho, 2023, p. 194)

As alterações que ocorrem ao nível da realidade intersubjetiva tornam-se mais prementes quando verificamos que a mescla paradoxal – que referimos atrás – realmente existe. A sociedade avança, desenvolvendo-se paradoxalmente.

Esta tem sido a grande tônica dos últimos 30 anos: um desenvolvimento social paradoxal que vai permitindo mudanças gigantescas a par com estilos de vida com mais de 60 anos. Naturalmente que fica aberto o caminho para que as grandes mudanças ocorram sem uma perceção clara dessa mudança por parte dos cidadãos. (Coutinho, 2023, pp. 195-196)

Ao contrário do que acontecia na sociedade disciplinar, nesta nova sociedade paradoxal, “o domínio dissimula-se, fundindo-se totalmente no quotidiano. Oculta-se atrás do que há de agradável nas redes sociais, da comodidade dos motores de busca” (Han, 2022, p. 14), confirmando o paradoxo, visto que somos reféns da nossa liberdade. “Imaginamos ser livres, enquanto a nossa vida está submetida a um registo total, com vista a um controlo psicopolítico do comportamento” (Han, 2022, p. 15), sendo esta transparência total “sinónimo de dominação total” (Weber, 2023, p. 183), visto que

quanto mais comunicamos, mais dados fornecemos e, conseqüentemente, mais dominados somos.

Para além do paradoxo da liberdade ilusória, esta sociedade também é pautada por uma comunicação paradoxal, um fluxo de dados sem discurso, sendo o discurso “um movimento de ida e volta. (...) Só a voz do outro confere uma qualidade discursiva à minha declaração, à minha opinião” (Han, 2022, p. 33). Ora, se na comunicação digital a informação se produz em espaços privados e é enviada para espaços privados sem ser filtrada no espaço público (Han, 2022, p. 32), deixa de haver espaço para o outro e para o discurso. Portanto, “numa época global, em que a comunicação surge como paradigma (...) evidencia-se paradoxalmente a incomunicabilidade” (Barroso, 2018, p. 124); numa época em que aparentemente comunicamos mais, em que há cada vez mais ferramentas de comunicação, esta deixa de acontecer. A comunicação é tida como a interação social através de mensagens (Fiske, 2005); então, se deixa de acontecer esta interação, a comunicação finda e altera-se o paradigma. Nigel Warburton (2015, p. 93), acredita que a *Internet* transformou o mundo, democratizando o comentário, expandindo o alcance das mensagens e abrindo as pessoas para novas ideias. Contudo, Cass Sunstein (2002, citado por Warburton, 2015) afirma que “a Internet torna mais fácil uma abordagem altamente [seletiva] à informação que recebemos. Podemos filtrar seja o que for que não queiramos saber” (p. 99), algo que podemos verificar nas nossas redes sociais, que nos fornecem mais conteúdos relacionados com os nossos interesses, potenciando o que Sunstein (2002, citado por Warburton, 2015, p. 99) chama de “Diário de Mim”, “uma [seleção] adaptada à sua própria pessoa” que elimina o outro e a comunicação, e coloca em risco a democracia.

Quanto mais tempo passo na Internet, mais a minha filter bubble se enche de informação, que me agrada e que reforça as minhas convicções. Só me mostra as perspetivas do mundo conformes às minhas e retém outras informações. Deste modo, a filter bubble prende-me numa passividade permanente. (Han, 2022, p. 35)

Nesta aceção, a *Internet* fecha-nos no nosso mundo, alimentando as nossas visões sem que nos permita ver alternativas. Podemos afirmar que os *media* acabam por exercer, de certa forma, uma influência considerável no processo de construção da realidade de cada indivíduo, fechando-nos nesta redoma e não permitindo a comunicação. Estamos perante meios de comunicação que, paradoxalmente, não nos permitem comunicar. Segundo Kai Fu Lee (2019, pp. 132-133), os nossos dados, depois de rotulados, servem para treinar algoritmos que nos irão recomendar “mais conteúdos do que provavelmente iremos consumir”, o que é visto, pelas “pessoas comuns”, como um processo de melhoria da *Internet* (p. 133) numa visão ingénua da realidade. Esta bolha que nos envolve neste ambiente acaba com a possibilidade de ouvir o outro, de obter o pensamento do outro, portanto, o discurso não acontece e “uma vida sem discurso e sem ação (...) está literalmente morta para o mundo” (Arendt, 1998, citado por Silverstone, 2007, p. 58, tradução nossa). Silverstone (2007, tradução nossa) afirma mesmo que “a realidade do mundo, um mundo que é por definição partilhado, é garantida pela presença de outros” (p. 49), sendo que

somente onde as coisas podem ser vistas por muitos numa variedade de aspetos sem mudar a sua identidade, de modo que aqueles que estão reunidos em torno destes saibam que veem a mesma coisa de formas diferentes, é que a realidade do mundo pode surgir de forma verdadeira e confiável. (Arendt, 1998, citado por Silverstone, 2007, p. 55, tradução nossa)

Ou seja, a própria realidade, mediada pelos meios de comunicação social, está em risco com a existência da referida comunicação paradoxal, uma vez que nos tornamos incapazes de testar as nossas perspetivas. Nigel Warburton (2015, p. 34) acredita que, no caso de um confronto de ideias, se outra perspetiva está correta, perdemos a oportunidade de trocar o erro pela verdade. Mas, caso a outra perspetiva seja errada, então perdemos a oportunidade de reforçar a verdade da nossa perspetiva, confrontando-a com o erro. De notar que este conceito de comunicação paradoxal não deve ser confundido com paradoxos de linguagem, tais como, por exemplo, “eu estou a mentir” ou “vou fazer-te uma surpresa”.

Outro dos paradoxos premente nesta sociedade paradoxal é relativo à informação (não dados, mas informação como notícias). Comummente, associamos a censura a regimes autoritários. Segundo Ramonet (1999), a censura é mesmo um elemento fundamental do poder autoritário, significando “supressão, interdição, proibição, corte e retenção da informação, considerando precisamente a autoridade que um atributo forte do seu poder consiste em controlar a expressão e a comunicação” (p. 29). Contudo, hoje vivemos num cenário em que a informação circula livremente, cada vez mais livre. Neste contexto, nasceu o que Ramonet (1999) chama de censura democrática que, “por

oposição à censura autocrática, já não assenta na supressão ou no corte, na amputação ou na proibição de dados, mas na acumulação, na saturação, no excesso e na [superabundância] de informações” (p. 29). Esta nova censura nasce da avalanche contínua de informações que nos engole todos os dias, a toda a hora, provocando fenómenos como o efeito biombo, conceito desenvolvido por Ignacio Ramonet (1999) que consiste na forma como uma informação pode ocultar outra, em que um acontecimento pode servir para ocultar outro (p. 31).

Como se oculta hoje a informação? Através de um aumento de informações: a informação é dissimulada ou truncada porque há demasiada para consumir. E não chegamos mesmo a aperceber-nos da que falta. (...) Antes da época moderna, dizia-se que quem detinha a informação detinha o poder, entendendo-se este como o controle da circulação da comunicação. (...) Hoje, a informação é superabundante (...) e torna-se, por isso, incontrolável. (Ramonet, 1999, p. 48)

Portanto, hoje há mais informação e esta circula livremente, mas acabamos por ser incapazes de consumir e selecionar a informação, “já não sabemos o que merece a nossa atenção e muitas vezes gastamos o tempo a investigar e a debater assuntos secundários” (Harari, 2021, p. 443). Como saberemos o que realmente importa se vivemos inundados num tsunami de informação? A verdade é que “a humanidade nos nossos dias sofre de FOMO [*fear of missing out*] – o medo de estar a perder alguma coisa – e embora tenhamos mais por onde escolher, na verdade perdemos a capacidade de prestar atenção ao que escolhemos” (Harari, 2021, p. 404).

Outro paradoxo característico desta nova era é o paradoxo do conhecimento. Yuval Noah Harari (2021) acredita que “paradoxalmente, à medida que acumulamos mais informação e aumentamos a nossa capacidade de processamento, os acontecimentos se tornem mais indomáveis e imprevisíveis. Quanto mais sabemos, menos conseguimos prever” (p. 70), ou seja, assim que soubermos como determinado sistema funciona, iremos, naturalmente, alterar o nosso modo de agir. Assim, saberemos como algo “funcionava no passado, mas ficamos sem saber como funciona no presente e muito menos como funcionará no futuro” (Harari, 2021, p. 71).

Este é o paradoxo do conhecimento histórico. Quando o conhecimento não altera os comportamentos é inútil; mas, quando os altera, perde de imediato a relevância. Quanto mais dados recolhemos e quanto melhor conhecemos a História, mais depressa esta altera o seu rumo e mais rapidamente o conhecimento perde a validade. (Harari, 2021, p. 72)

Daí que seja muito difícil, se não impossível, prever o nosso futuro. Quanto mais sabemos, mais poder temos para alterar o rumo da história. “Em 1016 era relativamente fácil prever como seria a Europa em 1050. (...) Por outro lado, em 2016, não fazemos a mínima ideia de como será a Europa em 2050” (Harari, 2021, p. 72).

2.3. A esfera pública e o espaço público nas sociedades contemporâneas ocidentais

2.3.1. Evolução dos conceitos

Atualmente, com a introdução de novos meios de comunicação, em particular da *Internet*, “vivemos numa era marcada pela interconexão, na qual as pessoas de todo o mundo participam numa única ordem de informação” (Giddens, 2005, p. 456), tornando a nossa sociedade num ambiente globalizado em que os paradigmas de comunicação sofrem alterações. Estas mudanças vêm alterar as nossas concepções de esfera pública e de espaço público, uma vez que as anteriores definições para estes conceitos se tornam desajustadas e desatualizadas.

O espaço público pode ser definido como “a circunferência mediática do comum e da experiência comunitária, marcada pela propensão ao ser e estar junto, bem como ao agir segundo o princípio do gregarismo” (Trivinho, 2010, p. 270), sendo que, numa fase inicial, este era um espaço “reduzido aos partícipes dessa «comunidade», atores de uma comunicação ainda distante de ser social” (Resende, 2005 p. 130), isto é, cidadãos que discutiam questões do seu interesse em praça pública. O nascimento da ideia de comunidade “enquanto conjunto de espaços ocupados pelo povo – espaços separados do privado – nasceu com o direito romano: ele veio institucionalizar a divisão entre o público e o privado” (Resende, 2005, p. 130). Mais tarde, o espaço público “ganha novos atores que, em novos lugares (...) dão voz a opiniões e discussões” (Resende, 2005, p. 131), permitindo o desenvolvimento da esfera pública que “segundo Habermas, [se

desenvolveu], primeiro, nos salões e cafés de Londres e Paris e outras cidades europeias” (Giddens, 2008, p. 455), potenciando um processo extremamente importante para a vida democrática, tendo a esfera pública uma “função de mediadora entre Estado e as necessidades da sociedade” (Guedes, 2010, p. 4).

Segundo Giddens (2008), “a esfera pública é um espaço de debate público onde se podem discutir questões de interesse geral e uma área na qual se podem formar opiniões” (p. 466). Já Jürgen Habermas (1997, citado por Silveirinha, 2010) define esfera pública como “um domínio da nossa vida social onde algo como a opinião pública se pode formar” (p. 33), sendo que “a própria ‘esfera pública’ se apresenta como uma esfera: o âmbito do que é setor público contrapõe-se ao privado. (...) incluem-se entre os «órgãos da esfera pública» (...) [media] que, como a imprensa, servem para que o público se comunique” (Habermas, 2003, p. 15). Assim, podemos concluir que esta esfera pública é dependente da comunicação, da troca de ideias e pontos de vista de diferentes cidadãos para que se forme uma opinião relativamente ao que é público, “o que tem interesse geral e envolve/[afeta] o cidadão enquanto membro de uma sociedade (...) com liberdade e racionalidade, sem pressões e com garantia de poder manifestar e publicar livremente opiniões” (Barroso, 2021, p. 189).

Segundo Charles Taylor (2010), “a esfera pública é um espaço comum onde os membros da sociedade se encontram através de uma variedade de meios – imprensa, [eletrónica] e também encontros face-a-face – para discutirem assuntos de interesse comum e, deste modo, formarem a seu respeito uma opinião comum” (p. 87), mas, com a entrada na era digital, as noções de esfera pública e espaço público sofrem, naturalmente, uma transformação. Transformações que decorreram, também, aquando

da introdução dos meios de comunicação de massas. No início, durante a “Idade Média, não havia separação entre as esferas pública e privada, já que não ocorria a discussão pública” (Guedes, 2010, p. 2), o que viria a mudar, segundo Guedes (2010, p. 2), “com a separação entre o Estado e a sociedade” que levou à emergência da representatividade pública e à necessidade de discussão pública para atestar o poder do Estado. Estas discussões ocorriam no que chamamos de espaço público e consistiam no diálogo e confronto de pontos de vista divergentes relativamente a assuntos de interesse geral, “até então monopolizados pela Igreja e pelo Estado”, entre pessoas privadas que se reuniam em salões e cafés (Guedes, 2010, pp. 2-3). A chegada dos meios de comunicação de massas marcou a “degeneração e despolitização da esfera pública moderna” (Guedes, 2010), dado que estes “apresentavam uma dimensão comercial e mercantilizada da informação” que, portanto, choca com a “função de mediadora entre o Estado e as necessidades da sociedade” característica da esfera pública, sendo que os interesses agora discutidos já não são públicos, mas de “grupos privados, representados por associações e partidos” (p. 4). A esfera pública torna-se numa “rede de comunicação de conteúdos, de tomadas de posição e de opiniões, em sintonia com a prática comunicativa [quotidiana]” (Guedes, 2010, p. 6). Habermas (2012) afirma que “o mundo criado pelos meios de comunicação de massa já é apenas uma esfera pública em aparência; mas a integridade da esfera privada que, por outro lado, estes meios prometem aos seus consumidores é igualmente ilusória” (p. 297).

Com as mudanças trazidas pelos meios de comunicação de massa, o espaço público, até aqui um lugar físico, “foi «desterritorializado», já que os envolvidos não necessitam mais do compartilhamento físico-temporal para o debate” (Guedes, 2010, p.

6), e expande-se, através da tecnologia e do universo digital (ciberespaço), podendo gerar espaços públicos parciais (Guedes, 2010, p. 7). “Hoje, o espaço público, entendido no seu sentido mais lato enquanto espaço de visibilidade pública, encontra-se sujeito a tensões fragmentárias” (Correia, 2005, p. 56) que resultam do desenvolvimento tecnológico e da entrada numa nova era digital. Neste novo contexto, digital e globalizado, o espaço público fragmenta-se enquanto se integra (Resende, 2005, p. 135), havendo a “justaposição de espaços parciais que colocam os sujeitos-cidadãos em situação de interação parcial: o local, pode-se assim dizer, entretido no global” (Resende, 2005, p. 135).

O ciberespaço acaba por dar oportunidade aos indivíduos de se relacionarem com um maior número de pessoas, nutrindo um certo sentido de vida coletiva (Silveirinha, 2009, p. 17), tal como garante um acesso democratizado à informação e garante que “quase toda a gente com uma ligação à Internet e um conhecimento muito básico de computadores pode alcançar uma audiência muito vasta” (Warburton, 2015, p. 93). Desta forma, “a Internet democratiza a comunicação (...). Mais pessoas do que nunca podem falar entre si e ser escutadas pelo globo” (Warburton, 2015, p. 114), o que quer dizer que há uma maior pluralidade de vozes e que grupos que outrora não teriam oportunidade de se expressar, podem agora participar nesta nova esfera pública digital. Contudo, Byung-Chul Han (2022) acredita que

os exames digitais não formam um coletivo responsável e politicamente atuante. Os *followers*, os novos súbditos das redes sociais, deixam-se amestrar pelos seus *smart influencers* e transformam-se em gado consumista. Tornam-se

despolitizados. A comunicação nas redes sociais, baseada em algoritmos, não é livre nem democrática. Isto conduz a uma nova incapacitação. O *smartphone* como aparelho de submissão está longe de ser um Parlamento móvel. Acelera a desintegração da esfera pública, ao divulgar sem cessar o privado, como uma montra móvel. Produz *zombies* do consumo e da comunicação, e não cidadãos emancipados. (pp. 31-32)

Portanto, a *Internet* não constrói uma esfera pública, apenas expõe ininterruptamente o privado, criando rebanhos de cidadãos atomizados. Han (2022) afirma que “a comunicação digital provoca uma inversão do fluxo de informação”, sendo esta produzida em espaços privados e enviada para espaços privados, sem que seja filtrada pelo espaço público. Assim, “a Internet não constrói uma esfera pública”, pelo contrário, desintegra-a em “enxames efémeros, movidos por interesses” (p. 32).

A entrada nesta sociedade da informação e no que chamamos de era digital provoca algumas mudanças nos conceitos de esfera pública e espaço público, que são desterritorializados com a transferência para o ciberespaço, fragmentando-se.

2.3.2. A magem, o *infotainment* e o sensacionalismo

A comunicação assume várias funções na construção da realidade (ou das várias realidades) e na sociedade. De acordo com Lasswell (1948, citado por McQuail, 2003), as principais funções da comunicação “eram a vigilância sobre o ambiente, a correlação das partes da sociedade nas respostas ao meio e a transmissão da herança cultural” (p.

82). Wright (1960, citado por McQuail, 2003), no entanto, “desenvolveu este esquema básico para descrever muitos dos efeitos dos *media* e adicionou «entretenimento» como quarta função-chave” (p. 82), uma perspectiva que se assume cada vez mais como regra, interferindo com as outras funções da comunicação e com a difusão da informação. Han (2022) refere que “nos primórdios da democracia, o livro é o meio determinante” (p. 19), que estabelece o discurso e promove um discurso político com uma “extensão e uma complexidade muito diferentes” (p. 20) e, hoje, “os meios de comunicação eletrônicos destroem o discurso racional marcado pela cultura dos livros e produzem uma *mediacracia*. (...) Habermas responsabiliza os meios de comunicação pelo declínio da esfera pública democrática” (p. 20).

As emissões que os novos meios de comunicação transmitem reduzem (...) de uma forma singular as reações dos recetores. Atraem o público como ouvintes e espectadores, privando-os ao mesmo tempo da distância da «capacitação», ou seja, da oportunidade de falar e responder. O raciocínio de um público leitor tem tendência a ceder ao «intercâmbio de gostos» e de “preferências” dos consumidores (...). O mundo produzido pelos meios de comunicação só é uma esfera pública na aparência. (Postman, 1986, citado por Han, 2022, pp. 20-21)

Portanto, os novos meios de comunicação atomizam o público, estabelecendo uma *mediacracia* que, segundo Vitória Camps (2003, p. 5), se materializa através de uma série de tiranias, especificamente duas: a tirania da velocidade (que iremos abordar mais à frente) e a tirania do espetáculo. Com a introdução da televisão e, mais tarde, dos

meios de comunicação digitais, assentes em recursos multimédia e audiovisuais, a imagem tornou-se tremendamente poderosa. Esta importância da imagem, “aliada à necessidade de entreter”, resulta, segundo Vitória Camps (2003), na “inevitabilidade do espetáculo” (p. 8, tradução nossa). Assim, “os meios audiovisuais procuram um efeito sobre os sentidos externos – visão, audição – e não sobre o sentido interno, a consciência” (Camps, 2003, p. 8, tradução nossa), de forma a captar atenção do público e a corresponder à velocidade e ao sensacionalismo que caracterizam o sistema de comunicação e informação.

Estabelece-se assim “uma nova espécie de equação da informação que poderia ser formulada desta maneira: «se a emoção que experimentais (...) é autêntica, então a informação é verdadeira»” (Ramonet, 1999, p. 21). E, neste sentido, “os acontecimentos que produzem imagens (...) sobrepõem-se (...) aos outros assuntos mesmo que a sua importância seja absolutamente secundária” (Ramonet, 1999, p. 21), promovendo-se assim o sensacionalismo.

Segundo Giovanni Sartori (2000), a revolução dos meios de comunicação social caracteriza-se pela “capacidade de ver à distância – tele-ver – surgindo daí o nosso vídeo viver” (p. 7), estando o vídeo a transformar o *Homo sapiens* em *Homo videns*, sendo a palavra destronada pela imagem. Há, desta forma, “uma espécie de domínio do visível sobre o inteligível que conduz para um ver sem entender” (Sartori, 2000, p. 8). A imagem tem este poder porque, de acordo com Sartori (2000), “é pura e simples representação visual. (...) Enquanto a palavra é parte integrante e constitutiva de um universo simbólico, a imagem não é nada disso” (p. 22). O problema é que, segundo esta tirania do espetáculo, “uma notícia sem imagens não pode ser transmitida. Se não há

imagem, tem de ser inventada” (Camps, 2003, p. 8, tradução nossa), o que promove os diretos vazios e ininterruptos, assim como a fabricação de imagens e a “encenação e teatralidade” (Camps, 2003, p. 8, tradução nossa).

O problema desta demanda pela chegada imediata de imagens para alimentar o espetáculo em que se transformou a comunicação/informação, é que não há possibilidade de verificar se não há manipulações, sendo desta forma que chegamos a mais um paradoxo: “quanto mais se comunica, menos se informa, portanto, mais se desinforma” (Langlois citado por Ramonet, 1999, p. 103). Eis que surgem a desinformação e as *fake news*.

As notícias mediocráticas são, portanto, caracterizadas pelo *infotainment* ou infoentretenimento, a informação-espetáculo e o sensacionalismo. Neil Postman (1986, citado por Han, 2022) acredita que o “infoentretenimento conduz à deterioração do discernimento humano e lança a democracia em crise”, transformando-se esta em *telecracia* e nós divertimo-nos até à morte (p. 21). Segundo Han (2022), “na *telecracia*, o ecrã de vigilância do Grande Irmão é substituído pelo ecrã de televisão. As pessoas não são vigiadas, mas entretidas. Não as reprimem, mas viciam-nas” (p. 23). Hoje, o ecrã da televisão é substituído pelo *smartphone*, que nos transforma também em emissores ativos, potenciando “a fórmula de submissão do regime de informação (...). Nós comunicamos até à morte” (Han, 2022, pp. 23-24).

Na era dos [*media*] digitais, a esfera pública discursiva está ameaçada, não pelo *infoentretenimento*, mas, sobretudo, pela difusão e proliferação virais da informação, isto é, pela *infodemia*. (...) A informação tem uma margem de

atualidade muito reduzida. Falta-lhe a *estabilidade temporal*, pois vive do “estímulo da surpresa”. Devido a essa instabilidade temporal, fragmenta a percepção. Destrói a realidade, tornando-a um «permanente frenesim da atualidade». (Han, 2022, p. 24)

Para além de telecracia, a mediacracia é também, segundo Han (2022), teatrocracia, algo que podemos verificar nos últimos debates políticos que se realizam segundo uma lógica de espetacularidade, menosprezando-se o discurso, “o que agora é importante não são os argumentos, mas a *performance*” (p. 21).

Os *media* têm grande influência no declínio da esfera pública na medida em que estabelecem uma mediacracia pautada pelas tiranias do espetáculo e da velocidade. A primeira assenta na imagem, no entretenimento e no sensacionalismo, o que cria um ambiente propício para o surgimento de fenómenos como as *fake news* e as teorias da conspiração.

2.3.3. Um novo paradigma: à velocidade do digital

A mediacracia, como referido anteriormente, é também caracterizada pela tirania da velocidade. Vitória Camps (2003) defende que “a velocidade é a essência do mundo moderno” (pp. 6-7, tradução nossa), o que prejudica gravemente a democracia, visto que “enquanto [que] (...) o tempo político deve ser suficientemente lento para permitir apaziguar paixões e fazer prevalecer a razão, o tempo mediático experimenta a

necessidade de atingir o limite extremo da velocidade: a instantaneidade” (Ramonet, 2000, citado por Camps, 2003, p. 7, tradução nossa).

Ao comunicar à velocidade da luz, os *media* adotam os diretos, o *live*, o instantâneo, mas ao fazê-lo, “reduzem o tempo de análise e de reflexão” (Ramonet, 1999, p. 61), sendo que o que interessa é mostrar o que está a acontecer, sem explicações. O que interessa é “demonstrar a todo o custo que o sistema funciona, que a máquina «comunica», e não que ela informa” (Ramonet, 1999, p. 33), sendo que ser o primeiro é mais importante do que perceber o que realmente está a acontecer.

(...) um fascínio preocupante pelas imagens, «filmadas em direto», de acontecimentos palpitantes, de cenas violentas e de *fait divers* sangrentos. Esta procura encoraja a apresentação de documentos falsos, de reconstituições, de manipulações e de «montagens». Resultado: informação e entretenimento tendem cada vez mais a confundir-se; os jornais de referência cada vez mais se alinham pelo [tabloide]. (Ramonet, 1999, p. 134)

Portanto, a própria velocidade provoca o surgimento de fenómenos como o infoentretenimento. Também como consequência da velocidade, “os *media* têm cada vez mais dificuldade em distinguir, estruturalmente, o verdadeiro do falso. Também neste caso, a Internet agrava as coisas, visto que o poder de tornar público algum facto está hoje descentralizado” (Ramonet, 1999, p. 135). Qualquer pessoa tem à sua disposição plataformas de longo alcance, como as redes sociais ou os blogues, o que lhe permite partilhar informação, notícias falsas ou boatos de forma rápida, fácil e para

muitas pessoas. “Hoje, qualquer pessoa com acesso à Internet pode montar os seus próprios canais de comunicação” (Han, 2022, p. 27), o que potencia “as distorções infocráticas da democracia” (Han, 2022, p. 28).

A mediocracia é “uma democracia dominada por uma nova elite que pretende que a cultura e o pensamento sejam apenas *fast culture* e *fast thinking*” (Camps, 2003, p. 10, tradução nossa), uma vez que o poder político, essa tal elite, está interessada, segundo Lippmann (1922, citado por Camps, 2003, p. 10), na ação, não em que esta seja compreendida, porque muitas ações falhariam se todos as compreendessem. A velocidade, portanto, é também uma ferramenta ao serviço do poder político, de forma a atomizar os cidadãos.

Assim, a mediocracia, que é caracterizada pela velocidade e pelo espetáculo, “degrada as campanhas eleitorais, tornando-as guerras de encenação mediáticas. O discurso é substituído por um espetáculo com impacto no público. (...) Em contrapartida, na infocracia a campanha eleitoral degenera numa guerra de informação. O Twitter não é um palco mediocrático, mas uma arena infocrática” (Han, 2022, p. 28).

Portanto, na mediocracia, segundo Han (2022) não há uma “infraestrutura para uma produção a grande escala de *fake news*”, há apenas um “reino de aparências”. A rede digital, sim, cria as condições para a propagação de notícias falsas e de teorias da conspiração (p. 28).

A segunda tirania que caracteriza a mediocracia é relacionada com a velocidade com que se comunica, a instantaneidade. Neste contexto, os diretos são privilegiados e não há tempo para explicações. O que interessa é demonstrar que se comunica, ser o

primeiro, e não interessa informar. Assim, a velocidade é também do interesse dos poderes políticos, uma vez que esta permite a atomização dos indivíduos.

2.3.4. A sociedade da informação, a erosão da ação comunicativa e a perda de contacto com a realidade objetiva

A chamada sociedade da informação é, segundo Manuel Castells (2001, citado por Camps, 2003, p. 3), uma sociedade que se caracteriza não pelo mercado, mas pela rede. Esta sociedade em rede é, segundo Castells (1999a), resultado da “revolução da tecnologia da informação e a reestruturação do capitalismo” (p. 17).

O que caracteriza a atual revolução tecnológica [a revolução da tecnologia da informação] não é a centralidade de conhecimentos e informação, mas a aplicação desses conhecimentos e dessa informação para a geração de conhecimentos e de dispositivos de processamento/comunicação da informação, [num] ciclo de realimentação cumulativo entre a inovação e o seu uso. (Castells, 1999b, pp. 50-51)

Sociedade da informação (ou sociedade do conhecimento) é, para Castells (2006, p. 17), o nome atribuído à emergente sociedade a que o autor chama de sociedade em rede.

Eu não concordo com esta terminologia. Não porque conhecimento e informação não sejam centrais na nossa sociedade. Mas porque eles sempre o foram, em todas as sociedades historicamente conhecidas. O que é novo é o facto de serem de base [microeletrónica], através de redes tecnológicas que fornecem novas capacidades a uma velha forma de organização social: as redes. (Castells, 2006, p. 17)

Esta é, segundo Vitória Camps (2003), uma sociedade em rede que afeta todos os domínios da vida humana, a nível mundial: “comunicação, educação, trabalho, lazer, relações interpessoais” (p. 3, tradução nossa). Esta sociedade nasce, segundo Camps (2003), com a introdução de novas tecnologias de comunicação que provocam “uma série de mudanças instrumentais”, como, por exemplo, “novas maneiras ou novos instrumentos para comunicarmos” (p. 3, tradução nossa) e “assim, computadores, sistemas de comunicação, [descodificação] e programação genética são todos amplificadores e extensões da mente humana” (Castells, 1999b, p. 51). As facilidades criadas por estas mudanças potenciam a difusão de informação, a participação cívica e a criação de redes de cooperação, fatores que contribuem para uma democracia saudável, visto que estas “se sustentam no que se veio a chamar de «opinião pública»” (Camps, 2003, p. 5, tradução nossa).

Na sociedade da informação, torna-se materialmente mais fácil o desenvolvimento da democracia e os cidadãos sentem que ela está mais próxima e é mais deles. Alguns teóricos da democracia esperam mesmo que as novas

tecnologias proporcionem formas de participação mais adaptadas ao nosso tempo e que isso beneficie a vida pública. (Camps, 2003, p. 11, tradução nossa)

Contudo, o ciberespaço, como “novo espaço de comunicação, de sociabilidade, de organização e de transação” (Lévy, 2000, p. 35), não potencia, por si só, a participação cívica. É necessário haver uma “vontade de o fazer. Mas também essa vontade pode ser mediada - ou manipulada – pela informação mediática” (Camps, 2003, p. 5, tradução nossa) e é um facto que “a Internet democratiza a comunicação, pelo menos para aqueles que têm como se ligar a ela” (Warburton, 2015, p. 114). Importa referir, contudo, que, de acordo com Lévy (2000), “o ciberespaço, interligação de computadores do planeta e dispositivo de comunicação simultaneamente [coletivo] e [interativo], não é uma [infraestrutura]: é uma certa maneira de nos servirmos das [infraestruturas] existentes” (p. 209) e, segundo o mesmo autor, o ciberespaço deveria encorajar a experimentação de “novas práticas democráticas” (Lévy, 2000, p. 200).

A verdadeira democracia eletrónica consiste em encorajar tanto quanto possível – graças às possibilidades da comunicação [interativa] e [coletiva] oferecidas pelo ciberespaço - a expressão e elaboração dos problemas da cidade pelos próprios cidadãos, a auto-organização das comunidades locais, a participação nas deliberações dos grupos visados pelas decisões, a transparência das políticas públicas e a sua avaliação por parte dos cidadãos. (Lévy, 2000, pp. 200-201)

Portanto, teoricamente, a democracia eletrônica, potenciada pela expansão do ciberespaço como materialização de um novo espaço público, permite uma participação ativa dos cidadãos, promovendo “uma democracia digital ainda mais direta que a democracia direta. Ela deve *liquefazer* a democracia representativa, solidificada, por meio de mais comunicação e de um constante *feedback*” (Lévy, 1997, citado por Han, 2022, p. 31). Na prática, contudo, a ideia de que “em vez da representação, que cria distância, surge a participação direta da presença” (Han, 2022, p. 31) não passa de uma ilusão, uma vez que “a comunicação nas redes sociais, baseada em algoritmos, não é livre nem democrática” (Han, 2022, p. 31). Portanto, este ideal de democracia eletrônica, uma democracia em tempo real, não passa de um sonho por concretizar, de uma ilusão. O fracasso do *LiquidFeedback*, “um software que (...) era utilizado para formar opiniões e tomar decisões” (Han, 2022, p. 31), corrobora este fracasso. A verdade é que a forma como se organizam os públicos nas redes sociais, em enxames digitais efêmeros, “dificulta a ação comunicativa, que necessita de públicos mais amplos e estáveis” (Han, 2022, p. 31), havendo uma erosão da ação comunicativa que é, também, promovida pela forma como no ciberespaço deixamos de ouvir o outro. Hannah Arendt (2000, citado por Han, 2022, p. 33) defende que formamos opinião considerando um assunto de vários pontos de vista e tendo em conta a opinião dos ausentes, assim representando-os. Portanto, para a autora (Camps, 2000, citado por Han, 2022, p. 32), a formação de opinião, parte constitutiva da democracia, apenas é “verdadeiramente discursiva” na medida em que há uma presença e posição do outro. Também Habermas (1984, citado por Han, 2022, p. 33) considera que o outro é parte integrante da ação comunicativa:

O conceito de ação comunicativa obriga-nos a considerar também os atores como falantes e ouvintes, que se referem a qualquer coisa no mundo objetivo, social ou subjetivo e, ao mesmo tempo, reclamam validade recíproca, que poderá ser aceite e rejeitada. Os atores já não se referem *diretamente* a algo do mundo objetivo, social ou subjetivo, mas relativizam a sua afirmação sobre qualquer coisa no mundo com a possibilidade de a sua validade ser contestada por outros atores. (Habermas, 1984, citado por Han, 2022, p. 33)

Ou seja, a ação comunicativa pressupõe o discurso, sendo que “só a voz do outro confere uma qualidade discursiva à minha declaração, à minha opinião. Na ação comunicativa tenho de ter presente a possibilidade de a minha declaração ser posta em causa pelo outro” (Han, 2022, p. 33). Assim, podemos atribuir “a crise atual da ação comunicativa ao metanível *de que o outro está em vias de desaparecimento*” (Han, 2022, p. 34), algo que é ativamente imposto pela comunicação digital. A democracia está em crise, essencialmente uma “crise do escutar”, com as pessoas a fecharem-se nas suas bolhas e sendo incapazes de ouvir o outro.

“O que provoca a crise da democracia não é a personalização algorítmica da Internet, mas o desaparecimento do outro, a incapacidade de escutar” (Han, 2022, p. 35), sendo que a democracia é, segundo Han (2022), uma comunidade de ouvintes e a comunicação digital é uma comunicação sem comunidade em que “já não nos escutamos uns aos outros” (p. 39).

A arena digital é, como referido anteriormente, um ambiente muito propício para a difusão das *fake news* e da desinformação. Com a entrada na era digital, somos

introduzidos, portanto, “na era das *fake news*, da desinformação e das teorias da conspiração” (Han, 2022, p. 51), uma fase em que perdemos fé na verdade, em que a realidade se perde com as suas verdades factuais e em que a informação circula livremente, “totalmente desligada da realidade, num espaço hiper-real” (Han, 2022, p. 51). Há, neste sentido, uma perda de contacto com a realidade objetiva, e “é-nos dito uma e outra vez que, hoje, vivemos numa nova e assustadora época de «pós-verdade»” (Harari, 2022, p. 269) caracterizada pelas mentiras e ficções. Contudo, para Harari (2022), basta recuar na história para perceber “que a propaganda e a desinformação não são uma novidade” (p. 270), o que quer dizer que, “na realidade, os seres humanos sempre viveram na era da pós-verdade. O [*Homo sapiens*] é uma espécie da pós-verdade, cujo poder depende da criação de ficções e da crença nelas” (p. 271). Hoje, a realidade objetiva – “em que as coisas existem independentemente das nossas crenças e sentimentos” (Harari, 2021, p. 164) – é, de certa forma, subjugada pelas realidades subjetiva – que “assenta nos meus sentimentos e crenças pessoais” (Harari, 2021, p. 164) - e intersubjetiva, que resulta da nossa necessidade de compreender o sentido das nossas vidas, “sentido [que] é construído quando um grande número de pessoas tece uma rede comum de histórias” (Harari, 2021, p. 166). Assim, as realidades intersubjetivas “tornaram-se cada vez mais poderosas ao ponto de hoje dominarem o mundo” (Harari, 2021, p. 171).

Como as ficções humanas são convertidas em códigos genéticos e eletrónicos, a realidade intersubjetiva absorverá a realidade objetiva e a biologia irá fundir-se com a história. Desta forma, a ficção poderá tornar-se a força mais poderosa do

século XXI, ultrapassando até os asteroides imprevisíveis e a seleção natural. Assim, para compreendermos o nosso futuro não basta deciframos o genoma e fazermos as contas. Temos também de decifrar as ficções que dão sentido ao mundo. (Harari, 2021, pp. 172-173)

A realidade objetiva, portanto, é “subjugada” pelas realidades intersubjetivas, que se materializam através de várias ficções que convencem milhões de pessoas. Harari (2022) defende mesmo que “certas *fake news* duram para sempre”, afirmando mesmo que “quando mil pessoas acreditam numa história inventada durante um mês, chamamos-lhe *fake news*. Quando mil milhões de pessoas acreditam nisso há mil anos, dizemos que isso é uma religião e é-nos dito que não devemos chamar-lhe «notícias falsas» para não ferir os sentimentos dos crentes (ou despertar a sua ira)” (p. 272). Ou seja, as notícias falsas são muito semelhantes às ficções que permitiram aos seres humanos cooperar de forma eficaz, mas

tudo isto não significa que as notícias falsas da atualidade não sejam um problema (...). Também seria totalmente errado concluir que tudo são notícias falsas, que qualquer tentativa de descobrir a verdade está condenada ao fracasso e que não há qualquer diferença entre o jornalismo sério e a propaganda. Soterrados sob todas as notícias falsas há factos reais e sofrimento real. (...) O sofrimento humano tem muitas vezes origem na crença em ficções, mas o sofrimento em si é real. (Harari, 2022, p. 281)

Portanto, não devemos, segundo Harari (2022), aceitar as *fake news* como norma, mas antes como um problema difícil de reconhecer e “devemos esforçar-nos ainda mais para distinguir a realidade da ficção” (p. 281). O sofrimento, independentemente do carácter ficcional das guerras e conflitos que o provocam, é real, e é por isso que é importante “separar a ficção da realidade” (Harari, 2021, p. 199), tendo noção de que “a ficção não é uma coisa má. É fundamental. Sem histórias aceites por todos sobre assuntos como o dinheiro, os Estados e as empresas, nenhuma sociedade humana complexa poderá funcionar” (Harari, 2021, p. 199). O problema é que “quando nos esquecemos de que não passam de ficção, perdemos contacto com a realidade” objetiva e acabamos por, por vezes, sacrificar as nossas próprias vidas em prol de histórias que existem apenas nas nossas cabeças (Harari, 2021, p. 200).

Esta é uma situação potenciada pela linguagem escrita que “pode ter sido concebida como uma forma modesta de descrição da realidade, mas aos poucos tornou-se numa forma poderosa de redefinir essa mesma realidade” (Harari, 2021, p. 188). Porque é que é tão difícil perceber o que é objetivamente real e o que é ficção? Porque “as *fake news* não são mentiras. Atacam a própria facticidade. Desfactualizam a realidade” (Han, 2022, p. 53). Assim, perde-se a ligação com a realidade objetiva, com a “verdade dos factos” e a “liberdade de opinião converte-se numa farsa” (Han, 2022, p. 54), dando-se origem à erosão da verdade, uma crise da verdade, que resulta da erosão do fáctico provocada pela digitalização (Han, 2022, p. 54).

A obstinação e a tenacidade dos factos pertencem agora ao passado. (...) O mundo digitalizado, isto é, informatizado, é tudo menos obstinado e eficaz. É,

antes, tão maleável e manipulável quanto se quiser. A *digitalidade* é *diametralmente oposta à facticidade*. A digitalização enfraquece a consciência dos factos e da facticidade, ou melhor, a consciência da própria realidade. (Han, 2022, p. 58)

Com a perda de consciência da própria realidade, entramos numa época de desconfiança. “Na sociedade da informação perdemos a confiança básica. É uma *sociedade da desconfiança*” (Han, 2022, p. 58) e nasce, portanto, uma crise da verdade. A perda de contacto com a realidade objetiva provoca essa erosão da verdade e “a crise da verdade é sempre uma crise da sociedade. Sem verdade, a sociedade desmorona-se *internamente*” (Han, 2021, p. 60). A linguagem escrita, como referido anteriormente, dificulta a diferenciação entre ficção e realidade objetiva, chegando ao ponto em que “quando os relatórios oficiais chocavam com a realidade objetiva, geralmente era a realidade que tinha de ceder” (Harari, 2021, p. 188). Yuval Noah Harari (2021) defende que “os modernos sistemas educativos dão-nos inúmeros exemplos de como a realidade se verga perante os registos escritos. (...) quando são as burocracias a avaliar as pessoas, o critério escolhido faz toda a diferença” (pp. 191-190) e a realidade transforma-se.

Grandes organizações humanas, donas de grande poder, conseguem-no, segundo o autor (Harari, 2021), através da “capacidade de imporem as suas crenças ficcionais a uma realidade submissa” (p. 192). Hoje, defende, “as histórias sobre deuses, nações e corporações tornaram-se tão poderosas que começaram a dominar a realidade objetiva” (Harari, 2021, p. 201) e “graças aos computadores e à bioengenharia, a partir do momento

em que as pessoas alterem a realidade de acordo com as suas ficções preferidas, a fronteira entre ficção e realidade esbater-se-á” (Harari, 2021, p. 202).

A sociedade da informação é o resultado da emergência de novas tecnologias de informação e comunicação, que garantem novas ferramentas para a democracia e a participação cívica. Contudo, esta participação continua dependente do cidadão e o ciberespaço apenas garante uma democratização do acesso à cidadania ativa e encoraja a experimentação de novas formas de praticar a democracia.

3. Capitalismo de vigilância, infocracia e dataísmo

3.1. A génese do capitalismo da vigilância

Ao longo do Capítulo 2, procurámos compreender os efeitos da ascensão da Era Digital, que veio trazer grandes mudanças em vários aspetos da nossa sociedade, desde as noções de esfera pública e espaço público, ao novo paradigma imposto pela velocidade do digital e pelo poder da imagem, que contribui para a crescente confusão entre informação e entretenimento. Dá-se, neste contexto, uma erosão da ação comunicativa e uma perda de contacto com a realidade objetiva. Agora, no terceiro capítulo, procuramos compreender o novo paradigma caracterizante do nosso presente e futuro, um novo ambiente conduzido pelos dados e pela livre circulação da informação.

Com a entrada na Era Digital, somos introduzidos ao ciberespaço, “interligação de computadores do planeta e dispositivo de comunicação simultaneamente [coletivo] e [interativo]” (Lévy, 2000, p. 209), que, como vimos, segundo Pierre Lévy (2000), não se apresenta como uma infraestrutura, mas antes como “uma certa maneira de nos servirmos das [infraestruturas] existentes para lhes explorar os recursos com a ajuda de uma criatividade distribuída e incessante que é indissociavelmente social e técnica” (p. 209). De qualquer forma, o ambiente digital veio trazer muitas mudanças, para além das já mencionadas alterações ao nível do espaço público e da forma como nos relacionamos com a realidade. Os meios de comunicação tradicionais instalaram um novo regime pautado pelas ditaduras da imagem e da velocidade, mas os meios de

comunicação digitais, para além disso, integram e potenciam o fenómeno de globalização. Hoje, vivemos num mundo interconectado, em que as culturas se movimentam e mesclam através de diferentes países.

O mundo continua dividido em cerca de 200 estados; nenhum destes estados, no entanto, é verdadeiramente independente. As suas economias formam uma única rede global, financeira e económica, moldada por correntes extraordinariamente fortes de capital, trabalho e informação. (...) As tendências culturais movimentam-se também a uma velocidade alucinante. É possível comer caril indiano, ver filmes de Hollywood, jogar futebol ou ouvir o último êxito de K-pop em quase toda a parte do mundo. Há uma sociedade global multiétnica a formar-se acima dos estados individuais. Empresários, engenheiros, banqueiros e académicos espalhados pelo mundo falam a mesma língua e partilham interesses e pontos de vista semelhantes. Mais importante do que isso, estes 200 estados partilham cada vez mais os [mesmos] problemas. (Harari, 2023, p. 245)

Alguns destes problemas estão relacionados com o poder nuclear ou o aquecimento global, mas estes não são os únicos motivos para que estejamos alerta. De qualquer forma, interessa reter que num mundo em que tudo é partilhado, inclusive as adversidades/dificuldades, “é pouco provável que a humanidade consiga lidar com estes problemas se não existir cooperação total” (Harari, 2023, p. 246). A transição dos meios de comunicação tradicionais para as plataformas digitais veio potenciar os efeitos

da *mediacracia* já sentida com a introdução, especialmente, da televisão. Na Era Digital, as ditaduras do espetáculo e da velocidade são potenciadas, uma vez que as redes sociais vieram empoderar a instantaneidade (algo patente no nome de uma das redes sociais mais utilizadas no ocidente - *Instagram*) e garantem que a imagem é o meio mais poderoso no mundo da comunicação. Claro que o ciberespaço não representa apenas algo negativo, tem as suas vantagens. Segundo Paulo Marques Alves (2021), “as vantagens oferecidas por estas tecnologias [Tecnologias da Informação e Comunicação], baseadas na velocidade, na flexibilidade, no custo e no seu maior alcance por comparação com os meios tradicionais de comunicação” (p. 31) impulsionam a sua utilização. De acordo com Fuchs (2014, citado por Alves, 2021), “as redes de computadores, contrariamente aos [media] tradicionais, não só possibilitam a informação (cognição) e a comunicação, como potenciam igualmente a produção cooperativa de informação” (p. 31). Esta cooperação pode ser resultado da influência das redes sociais, que permitem o desenvolvimento de comunidades virtuais (Alves, 2021, p. 32), e da *Web 2.0*, que depende dos utilizadores como codesenvolvedores e tem o objetivo de ajudar as pessoas a criar e partilhar ideias e informações (Sibilia, 2008, citado por Pérez, 2020, p. 109).

Hoje, os meios de comunicação digitais proliferam e desenvolvem-se a um ritmo elevado e mesmo os meios de comunicação tradicionais, como a televisão, transformam-se em equipamentos *smart*. Se antes podíamos assumir a *Internet* e outros meios de comunicação como um local, como os cibercafés (a *Internet* existia apenas naquele ambiente, num computador), hoje “os meios de comunicação estão integralmente presentes nas realidades do indivíduo” (Portela, 2021, p. 20), fazendo

parte do nosso dia a dia, em casa, no emprego, nas instituições públicas... em tudo. A *telecracia* atomiza, como vimos, os públicos através do entretenimento, mas, hoje, as televisões exercem uma maior influência na aplicação de um controlo e vigilância sobre os públicos. Hoje, à boa imagem do imaginado por George Orwell na sua obra *Nineteen Eighty-Four* (2018), a televisão observa-nos enquanto nós a observamos a ela. A televisão descobre o nosso tipo de personalidade, manipula “as nossas alavancas emocionais” e escolhe “filmes com uma precisão desconcertante”. A sua observação permite que decisões sejam tomadas por nós, não só relacionadas com o conteúdo a consumir, mas também “as decisões mais importantes da nossa vida – como o que estudar, onde trabalhar e com quem casar” (Harari, 2022, p. 78). Portanto, não somos apenas nós que vemos televisão, ela também nos vê e consegue exercer uma influência enorme nas nossas vidas. Os novos televisores inteligentes, ou *smart TVs*, estão constantemente “a recolher informação através de uma tecnologia chamada «reconhecimento de conteúdo automático» (ACR). Tenta identificar tudo o que vemos na televisão e envia dados para o fabricante do televisor, para terceiros, ou para ambos” (Véliz, 2022, p. 18).

Isso não é, contudo, o mais importante. Se tivesse tido tempo para ler as políticas de privacidade dos objetos que compra, teria reparado em que o vosso televisor da Samsung incluía o seguinte aviso: «Por favor, tenha em atenção que, se as palavras que proferir incluírem informação pessoal ou de outra forma sensível, essa informação encontrar-se-á entre os dados captados e transmitidos a terceiros.» Mesmo quando acha que desligou o seu televisor, ele poderá continuar ligado. As agências de espionagem, como a CIA e o MI5, podem fazer

com que o seu televisor pareça estar desligado enquanto estão a gravar-nos.

(Véliz, 2022, p. 18)

Mas não são apenas as televisões que nos vigiam constantemente. Atualmente, vivemos rodeados de aparelhos inteligentes que nos facilitam a vida e, em troca deste comodismo, perdemos a nossa privacidade. Somos submetidos a uma vigilância e a um controlo constantes. Como referido anteriormente, no ponto 2.2., hoje vivemos em autênticas prisões digitais, casas inteligentes caracterizadas pela enorme quantidade de dispositivos que registam incessantemente informações acerca do nosso dia a dia, desde os nossos *smartphones*, *smartwatches* e *smart TVs*, às campanhas inteligentes ou aos nossos próprios carros, entre tantos outros.

A *Internet* baseia-se primordialmente na recolha, na análise e no comércio de dados – a economia dos dados. Grande parte desses dados são pessoais – dados sobre nós. O comércio de dados pessoais como modelo de negócio está em expansão crescente a todas as instituições da sociedade – a sociedade da vigilância, ou o capitalismo da vigilância. (Véliz, 2022, p. 9)

Portanto, nesta sociedade da vigilância, somos submetidos a um controlo ininterrupto aplicado através da utilização de vários dispositivos e plataformas que nos garantem, em troca, comodismo. Os nossos dados pessoais são agora comercializados e tornam-se, talvez, o bem mais precioso na era digital. Como refere Byung-Chul Han (2022), a comunicação é hoje transformada em vigilância e “quanto mais intensivamente

comunicamos, mais eficiente se torna a vigilância” (p. 12), o que quer dizer que fornecemos cada vez mais dados acerca das nossas vidas e potencializamos, assim, o domínio imposto pelo regime da vigilância. Tal como referimos anteriormente, permitimos o registo incessante de todos os nossos passos, trocando a nossa liberdade e privacidade pela conveniência, pelo comodismo e pela simplificação das tarefas do nosso dia a dia.

Hoje, segundo Shoshana Zuboff (2020), “as tecnologias da informação e das comunicações encontram-se mais disseminadas do que a própria eletricidade, alcançando três mil milhões de pessoas (...). Entranharam-se profundamente nas necessidades quotidianas e intermedeiam todos os tipos de participação social” (p. 18). Ou seja, o acesso ao ambiente digitalizado e *online* está generalizado e chega a mais casas do que a própria eletricidade. Para além disso, já não sabemos viver sem elas, tornámo-nos reféns das suas vantagens e, cegos, deixámos de ter a capacidade de compreender os perigos adjacentes ao capitalismo da vigilância. Como referimos ao longo do ponto 2.2., o capitalismo da vigilância consiste na acumulação e utilização dos nossos dados para benefício dos chamados capitalistas da vigilância e não para o nosso. As grandes vantagens trazidas pelas tecnologias da informação e da comunicação são relativas às vantagens de monitorizarmos as nossas vidas e tirar um melhor partido de determinados aspetos do nosso quotidiano, ou seja, são relativas à recolha dos nossos dados para nosso benefício. Por outro lado, a recolha para benefício de outros, realizada pelos capitalistas da vigilância, representa uma lógica parasítica. “O capitalismo da vigilância reivindica unilateralmente a experiência humana como matéria-prima gratuita que transforma em dados comportamentais” (Zuboff, 2020, p. 22), com o objetivo de,

através da utilização dos nossos dados, melhorar serviços e produtos. Contudo, há um “excedente comportamental” que é utilizado para “antecipar as nossas ações atuais, imediatas e futuras” (Zuboff, 2020, p. 22). Estes “produtos preditivos” são, segundo Zuboff (2020), “vendidos num novo tipo de mercado para previsões do comportamento” (p. 22), o que quer dizer que são utilizados para benefício de outrem.

Carissa Véliz (2022) considera que “as nossas vidas, traduzidas em dados são a matéria-prima da economia da vigilância” (p. 11), o que corrobora a lógica capitalista por trás desta sociedade da vigilância. Segundo a mesma autora (Véliz, 2022), “a principal contribuição da vigilância em massa digital foi dar mais poder aos poderosos – as empresas tecnológicas que depressa se transformaram nas *big tech* e os Governos – e retirar poder aos cidadãos comuns” (p. 56), sob o pretexto de aumentar o nível de segurança à nossa volta. Edward Snowden, que trabalhava para a National Security Agency (NSA), foi fundamental para a tomada de consciência acerca do sistema de vigilância que nos é imposto, revelando que a NSA recolhia dados de várias empresas através de um programa chamado PRISM (Véliz, 2022, p. 54). Este é, contudo, apenas um pouco do que acontece atualmente na era da vigilância, que se faz sentir em todo o mundo, não apenas nos Estados Unidos da América (EUA), apesar de ter sido neste país que nasceu o chamado capitalismo da vigilância. Segundo José van Dijck (2017), “as revelações de Snowden eram, de [facto], um alerta para os cidadãos que tinham aceitado gradualmente o compartilhamento de informações pessoais” (p. 39). Para além da recolha de informações, por parte dos governos e das grandes empresas tecnológicas, que acontece através de vários dispositivos, como já referimos, a nossa

sociedade mudou e os próprios indivíduos estão agora totalmente abertos a expor a sua privacidade. Por exemplo,

através das redes sociais revela-se importante informação pessoal, que serve para descobrir tendências políticas, religiosas ou a orientação sexual, tanto do indivíduo que a partilha como dos seus contactos na rede. Contudo, o ser humano da sociedade neoliberal é indiferente a esta realidade e prioriza a comunicação em detrimento da intimidade, depositando a sua confiança nas novas tecnologias; independentemente de que muitos desconhecem o uso que os gigantes das novas tecnologias darão aos seus dados. (Pérez, 2020, p. 116, tradução nossa)

Os cidadãos não compreendem o papel da privacidade na vida democrática e a forma como os seus dados pessoais podem jogar contra a própria sociedade. A verdade é que, “através dos dados que os usuários exibem na [Internet], criam-se perfis de acordo com os seus gostos e preferências; e a partir deles, é enviada publicidade personalizada” (Pérez, 2020, pp. 115-116, tradução nossa), que pode ser relacionada com produtos, serviços ou campanhas políticas. Nesta nova sociedade, a privacidade não é considerada importante, apesar de esta representar um papel crucial na vida democrática.

A privacidade, disseram [os capitalistas da vigilância], era o preço a pagar pelas recompensas abundantes de informação, conexões e outros bens digitais

quando, onde e como quiséssemos. Tais explicações distraíram-nos da mudança abismal que reescreveria as regras do capitalismo e do mundo digital. (...) O capitalismo da vigilância recrutou as maravilhas do mundo digital para que satisfizessem as nossas necessidades de uma vida eficaz, prometendo a magia da informação ilimitada e um milhar de maneiras de antecipar as nossas necessidades e amansar as complexidades de uma vida cheia de preocupações. (...) Debaixo deste novo regime, o instante exato em que satisfazemos as nossas necessidades é também o instante exato em que as nossas vidas são deparadas dos dados comportamentais, e tudo em prol do lucro alheio. (Zuboff, 2020, p. 70)

Segundo Carissa Véliz (2022), “um mundo sem privacidade é um mundo perigoso” (p. 11), mas a nossa sociedade é caracterizada pela partilha ininterrupta de informações pessoais através das redes sociais, dos dados obtidos através de monitorização de vários dispositivos eletrónicos, das informações que partilhamos com os motores de busca enquanto pesquisamos ou dos *cookies* – “pedaços de código que permitem passar informação entre o servidor e o computador cliente” (Zuboff, 2020, p. 106) – dos vários *websites* que visitamos, que aceitamos sem sequer procurar compreender no que consistem. “O ser humano está cada vez mais conectado a aparelhos e facilidades tecnológicas” (Portela, 2021, p. 10), algo que é, segundo Gustavo Cardoso (2006), característico das sociedades em transição, sendo que

as divisões entre quem usa e quem não usa tecnologias, como a *Internet*, são mais fortes e tendem a tornar, ainda mais, o seu uso dependente da geração a que pertence: quanto mais jovens, maior a utilização e quanto maior o nível de educação, maior será o uso. (p. 32)

É neste contexto que nos tornamos presas fáceis para os capitalistas da vigilância, capitães ao leme do novo regime da vigilância que Shoshana Zuboff (2020) define como “uma nova ordem económica que se apropria da experiência humana e a usa de forma encoberta como matéria-prima em práticas comerciais de extração, previsão e venda” (p. 11) ou ainda como “uma lógica económica parasitária, na qual a produção de bens e serviços se subordina à nova arquitetura global de modificação comportamental” (p. 11). Este sistema assenta nas informações que partilhamos constantemente, reveladores de “comportamentos, cultura, emoções, sentimentos políticos, religiosos, hábitos de consumo, referências de lazer, entre outros” (Portela, 2021, p. 26), utilizando estes dados como matéria-prima para alcançar um objetivo: lucro. As grandes empresas tecnológicas “empregam estes elementos no processo de predição comportamental e análise dos usuários em plataformas [online] para absorverem possíveis consumidores” (Portela, 2021, p. 26) ou, noutros casos, promover desfechos alternativos em eleições democráticas, uma vez que

os capitalistas da vigilância descobriram, afinal, que obtinham dados mais preditivos se interviessem nos próprios comportamentos, tentando ajustá-los, persuadi-los, afiná-los e conduzi-los para resultados mais lucrativos. (...) os

processos automáticos não só conhecem o nosso comportamento individual, como modelam o comportamento das massas. (...) Desta forma, o capitalismo da vigilância dá origem a uma nova espécie de poder a que chamo instrumentalismo. (Zuboff, 2020, pp. 22-23)

Este poder “conhece e modela o comportamento humano em nome de interesses alheios” (Zuboff, 2020, p. 23), sem olhar a meios para atingir, tal como já referido, o seu fim: lucro. “Existe uma relação estreita entre poder e conhecimento” (Véliz, 2022, p. 72) e é precisamente no conhecimento acerca dos indivíduos que este poder instrumentarista assenta. As gigantes tecnológicas ganham tanto mais poder quanto mais dados recolhem acerca das pessoas, sendo que “as nossas vidas foram sendo convertidas unilateralmente em dados, expropriadas e transformadas em novas formas de controlo social, tudo ao serviço dos interesses alheios e na ausência de meios de combate ou sequer da nossa consciência” (Zuboff, 2020, p. 72). Por exemplo, “quando recolhe os nossos dados e sabe coisas a nosso respeito, a Google ganha poder (...). Quanto mais alguém sabe sobre nós, mais poderá antecipar o nosso próprio movimento, bem como influenciar-nos” (Véliz, 2022, pp. 72-73). O capitalismo da vigilância é um resultado do capitalismo da informação e nasceu precisamente com a Google. Segundo Véliz (2022), a Google é “o principal protagonista na história da transformação dos dados em ouro em pó”, uma vez que Larry Page e Sergey Brin não queriam apenas criar uma ferramenta útil e poderosa, mas também pretendiam obter uma “máquina de fazer dinheiro” (pp. 42-43).

Em 2000, dois anos depois da constituição da empresa e apesar da sua popularidade crescente, a Google ainda não tinha desenvolvido um modelo de negócio sustentável. Nesse sentido, era apenas mais uma start-up da internet sem rentabilidade. Os investidores começavam a ficar impacientes. (...) Havia o risco dos investidores se retirarem se a companhia não começasse a ganhar dinheiro e depressa. (Véliz, 2022, p. 43)

No início, “a missão da Google de «organizar a informação mundial e de a tornar universalmente acessível e útil» - a começar pela [Internet] – mudou as nossas vidas. Trouxe imensos benefícios, obviamente” (Zuboff, 2020, p. 76). Contudo, com a pressão de obter lucro, houve uma inversão. “Muitos dos investidores da Google começaram a exprimir dúvidas sobre o futuro da empresa (...). A pressão para se obterem lucros cresceu exponencialmente, apesar de o Google Search ser considerado o melhor motor de pesquisa de sempre” (Zuboff, 2020, p. 91) e de continuar a apresentar evidências de crescimento. A partir de 2001, no entanto, tudo mudou. As receitas da Google aumentaram exponencialmente ano após ano e para o conseguir “não roubaram um banco, nem descobriram que havia petróleo sob os seus pés” (Véliz, 2022, p. 43). Segundo Carissa Véliz (2022), Brin e Page “usaram os dados pessoais dos seus utilizadores para vender anúncios, inaugurando assim a era do «capitalismo da vigilância»” (pp. 43-44). Desde então, outras gigantes tecnológicas, como a Facebook, seguiram as pisadas da Google e esta empresa, agora uma nova Google, “ignorou as reivindicações da autodeterminação e admitiu não conhecer limites sobre o que pudesse descobrir e conquistar. Ignorou o conteúdo moral e jurídico dos direitos de

decisão individual e virou a situação para o oportunismo tecnológico e poder unilateral” (Zuboff, 2020, p. 101). Mas não foram apenas as gigantes tecnológicas que assumiram o leme do capitalismo da vigilância. Os governos instauraram sistemas de vigilância - de que são exemplo as ações da NSA expostas por Edward Snowden, que “descreveu em detalhe a arquitetura da opressão que permitiu a ele e muitos outros funcionários da NSA espiar os metadados de três [bilhões] de chamadas [telefônicas] e interações [registadas] pelo Facebook, Google, Apple e outras companhias de tecnologia” (van Dijck, 2017, p. 40), afirmando que “a vigilância era necessária para nos mantermos seguros (Véliz, 2022, p. 176), algo que não só não está de acordo com a realidade, como também acarreta grandes problemas para a vida democrática.

Este era um mundo novo com o qual os velhos sistemas de poder tinham muita dificuldade em lidar. Na sequência dos ataques de 11 de setembro, as agências de segurança recolheram secretamente dados de milhões de pessoas *online*. Um dos programas chamava-se Optic Nerve. Ele tirava fotos das conversas de milhões de pessoas em todo o mundo, tentando detetar terroristas a planear outro ataque. O programa não descobriu um único terrorista. (Curtis, 2016)¹

O medo, foi assim, um agente importante para o desenvolvimento de um regime de vigilância, legitimando-o. Segundo Zuboff (2020), “o projeto do capitalismo da vigilância requer, no seu âmago, a nossa dependência, na qual a necessidade de termos uma vida eficaz entra em conflito com uma inclinação para resistirmos às suas incursões

¹ Todas as referências ao documentário *Hypernormalisation* foram alvo de traduções nossas.

arrojadas” (p. 25). O capitalismo da vigilância impôs-se como se de algo necessário se tratasse e nós acostumámo-nos “a que os nossos dados fossem coligidos automaticamente por todos aqueles que tivessem meios para os coligir” (Véliz, 2022, p. 176).

Este conflito cria um torpor psíquico que nos habitua à realidade de sermos rastreados, analisados, minados e modificados. Faz-nos racionalizar a situação com cinismo resignado, inventar desculpas como mecanismo defensivo («nada tenho a esconder») ou encontrar outras formas de enterrar a cabeça na areia, preferindo ignorar por mera frustração e sentimento de impotência. (Zuboff, 2020, pp. 25-26)

A verdade é que “o atual estado de coisas é o da recolha de dados omnipresente. Quase todos os sites, aplicações e dispositivos com que interagimos recolhem os nossos dados” (Véliz, 2022, p. 176) e os “capitalistas da vigilância sabem tudo sobre nós; (...) Preveem o nosso futuro para benefício de outros, não do nosso” (Zuboff, 2020, p. 26), sendo que “a própria identidade [se torna] uma mercadoria” (Han, 2022, p. 15). Assim, enquanto sociedade, permitimos o crescimento deste fenómeno, aceitando a premissa de que é algo inevitável, “os capitalistas da vigilância querem fazer-nos crer que as suas práticas são práticas inevitáveis das tecnologias utilizadas” (Zuboff, 2020, p. 29). Na verdade, o capitalismo da vigilância não é inevitável, “não é um acidente causado por tecnólogos demasiado zelosos, é antes um capitalismo descontrolado e astucioso que aprendeu a explorar as presentes condições históricas para garantir e defender o seu

êxito” (Zuboff, 2020, p. 32). Segundo Han (2022), neste regime de vigilância, “imaginamos ser livres, enquanto a nossa vida está submetida a um registo total com vista a um controlo psicopolítico do comportamento” (p. 15). Assim sendo, a informação (os dados) assume um papel determinante em “processos sociais, económicos e políticos” (Han, 2022, p. 9), “os utilizadores deixam de ser fins em si mesmos, mas meios para fins alheios” (Zuboff, 2020, p. 108) e “a democracia dá lugar a uma infocracia baseada em dados” (Han, 2022, p. 49).

3.2. A ascensão da infocracia

Segundo Castells & Himanen (2022, citado por Cardoso, 2006), “pode considerar-se que uma sociedade é informacional se possui uma sólida tecnologia de informação – [infraestrutura], produção e conhecimento” (p. 33). Hoje, tudo indica que vivemos numa sociedade conduzida pelo poder da informação e dos dados.

Estamos a viver num mundo que está a atravessar uma mudança fundamental: está a tornar-se conduzido por dados. Não se trata apenas da Internet das Coisas (*Internet of Things*) ou da computação móvel ubíqua, esta transformação diz respeito a todos os sistemas sociais - tráfego, saúde, governo, logística, marketing, energia, defesa (...) Todos podem ver o que está a acontecer e, por isso, todos têm um papel a desempenhar na conceção destes novos sistemas. (Shrier et al., 2016, p. 3, tradução nossa)

Portanto, entramos num novo regime em que a informação desempenha um papel central, tornou-se na “principal arma para disputar conflitos militares, questões económicas, e campanhas eleitorais” (Clube Português de Imprensa, 2022). Instala-se, assim, um novo sistema denominado como infocracia, que “traduz um novo mundo, em que a informação rege o paradigma da sociedade, na qual temos acesso a uma grande quantidade de dados, em todos os momentos” (Clube Português de Imprensa, 2022), algo que pode provocar um excesso de informações que “podem ocasionar modificações significativas na sociedade, pois acarretam dispersão e, em algumas situações, a má interpretação de conteúdos que frequentemente não são filtrados pela rede, devido à abrangência e «liberdade» da mesma” (Braga, 2008, citado por Portela, 2021, p. 24).

A digitalização do mundo em que vivemos avança de forma inexorável. Submete a nossa perceção, a nossa relação com o mundo e a nossa vida em comum a uma transformação radical. A embriaguez da comunicação e da informação entorpece-nos. O tsunami da informação desencadeia forças destrutivas. Entretanto, também atinge o domínio político e conduz a fortes distorções e disrupções no processo democrático. A democracia degenera em infocracia. (Han, 2022, p. 9)

Podemos entender a infocracia como “uma tendência da sociedade contemporânea balizada pelo capitalismo de plataforma que é impulsionada pela leitura dos dados, dados esses disponibilizados por nós mesmos nas diversas atividades realizadas [quotidianamente nos] nossos dispositivos digitais” (Segurado, 2022, p. 355), “uma

espécie de pós-democracia digital” (Segurado, 2022, p. 355) que domina a sociedade, influenciando e conduzindo “a vontade inconsciente dos indivíduos” (Silva, 2023, p. 441).

Byung-Chul Han (2022) defende que, enquanto a mediacracia se baseia “no espetáculo e no entretenimento”, sendo que “o discurso é substituído por um espetáculo” (p. 28), a infocracia é resultado da emergência dos meios digitais – uma vez que “só a rede digital cria as condições estruturais para as distorções infocráticas da democracia” (Han, 2022, p. 28) – e manifesta-se através de guerras de informação, com o crescimento das notícias falsas e da desinformação. A “influência sobre o comportamento dos eleitores é a principal característica da infocracia, que mina a autonomia e a liberdade de vontade” (Silva, 2023, p. 443), sendo que “na infocracia, a informação intervém como uma arma” (Han, 2022, p. 29).

“As *infowars* com *fake news* e teorias da conspiração mostram o estado da democracia atual, no qual a verdade e a autenticidade já não têm qualquer significado. A democracia afunda-se numa selva impenetrável de informação” (Han, 2022, p. 29), sendo prejudicada pela “propagação viral da informação, a *infodemia*” (Han, 2022, p. 30). Tal como afirma Segurado (2022), “se o debate, o diálogo, são considerados pilares fundamentais das democracias liberais, essa conversação se demonstra cada vez mais ameaçada pela profusão de práticas desinformativas que dão sustentação às ações de lideranças, partidos políticos e movimentos de [extrema-direita]” (p. 354).

Neste contexto de crise da democracia, a política torna-se cada vez mais numa disputa de narrativas, guerra de informações, e as *big techs* trabalhavam cada vez mais para a coleta de dados para algoritmizar o debate social, sem se preocupar com a morte da política (Morozov, 2018).

Convém, contudo, entender que a desinformação não é uma novidade. De acordo com Harari (2022), “um olhar rápido para o curso da História mostra que a propaganda e a desinformação não são uma novidade” (p. 270), sendo que o autor acredita, como vimos, que “os seres humanos sempre viveram na era da pós-verdade” visto que desde a Idade da Pedra as ficções foram criadas e disseminadas permitindo a cooperação em larga escala (Harari, 2022, p. 271).

Han (2022) refere que, contrariamente aos tempos da política onde “a democracia é lenta, prolixa e morosa”, neste novo tempo digital as informações disseminam-se através de “tweets ou memes, que se propagam e multiplicam a uma velocidade viral.” Assim, “a informação tem a sua própria lógica, a sua própria temporalidade, a sua própria dignidade para além da verdade e da mentira. Acrescenta que também as *fake news* são *acima de tudo informação*” (p. 30), o que provoca uma crise da verdade.

Nos nossos dias propaga-se um novo niilismo. (...) O novo niilismo é um fenómeno do século XXI. Insere-se nas *rejeições patológicas da sociedade da informação*. Surge quando perdemos a fé na própria verdade. Na era das *fake news*, da desinformação e das teorias da conspiração perde-se a realidade com as suas verdades fácticas. Agora, a informação circula, totalmente desligada da realidade, num espaço hiper-real. Perdeu-se a crença na *facticidade*. Por isso, vivemos num universo *desfactualizado*. O mundo comum, ao qual nos poderíamos ligar com as nossas ações, acaba por também desaparecer, juntamente com as verdades dos factos. (Han, 2022, p. 51)

Vivemos, assim, “uma crise narrativa na sociedade” (Silva, 2023, p. 444) e “vivenciamos uma sociedade da desconfiança constante” (Segurado, 2022, p. 354) em que a verdade dos factos perde importância. De acordo com Segurado (2022), “quando todos podem ter seus próprios fatos alternativos e opinarem sobre qualquer tema, verificamos que a verdade factual perde relevância e os impactos são incalculáveis” (p. 354), afetando o funcionamento normalizado das sociedades democráticas.

“Na crise da verdade perde-se o mundo comum e mesmo a língua comum. A verdade é um regulador social, uma ideia reguladora da sociedade” (Han, 2022, p. 52). Segundo este autor (Han, 2022), “as narrativas desintegram-se e convertem-se em *informação*”, sendo que “a informação é o oposto da narrativa” (p. 60). Mergulhamos, assim, numa crise narrativa que

conduz a um vazio de sentido, a uma crise de identidade e a uma desorientação. Aqui as teorias da conspiração, enquanto micronarrativas, funcionam como paliativo. Servem como recursos de identidade e de sentido. É por este motivo que se propagam, sobretudo no campo da direita, onde a necessidade de identidade é particularmente acentuada. (Han, 2022, pp. 60-61)

Esta crise da verdade é uma crise que afeta toda a sociedade, visto que “sem verdade, a sociedade desmorona-se *internamente*” (Han, 2022, p. 60). Assim, “o regime de informação substitui o regime da verdade” (Han, 2022, p. 65) e a democracia poderá estar em risco, uma vez que todas as estruturas sociais assentam nas narrativas, “é impossível organizar as massas de forma efetiva sem recorrer a alguns mitos ficcionais” (Harari, 2021, p. 192), matérias pertencentes ao reino da realidade intersubjetiva.

Com a emergência das novas tecnologias de informação e comunicação, ao longo dos anos 1990 e início dos anos 2000, muitos “intelectuais tradicionais, cada vez mais incapazes de compreender o mundo em que vivem, (...) são particularmente críticos à chegada de um novo ambiente tecnológico, sem na verdade conhecerem muito sobre os processos acerca dos quais elaboram discursos” (Castells, 2006, p. 19).

No seu ponto de vista, as novas tecnologias destroem empregos, a Internet isola, nós sofremos de excesso de informação, a [infoexclusão] aumenta a exclusão social, o Big Brother aumenta a sua vigilância graças a tecnologias digitais mais potentes, o desenvolvimento tecnológico é controlado pelos militares, o tempo das nossas vidas é persistentemente acelerado pela tecnologia, a biotecnologia leva à clonagem humana e aos maiores desastres ambientais, os países do Terceiro Mundo não precisam de tecnologia mas da satisfação das suas necessidades humanas, as crianças são cada vez mais ignorantes porque estão sempre a conversar e a trocar mensagens em vez de lerem livros, ninguém sabe quem é quem na Internet, a eficiência no trabalho é sustentada em tecnologia que não depende da experiência humana, o crime e a violência, e até o terrorismo, usam a Internet como um medium privilegiado, e nós estamos rapidamente a perder a magia do toque humano. Estamos alienados pela tecnologia. Ou então, nós podemos reverter tudo o que eu acabei de escrever [exatamente] para o seu sentido oposto, e entraremos no paraíso da realização e da criatividade plena do ser humano, induzidas pelas maravilhas da tecnologia, na versão em espelho da mesma mitologia, desta vez propagada por consultores

e futurologistas, muitas vezes em representação de um dado papel para empresas de tecnologia. (Castells, 2006, pp. 19-20)

Portanto, para Manuel Castells (1999b), o alarmismo crescente em torno da revolução digital no virar do século seria um tanto exagerado, uma vez que as novas tecnologias trazem muito de positivo. Segundo o autor, a sociedade da informação assenta em determinadas características:

A primeira característica deste novo paradigma é que a informação é sua matéria-prima: *são tecnologias para agir sobre a informação*, não apenas informação para agir sobre a tecnologia (...). O segundo [aspecto] refere-se à *penetrabilidade dos efeitos das novas tecnologias*. Como a informação é uma parte integral de toda atividade humana, todos os processos de nossa existência individual e coletiva são diretamente moldados (embora, com certeza, não determinados) pelo novo meio tecnológico. A terceira característica refere-se à lógica de redes em qualquer sistema ou conjunto de relações, usando essas novas tecnologias da informação. (...) Essa configuração, a rede, agora pode ser implementada materialmente em todos os tipos de processos e organizações graças a recentes tecnologias da informação. (...) Em quarto lugar, referente ao sistema de redes, mas sendo um [aspecto] claramente distinto, o paradigma da tecnologia da informação é baseado na *flexibilidade*. Não apenas os processos são reversíveis, mas organizações e instituições podem ser modificadas, e até mesmo fundamentalmente alteradas, pela reorganização de seus componentes. O que distingue a configuração do novo paradigma tecnológico é sua

capacidade de reconfiguração, um [aspecto] decisivo [numa] sociedade caracterizada por constante mudança e fluidez organizacional. (...) De acordo com Mulgan: «As redes são criadas não apenas para comunicar, mas para ganhar posições, para melhorar a comunicação.» Portanto, é essencial manter uma distância entre a avaliação do surgimento de novas formas e processos sociais, induzidos e facilitados por novas tecnologias, e a extrapolação das consequências potenciais desses avanços para a sociedade e as pessoas (...). Então, uma quinta característica dessa revolução tecnológica é a *crescente convergência de tecnologias específicas para um sistema altamente integrado*, no qual as trajetórias tecnológicas antigas ficam literalmente impossíveis de se distinguir em separado. (Castells, 1999b, pp. 78-79)

Ou seja, o autor preferia retirar o que há de melhor nesta sociedade da informação (ou sociedade em rede). Essa posição de Castells, em 1999 e 2006, choca frontalmente com o pragmatismo frio de Han após 20 anos. Enquanto Castells (2006) naquela altura preferia olhar para o lado positivo da sociedade da informação, com as potencialidades e oportunidades que surgem com o desenvolvimento tecnológico, mais recentemente Han (2022) entende que há riscos adjacentes a este fenómeno e alerta para a possibilidade da instauração de um regime de vigilância e controlo através da transparência, sendo que “a sociedade da informação é a sociedade da transparência” (Han, 2022, p. 13) e da manipulação de informações.

Castells (1999b, p. 78) apontava que a lógica de redes é um fenómeno que possibilita o desenvolvimento de novas formas de comunicação e organização social, enquanto

que Han (2022) alerta agora para a possível utilização dessas próprias redes para uma vigilância e controlo que se materializa pela manipulação de informações (crise da verdade). Para além disso, podemos assumir que a lógica de redes pressupõe um ambiente globalizado que possibilite o desenvolvimento de fluxos de informações por todo o mundo, o que leva a que, potencialmente, a infocracia ultrapasse fronteiras e influencie políticas a um nível global, sendo que os fluxos contínuos de informação empoderam o controlo e vigilância infocráticos na medida em que esta opressão resulta, como já referimos, da transparência.

Como vimos atrás, a lógica de redes, segundo Castells (1999b), “pode ser implementada materialmente em todos os tipos de processos e organizações” (p. 78), o que quer dizer que vários grupos se possam organizar de novas formas e promovam uma descentralização do poder. A infocracia, por outro lado, centraliza o poder nas mãos das grandes tecnológicas que governam as plataformas digitais, precisamente onde a infocracia se materializa.

Aparentemente, o otimismo de Castells pertencerá a um fenómeno datado e hoje esmagado pela força dos factos. A concentração do poder dos dados em grandes empresas tem impedido claramente o empoderamento e descentralização de que Castells falava.

O desenvolvimento das redes sociais e de algoritmos altamente inteligentes trouxe ainda mais mudanças. As redes sociais convencem-nos de que precisamos delas e nós acabamos por partilhar, voluntariamente, largas quantidades de informação que se acumula nos arquivos das grandes tecnológicas, informação que dá poder às empresas por trás destas plataformas.

Anteciparmos como nos sentiremos confiantes quando os vossos amigos apreciarem o nosso aspeto irá motivar-nos a tirar uma selfie e a partilhá-la online. As companhias tecnológicas usam táticas como a criação de recompensas de ocorrência aleatória (é isso que torna as *slot machines* tão viciantes) e cores garridas para que visitemos com frequência as suas plataformas. Os «gostos» e os comentários nas nossas publicações «dão-nos uma pequena dose de dopamina». O nosso desejo de nos envolvermos com uma aplicação persuasiva não resulta dos nossos empenhamentos e valores mais profundos. (...) O nosso desejo é produzido pelo poder da tecnologia. Nesse sentido, não é inteiramente nosso. Um outro exemplo é o das sondagens eleitorais, que procuram inteirar-se das nossas convicções e inclinações afetivas e cognitivas para nos mostrarem um anúncio que nos influenciará a votar de determinada forma. (Véliz, 2022, p. 74)

Portanto, as redes sociais (e outras plataformas digitais) conseguem poder através da informação que nós partilhamos, expondo a nossa privacidade. Véliz (2022) acredita que “através da proteção da nossa privacidade, evitamos que outros ganhem poder com o conhecimento a nosso respeito, o qual pode ser usado contra os nossos interesses” (p. 73), pois este poder pode ser transformado, pelas gigantes tecnológicas, “em poder económico, político e de outros tipos” (Véliz, 2022, p. 75). Através da recolha dos nossos dados, acontece o que Byung-Chul Han (2022) chama de *psicometria*, que “é um procedimento baseado em dados para produzir um perfil de personalidade. Os perfis psicométricos permitem predizer o comportamento de uma pessoa melhor do que um

amigo ou um colega poderia fazer” (p. 26), sendo que as redes sociais, aplicações móveis e vários dispositivos registam ininterruptamente tudo sobre nós. “O *smartphone* é um dispositivo de registo psicométrico, que alimentamos com dados dia após dia, ou melhor, de hora a hora. Ele permite determinar com exatidão a personalidade do seu utilizador” (Han, 2022, p. 26).

O regime disciplinar só dispunha de informação demográfica que lhe permitia o recurso a uma *biopolítica*. Pelo contrário, o regime de informação tem acesso a informação *psicográfica* que emprega para a sua *psicopolítica*. A psicometria constitui a ferramenta ideal para o *marketing* psicopolítico. O chamado *microtargeting* utiliza perfis psicométricos. A partir dos psicogramas dos eleitores, faz-se-lhes publicidade personalizada nas redes sociais. À semelhança do comportamento dos consumidores, o comportamento dos votantes é influenciado a nível inconsciente. A infocracia baseada em dados destrói o processo democrático, que pressupõe autonomia e livre-arbítrio. (Han, 2022, p. 26)

É assim que as redes sociais e outras plataformas, como a Google, podem ter um papel decisivo no destino das sociedades democráticas, uma vez que “no *microtargeting*, os eleitores não estão informados sobre o programa político de um partido, mas são manipulados com propaganda eleitoral adequada ao seu psicograma, com frequência *fake news*” (Han, 2022, p. 27), através de anúncios adaptados e direcionados a cada eleitor.

Como afirma Carissa Véliz (2022), “através da manipulação da informação podemos viciar eleições, inspirar uma revolta, fomentar um genocídio, virar as pessoas umas contra as outras, distorcer as suas realidades até que deixem de conseguir perceber aquilo que é verdade” (p. 91). Na Google, os dados utilizados para concretizar determinados serviços foram compilados e usados para melhorar a exatidão das previsões. Ao conjunto de dados deu-se o nome de «UPI» [*user profile information*] e acabava com um trabalho baseado em adivinhação e de desperdício, visto que agora se trabalhava com certeza matemática (Zuboff, 2020, pp. 97-98). Estes perfis de utilizador são baseados em dados comportamentais e se, numa primeira fase, estes eram utilizados para melhoria do serviço (em que há benefício para o utilizador), numa segunda fase, estes dados tornaram-se na “matéria-prima crucial (...) na construção de um mercado dinâmico de publicidade *online*” (Zuboff, 2020, p. 101).

Esta mudança representa a entrada numa era em que o excedente comportamental – “crescentes quantidades de sinais residuais (...) disponíveis para outros usos além da melhoria do serviço” (Zuboff, 2020, p. 93) – teria um poder ameaçador para a democracia. Depois da Google, a nova lógica de acumulação primeiramente disseminou-se para o Facebook”, que “aprenderia a rastrear, esboçar, armazenar e analisar UPI para fabricar os seus próprios algoritmos direcionados” (Zuboff, 200, pp. 111-112).

Lançados em ambas as plataformas,

estes *dark ads* otimizados do ponto de vista psicométrico representam um perigo para a democracia. Cada eleitor recebe uma mensagem diferente, o que

fragmenta a esfera pública. Grupos distintos recebem informações diversas, com frequência contraditórias. Os cidadãos já não estão sensibilizados para temas importantes, de relevância social. Mais do que isso, ficam reduzidos à condição de *gado eleitoral* manipulável, que tem de assegurar o poder político. Os *dark ads* contribuem para a desintegração e polarização da sociedade e envenenam o clima do discurso. Além disso, são invisíveis para o público. Deste modo, minam um princípio fundamental da democracia: a *auto-observação da sociedade*. (Han, 2022, p. 27)

Os dados são, portanto, utilizados para alimentar algoritmos inteligentes que nos podem manipular e conduzir, de acordo com as nossas preferências e gostos, para alcançar determinados objetivos, sejam estes comerciais ou políticos. “O acesso à informação passou a ser personalizado, o que atende aos usuários das plataformas digitais que não desejam ver publicações, anúncios publicitários, recomendações de produtos, inadequados às suas preferências” (Kaufman & Santaella, 2020, p. 6). Os algoritmos são, portanto, mecanismos que exercem um controlo da informação e “um dos efeitos colaterais que tem sido mais debatido é o da formação de «bolhas» ou «câmaras de eco» (*clusters*)” e “a principal crítica às bolhas consiste na homogeneização que estas promovem das relações sociais ao manter os indivíduos em círculos sociais fechados, formados por iguais” (Kaufman & Santaella, 2020, pp. 6-7).

3.3. Dataísmo, a nova religião dos dados

Segundo Harari (2021), “um algoritmo é um conjunto metódico de passos que pode ser usado para fazer cálculos, solucionar problemas e tomar decisões. (...) não é nenhum cálculo em particular, mas o método seguido ao fazer-se um cálculo” (p. 100). Com o desenvolvimento da escrita, Harari (2021) afirma que os seres humanos se tornaram capazes de organizar “sociedades inteiras de uma forma algorítmica” (p. 182). Portanto, “nas sociedades letradas, as pessoas organizam-se em redes, de modo que cada pessoa representa um único passo num algoritmo gigantesco, e é o algoritmo como um todo que toma as decisões” (Harari, 2021, p. 182).

Contudo, atualmente, os algoritmos estão nas bocas do mundo devido à sua ação nas redes sociais e aplicações móveis utilizadas diariamente por milhares ou milhões de pessoas. De acordo com o Macmillan English Dictionary (2007, citado por Sandberg, 2020), o algoritmo é um “conjunto de regras para resolver problemas ou efetuar cálculos, especialmente regras que um computador utiliza” (p. 1, tradução nossa). Os algoritmos acompanham-nos há vários anos e hoje são capazes de nos conhecer melhor do que nós próprios.

Um estudo recente promovido pelo archi-inimigo da Google – o Facebook – indica que o algoritmo do *Facebook* já é melhor na avaliação da personalidade e do temperamento de uma pessoa que os amigos, familiares e cônjuge dessa pessoa. (...) Na verdade, em algumas áreas o algoritmo do Facebook superou mesmo a própria pessoa. (Harari, 2021, p. 379)

O que é ainda mais assustador é que o mesmo estudo “dá a entender que, nas próximas eleições presidenciais americanas, o Facebook poderá conhecer não apenas as opiniões políticas de dezenas de milhões de americanos, mas igualmente quais destes representam os decisivos votos oscilantes e as probabilidades de oscilação desses eleitores” (Harari, 2021, p. 380), o que coloca em causa o carácter democrático das eleições. “Estamos sendo conduzidos pela racionalidade técnica dos algoritmos a um contínuo estado de desatenção que está na base do que podemos chamar de rebaixamento da consciência, (...) justamente o estado psíquico ideal para a irrupção dos [fenómenos] de contágio psíquico” (Contrera & Torres, 2020, p. 105), como as *fake news* e as teorias da conspiração, que afetam a vida democrática.

É crucial que os indivíduos compreendam que são eles, através da partilha dos seus dados, que empoderam os algoritmos, uma vez que “cada vez mais nos sentimos confortáveis em usar as «novidades tecnológicas» e ceder os nossos dados para quem quiser obtê-los” (Santaella & Kaufman, 2021, p. 222).

“No século XXI, os dados pessoais são provavelmente o bem mais valioso de que os seres humanos dispõem e estamos a oferecê-los aos gigantes tecnológicos em troca de contas de e-mail e vídeos engraçados de gatinhos” (Harari, 2021, p. 380). Os nossos dados são “utilizados para treinar algoritmos de forma que recomendem mais conteúdos do que provavelmente iremos consumir. As pessoas comuns sentem este processo como a Internet «a ficar melhor» (...). Mas isto também é a prova do poder da IA [Inteligência Artificial] para aprender sobre nós através de dados” (Lee, 2019, pp. 132-133).

Quando o *Homo sapiens* assumia um modo de vida de caçador-recolector, acreditava “que praticamente qualquer lugar, animal, planta ou fenómeno natural tem consciência e sentimentos, e pode comunicar diretamente com os seres humanos” (Harari, 2023, p. 73), ou seja, assumia crenças animistas, um mundo em que “objetos e coisas vivas não se resumem aos seres animados” (Harari, 2023, p. 73). Com a chegada da Revolução Agrícola, “os excedentes alimentares produzidos pelos agricultores, acompanhados por novas tecnologias de transporte, acabaram por permitir que cada vez mais pessoas se reunissem, primeiro em grandes aldeias, depois em vilas e por fim em cidades, todas elas unidas por novos reinos e redes comerciais” (Harari, 2023, p. 127) e foi nestes espaços, cidades e impérios, que se “inventaram histórias sobre grandes deuses, pátrias e sociedades anónimas, para gerarem os laços sociais necessários” (Harari, 2023, p. 129). Estas ficções (mitos) permitiram a criação de redes de cooperação e sustentaram impérios, sendo “base para a construção da própria cultura humana” (Bates & Plog, 1980, citado por Vasconcelos, 2019, p. 17). Foi “no rescaldo da Revolução Agrícola [que] um tipo completamente novo de informação [se tornou] vital: os números” (Harari, 2023, p. 150).

A escrita nasceu para servir a consciência humana, mas foi-se tornando, cada vez mais, o seu senhor. Os nossos computadores têm dificuldade em compreender como o *Homo sapiens* fala, sente e sonha. Por isso, ensinamos o *Homo sapiens* a falar, sentir e sonhar na linguagem dos números, que podem ser compreendidos pelos computadores. (Harari, 2023, pp. 160-161)

Mas antes de falarmos mais acerca de números, vamos procurar compreender a evolução das religiões e o seu papel nas comunidades humanas. “Depois da Revolução Agrícola, as sociedades humanas cresceram cada vez mais e ficaram mais complexas, ao mesmo tempo que os constructos imaginados que sustentavam a ordem social se tornavam mais elaborados” (Harari, 2023, p. 197). Este contexto, aliado ao desenvolvimento da linguagem, que deixou de estar “limitada a factos e números” (Harari, 2023, p. 151) e permitiu “[registar] técnicas, quantidades e o movimento da natureza” (Junior, 2019, p. 8), fez com que se tenham desenvolvido novas ficções mais complexas que “habitavam as pessoas (...) a pensarem de determinada forma e a cumprirem determinadas regras. Desse modo, criaram instintos artificiais que permitiram que milhões de estranhos cooperassem com eficácia. A esta rede de instintos artificiais, chamamos «cultura»” (Harari, 2023, p. 197).

“A língua permite que se produza e que se compreenda um número infinito de enunciados que veiculam informação nova (...) [e] fornece também um meio para o exercício do pensamento, o que (...) pode contribuir para o desempenho de tarefas cognitivas complexas” (Corrêa, 2006, p. 1). De acordo com Harari (2023, p. 207), três ordens permitiram que os seres humanos considerassem a raça humana como apenas uma. “A primeira ordem universal a surgir foi de cariz económico: a ordem monetária. A segunda foi de cariz político: a ordem imperial. A terceira (...) de cariz religioso: a ordem das religiões universais como o budismo, o cristianismo e o islão” (Harari, 2023, p. 207). Pierre Bourdieu (2021) considera que

os «sistemas simbólicos» distinguem-se fundamentalmente conforme sejam produzidos e, ao mesmo tempo, apropriados pelo conjunto do grupo ou, pelo contrário, produzidos por um corpo de especialistas e, mais precisamente, por um campo de produção e de circulação relativamente autónomo: a história da transformação do mito em religião (ideologia) não se pode separar da história da constituição de um corpo de produtores especializados de discursos e de ritos religiosos, quer dizer, do progresso da divisão do trabalho religioso, portanto, da divisão em classes e que conduz, entre outras consequências, a que se desapossam os laicos dos instrumentos de produção simbólica. (p. 9)

A religião é, portanto, um elemento legitimador e unificador das sociedades humanas. Nos primórdios do *Homo sapiens*, o animismo configurava-se como o conjunto de crenças mais preponderante. Depois da Revolução Agrícola, foram-se desenvolvendo novas religiões que “partilham uma característica importante: centram-se na crença em deuses e noutras entidades sobrenaturais” (Harari, 2023, p. 263). Estas religiões assentavam em crenças politeístas e, mais tarde, monoteístas, o que quer dizer que as crenças em vários deuses deram lugar à crença num deus uno.

Segundo Harari (2023), podemos definir religião como “um sistema de normas e valores humanos que tem por base a crença numa ordem sobre-humana” (Harari, 2023, p.248), sendo que isto envolve dois critérios:

1) A religião é todo um sistema de normas e valores, mais do que uma crença ou um costume isolado (...).

2) Para ser considerado religião, o sistema de normas e valores deverá afirmar ser baseado em leis sobre-humanas, e não em decisões humanas (...).

Apesar da sua capacidade para legitimar ordens sociais e políticas generalizadas, nem todas as religiões aplicaram este potencial. Para unir sob a sua égide um vasto território habitado por grupos diferentes de seres humanos, uma religião deve possuir mais duas qualidades: a) deve abraçar uma ordem sobre-humana universal que seja verdadeira em todos os momentos e locais; e b) tem de insistir na disseminação da sua crença por todos. Por outras palavras, deve ser universal e missionária. (Harari, 2023, pp. 248-249)

Portanto, as religiões atribuem autoridade a uma ordem sobre-humana inalcançável e a emergência deste carácter universal e missionário “é uma das mais importantes revoluções da história e deu um contributo vital para a unificação da humanidade” (Harari, 2023, p. 249). Para Fromm (1972, citado por Hashimoto, 2021), a religião é “qualquer sistema de pensamento e ação partilhado por um grupo que dá ao indivíduo um referencial de orientação e um objeto de devoção” (p. 551). Nos últimos séculos, as religiões teístas têm perdido algum do seu poder e importância. Por outro lado, “a era moderna testemunhou a ascensão de várias novas religiões das leis naturais, como o liberalismo, o comunismo, o capitalismo, o nacionalismo e o nazismo” (Harari, 2023, p. 268).

Estas doutrinas não gostam de ser chamadas religiões e apelidam-se a si mesmas de ideologias. No entanto, trata-se apenas de um exercício

semântico. Se a religião é um sistema de normas e valores humanos que tem por base a crença numa ordem sobre-humana, então o comunismo soviético não era menos religioso do que o islão. Claro que o islão é diferente do comunismo, porque vê a ordem sobre-humana que governa o mundo como o édito de um Deus criador onnipotente, ao passo que o comunismo soviético não acreditava em deuses. No entanto, também o budismo castiga severamente os deuses e, no entanto, classificamo-lo usualmente como sendo uma religião. À semelhança dos budistas, os comunistas acreditam numa ordem natural sobre-humana e em leis imutáveis que devem guiar as ações humanas. Enquanto os budistas acreditam que a lei da natureza foi descoberta por Siddhartha Gautama, os comunistas creem que a lei da natureza foi descoberta por Karl Marx, Friedrich Engels e Vladimir Ilych Lenine. As semelhanças não terminam aqui. A par de outras religiões, também o comunismo tem os seus textos sagrados e livros proféticos, como *O Capital*, de Marx (...). (Harari, 2023, pp. 268-269)

Nasce, assim, o humanismo, “a crença que o *Homo sapiens* tem uma natureza única e sagrada, que é fundamentalmente diferente da natureza de todos os outros animais (...). O resto do mundo e todos os outros seres existem apenas para benefício desta espécie” (Harari, 2023, p. 271). Segundo Schreur (2023), o humanismo, “em termos simples, dá valor inerente ao humano em oposição ao divino” (p. 11, tradução nossa) e materializa-se através de três modos diferentes. Há, portanto, três tipos de humanismo e os três desempenham ou desempenharam papéis muito importantes na história

moderna do nosso mundo e da raça humana: o humanismo liberal, o humanismo socialista e o humanismo evolutivo.

Segundo Harari (2023), os humanistas liberais consideram que “a «humanidade» é individualista e reside no interior de cada *Homo sapiens* individual” e “o mandamento supremo é proteger o núcleo interior e a liberdade de cada *Homo sapiens* individual” (p. 273). O “humanismo liberal valoriza o indivíduo e a experiência individual” (Schreur, 2023, p. 11, tradução nossa). Já o humanismo socialista defende que “a «humanidade» é coletiva e reside no interior da espécie *Homo sapiens* como um todo” e “o mandamento supremo é proteger a igualdade da espécie *Homo sapiens*” (Harari, 2023, p. 273). Por fim, para o humanismo evolutivo, “cujos representantes mais famosos são os nazis” (Harari, 2023, p. 272), “a «humanidade» é uma espécie mutável. Os seres humanos podem degenerar em sub-humanos ou evoluir para sobre-humanos” e “o mandamento supremo é proteger a humanidade da degeneração em sub-humanos e encorajar a sua evolução para sobre-humanos” (Harari, 2023, p. 273), sendo que os humanistas evolucionários “acreditam que certos indivíduos, ou raças, pensamentos e sentimentos têm mais peso do que outros porque são mais evoluídos” (Schreur, 2023, p. 11, tradução nossa). As religiões humanistas como o liberalismo, o comunismo e o nazismo assentam, portanto, na ideia “de que a essência única e sagrada do *Homo sapiens* é a fonte de todo o sentido e autoridade no universo. Tudo o que acontece no cosmos é julgado à luz do seu impacto no *Homo sapiens*” (Harari, 2021, p. 116).

A ascensão da ciência e da indústria modernas implementou a revolução seguinte nas relações entre humanos e animais. Durante a Revolução Agrícola, a

humanidade silenciou os animais e as plantas e transformou a grandiosa ópera animista num diálogo entre o homem e os deuses. Durante a Revolução Científica a humanidade também silenciou os deuses. O mundo era agora um espetáculo de um só ator. A humanidade ficou num palco vazio, a falar sozinha, a negociar consigo mesma e a conquistar poderes imensos sem quaisquer deveres. Tendo decifrado as leis tácitas da física, da química e da biologia, a humanidade faz agora o que lhe apetece. (Harari, 2021, pp. 114-115)

Tanto nas religiões teístas como nos diferentes tipos de humanismo, o *Homo sapiens* desempenha um papel central nas ficções e mitos. De acordo com Harari (2021), “antes do período moderno, a maioria das culturas acreditava que os seres humanos desempenhavam um papel importante num grande plano cósmico” (p. 225), mas “a cultura moderna rejeita esta crença num grande plano cósmico” (p. 226). Hoje, num mundo governado pela informação e pela IA, as religiões tradicionais e o humanismo perdem força e o seu lugar é tomado pelos algoritmos, ainda que estes “continuem a ser atores importantes no nosso mundo” (Harari, 2021, p. 307). “Embora ainda nos digam que a nossa experiência pessoal é importante, a superioridade económica é criada pela mecanização da indústria através da IA” (Schreur, 2023, p. 12, tradução nossa). O próprio ciberespaço, afirma Lévy (2000, citado por Serra, 2007), é equiparado a uma religião universal:

Por exemplo, uma religião universal é supostamente dirigida a todos os homens e deve reuni-los virtualmente através da sua revelação, a sua escatologia, os seus

valores. (...) Do mesmo modo, o horizonte de um ciberespaço que nós reputamos universalista é interligar todos os bípedes falantes e fazê-los participar na inteligência [coletiva] da espécie no seio de um meio ubíquo. (p. 174)

Para Harari (2021), “as novas tecnologias do século XXI poderão inverter a revolução huanista, retirando a autoridade aos humanos e dando o poder a algoritmos não humanos” (p. 384), sendo que este é um processo já em desenvolvimento. “A transição da autoridade dos humanos para os algoritmos está a acontecer à nossa volta e não se deve a qualquer decisão dramática de um governo, mas a uma série de escolhas banais” (Harari, 2021, p. 385).

Isto quer dizer que “as pessoas deixarão de se pensar como seres autónomos que regem as suas vidas de acordo com os seus desejos” (Harari, 2021, p. 368) e as noções de individualismo e livre-arbítrio tornam-se ilusórias, uma vez que os “algoritmos serão tão bons a tomar decisões por nós que não seguir os seus conselhos será uma loucura” (Harari, 2021, p. 372), eles irão conhecer-nos melhor que nós próprios.

Em troca de um serviço de aconselhamento tão cuidadoso, seremos obrigados a desistir da ideia de que os humanos são indivíduos e que cada ser humano tem livre-arbítrio para decidir o que é bom, o que é belo e qual o sentido da vida. Os seres humanos deixarão de ser entidades autónomas guiadas pelas histórias inventadas pelo ser narrador. Em vez disso, serão partes integrantes de uma imensa rede global. (Harari, 2021, p. 377)

Serão os algoritmos a decidir por nós, com base nos dados que fornecemos. “Com o dataísmo as escolhas se automatizam sem que sejam necessários o foco e atenção – e a energia despendida – que o trabalho consciente de escolher demanda” (Contrera & Torres, 2020, p. 106).

Yuval Noah Harari (2021, p. 393) acredita que a ascensão dos algoritmos, “que, seguindo instruções, fazem previsões ou tomam decisões baseadas em dados” (Kaufman & Santaella, 2020, p. 4), e o desenvolvimento de novas tecnologias resultarão na emergência de novas tecno-religiões, que se podem dividir em dois grupos principais: o tecno-humanismo e o, já referido, dataísmo. Para ambas, “a gestão da informação e do conhecimento será fundamental” (Schreur, 2023, p. 12, tradução nossa).

A primeira, o tecno-humanismo, “continua a ver os seres humanos como o auge da criação e ainda mantém muitos dos valores tradicionais do humanismo” (Harari, 2021, p. 393). É, “de certa forma, a expressão máxima do humanismo pois continua a ver a humanidade como pináculo da criação” (Schreur, 2023, p. 12, tradução nossa), mas considera que a história do *Homo sapiens* está a chegar ao fim, sendo necessário “usar a tecnologia para criar o *Homo deus* – um modelo humano bastante superior” (Harari, 2021, p. 394). Para Harari (2021), “o *Homo deus* manterá algumas características humanas essenciais, mas também beneficiará de capacidades físicas e mentais melhoradas que lhe permitirão defender a sua posição mesmo em relação aos mais sofisticados algoritmos não-conscientes” (p. 394), acontecendo assim uma segunda revolução cognitiva que “talvez dê ao *Homo deus* acesso a novos domínios inimagináveis e faça de nós donos do universo” (Harari, 2021, p. 394). O problema é que,

segundo o humanismo, apenas os desejos do homem dão sentido ao mundo. Contudo, se pudéssemos escolher os nossos desejos, em que é que nos poderíamos basear para fazer tais escolhas? (...) a vontade humana é a coisa mais importante do universo e, como tal, incentiva a humanidade a desenvolver tecnologias que possam controlar e reconfigurar a nossa vontade. (...) Porém, quando obtivéssemos esse controlo, o tecno-humanismo não saberia o que fazer com ele porque a vontade humana ter-se-ia tornado apenas mais um produto de consumo. Enquanto acreditarmos que a vontade e a experiência humanas são a fonte suprema de toda a autoridade e de todo o sentido, nunca conseguiremos lidar convenientemente com tais tecnologias. (Harari, 2021, pp. 409-410)

Já a segunda, o dataísmo, a nova religião dos dados, “prevê um mundo que não gire à volta dos desejos e das experiências de qualquer ser à imagem do homem” (Harari, 2021, p. 409), apontando “um caminho alternativo para nós” (Schreur, 2023, p. 13, tradução nossa).

Para Harari (2021), o dataísmo é “uma religião que, em vez de venerar os deuses ou o homem, adora somente os dados” (p. 409) e assenta, precisamente, na liberdade da circulação da informação, considerando um único mandamento: “privilegiarás o direito da informação a circular livremente em detrimento do direito dos humanos a possuir dados e a restringir a sua circulação. Por outras palavras, não existem dados privados. Todos os dados devem ser abertos e partilhados” (Schreur, 2023, p. 13, tradução nossa).

Os algoritmos tomam, agora, o lugar dos seres humanos como o centro de uma nova religião, o dataísmo. O termo dataísmo surgiu pela primeira vez num artigo de David Brooks (2013), intitulado *“The Philosophy of Data”*. Neste texto, David Brooks (2013) afirma que “em suma, a revolução dos dados está a proporcionar-nos formas extraordinárias de compreender o presente e o passado”, uma vez que a informação “é realmente boa para expor quando a nossa visão intuitiva da realidade está errada” e esta “pode revelar padrões de comportamento que ainda não tínhamos percebido” (tradução nossa). O dataísmo, para Brooks (2013), nasce do “nosso desejo de reduzir tudo ao quantificável”, da possibilidade de armazenar grandes quantidades de informação e da crença de que “tudo o que pode ser medido deve ser medido; que os dados são uma lente transparente e fiável que nos permite filtrar o sentimentalismo e a ideologia; que os dados nos ajudarão a fazer coisas notáveis - como prever o futuro” (tradução nossa).

Professa-se que é através da total liberdade de circulação da informação que “atingimos o nosso novo objetivo: a Internet-de-Todas-as-Coisas. O indivíduo perde a sua posição como o centro do universo (...) e em vez disso assume um papel de coleção de pontos de dados na vasta rede global da humanidade” (Schreur, 2023, pp. 12-13, tradução nossa), sendo que, de acordo com Harari (2021), “o dataísmo afirma que o universo consiste em fluxos de dados e que o valor de qualquer fenómeno ou entidade é determinado pela sua contribuição para o processamento de dados” (p. 411).

Para o Dataísmo, os seres humanos são apenas ferramentas para a criação da Internet-de-Todas-as-Coisas, que poderá estender-se para lá do Planeta Terra e abranger toda a galáxia e até o universo inteiro. Este sistema cósmico de

processamento de dados seria uma espécie de Deus omnipresente e capaz de controlar todas as coisas, e a humanidade está destinada a fundir-se com ele.

(Harari, 2021, p. 426)

Tanto “nos artigos de Brooks (2013) [como] na obra de Harari (2015), o termo dataísmo é especificado como «um sistema ético associado aos conceitos de liberdade no ambiente digital», assim como «uma espécie de religião que coexiste com o conceito de *big data*» (Portela, 2021, p. 96). O dataísmo é, assim, um “sistema/fenómeno que acelera a transferência de autoridade dos seres humanos para algoritmos ditados pela necessidade de uma eficiência cada vez maior” (Sandberg, 2020, p. 1, tradução nossa) e confunde-se, muitas vezes, com o conceito de *big data*. “*Big data* caracteriza-se não apenas pelo volume, mas por uma rica mistura de tipos e formatos de dados, pela variedade e pela natureza sensível, ao mesmo tempo que marca um desvio do processamento em lote tradicional” (Santaella & Kaufman, 2021, p. 214), representando as enormes quantidades de dados agora disponíveis no ambiente digital, um volume de dados que cresce ano após ano.

“Desde 2014, esse aumento de dados passou a ser chamado de «tsunami de dados», impulsionado pela proliferação de [*media*] sociais, juntamente com um aumento de dispositivos móveis e em rede (*Internet das coisas*), finanças e varejo [*online*], além de avanços no setor físico e setores de ciências da vida” (Santaella & Kaufman, 2021, p. 216), gerando-se assim uma vasta quantidade de dados que alteram o paradigma no campo das estatísticas. “Migrámos dos modelos estatísticos baseados em amostragens relativamente pequenas para modelos estatísticos baseados em conjuntos volumosos

de dados” sendo que as “técnicas estatísticas desenvolvidas até recentemente para a maioria das aplicações, tornaram-se inaptas, sendo gradativamente substituídas pelos modelos estatísticos de inteligência artificial (IA)” (Santaella & Kaufman, pp. 216-217).

É com base nos *big data* que a IA se pode desenvolver e acabará por automatizar todas as nossas decisões, dado que “o dataísmo quer calcular tudo o que existe e existirá. Os *big data* não narram. As narrativas afastam contagens algorítmicas” (Han, 2022, p. 16). Assim, “o regime de informação substitui por completo o narrativo pelo numérico” (Han, 2022, p. 16) e, para que o volume de dados no ambiente digital aumente, também há uma alteração dos modos de vida no mundo físico.

A este processo de “transformação em dados de todos os [aspetos] da vida em sociedade, colocando os eventos em um formato quantificável e permitindo analisar e compará-los, ou seja, transformar as atividades [quotidianas] em informação” (Santaella & Kaufman, 2021, p. 217), dá-se o nome de datificação. A datificação é, segundo Mayer-Schönberger e Cukier (2013, citado por van Dijck, 2017), “a transformação da ação social em dados [*online*] quantificados, permitindo assim [monitorização] em tempo real e análise preditiva” (p. 41).

O dataísmo é, por seu lado, o “culto aos dados como fonte suprema de compreensão do mundo, visão originada entre tecnólogos do Vale do Silício” (Santaella & Kaufman, 2021, p. 217), uma nova religião pautada pelo capitalismo da vigilância, que se manifesta através de uma vigilância de dados ou datavigilância; “uma forma de contínua vigilância a partir do uso de (meta)dados” (Raley, 2013, citado por van Dijck, 2017, p. 41). Para Han (2022), “o dataísmo não imagina nenhuma outra realidade atrás do dado, atrás dos dados, pois é um *totalitarismo sem ideologia*” (p. 17).

De acordo com Véliz (2022), metadados

são dados acerca de dados. É a informação de que os computadores precisam para operar e é o subproduto dessas operações. (...) Os metadados incluem diversas informações, tais como o sistema operativo que criou os dados, a hora e a data da criação, o autor dos dados e o sítio onde foram criados. (p. 204)

Com uma considerável quantidade de metadados, é possível inferir diversos factos acerca dos utilizadores. Hoe, “a troca de metadados por serviços de comunicação tornou-se a norma; poucas pessoas parecem dispostas a pagar por mais privacidade” (van Dijck, 2017, p. 45), sendo, aliás, normal a troca de metadados por uma grande variedade de serviços, facilidades e comodismo. Os metadados são agora “moeda para pagar pelos serviços [*online*] e por segurança”, são uma “espécie de ativo invisível” (van Dijck, 2017, p. 45). Segundo Coutinho (2023), “as matérias-primas mais valiosas na economia global são hoje os dados, sobretudo os dados dos consumidores e através desses dados é possível gerar resultados políticos de forma mais eficaz do que a partir de ideários coerentes” (p. 196).

As companhias de [*media*] social [monetizam] os metadados ao reprocessá-los e vendê-los para anunciantes ou companhias de dados. Os cientistas da informação, com frequência, acriticamente adotam pressupostos e pontos de vista ideológicos impulsionados pelos Serviços de Segurança Nacional e empresas de dados. O paradigma da datificação desempenha, assim, um papel

profundamente ideológico na intersecção entre sociabilidade, pesquisa e comércio – um inextricável nó de funções que têm sido subavaliadas. (van Dijck, 2017, p. 45)

A este processo, em que dados à partida irrelevantes se tornam em informação útil e monetizável, dá-se o nome de *data mining* (ou mineração de dados) que,

por meio dos *big data* e da inteligência artificial, encontra soluções ótimas para os problemas e conflitos de uma sociedade entendida como um sistema social quantificável, que traz vantagens para todos os participantes, mas a que estes por si sós não chegariam, devido à sua capacidade limitada de processar informação. (Han, 2022, p. 44)

De acordo com José van Dijck (2017), “o dataísmo demonstra uma crença na objetividade da quantificação e no potencial do rastreamento de todos os tipos de comportamento humano e da sociabilidade a partir de dados [*online*]” (pp. 45-46). Estes dados são “matéria-prima que pode ser analisada e processada em algoritmos preditivos sobre o comportamento humano futuro – ativos valiosos na indústria de mineração” (van Dijck, 2017, p. 46), permitindo não só a compreensão e previsão de determinados comportamentos humanos, como a possível interferência e influência em processos sociais e políticos.

Dentro de poucos anos, já teremos à disposição dados pormenorizados sobre o comportamento de quase toda a humanidade – e, além do mais, ininterruptos. (...) E só quando tivermos desenvolvido uma visualização exata do padrão da vida humana, poderemos esperar compreender e controlar a nossa sociedade moderna de uma maneira mais adequada à nossa rede complexa de seres humanos e tecnologia. (Pentland citado por Han, 2022, p. 48)

Para além de processos sociais e políticos, dispor de grandes quantidades de dados e de “técnicas para os processar, permite às empresas identificar padrões de compra com tanta precisão que, por vezes, para disfarçar a individualização de tais promoções, acompanham-nas de informações irrelevantes para evitar que o cliente reaja hostilmente” (Pérez, 2020, p. 112, tradução nossa). Uma lógica dataísta que é capitalizada nos variados setores da nossa sociedade. Também Santaella e Kaufman (2021) referem que “a nova disponibilidade de enormes quantidades de dados, juntamente com as ferramentas estatísticas para mastigar esses números, oferece toda uma nova maneira de compreender o mundo” (p. 215). O desenvolvimento do *big data* e do dataísmo manifesta-se através de novas formas de capitalismo.

Como afirmam Santaella e Kaufman (2021), a mais recente forma de capitalismo “é a que brotou do big data e do dataísmo e que vem recebendo o nome de capitalismo de plataforma (Srnicek, 2017), capitalismo de dados (Mayer-Schönberger & Ramge, 2018), capitalismo de vigilância (Zuboff, 2019) e, ainda, de capitalismo neocolonialista, ou melhor neocolonialismo de dados (Couldry & Mejias, 2019)” (p. 220), um conceito que explorámos no ponto 3.1. à luz dos contributos de Shoshana Zuboff (2020), que o assume

como o capitalismo da vigilância, “uma forma de capitalismo que captura ações humanas tanto *online* quanto *offline* para facilitar a modificação e exploração comercial de comportamentos futuros” (Santaella & Kaufman, 2021, p. 221).

“O *Big Data* possibilita, sem dúvida, uma forma de controle muito eficiente” (Han, 2014, citado por Pérez, 2020, p. 114, tradução nossa), estabelecendo um regime de datavigilância, “o monitoramento dos cidadãos a partir de seus dados [*online*]” (van Dijck, 2017, p. 52). Este novo regime, que é resultado do processo de datificação, traz algumas consequências para a privacidade, a vigilância e contribui para a crise das democracias ocidentais (Van Dijck, 2017). Este é o lado mais negativo da religião dos dados, que coloca em risco a própria democracia.

Com o aumento do volume e velocidade dos dados, instituições respeitáveis como o sistema eleitoral, os partidos e os parlamentos podem tornar-se obsoletas, não por serem contrárias à ética, mas por se revelarem incapazes de processar dados com a eficácia necessária. Estas instituições desenvolveram-se numa época em que a política avançava mais rapidamente que a tecnologia. (...) Atualmente, [contudo,] as revoluções tecnológicas avançam a uma velocidade muito superior à dos processos políticos, fazendo com que os deputados e os eleitores percam o controle. (Harari, 2021, pp. 417-418)

No entanto, também há um lado positivo neste processo de quantificação de toda a experiência humana e social, defendida pelos dataístas, crentes aficionados desta religião. Estes defendem que o dataísmo pode trazer grandes vantagens nos mais

variados setores: “estão convencidos de que os *big data* e a inteligência artificial nos tornam capazes de ter uma visão divina, abrangente, que abarca com precisão todos os processos sociais e os otimiza para o bem de todos” (Han, 2022, p. 43). Alex Pentland (2014, citado por Han, 2022) afirma que

com os *big data*, temos a possibilidade de observar a sociedade em toda a sua complexidade, por meio dos milhões de ligações à rede de intercâmbios humanos. Se tivéssemos um «olhar divino», uma visão abrangente, poderíamos desenvolver uma compreensão genuína do funcionamento da sociedade e dar passos para a solução dos nossos problemas. (p. 43)

De acordo com Harari (2021), “os dataístas acreditam que tudo o que é bom – incluindo o crescimento económico – deriva da liberdade da informação. (...) Portanto, se desejamos um mundo melhor, temos de libertar os dados” (p. 429). Para os dataístas, o dataísmo é a resposta para grande parte dos nossos problemas nos mais variados setores da sociedade e para a otimização das nossas vidas. “Os dataístas estão convencidos de que, pela primeira vez na história, a humanidade dispõe dos dados que lhe proporcionam um conhecimento total da sociedade” (Han, 2022, p.44), o que torna a nossa sociedade “capaz de prescindir por completo da política. (...) De uma perspetiva dataísta, a democracia partidária deixará de existir num futuro próximo, dando lugar à *infocracia como pós-democracia digital*” (Han, 2022, p. 45). Assim, de acordo com uma realidade dataísta, “a democracia dá lugar a uma infocracia baseada em dados, preocupada com a otimização de troca de informação” (Han, 2022, p. 49), ou seja,

assente no seu valor supremo, a liberdade de circulação da informação, que otimiza este fenómeno.

Para que a lógica dataísta se instale, é necessário que determinados fatores se conjuguem: cada “fiel do Dataísmo deve otimizar o fluxo de dados ligando-se a um número cada vez maior de meios e produzindo e consumindo cada vez mais informação” (Harari, 2021, p. 427); todos os meios devem estar interconectados, sendo missão de um dataísta “ligar tudo e todos ao sistema, mesmo os heréticos que não desejam estar ligados. E tudo e todos não quer dizer apenas os humanos. Abrange *todas as coisas*. (...) devem estar ligados à Internet-de-Todas-as-Coisas” (Harari, 2021, p. 427); “toda a informação deve ser acessível e partilhada” (Schreur, 2023, p. 13, tradução nossa); e a informação deve circular livremente, sem que haja interrupções no fluxo de dados. Inclusive, “para os verdadeiros crentes, estar desligado do fluxo de dados equivale a perder o sentido da vida” (Harari, 2021, p. 432), sendo que toda e qualquer experiência humana é tão relevante como o seu contributo para manter a continuidade do fluxo de dados.

3.4. Apuramento do conceito de nova liberdade de informação

Para que o dataísmo se materialize, tanto através de uma infocracia controladora, como através de um novo capitalismo da vigilância, é necessário, paradoxalmente, que a informação, ou os dados, circulem livremente através do universo digital. A livre circulação dos dados é, portanto, causa e consequência, um resultado e um fator precursor da lógica dataísta. Já dizia Ignacio Ramonet (1999) que

claro que estas [infraestruturas] só têm utilidade na condição de as comunicações poderem circular sem entraves através do planeta. Por isso é que os Estados Unidos (o principal produtor de novas tecnologias e sede das firmas mais importantes), graças à globalização da economia, pressionaram, com toda a sua influência, no sentido da desregulamentação: abrir as fronteiras do maior número de países à «livre circulação da informação» acabará por favorecer os gigantes americanos das indústrias da comunicação e do lazer. (pp. 125-126)

Portanto, toda a estrutura de vigilância através dos dados que são fornecidos e/ou obtidos através do ambiente digital depende, crucialmente, da livre circulação da informação, algo que já se verificava com os grandes grupos de *media* na viragem para o século XXI. Hoje, esta livre circulação de informação refere-se à livre circulação de dados que empodera os gigantes de Silicon Valley, como a Google ou o Facebook. Antes de mais, importa compreender em que é que consiste esta nova liberdade de informação, procurando descrever este conceito, comparando-o com outros que poderão causar alguma confusão, dada a semelhança e/ou proximidade entre estes.

Como já havíamos visto, “de acordo com Byung-Chul Han, as democracias liberais estão a dar lugar a uma nova forma de organização típica do regime de informação: a infocracia. Neste regime, os valores liberais da igualdade, fraternidade e liberdade darão lugar a um novo valor: a liberdade de informação” (Coutinho, 2023, p. 196). Portanto, a liberdade de informação não só é um valor, como se configura como o valor central para o regime infocrático e para a nova religião dataísta.

Pedro Coutinho (2023) refere ainda que “não se trata de liberdade de expressão para os indivíduos, mas de liberdade de circulação de dados, assumindo como vital o «fluxo de informação»” (p. 196), descrito por Harari (2021, p. 426) como o valor supremo para o dataísmo. A liberdade de informação é, assim, de tal forma presente que fundamenta a religião dos dados.

Hoje, “as pessoas querem simplesmente fazer parte do fluxo de dados, mesmo que para isso tenham de abdicar da sua privacidade, autonomia e individualidade” (Harari, 2021, pp. 430-431), sendo que os indivíduos acabam por ser, de acordo com Yuval Noah Harari (2021), mais uma peça deste sistema complexo, absorvendo, processando e transmitindo informação através de “e-mails, chamadas telefônicas e artigos” (p. 431).

Agora, a religião dos dados diz-nos que tudo o que dizemos e fazemos faz parte do grandioso fluxo de dados, que somos constantemente observados pelos algoritmos e que também eles se preocupam com tudo o que pensamos e sentimos. (...) Para os verdadeiros crentes, estar desligado do fluxo equivale a perder o sentido da vida. Qual é o sentido de fazer ou experimentar alguma coisa, se ninguém souber e se isso não contribuir em nada para a troca global de informação? (Harari, 2021, p. 432)

Portanto, os indivíduos desejam participar na livre circulação de dados, possibilitando-a e empoderando este fenómeno, sedentos de partilhar informações acerca das suas vidas através das redes sociais e de outros canais de comunicação, sendo o “imperativo da transparência [que] permite a livre circulação da informação”

(Han, 2022, p. 13). As pessoas são incapazes de compreender que “quem é verdadeiramente livre não são os indivíduos, mas a informação. O paradoxo da sociedade da informação reside no facto de *os seres humanos serem prisioneiros da informação*” (Han, 2022, p. 13).

Esta nova liberdade da informação não deve ser confundida com os conceitos de liberdade de expressão, de liberdade de imprensa ou um dispar conceito de liberdade de informação, que é, por exemplo, consagrado na Constituição da República Portuguesa. Esta nova liberdade de informação é um valor relativo à livre circulação de dados, enquanto a “antiga” liberdade de informação é um direito expresso no Artigo 37.º da Constituição da República Portuguesa:

Artigo 37.º (Liberdade de expressão e informação)

1. Todos têm o direito de exprimir e divulgar livremente o seu pensamento pela palavra, pela imagem ou por qualquer outro meio, bem como o direito de informar, de se informar e de ser informados, sem impedimentos nem discriminações.

2. O exercício destes direitos não pode ser impedido ou limitado por qualquer tipo ou forma de censura. (Constituição da República Portuguesa [CRP], 2021, p. 36)

Esta confusão entre dois conceitos homónimos acontece muito devido à tradução das palavras *information* e *data* para um termo – informação – que empregamos em português essencialmente para nos referirmos a notícias e conteúdos produzidos por

meios de comunicação. Também expresso neste artigo da Constituição da República Portuguesa está o direito à liberdade de expressão, “todos têm o direito de exprimir e divulgar livremente o seu pensamento pela palavra, pela imagem ou por qualquer outro meio” (CRP, 2021, p. 36). Este direito também está consagrado no Artigo 19º da Declaração Universal dos Direitos Humanos: “todo o indivíduo tem direito à liberdade de opinião e de expressão, o que implica o direito de não ser inquietado pelas suas opiniões e o de procurar, receber e difundir, sem consideração de fronteiras, informações e ideias por qualquer meio de expressão” (United Nations, 1948, tradução nossa). Segundo Nigel Warburton (2015), “defender a livre expressão envolve proteger não só o discurso que queremos escutar, mas também aquele que não queremos escutar. Este princípio encontra-se no cerne da democracia, um direito humano básico, e a sua [proteção] é sinal de uma sociedade civilizada e tolerante” (p. 9).

Pelo contrário, no regime infocrático, a informação (*Information/Data*) é que é livre e nós somos condenados, pela transparência, ao controlo e vigilância constantes e onnipresentes.

Há ainda um conceito que pode causar alguma confusão, que é relativo ao direito de escrever e publicar num meio de comunicação, a chamada liberdade de imprensa. A liberdade de imprensa é um conceito claro e não é aplicável à nova liberdade de informação, nem tem qualquer relação com a publicação em plataformas sociais privadas como o Facebook ou o X que não se confundem com nenhum órgão de imprensa. Este é um direito que também está presente e claro na Constituição da República Portuguesa:

Artigo 38.º (Liberdade de imprensa e meios de comunicação social)

1. É garantida a liberdade de imprensa.

2. A liberdade de imprensa implica:

a) A liberdade de expressão e criação dos jornalistas e colaboradores, bem como a intervenção dos primeiros na orientação editorial dos respetivos órgãos de comunicação social, salvo quando tiverem natureza doutrinária ou confessional;

b) O direito dos jornalistas, nos termos da lei, ao acesso às fontes de informação e à proteção da independência e do sigilo profissionais, bem como o direito de elegerem conselhos de redação;

c) O direito de fundação de jornais e de quaisquer outras publicações, independentemente de autorização administrativa, caução ou habilitação prévias. (CRP, 2021, p. 36)

Warburton (2015), como vimos, alerta que “sem a liberdade de criticar e de desafiar os que agem em nosso nome, as democracias podem degenerar em tiranias” (p. 10). Este direito remete para essa ideia.

Hoje, vivemos a tirania da informação ou, se quisermos, a tirania da transparência que se impõe através do fluxo ininterrupto de informação. Nenhum destes conceitos deve ser confundido com a nova liberdade de informação e os perigos adjacentes a este valor central do regime de informação. Este novo valor da liberdade da informação permite não só a circulação, mas também a acumulação de grandes quantidades de dados, algo que possibilita o desenvolvimento de novas tecnologias e empodera

algoritmos altamente inteligentes, capazes de prever os nossos comportamentos, e a Inteligência Artificial.

3.5. A inteligência artificial e a potencial perda de sentido para a vida humana

A Inteligência Artificial (IA) é, segundo Maurizio Ferraris (2024), um arquivo e quanto mais informação esse arquivo possui, mais desenvolvida poderá ser esta tecnologia.

O que é realmente a Inteligência Artificial? Eu diria que é um arquivo. Por outras palavras, o traço característico da *Web* é o facto de a *Web* registar tudo. Cada ação, cada movimento que ocorre na *Web*, entra num enorme arquivo e a possibilidade da Inteligência Artificial baseia-se nestes grandes arquivos. E é por isso que temos Inteligência Artificial agora e não há 50 anos. Quando já estávamos a tentar encontrar a Inteligência Artificial, o que é que faltava? O que faltava era o princípio de saber o que é a inteligência? Não, o que faltava era o conhecimento para ter quantidades de arquivos que permitiriam que a Inteligência Artificial funcionasse. (Ferraris, 2024, tradução nossa)

Esta lógica de acumulação de informação não se aplica apenas à IA. De acordo com Castells (2006), “a sociedade em rede (...) é uma estrutura social baseada em redes operadas por tecnologias de comunicação e informação fundamentadas na microeletrónica e em redes digitais de computadores que geram, processam e

distribuem informação a partir de conhecimento acumulado nos nós dessas redes” (p. 20). Isto quer dizer que a própria sociedade em rede assenta nesta lógica de acumulação de dados, sendo que, por exemplo, para a Google, “estes dados (...) acabavam por providenciar um «amplo sensor do comportamento humano», podendo ser colocados imediatamente em uso, assim cumprindo o sonho do cofundador Larry Page de ter no Search uma inteligência artificial abrangente” (Zuboff, 2020, p. 86).

De acordo com Zuboff (2020), numa fase inicial do desenvolvimento da Google, havia uma simbiose entre o Search e as pessoas que permitiu que “os algoritmos da Google aprendessem e produzissem pesquisas com resultados cada vez mais relevantes e abrangentes”, sendo que “mais perguntas implicavam mais aprendizagem; mais aprendizagem produzia mais relevância; mais relevância implicava mais pesquisas e mais utilizadores” (p. 87).

Minkin (2018, citado por Boldyreva et al., 2018) define inteligência artificial como “uma tecnologia de análise de dados que oferece grandes oportunidades de recolha de dados. (...) há informações sobre qualquer cidadão. Estas informações permitem analisar as preferências e as necessidades de um eleitor e, assim, conceber a campanha eleitoral” (p. 93, tradução nossa). Por outras palavras, os algoritmos baseados em IA permitem que conheçamos os cidadãos votantes melhor que eles próprios e influenciar eleições torna-se algo muito fácil com campanhas construídas de acordo com preferências e necessidades específicas.

Christopher Nolan, realizador cinematográfico, também abordou esta lógica de acumulação na obra *The Nolan Variations* (2020)², afirmando que

² Todas as referências à obra *The Nolan Variations*, de Tom Shone, foram alvo de traduções nossas.

o Google não é tão poderoso como as pessoas pensam em termos de recolha de informação. São mais poderosos do que as pessoas pensam em todo o tipo de áreas, como a recolha de dados sobre os nossos movimentos. São muito bons nisso. Mas numa pesquisa de dados, o resultado é sempre limitado. Uma experiência interessante seria entrar numa biblioteca, ir a um livro, abrir o livro numa página aleatória, encontrar um facto ou uma informação e escrevê-la. Faça isso dez vezes e depois vá à *Internet* e veja quantas dessas dez consegue encontrar. A nossa opinião é que 90 por cento da informação está *online*. Suspeito que a verdadeira resposta seja 0,9 por cento. (Nolan, citado por Shone, 2020)

Christopher Nolan, portanto, confirma que o poder, neste caso da Google, é tanto quanto a informação que existe no ambiente digital. Sem livre circulação de informação e uma lógica de acumulação, o poder da Google, de outras empresas e de diferentes tecnologias seria bastante inferior ou nulo. A Google não é um arquivo, mas depende do “arquivo digital” para funcionar, através da correspondência entre pesquisas e resultados. O realizador confirma, por outro lado, a ação vigilante e controladora exercida pela Google. O filme *The Matrix* (Wachowski & Wachowski, 1999), baseado na obra *Simulacros e Simulação* (Baudrillard, 1991), acaba por se afastar das premissas defendidas por Baudrillard e preconizar, sim, o que acontece atualmente com os algoritmos, a Inteligência Artificial e esta lógica de arquivo. Neste filme, os humanos são representados, metaforicamente, como uma fonte de energia para as máquinas, tal

como, hoje, os humanos alimentam o grande arquivo com os seus dados, permitindo a existência de um sistema que nos aprisiona, controla e vigia, que nos conduz e nos poderá retirar o próprio sentido da vida, que vive diretamente relacionado com as nossas profissões e o papel que desempenhamos no mundo.

A Inteligência Artificial é uma espécie de ‘prótese’ para a inteligência humana e os algoritmos de Inteligência Artificial dependem, segundo Kai-Fu Lee (2019), de três coisas para que sejam sucedidos: “grande volume de dados, potência computacional e o labor de engenheiros de algoritmos de IA que sejam bons” (pp. 30-31), o que confirma a necessidade de uma considerável quantidade de informação para que a IA tenha sucesso.

Existem muitas definições de inteligência artificial. No teste de Turing, a IA é definida como a capacidade de as máquinas comunicarem com os seres humanos (utilizando dispositivos eletrônicos de saída) sem revelar que não são seres humanos (...). Marvin Minsky, um dos pioneiros da IA, definiu a IA como a capacidade de as máquinas fazerem coisas que requerem inteligência humana.

(Jiang et al., 2022, p. 1, tradução nossa)

Hoje, a IA tem cada vez mais impacto nas nossas vidas, estando presente no nosso dia a dia. “Tal como o papel das máquinas a vapor na Era do Vapor, dos geradores na Era da Eletricidade e dos computadores na Era da Informação, a IA é o pilar da tecnologia na era contemporânea” (Jiang et al., 2022, pp. 1-2, tradução nossa), mas esta não é uma noção recente. Na realidade, o conceito de IA nasceu em 1956, quando John McCarthy

cunhou o termo e passou a ser considerado o pai da IA (Jiang et al., 2022, p. 3), mas “enquanto os saberes da inteligência artificial progrediram lenta, mas firmemente ao longo de décadas, só recentemente se verificou uma aceleração nesse progresso que permitiu aos avanços académicos encontrarem uma transposição para os usos do mundo real” (Lee, 2019, p. 20). Vários fatores explicam esta ascensão da IA:

Em primeiro lugar, o sucesso do *machine learning* (ML) [aprendizagem automática], é um dos fatores iniciais e fundamentais. Desde finais da década de 1980, foram propostas importantes teorias e técnicas de ML, muitas das quais essenciais para os atuais manuais de aprendizagem automática. (...) Em segundo lugar, as colossais quantidades de dados disponíveis como combustível para o treino de modelos. A qualidade e a escala dos conjuntos de dados são fatores determinantes do desempenho robusto da previsão/classificação. (...) Em terceiro, o crescimento da IA está associado a um aumento significativo do poder de computação. (...) Em quarto, vários sistemas de IA que superaram os melhores jogadores humanos em concursos e competições impressionaram o público e restabeleceram a confiança na IA. (Jiang et al., 2022, pp. 4-5, tradução nossa)

Estes fatores demonstram que a aprendizagem automática teve um grande impacto nesta ascensão. O *deep learning* (aprendizagem profunda), uma ramificação da *machine learning*, “é uma abordagem inovadora à inteligência artificial que impeliu vertiginosamente as capacidades cognitivas das máquinas” (Lee, 2019, p. 21).

Os programas baseados em *deep learning* conseguem hoje um desempenho superior ao dos seres humanos na identificação de rostos, no reconhecimento da fala e em decisões como a concessão de crédito. Ao longo das décadas anteriores, a revolução da inteligência artificial pareceu sempre estar à distância de cinco anos. Mas, recentemente, com o desenvolvimento do *deep learning*, essa revolução chegou, por fim. Vai trazer consigo toda uma era de incrementos na produção em massa, mas também perturbações generalizadas nos mercados de trabalho — e, nas pessoas, efeitos sociopsicológicos profundos —, à medida que a inteligência artificial usurpa o labor humano em indústrias de todo o tipo. (Lee, 2019, p. 21)

Com a chegada do *deep learning*, a IA tem um potencial enorme para alterar o normal funcionamento das nossas sociedades, mas esta é apenas “conhecida como «IA restrita» ou «fraca» - uma inteligência que retira dados de um domínio específico e os aplica de forma a otimizar um resultado específico”, algo que “embora seja impressionante, ainda está a uma distância muito grande da «IA geral», a tecnologia multiusos que consegue fazer tudo o que um ser humano é capaz de fazer” (Lee, 2019, p. 27). É no *deep learning* que reside o poder das redes sociais, da Google e outros motores de busca, dos mapas e GPS que utilizamos nos nossos *smartphones*. “A maioria dos sistemas de IA existentes são concebidos para uma gama limitada de tarefas predefinidas. Neste contexto, são designados por inteligência artificial estreita (ANI) ou IA fraca” (Jiang et al., 2022, p. 8, tradução nossa).

Kai-Fu Lee (2019) explica que a “revolução total da IA vai demorar algum tempo e irá envolver-nos num ciclo de quatro vagas: IA da Internet, IA empresarial, IA com perceção e IA autónoma” (p. 131).

As primeiras duas vagas – IA da Internet e IA empresarial - já estão por todo o lado, reformulando os nossos mundos digitais e financeiros de formas que mal conseguimos detetar. Estão a intensificar a forma como as empresas de internet captam a nossa atenção, substituindo auxiliares jurídicos por algoritmos, negociando ações e diagnosticando doenças. A IA com perceção está agora a digitalizar o nosso mundo físico, aprendendo a reconhecer os nossos rostos, a perceber os nossos pedidos e a “ver” o mundo que nos rodeia. Esta vaga promete revolucionar a forma como experienciamos e interagimos com o mundo, esbatendo as fronteiras entre os mundos digitais e físicos. A IA autónoma será a última a chegar, mas terá o impacto mais profundo nas nossas vidas. À medida que os carros autónomos invadem as ruas, os drones autónomos invadem os céus e os robôs inteligentes tomam conta das fábricas, irão transformar tudo, da agricultura biológica à fast food ou à condução em autoestrada. (Lee, 2019, p. 131)

Portanto, a IA já está a ter impacto na nossa sociedade e nos nossos modos de vida, mas o verdadeiro poder destes sistemas ainda não foi realmente sentido, dado que “a IA da Internet [se prende] sobretudo com a utilização de algoritmos de IA como *motores de recomendações*: sistemas que aprendem as nossas preferências pessoais e depois

nos apresentam conteúdos escolhidos à nossa medida” (Lee, 2019, p. 132) - algo que se pode revelar perigoso, como vimos anteriormente – e a IA empresarial explorará bases de dados para encontrar correlações escondidas que normalmente não são verificadas para conseguir compreender comportamentos e obter melhores resultados (Lee, 2019, p. 136).

A grande ameaça entra em cena com as terceira e quarta vagas da IA, uma vez que, com a IA com percepção, “os algoritmos são agora capazes de agrupar os pixéis de uma fotografia ou de um vídeo em aglomerados com sentido e de reconhecer objetos quase da mesma forma que o nosso cérebro o faz” (Lee, 2019, p. 143), algo que já se verifica através da tecnologia Face ID presente nos iPhones. A IA com percepção não se fica por aqui e também “acontece o mesmo com os dados áudio. (...) os algoritmos conseguem agora encontrar palavras e muitas vezes analisar o sentido de frases inteiras” (Lee, 2019, p. 143). Desta forma, a IA com percepção “está a esbater as fronteiras que separam o mundo físico do mundo digital” (Lee, 2019, p. 144).

Contudo, o maior problema será a chegada da IA autónoma, que

representa a integração e o auge das três vagas precedentes, fundindo a capacidade das máquinas para otimizarem (a partir de dados extremamente complexos) com os seus novos poderes sensoriais. A combinação destes poderes super-humanos gera máquinas que não se limitam a compreender o mundo à sua volta – também lhe dão forma. (Lee, 2019, p. 155)

A IA autónoma terá o poder de promover alterações no nosso quotidiano, porque apesar de novas tecnologias, inclusive a IA, já substituírem seres humanos em variadas funções, essas máquinas são “automáticas, não são autónomas”, o que quer dizer que continuam a ser dependentes de instruções e de controlo humano ou operam “num trajeto único e inalterável” (Lee, 2019, p. 156). “Porém, ao dar às máquinas a capacidade de ver, o sentido do tato e a capacidade de otimizar dados, podemos expandir dramaticamente o número de tarefas que elas conseguem resolver” (Lee, 2019, p. 156), o que quer dizer que podemos estar a provocar uma crise sem precedentes.

A crise não vai ter o dramatismo apocalíptico de um grande filme de Hollywood, mas vai, ainda assim, transtornar os nossos sistemas económicos e políticos, e mesmo cortar até ao cerne do que significa ser-se humano no século XXI. Será, em suma, uma crise iminente de emprego e desigualdade. As nossas presentes capacidades em IA não podem criar uma superinteligência que destrua a civilização. Mas o meu medo é que nós próprios, os humanos, nos revelemos à altura de tal tarefa. (Lee, 2019, p. 173)

Portanto, a superinteligência, considerada por muitos como o momento da singularidade da IA, poderá não ser o único risco resultante da ascensão desta tecnologia, uma vez que a substituição dos seres humanos em inúmeras profissões poderá, por si só, destruir as nossas sociedades, o funcionamento atual das nossas instituições e comunidades, e mesmo as nossas vidas.

Ray Kurzweil (citado por Jiang et al., 2022) define singularidade tecnológica como “uma altura em que as máquinas terão e serão capazes de criar outras máquinas com inteligência comparável à dos seres humanos” (p. 14, tradução nossa), sendo, portanto, o momento em que as máquinas e os sistemas de IA ficam fora do controlo humano. “Com iterações de geração em geração, há hipóteses de que a capacidade da IA ultrapasse os humanos em todos os aspetos, o que constitui a definição de superinteligência artificial (ASI)” (Jiang et al., 2022, p. 15, tradução nossa).

A superinteligência é descrita por Bostrom (2014, citado por Kaufman & Santaella, 2020) como “qualquer intelecto que exceda em muito o desempenho cognitivo dos seres humanos em praticamente todos os domínios de interesse” (p. 2) e este é o cenário apocalíptico mais apontado pelas grandes produções de Hollywood, como em *The Matrix* ou na saga *Terminator*.

Por outro lado, atualmente, o maior risco prende-se com a substituição dos seres humanos e a potencial perda de sentido para a vida humana. A IA já faz parte do nosso quotidiano. Por exemplo, nas sugestões de pesquisa do Google, na capacidade de criação de legendas do Youtube ou na forma como a Netflix recomenda conteúdos aos seus utilizadores. As facilidades criadas são inúmeras e nos mais variados campos da sociedade, da educação à saúde: rapidez de processamento, capacidade de armazenamento, redução de erros, automação de processos repetitivos e a adaptabilidade às preferências do utilizador. Visto desta forma, esta tecnologia poderá ser, se utilizada da melhor forma, a solução para (quase) todos os males do mundo.

O problema surge quando há uma confrontação com questões relativas à falta de legislação e regulamentação e a ausência de antecipação de soluções para os postos de

trabalho que vão desaparecer, provocando uma subida vertiginosa das taxas de desemprego. Kai-Fu Lee (2019) preconiza ainda que, “para além da perda direta de empregos, a inteligência artificial vai exacerbar a desigualdade económica global” (p. 175) e obrigar a uma reflexão profunda acerca do papel do ser humano na sociedade e no mundo.

Em muitos países desenvolvidos a desigualdade económica e os ressentimentos de classe estão entre os problemas mais perigosos e potencialmente explosivos. Os anos mais recentes têm-nos mostrado como um caldeirão de desigualdade em lume brando pode levar a uma ebulição de perturbações políticas radicais. Acredito que, sem controlo, a IA deitará gasolina nas fogueiras socioeconómicas. Por debaixo desse turbilhão social e económico perfilar-se-á um combate psicológico - que não fará as manchetes mas poderá fazer a diferença. À medida que mais e mais gente se vir desalojada pelas máquinas, urgirá responder a uma questão mais profunda: numa era de máquinas inteligentes o que é que significa ser-se humano? (Lee, 2019, p. 176)

Assim, a IA poderá criar uma crise existencial, uma crise de sentido. Segundo Harari (2021), “os humanos estão em risco de perder o seu valor económico porque a inteligência se está a separar da consciência” e, hoje, algoritmos não-conscientes podem realizar tarefas de forma mais eficaz que os humanos através do reconhecimento de padrões (p. 346).

Alguns economistas preveem que, mais cedo ou mais tarde, os humanos não aperfeiçoados serão completamente inúteis. Enquanto os robôs e as impressoras 3D os substituirão em tarefas manuais como o fabrico de camisolas, os algoritmos de inteligência superior farão o mesmo com os trabalhadores administrativos. Os funcionários dos bancos e das agências de viagens, que até há pouco tempo estavam completamente a salvo da robotização, tornaram-se espécies em risco de extinção. Para que é que precisamos dos agentes de viagens quando podemos usar o nosso *smartphone* para comprar bilhetes de avião através de um algoritmo? (Harari, 2021, p. 348)

Assim, nascerá uma classe de pessoas inúteis e “inempregáveis”. “Os seres humanos têm dois tipos fundamentais de aptidões: físicas e cognitivas. Enquanto a concorrência das máquinas esteve restrita às aptidões físicas, havia sempre tarefas cognitivas em que os humanos eram superiores” (Harari, 2021, p. 355). Contudo, agora os algoritmos estão a tornar-se (ou já são) mais eficientes “em tarefas como a memorização, a análise e o reconhecimento de padrões” (Harari, 2021, p. 356), sendo que estes são “uma ferramenta que aumenta dramaticamente a produtividade (...) e faz encolher o número total de trabalhadores necessários” (Lee, 2019, p. 198).

De acordo com Yuval Noah Harari (2021), “a noção de que os humanos terão sempre uma habilidade distintiva fora do alcance dos algoritmos não-conscientes não passa de uma ilusão”, o que quer dizer que o risco de substituição é cada vez maior. Ou seja, muito provavelmente, “poderemos vir a testemunhar a criação de uma nova e gigantesca classe não-trabalhadora: pessoas sem qualquer valia económica, política ou mesmo

artística, que em nada contribuem para a riqueza, poder e glória da sociedade. Mais do que «desempregada», esta «classe inútil» será «inempregável» (p. 363). Após a Revolução Industrial, os nossos empregos tornaram-se não apenas um meio de sobrevivência, mas uma “fonte de orgulho pessoal, de identidade e de sentido”, sendo que quando nos perguntam quem somos, geralmente respondemos com a nossa profissão. O nosso trabalho permite-nos uma vida rotineira, preenchida e recheada de ligações humanas, para além de providenciar um sentimento de pertença (Lee, 2019, p. 204).

Cortar esses laços – ou forçar as pessoas a entrar numa via socialmente descendente – irá estragar muito mais do que as nossas vidas financeiras. Constituirá um ataque direto ao nosso sentido de identidade e propósito. (...) Essa perda de sentido e propósito tem consequências muito reais e muito sérias. Os índices de depressão triplicam entre quem está desempregado há seis meses; e as pessoas que procuram trabalho têm uma probabilidade de se suicidarem que é o dobro de quem tem emprego e salário. O excesso de álcool e os casos de overdose com drogas aumentam paralelamente aos índices de desemprego (...). (Lee, 2019, pp. 204-205)

Mais grave do que isto é que “os danos psicológicos causados pela IA serão ainda mais profundos. As pessoas vão enfrentar a perspectiva de ficarem sem trabalho não apenas temporariamente – mas, na verdade, de serem permanentemente excluídas do funcionamento da economia” (Lee, 2019, p. 204). Assim, “à medida que os algoritmos

ocupem os lugares dos humanos no mercado de trabalho, a riqueza e o poder tenderão a concentrar-se nas mãos da elite muito reduzida detentora dos algoritmos todo poderosos, criando desigualdades políticas e sociais sem precedentes” (Harari, 2021, p. 360). Viveremos num mundo governado pelas gigantes tecnológicas, detentoras de um poder sobre-humano, que dominam as massas de indivíduos inúteis.

As democracias liberais enfrentam riscos como nunca, dado que os ideais de mercado livre e de eleições democráticas dependem da noção de livre-arbítrio, do poder de escolha do indivíduo autónomo “cujas escolhas que faz livremente são a derradeira fonte de autoridade” (Harari, 2021, p. 341). Contudo,

no século XXI, existem três avanços práticos que poderão tornar obsoleta esta crença:

1. Os seres humanos irão perder utilidade económica e militar e, por conseguinte, o sistema político e económico não lhes dará tanto valor.
2. O sistema dará valor à humanidade enquanto um todo, mas não aos indivíduos.
3. O sistema continuará a valorizar alguns indivíduos, mas estes serão uma elite de super-homens aperfeiçoados e não a grande parte da população. (Harari, 2021, p. 341)

Perdendo a nossa utilidade e a nossa individualidade, deixaremos de ser realmente livres e deixaremos de nos assumirmos como “seres autónomos que regem as suas vidas de acordo com os seus desejos e, em vez disso, acostumar-se-ão a pensar em si mesmas

como um conjunto de mecanismos bioquímicos permanentemente vigiado e orientado por uma rede de algoritmos eletrónicos” (Harari, 2021, p. 368) que, como referido anteriormente, pertencem às grandes empresas tecnológicas, as gigantes da IA.

4. Os escândalos associados à Cambridge Analytica enquanto sinal da ascensão do dataísmo

4.1. Fundamentação metodológica e apuramento do caso em estudo

Antes de mais, importa apontar alguns detalhes acerca de questões metodológicas aplicadas nesta dissertação. Esta pesquisa de caráter exploratório consiste, essencialmente, num estudo de caso assente em pesquisa exploratória bibliográfica e documental. Através de uma metodologia de pendor mais qualitativo, será possível não descobrir, mas construir conhecimento (Stake, 1995, p. 99), analisando um caso específico, procurando esmiuçar todas as suas particularidades e a sua complexidade (Stake, 1995, p. 8). As pesquisas exploratórias “têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vista a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses” (Gil, 2008, p. 41), sendo que, em vários casos, este tipo de pesquisas consiste no levantamento bibliográfico e na análise de um exemplo, ou exemplos, que “estimulem a compreensão” (Selltiz et al., 1967, citado por Gil, 2008, p. 41).

O estudo de caso é, segundo Yin (2001), “uma investigação empírica que investiga um fenómeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenómeno e o contexto não estão claramente definidos” (p. 32). Desta forma, será possível atestar a ocorrência dos fenómenos descritos anteriormente, relacionando as particularidades e consequências do caso a uma realidade mais ampla e complexa, sendo que este método “envolve a busca por descobrir aspetos encobertos de um [fenómeno], dar ênfase ao contexto envolvido e

interpretá-lo a partir de vozes consonantes ou mesmo dissonantes (...) permitindo, desta forma, realizar generalizações analíticas” (Rosa, 2013, citado por Bowen, 2009, p. 15, tradução nossa).

O caráter bibliográfico da pesquisa é composto, essencialmente, por material proveniente de livros, artigos científicos e do documentário *The Great Hack* (Amer & Noujaim, 2019)³. Já o caráter documental da pesquisa – que difere da pesquisa bibliográfica na medida em que na pesquisa documental, ao contrário do que acontece na bibliográfica, os documentos em análise ainda não receberam um tratamento analítico (Gil, 2008, p. 45) –, consagra a análise de documentos oficiais, como o Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados.

De forma a aplicar esta metodologia de pesquisa de uma forma realmente eficaz, que permita a compreensão dos fenômenos apontados ao longo da dissertação, é importante apostar no estudo de um caso que tenha produzido documentação relevante, o que, naturalmente, facilitará o acesso a dados de análise suficientes. Assim, escolhemos os escândalos associados à Cambridge Analytica, que, face à distância temporal e ao impacto mundial que tiveram, permitem uma grande segurança e a certeza de que teremos um estudo com a profundidade requerida. Adicionalmente, o caso escolhido permitirá um estudo com uma grande variedade de perspectivas e camadas, uma vez que compreende vários intervenientes, como as gigantes tecnológicas, Donald Trump e a própria Cambridge Analytica (CA). Nesse sentido, será possível estudar o possível impacto dos fenômenos descritos de acordo com diferentes perspectivas, o que permitirá enriquecer o estudo.

³ Todas as referências ao documentário *The Great Hack* foram alvo de traduções nossas.

4.2. A ação infocrática real: a Cambridge Analytica, o Facebook e a interferência em processos democráticos

Em 2010, as eleições em Trindade e Tobago foram palco de um fenômeno até então inédito. A corrida entre dois partidos foi desigual, dado que o *United National Congress* (UNC), partido composto maioritariamente por indianos, teve uma ajuda valiosa para derrotar o *People's National Movement* (PNM), que tradicionalmente conseguia os votos da população negra. Trabalhando com a Cambridge Analytica, os indianos conseguiram vencer as eleições e tudo foi conseguido através do lançamento de uma campanha direcionada ao público mais jovem, a campanha “*Do So!*”, que apelava à população para não votar, num protesto contra o sistema (Amer & Noujaim, 2019).

Alexander Nix, CEO da Cambridge Analytica, confessou que “sabíamos que, quando chegasse a altura de votar, os jovens afro-caribenhos não votariam, porque eles [assumiram a campanha] *Do So!* Mas os jovens indianos fariam o que os pais mandassem, ir votar” (Amer & Noujaim, 2019), o que fez com que o UNC vencesse as eleições e Trindade e Tobago se tornasse num dos primeiros casos em que a Cambridge Analytica terá influenciado os resultados eleitorais, um presságio do que estaria para vir. Este trabalho, entre tantos outros, serviria como campo de treino para outras eleições, com especial destaque para a eleição de Donald Trump como presidente dos EUA em 2016 e a decisão favorável ao Brexit, consumado, finalmente, em 2020, três anos e meio depois do referendo.

Oito anos mais tarde, “em 2018, a Cambridge Analytica foi acusada de vazar dados de milhões de usuários da rede social Facebook” (Oliveira, 2021, p. 24). O escândalo,

divulgado pelo jornal *The Guardian*, “revelou como os dados pessoais de milhões de utilizadores do Facebook foram recolhidos sem o seu consentimento e utilizados para influenciar campanhas políticas” (Rakha, 2023, p. 1, tradução nossa), sendo utilizados para “criar anúncios políticos direcionados durante as eleições presidenciais de 2016 nos EUA” (Mendel & Kitchin, 2022, citado por Rakha, 2023, p. 2, tradução nossa), bem como em outros casos, como o Brexit. Segundo Boldyreva et al. (2018), “dados pessoais são qualquer informação com ligações diretas ou indiretas a uma pessoa” (p. 92, tradução nossa), sendo que na União Europeia (UE), será tido como dados pessoais

qualquer informação relativa a uma pessoa singular identificada ou identificável («pessoa em causa»); é considerado identificável todo aquele que possa ser identificado, [direta] ou [indiretamente], nomeadamente por referência a um número de identificação ou a um ou mais elementos específicos da sua identidade física, fisiológica, psíquica, económica, cultural ou social. (União Europeia, 1995)

A Cambridge Analytica promovia “a sua atividade como uma combinação de análise preditiva, ciência comportamental e tecnologias publicitárias baseadas na recolha de dados. O objetivo desta combinação é formar um público-alvo e usar os dados para persuadir e motivar os eleitores” (The CA advantage, 2018, citado por Boldyreva et al., 2018, p. 95, tradução nossa). Portanto, a Cambridge Analytica fazia uso da psicometria (a produção de perfis de personalidade), de forma a prever o comportamento das pessoas.

Utilizando a psicometria, “ferramenta ideal para o *marketing* psicopolítico” (Han, 2022, p. 26), é possível criar o que é chamado de *microtargeting*, “publicidade personalizada nas redes sociais. À semelhança do comportamento dos consumidores, o comportamento dos votantes é influenciado a nível inconsciente” (Han, 2022, p. 26).

Byung-Chul Han (2022) afirma que “a empresa de análise de dados Cambridge Analytica vangloria-se de possuir psicogramas de todos os cidadãos americanos adultos” (p. 27), o que lhes permitiu, alegadamente, influenciar as eleições presidenciais de 2016, promovendo a vitória de Donald Trump, que podia propagar as suas mensagens, muitas vezes contendo *fake news*, através do que Han (2022) chama de *dark ads*. Os dados pessoais dos cidadãos são utilizados, como referido anteriormente, para treinar algoritmos e melhorar os vários serviços que encontramos no ciberespaço. Contudo, a Cambridge Analytica utilizou-os “para compreender e mais facilmente influenciar os eleitores americanos durante a campanha presidencial de 2016” (Lee, 2019, p. 133).

A Cambridge Analytica é uma empresa que pertencia ao SCL Group e

nasceu de uma parceria entre o SCL Group (também sediado no Reino Unido), o propagandista de extrema-direita norte-americana e antigo editor do Breitbart, Steve Bannon⁴, o bilionário e tecnólogo norte-americano Robert Mercer, e a filha

⁴ Steve Bannon foi conselheiro presidencial de Donald Trump na Casa Branca e liderou o *Project Alamo*, campanha de Donald Trump nas presidenciais de 2016 nos EUA. Presidente executivo do *website* de extrema-direita *Breitbart News* (Smith, 2016), Bannon é também uma figura influente nos círculos da extrema-direita na Europa e um ideólogo populista (Lusa, 2024), sendo “uma das figuras mais mediáticas da direita radical norte-americana” (Reuters & Público, 2024) e possuindo ligações com movimentos como o Ku Klux Klan (Smith, 2016), demonstrando ser um adepto de ideais racistas, xenófobos, antissemitas e misóginos.

de Robert, Rebekah Mercer. O diretor britânico Alexander Nix foi a pessoa-chave que geria os cientistas de dados da [Cambridge Analytica] e procurava ativamente contratos. (Laterza, 2021, p. 129, tradução nossa)

Assim, a “Cambridge Analytica foi fundada em 2013 como subsidiária do SCL Group” (Hernandez, 2023, p. 9, tradução nossa). Ambas as empresas se envolveram em várias campanhas eleitorais, como o caso de Trindade e Tobago, Nigéria e Indonésia, entre outros. Contudo, foram as campanhas de Trump e do Brexit, em 2016, que trouxeram a empresa para a ribalta.

A parceria entre a campanha de Donald Trump e a Cambridge Analytica surge naturalmente, uma vez que Steve Bannon, “vice-presidente da Cambridge Analytica” (Amer & Noujaim, 2019), também “liderou a campanha de Trump” (Amer & Noujaim, 2019), o *Project Alamo*. A Cambridge Analytica, tida por Alexander Nix, CEO da empresa, como “a maior empresa mundial de comunicação por dados” (Amer & Noujaim, 2019), começava a trabalhar com Trump, de acordo com Nix (citado por Amer & Noujaim, 2019), depois de 14 meses ao serviço da campanha de Ted Cruz, um dos candidatos às primárias das eleições dos EUA.

Quando a Cambridge Analytica integrou a campanha Trump, éramos uma proposta aliciante. Tínhamos passado 14 meses a trabalhar na campanha de Ted Cruz e reunimos uma quantidade de dados e pesquisa dos eleitores que pudemos entregar à equipa de Trump. Com centenas de milhares de eleitores dos EUA a responder a este inquérito pudemos elaborar um modelo com cerca

de quatro ou cinco mil pontos de dados com que podemos prever a personalidade de cada adulto dos Estados Unidos. Porque a personalidade determina o comportamento e o comportamento influencia como votamos. Podíamos começar a visar pessoas com conteúdo de vídeo digital muito específico. (...) Se há uma única lição a aprender com o sucedido, é que estas tecnologias podem fazer uma diferença enorme e continuarão a fazê-lo, por muitos anos. (Nix, citado por Amer & Noujaim, 2019)

Assim sendo, Alexander Nix confirma o trabalho realizado pela Cambridge Analytica nas eleições presidenciais de 2016 nos EUA, numa primeira fase com Ted Cruz e, depois, com Donald Trump. Para além disso, confirmou a utilização dos dados dos eleitores para estabelecer perfis de personalidade, de forma a visar pessoas ou grupos de pessoas com *dark ads*, ou anúncios negros, que apenas são visíveis para o alvo pretendido, sendo “visados grupos usando dados de localização, dados comportamentais e informação psicográfica (os perfis psicográficos classificam as pessoas de acordo com os tipos de personalidade com base em dados pessoais)” (Véliz, 2022, p. 137).

No caso das eleições presidenciais de 2016 nos EUA, os *dark ads* eram utilizados nas campanhas digitais da Cambridge Analytica com vários objetivos e dois elementos tornavam estas campanhas “especialmente perigosas. Primeiro, mostravam conteúdos muito distintos a pessoas diferentes, destruindo assim a nossa experiência comum. O conteúdo que estava a ser discutido e escrutinado nas redes não era aquilo que os eleitores reais estavam a ver online” (Véliz, 2022, p. 95), o que significava que duas pessoas não poderiam discutir moderadamente acerca de determinado assunto ou

peessoa, uma vez que tinham uma visão completamente diferente acerca da temática em discussão. “Um segundo elemento que tornava a Cambridge Analytica perigosa era as suas campanhas não parecerem campanhas. Não pareciam ser uma propaganda cuidadosamente concebida. Por vezes, assemelhavam-se a artigos noticiosos” (Véliz, 2022, p. 95), o que fazia com que as mensagens fossem acatadas sem resistência, dado que ninguém desconfiava da origem destas posições polarizadoras. Durante as eleições, “a campanha de Trump de 2016, no seu todo, investiu em grande escala em anúncios direcionados no Facebook: 100 milhões de dólares, de acordo com o diretor digital da campanha Brad Parscale” (Laterza, 2021, p. 140, tradução nossa).

De acordo com Carissa Véliz (2022), “um dos objetivos da Cambridge Analytica era identificar eleitores a que chama «persuadíveis» - aqueles que poderiam ser convencidos ou a absterem-se de votar, ou a votar num candidato em que, caso contrário, poderiam não votar” (pp. 140-141). Atingindo, assim, um grande número de pessoas com mensagens direcionadas e invisíveis para o resto das pessoas, como refere Carole Cadwalladr, ao abordar o referendo do Brexit: “No referendo, a maioria das pessoas tinha opiniões firmes. Mas uma minúscula fração não tinha. Eram os persuadíveis. Tratava-se de encontrar esse pequeno número de pessoas e bombardeá-los com propaganda. Isto era invisível para nós todos” (Amer & Noujaim, 2019).

Cadwalladr (2019) afirmou que uma mulher entrou em contacto consigo e lhe contou

coisas que tinha visto no Facebook. E eu: «que coisas?» Ela disse que eram coisas assustadoras sobre imigração (...). Então, eu tentei encontrá-las, mas não havia lá nada. Porque não há nenhum arquivo para anúncios que as pessoas tenham visto

ou que tenham sido publicadas na sua página do Facebook. Não há rasto de nada. (Cadwalladr, 2019)

E, assim, tudo se torna invisível para as outras pessoas, sendo apenas atingidas as pessoas-alvo, os chamados «persuadíveis». Um dos objetivos da Cambridge Analytica seria “identificar aqueles que poderiam ser seduzidos a votar no seu cliente ou desencorajados a votar no seu oponente” (Isaak & Hanna, 2018, p. 57, tradução nossa). No caso das eleições presidenciais dos EUA em 2016, votos a favor de Trump e contra Hillary Clinton.

As redes sociais e os seus algoritmos criaram um processo em que “os indivíduos entravam, sem se aperceber, em bolhas que os isolavam de enormes quantidades de informação. Apenas ouviam e viam o que gostavam e o *feed* de notícias excluía qualquer coisa que desafiasse as suas crenças pré-existentes” (Curtis, 2016). Com estes anúncios, os indivíduos entram em novas bolhas que previnem a discussão legítima e justa de todo e qualquer tipo de assunto, uma vez que os pontos de vista acerca dos assuntos e/ou pessoas são díspares. É uma lógica de “dividir para conquistar” (Cadwalladr, citado por Amer & Noujaim, 2019), uma lógica, de alguma forma, também abordada por George Orwell (2018):

O poder está em despedaçar as mentes humanas e juntá-las novamente em novas formas da sua própria escolha. Conseguem, então, perceber que tipo de mundo estamos a criar? (...) Um mundo de medo, traição e tormento, um mundo

de espezinhar e ser espezinhado, um mundo que se tornará mais impiedoso à medida que se aperfeiçoa. (p. 269, tradução nossa)

Com as atividades de empresas como a Cambridge Analytica, é possível fragmentar a nossa sociedade, porque

em vez de se apresentarem na praça pública e dizerem o que pensam e depois deixarem que as pessoas venham ouvi-los e tenham essa experiência partilhada sobre qual é a vossa narrativa, estão a sussurrar ao ouvido de cada eleitor e podem estar a sussurrar uma coisa a este eleitor e outra a outro eleitor. Arriscamo-nos a fragmentar a sociedade de tal forma que deixamos de ter experiências partilhadas e de ter uma compreensão partilhada. Se não tivermos uma compreensão partilhada, como poderemos ser uma sociedade funcional? (Wyllie, citado por The Guardian, 2018, tradução nossa)

Portanto, a Cambridge Analytica utilizou os dados pessoais de milhões de pessoas para influenciar os resultados de eleições, fazendo uso de dados recolhidos pelo algoritmo do Facebook que, como já referimos, consegue saber mais sobre alguém do que a própria pessoa, em determinadas áreas.

Somos nós próprios a fornecer os dados pessoais que poderão condenar o futuro das democracias ocidentais, “os nossos dados pessoais estão a ser usados contra nós de maneiras que não compreendemos” (Cadwalladr, citado por Amer & Noujaim, 2019), uma vez que “através da manipulação da informação podemos viciar eleições, inspirar

uma revolta, fomentar um genocídio, virar pessoas umas contra as outras, distorcer as suas realidades até que deixem de conseguir perceber aquilo que é verdade” (Véliz, 2022, p. 91). Estes dados, em parte fornecidos pelas próprias pessoas através das redes sociais, *smartphones*, *smartwatches* e outros aparelhos que registam dados biométricos, foram obtidos pela Cambridge Analytica através de uma aplicação chamada *This Is Your Digital Life*.

Primeiro, os cientistas de dados desenvolveram uma aplicação chamada *This Is Your Digital Life* e conseguiram que 270 mil utilizadores do Facebook a descarregassem. Pagaram a cada pessoa entre um a dois dólares para preencherem um inquérito psicométrico que ajudava os analistas de dados a determinar os seus tipos de personalidade. A aplicação descarregava então todos os dados dos utilizadores do Facebook para encontrar correlações entre, por exemplo, os traços de personalidade e os «gostos». (...) Lamentavelmente, a aplicação da Cambridge Analytica também descarregava dados dos amigos dos participantes do Facebook sem o conhecimento nem o consentimento destes últimos. (Véliz, 2022, p. 91)

Segundo Graham-Harrison e Cadwalladr (2018, citado por Oliveira, 2021), “os dados foram coletados pelo professor Aleksandr Kogan [num] teste de personalidade, (...) [e] incluíam informações pessoais sobre gostos, hábitos, profissão, localização, entre outros” (pp. 25-26), reunindo dados de utilizadores do Facebook que “responderam ao *quiz* e dos seus amigos. Esta informação foi depois partilhada com a Cambridge

Analytica, que a usou para construir detalhados perfis de eleitores e criar anúncios políticos direcionados para as eleições presidenciais dos EUA em 2016” (Rakha, 2023, p. 4, tradução nossa).

A história deste método de recolha de dados nasceu em 2013, no mesmo ano em que nasceu a Cambridge Analytica, quando “o cientista de dados Aleksandr Kogan e vários outros cientistas ligados à Universidade de Cambridge criaram uma empresa chamada «Global Market Research» num esforço para comercializar uma aplicação conhecida como «thisisyourlife»” (Hernandez, 2023, p. 8, tradução nossa).

Os investigadores da Universidade de Cambridge “analisaram os resultados de voluntários que responderam a um teste de personalidade no Facebook para avaliar o seu perfil «OCEAN» (*openness, conscientiousness, extraversion, agreeableness, and neuroticism*) e correlacionaram-no com a sua atividade no Facebook (gostos e partilhas)” (Isaak & Hanna, 2018, p. 57, tradução nossa), o que demonstrou a possibilidade e exequibilidade de aplicar um método semelhante para garantir a recolha de dados de um grande número de pessoas e a Cambridge Analytica compreendeu o potencial desta estratégia.

A Cambridge Analytica apercebeu-se de que podia integrar esta informação com uma série de dados de plataformas de *media* sociais, *browsers*, compras *online*, resultados de votações e muito mais para construir «mais de 5.000 pontos de dados sobre 230 milhões de adultos norte-americanos». Ao juntar a análise OCEAN aos outros dados privados e públicos adquiridos, a Cambridge Analytica desenvolveu a capacidade de «*micro-target*» [atingir diretamente]

consumidores individuais ou eleitores com mensagens com maior probabilidade de influenciar o seu comportamento. A análise OCEAN foi combinada com um grande número de mensagens direcionadas no «Project Alamo», que foi utilizado na campanha eleitoral do Presidente Trump. (Isaak & Hanna, 2018, p. 57, tradução nossa)

Assim, começa a ser construída a ferramenta que poderia garantir uma resposta aos desejos de Steve Bannon, que “era diretor da Breitbart. Ele seguia uma ideia da doutrina da Breitbart: se queremos mudar fundamentalmente a sociedade, temos de a destroçar primeiro. Só quando a destroçarmos é que a poderemos refazer à nossa imagem de nova sociedade” (Wyllie, citado por Amer & Noujaim, 2019). A Cambridge Analytica podia, assim, criar a arma “que Steve Bannon queria (...) para travar a sua guerra cultural” (Wyllie, citado por The Guardian, 2018, tradução nossa).

Christopher Wyllie (citado por Amer & Noujaim, 2019) afirma que a Cambridge Analytica procurou ajuda junto de professores da Universidade de Cambridge e que o professor Aleksandr Kogan lhes ofereceu “aplicações no Facebook com permissões especiais para recolher informação, não só da pessoa que usava a aplicação, mas que também entravam na rede completa de amigos dessa pessoa e recolhia os dados dos amigos todos”. Portanto, recolhiam os dados de pessoas sem que estas percebessem que essa recolha estava a acontecer.

Segundo o *whistleblower* Chris Wyllie (citado por Amer & Noujaim, 2019), que trabalhou para a Cambridge Analytica, “só tínhamos de sondar algumas centenas de milhares de pessoas para construir um perfil psicológico de cada eleitor em todos os

Estados Unidos [da América]” (Amer & Noujaim, 2019). Então, de acordo com o The New York Times (2018, tradução nossa), “a CA fez um parceria com um académico do Reino Unido, Aleksandr Kogan, que estava a utilizar dados do Facebook para fins de investigação”.

A estratégia consistia no envio de questionários para avaliar determinados traços de personalidade, de forma a criar um perfil psicométrico dos eleitores, cruzando os dados obtidos através do questionário e os dados das contas de Facebook dos utilizadores, dado que “para responder ao questionário, era necessário entrar no Facebook” (The New York Times, 2018, tradução nossa).

Foram enviados questionários a cerca de 300.000 americanos. Pareciam inócuos - mais de 100 traços de personalidade com os quais concordar ou discordar. E pagavam-lhe menos de 5 dólares. (...) Kogan combinou os resultados do questionário com os seus dados do Facebook para desenvolver um modelo psicométrico, uma espécie de perfil de personalidade. Depois, combinou-os com os registos dos eleitores e enviou-os para a Cambridge Analytica. (...) Mas Kogan e a CA não se ficaram por aqui. A sua aplicação também recolheu os dados pessoais dos seus amigos do Facebook e compilou perfis semelhantes dos mesmos. Em apenas alguns meses, 270.000 pessoas responderam ao inquérito de Kogan e os dados de 87 milhões de amigos também foram recolhidos - cerca de um quarto de todos os utilizadores do Facebook nos EUA. A CA usou esses dados para direccionar mensagens políticas a pessoas, talvez a si. A CA afirmou

que este direcionamento ajudou a estratégia da campanha de Trump, mas a campanha contesta este facto. (The New York Times, 2018, tradução nossa)

A campanha de Trump negou que o trabalho realizado pela Cambridge Analytica tenha desempenhado um papel significativo no resultado das eleições que elegeram Donald Trump como presidente dos EUA. Esta posição é partilhada por outros autores, como Karpf (2017, citado por Richterich, 2018, p. 537) e Gonzalez (2017, citado por Richterich, 2018, p. 537), que põem em causa a influência das ações da Cambridge Analytica, afirmando que “embora as estratégias de recolha de dados e de marketing da empresa sejam amplamente condenadas como imorais, é, no entanto, discutível se os seus métodos eram de facto eficazes” (Richterich, 2018, p. 537, tradução nossa). Também Robert J. González (citado por Laterza, 2021) mostra algum “ceticismo quanto à possibilidade de a Big Data ter desempenhado um papel decisivo na eleição de Trump. Neste ponto, junta-se a um coro de outros académicos e intelectuais públicos que rejeitaram essa possibilidade” (p. 122, tradução nossa).

No entanto, também podemos ler que

os eleitores comuns começam a sentir que os mecanismos democráticos já não os capacitam. O mundo à volta está a mudar e não conseguem perceber nem como nem porquê. O poder está a fugir-lhes das mãos e, ainda não sabem para onde é que se transferiu. No Reino Unido, pensam que o poder passou para a União Europeia e então votam a favor do Brexit. Os eleitores norte-americanos pensam que o poder é monopolizado pelo «sistema» e então apoiam candidatos

antissistema como Bernie Sanders ou Donald Trump. A triste realidade é que ninguém sabe para onde foi o poder. (Harari, 2021, p. 419)

A velocidade e dimensão do ininterrupto fluxo de dados não permite que ninguém consiga compreender onde está o poder. Para além disto, várias campanhas, como a do Brexit e a de Donald Trump, “usam o medo como um modo de dramatizar um mundo onde tudo (...) se tornou um evento de risco. E aquilo que tinha sido visto como campanhas condenadas à margem da sociedade que nunca poderiam ganhar, tornaram-se assustadoramente reais” (Curtis, 2016).

É neste contexto, em que a verdade é ilusória, que a Cambridge Analytica terá aproveitado a oportunidade para mostrar qual era/é o poder dos dados, com ou sem efeitos. No final de contas, o principal foco não será apenas perceber se as ações da Cambridge Analytica, aproveitando “o poder do Big Data e da psicografia eleitoral” (Grasseger & Krogerus, 2017, citado por Richterich, 2018, p. 535, tradução nossa), foram realmente eficazes e exerceram influência nas eleições de 2016 nos EUA e no referendo do Brexit. “Nix afirmou que, ao combinar a ciência comportamental, nomeadamente o modelo Big Five/OCEAN, a análise de grandes volumes de dados e mensagens publicitárias políticas direcionadas, a [Cambridge Analytica] conseguiu orientar os resultados eleitorais” (Richterich, 2018, p. 535, tradução nossa). Perante isto, o mais relevante é, independentemente do desfecho, perceber a intenção com que as ações foram realizadas pela organização e que continuam a acontecer com empresas semelhantes.

Segundo Coutinho (2023), “a mudança tem estado a ocorrer enquanto as democracias se vão degradando e a tecnologia vai acelerando. As eleições que elegeram Trump, Bolsonaro e o Sim no Brexit são já demonstradas derrotas democráticas em favor do novo regime infocrático” (p. 196), um regime em que a informação se sobrepõe à liberdade.

É discutível se as ações da Cambridge Analytica foram efetivamente eficazes, mas “se pensarmos em quantas eleições são ganhas por um número de votos assustadoramente escasso, 340 mil votos parecem ser mais do que suficientes para mudar o curso de uma eleição” (Véliz, p. 140). David Carroll (citado por Amer & Noujaim, 2019) concorda que “o modelo deles pode afetar uma população. Nem que seja uma réstia da população, porque nos Estados Unidos, apenas 70 mil eleitores em três estados decidiram as eleições”. Vito Laterza (2021) confirma, referindo que “Trump ganhou por causa de 80.000 votos em Michigan, Pensilvânia e Wisconsin. Isso deu-lhe delegados suficientes para ganhar a eleição, apesar de ter ficado atrás de Clinton por quase 3 milhões de votos na contagem nacional. Dois desses três estados (Michigan e Pensilvânia) foram visados pela [Cambridge Analytica]” (p. 139, tradução nossa). Segundo Carissa Véliz (2022), “mesmo que seja incerto a que ponto essa e outras entidades semelhantes tiveram sucesso a influenciar as eleições, é perfeitamente evidente que a intenção da Cambridge Analytica era anular a democracia” (p. 145).

A incerteza quanto ao facto de as práticas de dados da [Cambridge Analytica] serem ou não tão eficazes como a empresa alegou inicialmente estava enraizada num discurso de longa data de ‘big data’ como o «santo graal do conhecimento

comportamental» (van Dijck, 2014, p. 199). (...) De acordo com van Dijck (2014), o fenómeno dos grandes volumes de dados facilitou a ideologia do dataísmo «(...) como crença num novo padrão-ouro de conhecimento sobre o comportamento humano» (p. 198). (Richterich, 2018, pp. 532-533, tradução nossa)

Aleksandr Kogan defende que a Cambridge Analytica tentou vender algo como magia, “a empresa afirmava que isto era incrivelmente exato e que dizia tudo o que havia para dizer sobre nós, mas a realidade é que não é assim. Se realmente analisarmos as estatísticas (...) essas afirmações caem rapidamente por terra” (Weaver, 2018, citado por Richterich, 2018, p. 536, tradução nossa). Também Mark Zuckerberg (citado por Zuboff, 2020) rejeita que este tipo de estratégia tenha sido sucedida e disse mesmo “que era uma «loucura» pensar que as fake news tivessem influenciado os resultados eleitorais” (p. 569). “Houve políticos europeus e americanos que acusaram a Google e o Facebook de fazerem lucros com o ódio e de estarem a enfraquecer a democracia através de uma informação corrupta” (Zuboff, 2020, p. 569), mas tanto o Facebook e a Google deram poucos indícios de que estariam interessados em realizar algumas mudanças nas suas políticas.

Mark Zuckerberg assume uma visão dataísta, considerando o Facebook “como a solução para a terceira modernidade. Imagina uma ordem instrumentarista totalizadora – a que chama a nova *igreja* global – que conectará as pessoas que existem no mundo a «alguma coisa maior que nós mesmos»” (Zuboff, 2020, p. 574). Movido pela sua visão “de religar os seres humanos uns aos outros” (Harari, 2022, p. 112-113), Zuckerberg poderá desempenhar, de acordo com Harari (2022), um papel importante no futuro, dado que

“a visão comunitária do Facebook talvez seja a primeira tentativa explícita de, com planeamento centralizado, usar inteligência artificial a uma escala global para fazer engenharia social” (p. 113).

Como Pentland, Zuckerberg também imagina uma inteligência de máquinas capaz de identificar riscos que ninguém tivesse previsto em absoluto, como o planeamento de atentados terroristas através de canais privados, ou o *bullying* exercido por algumas pessoas sobre uma outra, demasiado aterrorizada para as denunciar por sua iniciativa, entre outros problemas tanto locais como globais. (Zuboff, 2020, p. 574)

O problema é que o mesmo Facebook desempenhou um papel muito importante na estratégia da Cambridge Analytica e da campanha de Donald Trump, sendo uma ferramenta fulcral para que, numa primeira fase, a recolha de dados pudesse acontecer e para, numa segunda fase, as mensagens atingissem o seu público-alvo. Christopher Wyllie considera que é “incorreto chamar à Cambridge Analytica apenas uma empresa de análise de dados ou algoritmos. É uma máquina de propaganda” (Amer & Noujaim, 2019) e o Facebook é uma das ferramentas mais importantes nesse processo, uma vez que “cerca de 87 milhões de utilizadores do Facebook viram os seus dados analisados para objetivos políticos pela empresa Cambridge Analytica” (Véliz, 2022, p. 25) e, depois, o mesmo Facebook foi utilizado como plataforma para expor os eleitores às mensagens políticas da campanha de Donald Trump.

“Com toda essa informação, a Cambridge Analytica construiu uma ferramenta de guerra psicológica para influenciar a política em todo o mundo – uma demonstração exemplar de como o conhecimento é poder” (Véliz, p. 92). Mas esta não foi a única vez que o Facebook esteve envolvido em partilhas indevidas de informações dos seus utilizadores.

Em 2018, os dados pessoais de 14 milhões de contas foram roubados num ato de pirataria. Durante anos, o Facebook permitiu que o motor de busca Bing, da Microsoft, visse os amigos dos utilizadores do Facebook sem o seu consentimento e deu à Netflix e à Spotify a capacidade de ler e mesmo de apagar as mensagens «privadas» dos utilizadores do Facebook. Em 2015, começou a armazenar todas as mensagens de texto e chamadas dos utilizadores da Android, sem pedir a sua autorização. (Véliz, 2022, pp. 25-26)

A verdade é que, apesar de parecer uma rede social inofensiva à primeira vista, a verdadeira atividade do Facebook “é o tráfico de influência através de dados pessoais. (...) Está disposto a tudo para lhe arrancar o maior número de dados possível com o mínimo de fricção, que venderá aos anunciantes para que estes possam conquistar a sua atenção” (Véliz, 2022, p. 26) e a prova disso é que já foram multados “em cinco mil milhões de dólares nos Estados Unidos pelas numerosas violações de privacidade e em 500 mil libras no Reino Unido, por causa do escândalo da Cambridge Analytica” (Véliz, 2022, p. 130).

De acordo com Wong et al. (citado por Richterich, 2018), a recolha de dados através da aplicação desenvolvida por Kogan apenas “foi possível devido aos termos de serviço do Facebook anteriores a 2014” (p. 529, tradução nossa), mas a verdade é que os dados tidos como recolhidos para fins académicos foram utilizados pela Cambridge Analytica até que a aplicação *This Is Your Digital Life* foi banida em 2018 (Stahl, 2018, citado por Richterich, 2018, p. 529, tradução nossa). O Facebook não pode, por outro lado, ser responsabilizado como fonte exclusiva de dados para a estratégia adotada pela Cambridge Analytica, uma vez que “estes dados não provinham apenas do Facebook, mas também do recenseamento nacional, dos registos de crédito e de tudo o que a [Cambridge Analytica] pudesse deitar a mão” (Laterza, 2021, p. 133, tradução nossa). O problema é que,

de acordo com uma investigação amplamente popularizada [efetuada] por Youyou, Kosinski e Stillwell, os modelos informáticos baseados nos “gostos” do Facebook eram melhores do que amigos, familiares, cônjuges e colegas de trabalho na avaliação dos traços de personalidade de alguém. Entre outras coisas, a CA alegadamente desenvolveu mensagens de campanha para os seus clientes americanos com base neste corpo de investigação, com base na suposição de que tais mensagens eram capazes de alterar o comportamento de voto do alvo. (Laterza, 2021, p. 134, tradução nossa)

Portanto, o Facebook acabava por estar envolvido em, pelo menos, dois dos três elementos que a Cambridge Analytica combinava para criar a sua receita mágica, sendo

estes a “ciência comportamental, análise de *big data* e segmentação de anúncios. Um processo designado por marketing psicométrico” (Hernandez, 2023, pp. 10-11, tradução nossa).

Enquanto se poderia tentar ilibar, em parte, das suas responsabilidades na recolha de dados utilizados para fins ilegais e altamente prejudiciais para a democracia, a empresa não se pode ilibar da responsabilidade de não prevenir, através de controlo, a difusão de mensagens com um objetivo de fragmentar a esfera pública. No documentário *Hypernormalisation*, Adam Curtis (2016) explora a forma como, a certo ponto,

a Inteligência Artificial mudou de direção e criou novos sistemas que (...) funcionavam através da monitorização de indivíduos, recolhendo grandes quantidades de dados sobre o seu comportamento passado e, em seguida, procuravam padrões e correlações a partir dos quais podiam prever o que iriam querer no futuro (...) e como se iriam comportar. (Curtis, 2016)

A previsão de comportamento, realizada a partir de grandes volumes de dados, é precisamente o que a Cambridge Analytica fez. Contudo, a organização não se ficou por aqui, procurando, para além de prever, alterar o comportamento dos eleitores.

O Facebook, cuja “presente declaração de missão (...) é «dar às pessoas o poder de construir uma comunidade e aproximar mais o mundo»” (Véliz, 2022, p. 25), acaba por se tornar parte de uma máquina que entrou na mente de pessoas de praticamente todo o mundo, pirateou o sistema político e permitiu a construção das “campanhas políticas

mais personalizadas da História, com consequências desastrosas” (Véliz, 2022, p. 93). As mesmas plataformas que foram desenvolvidas com o intuito de “nos aproximar foram transformadas em armas. É impossível apurar a verdade, porque acontece nas mesmas plataformas em que falamos com amigos e partilhamos fotos de bebês. Nada é o que parece” (Cadwalladr, citado por Amer & Noujaim, 2019).

Carole Cadwalladr (citado por Amer & Noujaim, 2019) defende que hoje “não é possível termos eleições livres e justas neste país [no caso, no Reino Unido, mas aplica-se a muitos outros]. É por causa do Facebook que não é possível. Por causa das gigantes tecnológicas que ainda não são reguladas. Parece algo apocalíptico. Mas sente-se que estamos a entrar numa nova era”. Nesta nova era, abre-se espaço para o crescimento dos regimes autoritários e líderes políticos com ideais mais extremistas, como Trump, Bolsonaro ou a campanha Leave.EU.

Vemos que os governos autoritários estão a subir ao poder. Todos eles usam esta política de ódio e medo no Facebook. Vejam o Brasil. Um extremista de direita foi eleito. Agora, sabemos que o WhatsApp, que pertence ao Facebook, foi claramente utilizado para espalhar notícias falsas lá. Vejam o que aconteceu em Myanmar. Há provas de que o Facebook foi utilizado para incitar o ódio racial que causou um genocídio. Também sabemos que o governo russo usou as ferramentas do Facebook nos EUA. Está provado que os serviços secretos russos criaram memes falsos do Black Lives Matter. Quando as pessoas clicavam neles, eram direcionadas para páginas nas quais eram convidadas a ir a protestos organizados pelo governo russo. Ao mesmo tempo, criavam páginas que visavam

grupos adversários como o Blue Lives Matter. Tratava-se de ativar o medo e o ódio para instigar o país contra ele mesmo. (Cadwalladr, citado por Amer & Noujaim, 2019)

Mais uma vez, o Facebook, mesmo que através de outras aplicações, como o WhatsApp, está envolvido na partilha de anúncios direcionados ou de informação que instiga manifestações. De acordo com Julian Wheatland, Ex-COO/CFO da Cambridge Analytica/SCL, “Alexander Nix quis muito orientar os negócios para o ramo das eleições. Então, a campanha de Obama teve muito êxito com o uso de dados e comunicação digital, o que criou uma oportunidade de mercado para fornecer um serviço à política dos republicanos nos EUA” (Wheatland, citado por Amer & Noujaim, 2019), mas a ligação entre a campanha de Donald Trump e a Cambridge Analytica apenas aconteceu depois do trabalho desta organização no referendo do Brexit. Também neste caso, o Facebook exerceu um grande papel, configurando-se como a plataforma ideal para realizar uma campanha de anúncios assentes em informações falsas. Assim, o Brexit serviu de uma espécie de campo de treino para o que seria a campanha de Donald Trump, alguns meses mais tarde.

Quando comecei a investigar o emaranhado de ligações entre a Cambridge Analytica e o Brexit, enviei um email a Andy Wigmore, um associado de Nigel Farage (...) figura central na campanha do Brexit. (...) ele acabou por me contar todos os pormenores. (...) E eu: «Como correu a apresentação à Cambridge Analytica?» e ele disse: «Sabes, porque o Nigel é amigo do Steve Bannon». (...)

Steve Bannon liderou a campanha de Trump. Também é o vice presidente da Cambridge Analytica. E ele diz: «Há uma carrada de milionários nos EUA, temos todos os mesmos objetivos e o Brexit foi a incubadora para Trump.» (Cadwalladr, citado por Amer & Noujaim, 2019)

Portanto, antes de trabalhar nas eleições presidenciais dos EUA, a Cambridge Analytica já havia exercido a alegada influência no referendo do Brexit. Durante uma TedTalk, Carole Cadwalladr descreveu o que encontrou em Ebbw Vale, uma cidade do País de Gales no dia após o referendo do Brexit, que ditou a saída do Reino Unido da União Europeia. Aquela “era uma das zonas do país com maior proporção de votos para «Sair». 62% das pessoas votaram para sair da União Europeia” (Cadwalladr, 2019).

A jornalista encontrou uma unidade de ensino contínuo de 33 milhões de libras, um novo centro desportivo enquadrado num projeto de recuperação de 350 milhões de libras, um novo projeto de melhoramento rodoviário de 77 milhões de libras, uma nova linha de comboios e uma nova estação... tudo financiado pela União Europeia. Contudo, quando questionou um jovem, ele referiu que a União Europeia não tinha feito nada por ele e, tal como ele, muitas pessoas referiam o mesmo. Queriam recuperar o controlo, uma vez que sentiam que os imigrantes e refugiados os saturavam. Mas ao passar nas ruas daquela cidade, não se via um imigrante, tendo a cidade um dos índices de imigração mais baixos do país (Cadwalladr, 2019). O que acontecia era que, através do Facebook, eram disseminados anúncios direcionados aos eleitores tidos como persuadíveis.

Todo este referendo ocorreu na escuridão, porque ocorreu no Facebook. E o que acontece no Facebook, fica no Facebook, porque só nós vemos a nossa página e depois ela desaparece. É impossível pesquisar o que quer que seja. Não fazemos ideia de quem viu tais anúncios, nem que impacto tiveram. Nem que informações foram usadas para escolher o público-alvo. Nem sequer quem pôs esses anúncios, nem quanto dinheiro foi gasto, nem que nacionalidade era. Mas o Facebook sabe. O Facebook tem as respostas e recusou-se a dar-nos essas respostas. (Cadwalladr, 2019)

Imbuídos pelo espírito das mensagens que recebiam no Facebook acerca de imigração, “o sonho dos *brexiteers* é tornar a Grã-Bretanha uma potência independente, como se ainda vivessem no tempo da rainha Vitória e como se o «maravilhoso isolamento» fosse uma política viável na era da Internet e do aquecimento global” (Harari, 2022, p. 35). Mais uma vez, a organização responsável por trás destes anúncios micro-direcionados era a Cambridge Analytica ou, pelo menos, associados desta empresa. “Foi esta a companhia que ajudou Trump a ganhar a presidência dos Estados Unidos e a campanha Leave do referendo do Brexit (através de uma firma associada, a AIQ); uma empresa que parece ter mantido laços estreitos com a Rússia” (Véliz, 2022, p. 96).

Portanto, percebemos que, para além de ser a Cambridge Analytica e empresas associadas a aplicar este tipo de estratégia nas campanhas políticas, também poderá haver influência russa em todos estes processos, ainda que de forma indireta. Com o estalar do escândalo em 2018, a Cambridge Analytica fechou portas. Apenas “dois

meses depois de ter sido revelado que [a Cambridge Analytica] tentara influenciar campanhas políticas por todo o mundo através do uso de dados pessoais para obter o perfil e influenciar os eleitores, a firma declarou insolvência e teve de encerrar” (Véliz, 2022, p. 130). Contudo, um precedente foi aberto e o problema é muito maior que a Cambridge Analytica. Como refere Julian Wheatland (citado por Amer & Noujaim, 2019), toda esta situação não se refere apenas a uma empresa, mas a uma tecnologia que é “imparável e vai continuar. (...) Em certos aspetos, sinto que, por causa da velocidade a que esta tecnologia avança, porque as pessoas não a compreendem e porque há muita preocupação em relação a ela, haveria sempre uma Cambridge Analytica”. Sabemos hoje que

a Cambridge Analytica fechou as portas, mas muitas das pessoas que a integravam foram fundar novas companhias de dados. A AggregatIQ, a firma política canadiana que esteve envolvida no Brexit e que, segundo o denunciante Christopher Wylie e provas citadas pelo Gabinete do Comissário de Informação do Reino Unido, tinha relações estreitas com a SLC (a companhia-irmã da Cambridge Analytica), continua de pé. (...) Em 2018, a Tactical Tech, uma organização não-governamental sediada em Berlim, identificara mais de 300 entidades em todo o mundo que trabalhavam com partidos políticos através de campanhas geradas por dados. (...) apesar de a Cambridge Analytica ter desaparecido, as nossas democracias continuam em perigo. (Véliz, 2022, pp. 96-97)

É importante que as pessoas compreendam que “o poder da Cambridge Analytica tinha origem nos nossos dados. O poder de outros agentes malévolos deriva em parte dos nossos dados. O poder das gigantes tecnológicas resulta dos nossos dados” (Véliz, 2022, p. 97) e, portanto, hoje “os dados são o bem mais valioso do mundo. E estas empresas são valiosas porque têm estado a explorar os bens das pessoas (Kaiser, citado por Amer & Noujaim, 2019).

Assim sendo, é necessário criar novas leis que protejam os cidadãos e que assumam os dados pessoais como propriedade, como os novos direitos humanos ou, pelo menos, como parte dos direitos humanos de cada indivíduo. Assumir os dados pessoais como propriedade será a melhor forma de proceder, uma vez que “o valor exclusivo da Google e do Facebook deve-se a possuírem e utilizarem os dados pessoais das pessoas de todo o mundo” (Kaiser, citado por Amer & Noujaim, 2019). Para além dos nossos dados, estas empresas fazem uso do excedente comportamental e, apesar de o Facebook ter adotado uma postura diferente após os escândalos associados à Cambridge Analytica, ainda teremos de percorrer um longo caminho até à transparência total das gigantes tecnológicas.

Após o escândalo da Cambridge Analytica em março de 2018, o Facebook anunciou que ampliaria o volume dos dados pessoais disponíveis para download para os utilizadores, mas estas novas fronteiras caem, também elas, por completo no interior do primeiro texto, que se compõe sobretudo da informação proporcionada pelos próprios utilizadores, incluindo ainda dados que eles apagaram: amigos, fotografias, vídeos, anúncios sobre os quais clicaram, *pokes*,

posts, localizações, e assim por diante. Estes dados nada incluem que tenha relação com o excedente comportamental, com os produtos preditivos ou o destino das predições quando são utilizadas, compradas e vendidas em vista da modificação comportamental. Quando descarregamos a nossa «informação pessoal», podemos aceder ao palco, mas não aos bastidores: vemos o pano, mas não o feiticeiro que está atrás dele. (Zuboff, 2020, p. 536)

Para Véliz (2022), “a única forma de recuperarmos o controlo da nossa autonomia, da nossa capacidade de autogovernação, é reclamando a nossa privacidade” (p. 98), reclamando os nossos direitos fundamentais. Brittany Kaiser (citado por Amer & Noujaim, 2019), por seu lado, acredita que “o Facebook devia pagar os dados pessoais aos dois mil milhões de utilizadores. As grandes empresas informáticas evoluem para cleptocracias digitais”.

É urgente e de extrema importância a criação de leis que protejam os cidadãos das ações invasivas das gigantes tecnológicas, uma vez que os nossos dados podem ser utilizados para fins comerciais, mas também para fins políticos, prejudicando os indivíduos e as sociedades democráticas, pondo em causa a liberdade e legitimidade das eleições.

4.3. Posicionamentos e reação democrática: o caso da União Europeia

Os escândalos associados à Cambridge Analytica, encabeçados, naturalmente, pelas eleições presidenciais de 2016 nos Estados Unidos da América e pelo referendo

do Brexit, provocaram várias discussões ao redor de todo o mundo acerca de estratégias para proteger os cidadãos e a democracia. De acordo com Véliz (2022), “a era digital, até aqui, tem sido caracterizada por instituições que fazem tudo o que podem com os nossos dados, ultrapassando sem escrúpulos o nosso consentimento sempre que pensam que podem escapar, fazendo-nos, e obrigando-nos a fazer, aquilo que querem” (p. 88).

A verdade é que se as ações das gigantes tecnológicas tivessem lugar “no mundo offline, esse tipo de comportamento seria designado como roubo e coerção. O facto de não ser assim designado no mundo online é mais um testemunho do poder da tecnologia sobre as narrativas” (Véliz, 2022, p. 88). As novas tecnologias e os novos ambientes digitalizados, aliados a uma visão dataísta, têm um grande potencial positivo, mas, “embora a extração de dados possa proporcionar conhecimentos e benefícios valiosos em áreas como os cuidados de saúde, o marketing e as finanças, também suscita preocupações éticas” (Rakha, 2023, p. 5, tradução nossa).

Como abordado no final do subcapítulo anterior, a Cambridge Analytica fechou portas, mas escancarou a entrada para um novo mundo com inúmeras possibilidades. Tal como no caso da Hidra de Lerna, foi cortada uma cabeça (Cambridge Analytica), mas nasceram duas (ou mais) no seu lugar. Ainda em 2018, antigos intervenientes no trabalho realizado pela Cambridge Analytica “organizaram uma nova empresa de consultoria com o nome de Data Propria [que] presta praticamente o mesmo serviço que a Cambridge Analytica e inclui a conceção do perfil psicológico do eleitorado com base em dados das redes sociais” (Boldyreva et al., 2018, p. 98, tradução nossa). Infelizmente, este não é o único caso, uma vez que, segundo Hernandez (2023),

embora a empresa e o SCL Group tenham sido encerrados, grande parte do seu pessoal continuou a formar novos projetos de natureza semelhante. (...) Alexander Nix, cofundador, fundou a Emerdata, uma empresa com exatamente as mesmas táticas e missão da Cambridge Analytica. Ele seria CEO da Emerdata em janeiro de 2018, mas demitiu-se em março. A Emerdata ainda está ativa. Mark Turnbull (...) trabalha atualmente para a Auspex International. A Auspex é composta por antigos funcionários da CA e opera no Médio Oriente e em África. (...) a Cambridge Analytica pode ter caído, mas o seu pessoal simplesmente mudou de marca e continuou o seu trabalho sob nomes diferentes. (p. 21-22, tradução nossa)

Assim, o fim da Cambridge Analytica está longe de ser uma vitória, dado que estes escândalos representam a inauguração de uma nova era, era em que os dados, a informação e o *big data* são utilizados para tentar garantir que eleições à partida democráticas não tenham um desfecho incerto.

De acordo com a visão dataísta, a incerteza será substituída pela previsão, mas empresas como a Cambridge Analytica não só realizam previsões, como alteram e controlam o desfecho dos processos democráticos, o que se revela, no mínimo, algo paradoxal. As ações da Cambridge Analytica não são um caso isolado e as gigantes tecnológicas, como Facebook e Google, também desempenham atividades semelhantes na luta pela nossa atenção, respondendo às necessidades dos consumidores, mas moldando-as também. “Ora, se os gigantes da Internet satisfazem

os caprichos de eleitores e consumidores, mas também os moldam, então quem controla realmente quem?” (Harari, 2024, p. 277)

Para proteger os cidadãos da utilização descontrolada dos seus dados, é apontada frequentemente a necessidade de apostar em legislação, “desenvolvendo uma base legislativa que permita ajudar a restringir significativamente o funcionamento de empresas como a Cambridge Analytica e excluir a possibilidade de utilização descontrolada de dados pessoais nas redes sociais a nível mundial” (Boldyreva et al., 2018, p. 99, tradução nossa). Para que a legislação seja eficaz, deverá obedecer a determinados princípios.

De acordo com Isaak e Hanna (2018), “qualquer legislação sobre privacidade e proteção de dados deve incluir os seguintes princípios, com base na futura declaração «Personal Privacy, Awareness and Control» do IEEE-USA” (p. 58, tradução nossa): **transparência pública e informação aberta aos utilizadores**, uma vez que o “público deve poder conhecer os tipos de dados recolhidos por qualquer *website* ou outro meio eletrónico, os dados que são conservados, a forma como são utilizados e o que é partilhado com terceiros (direta ou indiretamente)” (p. 58); **controlo**, sendo que “os pedidos de «não seguir» dos utilizadores devem ser respeitados (...). Os utilizadores devem optar explicitamente por cada componente de dados específico a ser retido” (p. 58). Para além disso, “o consentimento dos utilizadores (...) não deve ser interpretado como extensivo a informações sobre os seus «amigos» ou «contactos»” (p. 58); e **notificação**, dado que “os utilizadores devem ser direta e prontamente informados da perda ou utilização indevida das suas informações privadas por qualquer organização que recolha ou armazene essas informações” (p. 58). Adicionalmente, os utilizadores

devem ter **o direito de saber o que originou as violações** e quem são os responsáveis por tais violações de privacidade (p. 58).

É esperada uma resistência por parte das organizações, uma vez que

a estratégia das gigantes tecnológicas tem sido fazer o que lhes apetece até encontrarem resistência. Assim que encontram resistência, as gigantes tecnológicas em geral tentam ignorá-la. Quando isso não resulta, tentam seduzir as pessoas com ofertas suplementares e esgotar os seus críticos com intermináveis palavras ocas. Apenas quando a resistência é persistente é que as gigantes tecnológicas dão um passo atrás e, geralmente, depois de terem dado muitos passos em frente. O que esperam com este ciclo, defende Shoshana Zuboff, é que nos vamos acostumando a aceitar condições com as quais nunca teríamos concordado se nos tivessem sido apresentadas logo à partida. (Véliz, 2022, pp. 175-176)

O que quer dizer que, apesar de existir uma resistência por parte das organizações, especialmente das designadas gigantes tecnológicas, é importante assumir uma posição forte e não ceder à pressão exercida por estas. Antes de avançarmos com a introdução de leis que nasceram antes e depois dos escândalos associados à Cambridge Analytica, é importante referir que não estamos a discutir apenas grandes mudanças no funcionamento do ciberespaço, uma vez que também pequenas mudanças poderiam/poderão ter um grande impacto na proteção dos direitos dos cidadãos, tais

como a alteração do modo como são introduzidas as permissões, sempre que acedemos a um determinado *website*.

Tal como no filme *The Matrix* (Wachowski & Wachowski, 1999), em que Neo é obrigado a comer bolachas (ou *cookies*) antes de dialogar com o Oráculo, nós somos, de certa forma, obrigados a aceitar os *cookies* dos *websites*.

Qualquer pessoa que alguma vez tenha utilizado a internet sabe que o atual sistema de «permitir» a recolha de dados é deficiente. Coloca uma carga demasiadamente pesada sobre os cidadãos. Não só é aborrecido ter de clicar, por vezes, em dezenas de opções para rejeitar a recolha de dados; quando dizemos «não» aos cookies, somos castigados, tendo de passar pelo mesmo processo de cada vez que utilizamos esse site. (...) As pessoas deveriam ter de optar pelo «sim» para a recolha de dados e não optar pelo «não». (Véliz, 2022, p. 177)

Portanto, não é apenas necessário aplicar grandes mudanças, mas também apostar em pequenas alterações que podem fazer uma grande diferença. Também Shoshana Zuboff (2020) aborda o que chama de contratos «click-wrap» (ou contratos “clica-e-adeere”), considerando que as pessoas aderem naturalmente a estes “contratos opressivos ao clicarem simplesmente na caixinha que diz «concordo» sem nunca lerem as cláusulas” (p. 66), porque estamos “tão apaixonados com a dádiva da conectividade gratuita que ninguém se deu ao trabalho de ler os termos de serviço” (Carroll, citado por Amer & Noujaim, 2019). Adicionalmente, em vários casos, “basta navegar pelo sítio web,

para ficarmos vinculados ao seu acordo de utilização de serviço, mesmo sem o sabermos” (Zuboff, 2020, p. 66).

A verdade é que o consentimento para que as empresas utilizem os nossos dados é algo problemático na medida em que “é, em muitos casos, em grande parte teórico, não tendo significado prático, uma vez que a maioria das pessoas apenas concorda com algo que não leu ou entendeu” (Ruaro, 2020, pp. 220-221).

Primeiro de tudo, há uma «transação sobre o consentimento». Há simplesmente muitos pedidos de consentimento para que os indivíduos considerem ver o efeito psicológico de ser confrontado com uma transação de consentimento. Em segundo lugar existe uma «sobrecarga de informação», o que significa que aos indivíduos são apresentadas informações muitas vezes difíceis e altamente legalistas em «transações de consentimento». (...) Em terceiro lugar, os indivíduos não têm realmente uma escolha significativa quando recebem pedido de consentimento, e são deixados com um cenário não negociável – «pegar ou largar». (Ruaro, 2020, p. 221)

Se há algo que os escândalos associados à Cambridge Analytica demonstraram é que existe, portanto, uma necessidade “de as empresas serem transparentes acerca das suas práticas de recolha e utilização de dados e obterem consentimento informado dos indivíduos antes de recolherem e analisarem os seus dados” (Hildebrand, 2021, citado por Rakha, 2023, p. 3, tradução nossa). Para tal ser possível, é necessário que a comunicação seja esclarecedora “acerca dos dados que estão a ser recolhidos, como

serão utilizados e com quem serão compartilhados. (...) Isto pode ser conseguido através de legislação, autorregulação do setor ou uma combinação de ambos” (Hildebrand, 2021, citado por Rakha, 2023, p. 3, tradução nossa).

Neste sentido, é importante compreender que há três partes que partilham a responsabilidade de combater o impacto negativo e invasivo da lógica atual: governos, empresas e, também, os próprios cidadãos, que desempenham um papel crucial. Rakha (2023) acredita que “através da aplicação de regulamentos sólidos e da promoção de uma maior transparência na extração de dados, podemos proteger os direitos à privacidade dos indivíduos e, ao mesmo tempo, beneficiar das perspectivas e dos conhecimentos que a extração de dados pode proporcionar” (p. 6, tradução nossa), o que quer dizer que poderemos aproveitar o que a extração de dados pode ter de positivo, sem que sejam violados os direitos dos cidadãos. Assim,

as empresas devem divulgar as suas práticas de extração de dados, incluindo o tipo de dados recolhidos, a forma como são utilizados e quem tem acesso aos mesmos. Esta transparência deve estender-se aos corretores de dados ou fornecedores terceiros que recolhem dados em nome das empresas. Além disso, as empresas devem obter o consentimento informado dos indivíduos antes de recolherem os seus dados. (...) Os governos desempenham um papel fundamental na regulação das práticas de extração de dados, promulgando leis que protegem os direitos de privacidade dos indivíduos e aplicando sanções em caso de incumprimento. (...) A transparência, o consentimento informado e a

responsabilização são essenciais para garantir práticas justas e éticas e proteger os direitos de privacidade dos indivíduos. (Rakha, 2023, pp. 7-8, tradução nossa)

Para além disto, as empresas “têm de aprender a equilibrar melhor os riscos de privacidade com os controlos de privacidade. Quanto mais arriscada for a utilização dos dados, mais controlos do utilizador são necessários. Quanto mais sensíveis forem os dados, mais proteções devem ser implementadas” (Kozłowska, 2018, p. 6, tradução nossa). Por seu lado, os governos “devem rever a legislação desatualizada para que esta aborde as complexidades modernas da utilização e transferências internacionais de dados” (Kozłowska, 2018, p. 6, tradução nossa). Os cidadãos, por seu lado, também devem assumir alguns cuidados. Rakha (2023) refere que “uma solução importante é educar as pessoas sobre os seus direitos em matéria de privacidade dos dados e os potenciais riscos associados à partilha dos seus dados pessoais” (p. 8, tradução nossa).

As missões das três partes estão, obviamente, interconectadas e são interdependentes, sendo as práticas de transparência das empresas extremamente importantes para que os cidadãos compreendam como os seus dados são utilizados e por quem. Por outro lado, as empresas devem compreender que serão responsabilizadas pelas suas ações. Adicionalmente, também é de extrema importância que

os organismos reguladores monitorizem e apliquem as leis e regulamentos relativos à proteção de dados. Isto pode implicar a aplicação de medidas como coimas ou sanções para as empresas que violem as leis relativas à privacidade

dos dados ou que não apliquem salvaguardas adequadas para proteger os dados pessoais. (Rakha, 2023, p. 9, tradução nossa)

Hoje, “a esfera pública é dominada por um número cada vez mais pequeno de poderosas organizações e só os públicos organizados podem exercer influência” (Correia, 2004, p. 73). Portanto, os indivíduos também poderão desempenhar um papel muito importante ao promover, em redes formadas por si e pelos seus pares, “práticas éticas de extração de dados. Ao estarem mais conscientes da forma como os seus dados estão a ser recolhidos e utilizados, e ao defenderem uma maior proteção da privacidade, os indivíduos podem ajudar a garantir que a extração de dados é realizada de forma responsável e ética” (Rakha, 2023, p. 10, tradução nossa). De acordo com Iga Kozłowska (2018), os cidadãos consumidores

devem reconhecer que os seus dados têm valor. (...) devem informar-se sobre a forma como as empresas (...) utilizam os seus dados pessoais para impulsionar os seus negócios. (...) devem ler os avisos de privacidade e tirar partido dos controlos de utilizador nos produtos que a maioria das empresas de tecnologia oferece. Os consumidores devem tirar partido dos seus direitos para solicitar que uma empresa os deixe ver, editar e apagar os seus dados pessoais, porque, afinal, os consumidores são donos dos seus dados, não as empresas. (...) os consumidores devem defender uma maior transparência e controlo por parte das empresas e exigir que os seus representantes eleitos façam mais para proteger a privacidade. (pp. 5-6, tradução nossa)

Relativamente ao valor dos dados, os indivíduos devem compreender que “os dados foram reconhecidos como um recurso essencial para o crescimento económico” (Graef et al., 2019, p. 1360, tradução nossa). Tal como refere Meglena Kuleva (citado por Shrier et al., 2016), “os dados pessoais são o novo petróleo da Internet e a nova moeda do mundo digital” (p. 10, tradução nossa) e, assim, a proteção dos nossos dados pessoais, que “são pistas de quem somos, do que fazemos, como nos comportamos em diferentes contextos e do que queremos” (Shrier et al., 2016 p. 10, tradução nossa), é crucial para o futuro das sociedades democráticas.

A privacidade, tida como “a reivindicação de indivíduos, grupos ou instituições para determinar por si mesmos quando, como e até que ponto as informações sobre eles são comunicadas aos outros” (Ruaro, 2020, p. 236), é um elemento decisivo nos processos democráticos e tão importante como a liberdade dos indivíduos. De acordo com Ruaro (2020, p. 236), privacidade também pode ser considerada como a “retirada voluntária e temporária de uma pessoa da sociedade em geral por meios físicos ou psicológicos, seja em estado de solidão ou intimidade de pequenos grupos ou, quando entre grupos maiores, em condição de anonimato ou reserva” (Ruaro, 2020, p. 236). Se por um lado, a privacidade é tida como um elemento crucial para o funcionamento saudável da democracia, por outro, “a privacidade continua a ser considerada um obstáculo ao progresso. Desde 2001, a privacidade tem sido acusada de ser um travão ao esforço das autoridades para garantirem a segurança dos cidadãos” (Véliz, 2022, p. 63), sendo que, sem esta barreira, autoridades e empresas teriam acesso a todos e quaisquer dados dos cidadãos/consumidores. Um acesso total aos dados de todos os indivíduos garantiria a

utopia dataísta dos seguidores desta nova religião e, ao mesmo tempo, consagraria o potencial antidemocrático denunciado pelos mais céticos.

Os escândalos associados à Cambridge Analytica inauguraram, de alguma forma, uma nova era e provocaram uma grande reação, com a implementação e/ou alteração de várias medidas legislativas. Contudo, as primeiras leis relacionadas com dados e direitos de privacidade nasceram no pós-Segunda Guerra Mundial (Hustinx, 2013, p. 3).

De acordo com Thomas Streinz (2021), “a legislação europeia em matéria de proteção de dados é uma área relativamente recente da legislação da UE. Mas antes de haver legislação europeia sobre proteção de dados, já havia legislação sobre proteção de dados na Europa” (p. 5, tradução nossa). Depois da Segunda Guerra Mundial, a partir da década de 1960, vários países começaram a estabelecer legislação relacionada com a proteção de dados, algo que acabaria por servir, de alguma forma, de base para as leis atualmente adotadas (Streinz, 2021, pp. 5-6, tradução nossa).

Ainda antes, nos anos 1950, foi adotada, pelo Conselho da Europa, a Convenção Europeia dos Direitos Humanos (CEDH) que indica, no Artigo 8, que “toda a pessoa tem direito ao respeito da sua vida privada e familiar, do seu domicílio e da sua correspondência, não sendo permitida qualquer ingerência de uma autoridade pública no exercício desse direito” (Hustinx, 2013, p. 3, tradução nossa), exceto em determinados casos, de forma a salvaguardar, claro está, “interesses importantes e legítimos” (Hustinx, 2013, p. 3, tradução nossa).

Portanto, antes de existirem leis destinadas a regularizar a utilização de dados, já haviam sido criadas e adotadas medidas legislativas para proteção da privacidade, sendo que “a «proteção de dados» é mais ampla do que a «proteção da vida privada»,

porque diz respeito também a outros direitos e liberdades fundamentais e a todos os tipos de dados, independentemente da sua relação com a vida privada e, ao mesmo tempo, mais limitada, porque se refere apenas ao tratamento de informações pessoais” (Hustinx, 2013, p. 5, tradução nossa). No entanto,

no início da década de 1970, o Conselho da Europa concluiu que o artigo 8.º da CEDH apresentava uma série de deficiências à luz dos novos desenvolvimentos, especialmente tendo em conta a utilização crescente das tecnologias da informação: a incerteza quanto ao que era abrangido pela «vida privada», a ênfase na proteção contra a ingerência das «autoridades públicas» e a falta de uma abordagem mais proativa, que tratasse também da eventual utilização abusiva de informações pessoais por empresas ou outras organizações relevantes do setor privado. Esta situação resultou em duas recomendações do Comité de Ministros aos Estados-Membros para que tomassem todas as medidas necessárias para pôr em prática certos princípios relativos à proteção da privacidade das pessoas nos setores privado e público. Este facto coincidiu com as primeiras iniciativas a nível nacional em países como a Alemanha e a Suécia. (Hustinx, 2013, p. 4, tradução nossa)

Estas recomendações, portanto, resultaram na implementação das primeiras leis de proteção de dados na Suécia e na Alemanha. De acordo com Peter Hustinx (2013), “a primeira lei nacional foi adotada na Suécia em 1972. O Estado alemão de Hessen adotou a primeira lei do mundo sobre proteção de dados em 1971” (p. 4, tradução nossa) e ao

longo da década de 1970, vários países, como Áustria, Dinamarca, França e Luxemburgo, seguiram o exemplo (Streinz, 2021, p. 6, tradução nossa).

O sucesso destas primeiras movimentações resultou na “adoção da Convenção sobre a Proteção de Dados, também conhecida como Convenção 108, que foi ratificada por 46 países, incluindo todos os Estados-Membros da UE, a maioria dos Estados-Membros do Conselho da Europa e um país terceiro” (Hustinx, 2013, p. 4, tradução nossa). Portanto, é possível afirmar que “a lei de proteção de dados surgiu na década de 1970 em resposta aos avanços da tecnologia informática” (Streinz, 2021, p. 6, tradução nossa).

A Convenção 108, que resultou destes desenvolvimentos tinha o objetivo de

assegurar, no território de cada Parte, a todas as pessoas, independentemente da sua nacionalidade ou residência, o respeito pelos seus direitos e liberdades fundamentais, nomeadamente o direito à vida privada, no que diz respeito ao tratamento automatizado dos dados pessoais que lhes digam respeito («proteção de dados»). O conceito de «dados pessoais» é definido como «qualquer informação relativa a uma pessoa singular identificada ou identificável («pessoa em causa»»». (Hustinx, 2013, p. 4, tradução nossa)

Dado que vários países europeus criaram e aplicaram as suas próprias leis de proteção de dados, criou-se uma necessidade de uniformizar todo o conjunto. “Assim, no final de 1990, [a Comissão Europeia] apresentou uma proposta de diretiva destinada a harmonizar as legislações nacionais em matéria de proteção de dados no setor privado

e na maior parte do setor público” (Hustinx, 2013, p. 9, tradução nossa), “depois de os comissários dos Estados-Membros terem exigido uma ação a nível europeu” (Streinz, 2021, p. 8, tradução nossa).

Esta diretiva “invocou a competência do mercado interno, proclamando que a fragmentação dos regimes nacionais de proteção de dados constituía uma ameaça à livre circulação de dados pessoais no mercado interno” (Streinz, 2021, p. 8, tradução nossa).

Depois de quatro anos de negociações, o resultado foi a adoção da atual [à data] Diretiva 95/46/CE32 , que tem um duplo objetivo. Em primeiro lugar, exige que todos os Estados-Membros protejam os direitos e liberdades fundamentais das pessoas singulares e, em especial, o direito à privacidade no que diz respeito ao tratamento de dados pessoais, em conformidade com a diretiva. Em segundo lugar, exige que não se restrinja, nem se proíba a livre circulação de dados pessoais entre Estados-Membros por razões relacionadas com essa proteção. (Hustinx, 2013, p. 9, tradução nossa)

A Diretiva 95/46/CE32, que surgiu em 1995, é resultado de “uma amálgama de conceitos da legislação nacional em matéria de proteção de dados num instrumento supranacional (Streinz, 2021, p. 8, tradução nossa).

De acordo com Ruaro (2020), podemos dividir a história da legislação em 4 gerações: a primeira no final dos anos 1960, com “o aumento da automação no processamento eletrónico de dados” (p. 233); a segunda geração surgiu quando “um

número crescente de cidadãos europeus queria não apenas a legislação destinada a controlar a tecnologia de processamento de dados, mas também privacidade individual e os direitos de proteção de dados” (Ruaro, 2020, pp. 234-235); “uma terceira [geração] modificou a proteção de dados de uma liberdade individual (informativa) para afastar as invasões de privacidade” (p. 236); por fim, a “quarta geração pode ser caracterizada por nova legislação setorial e normas que tentam fortalecer a posição do indivíduo contra as instituições de coleta de informações e intentam impedir a negociação de direitos relacionados à proteção de dados” (p. 239).

Esta quarta geração marca a reação aos escândalos associados à Cambridge Analytica, com a introdução e adoção de leis e regulamentos como: a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, no Brasil; a Lei da Privacidade do Consumidor da Califórnia, que mostra como “os Estados Unidos continuam a debater-se com a implementação de proteção adequada da privacidade dos utilizadores, uma tensão que é bem ilustrada pelo escândalo que envolve a Cambridge Analytica e o Facebook” (Lee, 2019, p. 152); a Lei da Cibersegurança aplicada na China em 2017, “que inclui novas punições para a recolha ou venda ilegal de dados de utilizadores” (Lee, 2019, p. 152); ou o Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados (RGPD), “aplicado a partir de 2018 nos territórios da União Europeia” (Véliz, 2022, p. 176) e que é “relativo à proteção das pessoas singulares no que diz respeito ao tratamento de dados pessoais e à livre circulação desses dados e que revoga a Diretiva 95/46/CE” (União Europeia, 2016).

O RGPD “destina-se a regulamentar a privacidade e a proteção dos dados pessoais e a exportação de dados para o exterior desse espaço” (Véliz, 2022, p. 176) e “vem proporcionar maior controlo sobre os dados pessoais para os cidadãos europeus,

gerando, em contrapartida, novas incumbências para as empresas” (Cordeiro & Gouveia, 2018, p. 2).

De acordo com Cordeiro e Gouveia (2018), o RGPD “é aplicável não somente às empresas sediadas na União Europeia, mas igualmente a empresas cujas atividades estejam alicerçadas na utilização de dados pessoais na União Europeia” (p. 3). Portanto, apesar de ser uma lei aplicada na União Europeia, o seu impacto faz-se sentir um pouco por todo o mundo. O RGPD veio trazer algumas mudanças que se tornam

elementos-chave, tanto substanciais como procedimentais, como, por exemplo, a obrigação de notificar as pessoas de toda a intromissão nos seus dados pessoais, a fixação de um limiar mínimo elevado para a definição de consentimento que imponha limites às táticas utilizadas pelas empresas para obterem aprovação do seu acesso a dados pessoais, a proibição por defeito da publicação de informações pessoais, a obrigação por defeito do respeito da privacidade pelos sistemas construídos, o direito ao apagamento de dados e uma proteção alargada frente a decisões tomadas por sistemas automatizados que têm efeitos «relevantes» sobre a vida pessoal. O novo quadro regulamentar também impõe multas substanciais ao incumprimento das suas normas – sanções económicas que podem ascender até quatro por cento das receitas da empresa. E permite igualmente a abertura de ações judiciais coletivas em que os utilizadores juntem forças para afirmar o seu direito à privacidade e à proteção de dados. (Zuboff, 2020, p. 533)

Desta forma, percebemos que há grandes mudanças no funcionamento das empresas no que concerne ao tratamento dos dados pessoais dos utilizadores. Caso as empresas não cumpram com os pressupostos legais presentes no regulamento, serão sancionadas e “dado que o valor das coimas pode chegar aos 20.000.000 EUR ou 4% do volume de negócios global (o que for mais elevado), as empresas não podem dar-se ao luxo de abraçar a inércia e considerar-se imunes à denúncia” (Cordeiro & Gouveia, 2018, p. 4).

De acordo com Boldyreva et al. (2018), o RGPD, ratificado em 25 de maio de 2018, resultou da procura dos legisladores por novas formas de proteger os dados pessoais dos utilizadores após a situação com a Cambridge Analytica (p. 98, tradução nossa). Com a introdução do RGPD, passou a existir um controlo sobre “todas as empresas que trabalham com dados pessoais dos cidadãos da UE (...) quando recolhem e analisam dados pessoais de forma intencional e consistente para criar o perfil do utilizador, bem como decidir pelo utilizador, analisar e prever as preferências do utilizador ao utilizar estes dados” (Boldyreva et al., 2018, p. 98, tradução nossa).

Em comparação com outras tentativas de implementação de leis e outras medidas de controlo na recolha, transferência e utilização dos dados pessoais dos utilizadores, o RGPD é o regulamento “mais abrangente até à data. Estabelece regras precisas sobre a forma como os dados pessoais são recolhidos, transferidos, processados e armazenados” (Atik, 2020, p. 5, tradução nossa). Portanto, para além de obrigar as empresas a obter o consentimento explícito dos indivíduos antes de recolherem os seus dados (Rakha, 2023, p. 7, tradução nossa), o RGPD “também concede aos cidadãos da

UE determinados direitos e proteções relativamente às suas informações pessoais” (Atik, 2020, p. 5, tradução nossa).

Com o objetivo de defender “os direitos e as liberdades fundamentais das pessoas singulares, nomeadamente o seu direito à proteção dos dados pessoais” (União Europeia, 2016), alguns dos artigos do RGPD denotam a sua dimensão, abrangência e potencial eficiência face às ações abusivas de empresas como Facebook e Google, bem como ao trabalho antidemocrático realizado por organizações como a Cambridge Analytica.

Quando em comparação com a Diretiva 95/46/CE (ou Diretiva de Proteção de Dados), que revoga, o RGPD não se limita à proteção de dados e à livre utilização destes, antes, “refere-se não apenas aos dados pessoais recolhidos, mas também ao controlo do comportamento do titular dos dados (...) para direcionar e personalizar publicidade” (Balashov, 2018, citado por Boldyreva et al., 2018, pp. 94-95, tradução nossa), seja por fins comerciais ou políticos.

Neste sentido, algumas alterações foram surgindo, como na questão dos endereços IP, que passaram a ser considerados como parte integrante da carteira de “dados pessoais dos utilizadores. Os conceitos de um controlador de dados e de um processador de dados foram separados. O primeiro, gestor do processo, é mais responsável do que o segundo, que é um agente executor” (Boldyreva et al., 2018, p. 95, tradução nossa).

Para além disso, o facto de se tratar de um regulamento e não de uma diretiva “tem grandes implicações de ordem instrumental pela sua compulsoriedade” (Ruaro, 2020, p. 220). De acordo com Thomas Streinz (2021), o RGPD “deu continuidade ao legado da

Diretiva de Proteção de Dados, que substituiu, insistindo nos mesmos princípios fundamentais da legislação europeia em matéria de proteção de dados” (p. 12, tradução nossa).

Contudo, o regulamento trouxe algumas mudanças, também de forma a ajustar-se às mudanças trazidas por várias tecnologias e provocadas por acontecimentos que mudaram o mundo depois de 1995, ano de implementação da Diretiva 95/46/CE.

Assim, o RGPD

também introduziu novos conceitos e ideias na legislação europeia em matéria de proteção de dados e reformou a sua estrutura institucional. O seu âmbito geral de aplicação levanta questões intrincadas sobre a sua aplicação e implicações para diferentes tecnologias digitais, como os registos distribuídos e encriptados (por exemplo, *blockchain*), a Internet das Coisas (*IoT*) e o desenvolvimento e utilização de algoritmos dependentes de dados pessoais e autoformados (inteligência artificial/*machine learning*). Embora o RGPD tenha mantido intacto o núcleo da legislação europeia em matéria de proteção de dados, foi frequentemente considerado revolucionário e não evolutivo, tanto pela comunidade empresarial como pelos defensores da proteção de dados. A principal razão para a atenção acrescida que o RGPD suscitou pode ser atribuída ao seu novo regime de sanções, que parece inspirado no direito da concorrência da UE. Enquanto a [Diretiva de Proteção de Dados] deixava em grande medida ao critério dos Estados-Membros a forma de sancionar as violações, o RGPD exige “sanções efetivas, proporcionadas e dissuasivas” (...). A influência crescente

dos conceitos do direito da concorrência na legislação da UE em matéria de proteção de dados é também perceptível na introdução, pelo RGPD, de um direito à portabilidade dos dados, segundo o qual as pessoas em causa podem optar por transferir os “seus” dados de um responsável pelo tratamento para outro. (Streinz, 2021, p. 12, tradução nossa)

O direito à portabilidade dos dados (em inglês, *Right to Data Portability - RtDP*) é introduzido no artigo 20º do RGPD, “oferece aos titulares dos dados a possibilidade de transferir dados pessoais entre os responsáveis pelo tratamento de dados” (Graef et al., 2019, p. 1359, tradução nossa), e tem o objetivo de “aumentar o controlo das pessoas sobre os seus dados pessoais e garantir a livre circulação de dados pessoais” (Graef et al., 2019, p. 1364), garantindo, assim, que os indivíduos “desempenham um papel ativo no ecossistema de dados” (Graef et al., 2019, p. 1365, tradução nossa). Este direito é extremamente importante porque, apesar de que “o RtDP não confere um controlo semelhante ao da propriedade sobre os dados portados” (Graef et al., 2019, p. 1363, tradução nossa), como o proposto por Brittany Kaiser no documentário *The Great Hack* (Amer & Noujaim, 2019), este direito garante que os indivíduos têm maior controlo sobre os seus dados e “também pode reduzir a dependência, permitindo que os utilizadores mudem facilmente de serviços” (Graef et al., 2019, p. 1365, tradução nossa).

A adoção do regulamento RGPD veio, como já referido, trazer grandes mudanças no funcionamento de empresas, governos e pessoas. No caso de empresas como o Facebook, as leis já se faziam sentir, uma vez que, de acordo com Carissa Véliz (2022) e como já foi referido anteriormente, ainda antes da implementação do RGPD, “o

Facebook foi multado em cinco mil milhões de dólares nos Estados Unidos pelas numerosas violações de privacidade e em 500 mil libras no Reino Unido, por causa do escândalo da Cambridge Analytica” (p. 130).

Agora, com o novo regulamento, as multas podem chegar “até quatro por cento das receitas ou 20 milhões de euros, o que corresponder ao maior montante, e o Facebook encontra-se presentemente sob múltiplas investigações do RGPD” (Véliz, 2022, p. 130), o que mostra que as empresas mostram alguma resistência às leis implementadas.

Após a introdução do RGPD, Zuckerberg anunciou “que a empresa aplicaria «o espírito» do regulamento nas suas atividades em todo o mundo. Na prática, contudo, a empresa limitava-se a introduzir certas modificações em vista de assegurar que o RGPD não limitasse a maior parte das suas operações” (Zuboff, 2020, p. 541). Seria somente mais tarde, “quase silenciosamente, que o Facebook publicaria novos termos de utilização” (Zuboff, 2020, p. 541), adaptados à nova regulamentação.

O RGPD exige agora que as empresas “publiquem uma política de privacidade nos seus *websites* que explicitem a forma como os dados pessoais dos cidadãos da UE são recolhidos, transferidos, tratados, armazenados e protegidos” (Atik, 2020, p. 7, tradução nossa). Neste novo contexto, as “empresas transitam de um modelo de hétéro-regulação (as organizações notificam e solicitam à entidade reguladora a autorização para o tratamento de dados pessoais), para um modelo de autorregulação (recai sobre cada organização o ónus de estar conforme o novo regulamento, ou seja, a responsabilidade está do lado das empresas)” (Cordeiro & Gouveia, 2018, pp. 3-4). Para além disso, em Portugal, a Comissão Nacional de Proteção de Dados (CNPd) deixa de

assumir um papel de “entidade reguladora, para agora, com o RGPD, assumir um papel de fiscalização” (Cordeiro & Gouveia, 2018, p. 4). A verdade é que

só tempo nos dirá se o RGPD poderá ser o catalisador de uma nova fase de combate (e da capacidade de domar) a um mercado ilegítimo de futuros comportamentais, essas manipulações de dados que o alimentam e a sociedade instrumentarista a que nos votam. (Zuboff, 2020, p. 539)

Entretanto, será importante haver um esforço por parte dos consumidores e eleitores para que ocorra, realmente, uma mudança na forma como as gigantes tecnológicas exploram os dados pessoais. De acordo Shoshana Zuboff (2020), o sucesso do RGPD

dependerá do modo como as sociedades europeias interpretarem o novo regime regulador da legislação e nos tribunais. Não serão os artigos da lei, mas antes os movimentos populares no terreno a moldar a sua interpretação. Há um século, os trabalhadores organizaram-se para a ação coletiva e acabaram por conseguir fazer pender em benefício das suas reivindicações a balança do poder, e hoje são os «utilizadores» que terão de se mobilizar sob novas formas que correspondam às «condições de existência» próprias e singulares do século XXI. Temos necessidade de declarações sintéticas que se institucionalizem em novos centros de poder, de conhecimentos especializados e de combates democráticos que contrariem as atuais assimetrias de conhecimento e de poder.

Tal será o tipo de ação coletiva requerido se quisermos enfim substituir o vazio legal por leis que afirmem o direito de refúgio no santuário e o direito ao tempo futuro como essenciais para uma vida humana autêntica. (Zuboff, 2020, p. 538)

Os indivíduos têm, rapidamente, de compreender que “os seus dados e informações podem mudar a sua vida futura” (Atik, 2020, p. 7, tradução nossa), portanto, não devem expor informações no domínio público se não tiverem a certeza de que esses dados não os poderão condicionar no futuro. É extremamente importante que haja uma consciencialização de que as nossas pegadas digitais, que deixamos enquanto navegamos na *Internet*, contêm informações que transmitimos no preenchimento de formulários, no envio de *emails* ou no carregamento e partilha de vídeos ou imagens digitais. Assim, é importante remover regularmente o seu rasto digital, evitando que esteja exposto a *hackers* ou anunciantes agressivos (Atik, 2020, p. 7, tradução nossa). Segundo Atik (2020), “empresas como a Google, o Facebook e a Amazon sempre foram obcecadas com a «segurança», mas não podemos dizer o mesmo da «privacidade» porque elas usam-na para seu próprio benefício (...) e a nossa consciencialização, tanto quanto possível, parece ser a única coisa que podemos fazer” (p. 7, tradução nossa).

Apesar de ser o regulamento mais completo até ao momento em matérias relacionadas com a proteção de dados e da privacidade dos indivíduos, o RGPD não está imune a críticas, nomeadamente relacionadas com as suas limitações face aos desafios atuais, muito em parte resultantes de um desenvolvimento tecnológico avassalador. De acordo com Rakha (2023), “ainda há margem para melhorar a legislação e a regulamentação em matéria de proteção de dados. Por exemplo, a regulamentação

poderia ser alargada para abranger tecnologias novas e emergentes , como o reconhecimento facial e a inteligência artificial” (p. 7, tradução nossa).

Adicionalmente, Streinz (2021) identifica três linhas de crítica académica:

Uma delas alega que o RGPD segue o modelo errado ao criar um modelo abrangente, complicado e centrado no controlo do utilizador que não alcança nem pode alcançar aquilo a que se propõe. Outra crítica alega que o RGPD não tem em conta as mudanças na economia digital, em particular as transformações provocadas pelos «grandes volumes de dados», uma vez que a ideia de redirecionar e maximizar o valor económico e social dos dados pessoais entra em conflito com os conceitos estabelecidos de proteção de dados de limitação da finalidade e minimização dos dados. Uma terceira linha de crítica centra-se nos efeitos económicos do RGPD e afirma que a lei não conseguiu alcançar o equilíbrio ideal entre a integração do mercado e a proteção dos direitos individuais. (pp. 13-14, tradução nossa)

Segundo uma visão dataísta, o *big data* pode ajudar-nos a considerar sistemas anteriormente tidos como estáticos – como água, alimentos, resíduos, transportes, educação, energia –, se transformem em redes dinâmicas, baseadas em dados (Shrier et al., 2016, p. 4). Assim, será imprudente não utilizar os dados para que se torne possível enfrentar grandes problemas que ameaçam a humanidade. Contudo, é necessário que se estabeleça um equilíbrio entre a utilização destes dados, enquanto se continua a respeitar a privacidade dos cidadãos.

De acordo com Shrier et al. (2016), a tecnologia *blockchain*, que pode ser aplicada em diversos setores, permite que “os dados sejam utilizados enquanto a sua privacidade continua a ser garantida” (p. 8, tradução nossa). É desta forma que a *blockchain* poderá possibilitar o “«New Deal on Data»: um maior grau de propriedade pessoal, controlo e monetização dos dados pessoais, num quadro que permite à sociedade beneficiar da agregação de dados” (Shrier et al., 2016, p. 10, tradução nossa). Desta forma, poderemos imaginar um sistema em que o utilizador pode gozar de todos os benefícios dos dados agregados, mas em que é o utilizador a deter e controlar os seus próprios dados, não a empresa/organização (Shrier et al., 2016, p. 10).

De acordo com Shoshana Zuboff (2020),

falta-nos inventar a política e novas formas de ação colaborativa – o equivalente deste século dos movimentos sociais do final de século XIX e do século XX que tentaram amarrar o capitalismo bruto à sociedade – que efetivamente defendam os direitos individuais a um futuro humano. (p. 72)

Para Shrier et al. (2016), o *New Deal on Data* será a resposta a esta necessidade, uma vez que “descreve garantias viáveis de que os dados necessários para o bem público estão prontamente disponíveis e, ao mesmo tempo, protegem a cidadania” (p. 10, tradução nossa), permitindo a criação de uma sociedade em que os dados circulam e são utilizados em prol de grandes causas, como as alterações climáticas e no controlo de pandemias como a Covid-19, mas tendo sempre em consideração o respeito pela privacidade e pela liberdade dos cidadãos.

Considerações finais

Nas últimas décadas, o mundo evoluiu a um ritmo avassalador, o que se traduziu no aparecimento de novas tecnologias e de novos fenómenos como o dataísmo, a infocracia e o capitalismo da vigilância. Todos estes fenómenos têm um elo comum: dados. Como referem Shrier et al.(2016),

vivemos num mundo que está a passar rapidamente por uma mudança fundamental: está a tornar-se conduzido por dados. (...) esta transformação diz respeito a todos os sistemas sociais - tráfego, saúde, governo, logística, marketing, energia, defesa - que estão a ser qualitativamente mais quantificados e eficientes. (p. 3, tradução nossa)

Yuval Noah Harari (2024) concorda com a premissa de que a evolução é cada vez mais acelerada e afirma que “desde a publicação de *Homo Deus* [publicado pela primeira vez em 2015], o ritmo de mudança foi sendo cada vez mais acelerado e o poder tem-se efetivamente desviado do Homem para os algoritmos” (p. 23). Christopher Nolan (citado por Shone, 2020) recorda que “os críticos consideravam frequentemente que a trilogia *Dark Knight* é «Orwelliana», embora o rótulo não se encaixe realmente”. A verdade é que

quando ele [Jonathan Nolan, irmão] me apresentou a ideia de usar telemóveis como microfones em *The Dark Knight*, parecia muito improvável (...). Agora é

quase um *blah*. Suponho que a promessa de imagem visual de um telefone com sinal sonoro é mais um passo em frente, mas, francamente, a ideia de controlar o microfone, ligá-lo, monitorizar as frequências, não se enquadra certamente na ficção científica. Se isso acontecesse hoje num filme de Jason Bourne ou algo do género, seria absolutamente aceitável. Quando penso no quão exótico e improvável parecia na altura, é uma mudança espantosa. (Nolan, citado por Shone, 2020)

Christopher Nolan evidencia a vertigem desta mudança, considerando a tecnologia que consistia em “transformar todos os *smartphones* da cidade num dispositivo de escuta sonar, transmitindo informações sobre o seu proprietário” (Shone, 2020). Se, em 2008, ano do lançamento de *The Dark Knight*, isto parecia uma fantasia, hoje, como vimos, é uma realidade. Não há tecnologia com sonar, mas a vigilância existe, ininterruptamente e configura-se como um risco para o futuro dos regimes democráticos. Tal como Lucius Fox, personagem de Morgan Freeman no filme realizado por Christopher Nolan, refere, “transformaram todos os telemóveis da cidade num microfone (...) isto está errado. Espiar trinta milhões de pessoas” (Shone, 2020). Hoje, todos os *smartphones* pelo mundo fora representam um dispositivo de vigilância. Não só os *smartphones*, mas os nossos computadores, *smartwatches* e tantos outros dispositivos, aliados à nossa pegada digital, que perfilamos com a presença em diversas aplicações, *websites* e redes sociais.

Em 2016, nas eleições presidenciais americanas, a Cambridge Analytica jogou com os perfis psicográficos de 84 milhões de americanos e poderá ter influenciado o

desfecho da votação. De 2016 para cá, como refere Harari (2024), “muitas possibilidades que, em 2016, pareciam tiradas da ficção científica – algoritmos capazes de criar arte, de se fazer passar por humanos, de tomar decisões cruciais sobre nós ou que sabem mais sobre nós do que nós próprios – tornaram-se realidades com que convivemos em 2024” (p. 23).

Isto quer dizer que, apesar de os escândalos associados à Cambridge Analytica terem provocado uma reação positiva, é necessário apostar em mais medidas para proteger os cidadãos e o futuro da democracia, que ameaça perfilar-se, por fim, numa infocracia.

Assim, é imperioso encurtar a distância entre a evolução tecnológica e “as velhas instituições, como o direito e não só, [que] não conseguem acompanhar o ritmo da mudança causado pela tecnologia (...) Entrámos na bolsa com uma legislação de 50 anos. Uma lei com 50 anos não pode funcionar bem, é anterior à internet” (Larry Page, 2013, citado por Zuboff, 2020, p. 125).

A tecnologia está a avançar a um ritmo demasiado rápido e os regimes democráticos, assentes em pilares estruturais arcaicos, não conseguem acompanhar o ritmo da mudança. “O ritmo da democracia é lento por natureza e complicado pelas redundâncias, confirmações, leis e regras” (Zuboff, 2020, p. 136). Por outro lado, “a tecnologia acelerou a um ritmo e escala alucinante com a recolha e tratamento de dados por parte das empresas” (Cordeiro & Gouveia, p. 3).

Na fase inicial do desenvolvimento dos computadores, decorrida nas décadas de 1940 e 1950, muitos julgaram que eles serviriam para fazer contas e cálculos,

e nada mais que isso. (...) Ora, chegados ao começo da década de 2020, os computadores demonstraram uma capacidade notável para analisar, manipular e gerar linguagem, seja ela feita de palavras, sons, imagens ou códigos de caracteres. No momento da História em que escrevo esta frase, os computadores conseguem criar narrativas, imagens e vídeos, compor música, e até programar códigos para si mesmos. (Harari, 2024, p. 263)

É criada, assim, uma mescla paradoxal em que os indivíduos são manipulados por organizações como a Cambridge Analytica e as democracias ocidentais liberais, assentes em pressupostos humanistas, coexistem com esta atuação efetivamente dataísta, comprovando a sua existência com as suas tentativas de enfrentar o potencial antidemocrático desta nova visão com a introdução de medidas legislativas. A ascensão de Trump e a concretização do Brexit são, neste sentido, uma prova de que esta mescla paradoxal realmente existe.

O ciberespaço nasceu como uma promessa de um mundo interconectado, “um espaço onde todos pudessem partilhar as suas experiências e sentirem-se menos sós. Não tardou até que este mundo se tornasse no nosso casamenteiro, comprovador instantâneo de factos, animador pessoal, guardião das nossas memórias, até nosso psicoterapeuta” (Carroll, citado por Amer & Noujaim, 2019). O problema é que, para conseguir concretizar isso, colocou em risco o futuro da nossa privacidade, da nossa liberdade e, conseqüentemente, da democracia. Como Brittany Kaiser (citado por Amer & Noujaim, 2019) afirma, “as guerras de dados começaram” e a reação das autoridades

da União Europeia é uma evidência de que esta é uma realidade efetiva, ainda que pouco falada.

O dataísmo explora um vazio criado pela “constante erosão das metanarrativas a que a modernidade se expõe desde que o poder divino deixou de ser a fonte de legitimação dos enunciados” (Correia, 2004, p. 144) e compreende uma enorme lista de benefícios que devem ser tidos em conta. De acordo com Shrier et al. (2016), “epidemias podem ser monitorizadas e prevenidas em tempo real, alunos com fraco desempenho podem ser ajudados e as pessoas com riscos de saúde podem ser tratadas antes de ficarem doentes” (p. 14, tradução nossa). Mas será a visão dataísta totalizadora, talvez utópica, a solução para todos os nossos problemas? Será esta uma nova meganarrativa dos números, toda ela, em si, paradoxal? Será, como as religiões tradicionais, assente numa lógica utilitarista que usa “a crença numa utopia futura para dar carta-branca aos piores sofrimentos no presente” (Harari, 2024, p. 348)? Seremos nós crentes nesta nova narrativa, engolidos pelos seus benefícios e ainda há procura de soluções para os problemas que nos são impostos? Será que “as promessas de salvação futura” – uma visão dataísta totalizadora e utópica – desculpam “todos os crimes cometidos nesta vida” – a aniquilação da privacidade? (Harari, 2024, p. 348)

A visão dataísta já se vai materializando, ainda que a maioria das pessoas, deslumbrada pelo brilho da novidade, não se aperceba. É invisível, mas efetiva, como é comprovado pelas ações de empresas como a Cambridge Analytica, que utilizaram o poder dos números contra nós e contra a democracia. Esta é, também, uma prova de que tudo pode correr mal, apesar das inúmeras vantagens trazidas pela visão dataísta.

O dataísmo convida-nos, seduz-nos, sussurrando aos nossos ouvidos aquilo que queremos ouvir, que faremos parte de uma nova revolução que é infinitamente positiva para o *Homo sapiens* e para o mundo. Nós, ávidos de pertencer ao grupo e de participar, partilhamos ininterruptamente todos os detalhes das nossas vidas, através dos nossos *smartphones*, *smartwatches*, redes sociais e até das nossas televisões e movimentos bancários.

Vivemos num mundo constantemente vigiado e não nos imiscuímos de demonstrar que fazemos, de livre vontade (pensamos), parte deste admirável mundo novo, permitindo a manipulação por parte de gigantes tecnológicos, quer estes tenham fins políticos ou económicos. As estruturas democráticas tradicionais revelam dificuldades em se adaptar a estes novos fenómenos. Tentam acompanhar a mudança, criando legislação para controlar um mundo, em si, incontrolável. O ciberespaço configura-se, assim, como um espaço livre de quaisquer restrições, pelo menos para já.

Um universo em constante evolução, que se vai reconfigurando e representa um risco enorme para o futuro da democracia. As tentativas, como o RGPD, são um bom início, mas será o suficiente? A avalanche dos dados, da inteligência artificial, das redes sociais e das gigantes tecnológicas promete engolir todos estes esforços. É urgente moldar a legislação, adaptando-a ao grande leque de inovações tecnológicas que avançam a um ritmo avassalador, como a inteligência artificial.

Antes, o poder estava no conhecimento. “Hoje, ter poder equivale a saber aquilo que devemos ignorar” (Harari, 2021, p. 444), dado que vivemos num mundo caracterizado por uma avalanche ininterrupta de informação e, como refere Harari (2024), “erros, mentiras, fantasias e ficções também são informação. (...) a informação não está

fundamentalmente ligada à verdade, nem o seu papel histórico tem sido representar a realidade existente. A informação ocupa-se, sim, de criar novas realidades” (p. 47). Assim, as práticas de exploração de dados podem desempenhar um papel decisivo na criação de novas realidades, dado que “a exploração de dados pode provocar a disseminação de desinformação ou propaganda, o que pode ter consequências graves para a democracia” (Rakha, 2023, p.6, tradução nossa), especialmente quando consideramos que, de acordo com “uma pesquisa realizada em 2018 pelo Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT) concluiu-se que uma notícia falsa se espalha cerca de 70% mais rápido do que uma notícia verdadeira” (Oliveira, 2021, p. 45).

O facto de o capitalismo da vigilância ter usurpado tantos dos nossos direitos neste domínio constitui um abuso escandaloso das capacidades digitais e dessa grande promessa inicial com que nos anunciavam que se iria democratizar o conhecimento e satisfazer as nossas necessidades frustradas de uma vida efetiva. Que o futuro seja digital, sim, mas, acima de tudo, que seja um futuro humano. (Zuboff, 2020, pp. 581-582)

De acordo com Streinz (2021),

após os ataques terroristas de 11 de setembro de 2001 nos Estados Unidos, de 11 de março de 2004 em Madrid e de 7 de julho de 2005 em Londres, a luta contra o terrorismo e a segurança nacional tornaram-se mais proeminentes na agenda

legislativa da UE, exigindo a conciliação dos interesses da vigilância com os princípios da proteção de dados. (p. 11, tradução nossa)

Véliz (2022) refere que “no final da década de 90, os órgãos reguladores estavam a ficar preocupados com os cookies. Em 1996 e 1997 houve sessões de trabalho da Federal Trade Commission (FTC) nos Estados Unidos para discutir a possibilidade de as pessoas controlarem a sua informação pessoal” (p. 51), mas depois destes acontecimentos, as autoridades governamentais “disseram-nos (...) que a vigilância era necessária para nos mantermos seguros” (Véliz, 2022, p. 176). Peter Swire (citado por Zuboff, 2020, p. 134) afirmou que “com os ataques do 11 de setembro, tudo mudou. Preocupávamo-nos agora principalmente com segurança, não com privacidade” (p. 134). Contudo, “todos os indícios de que dispomos sugerem que a vigilância em massa nos Estados Unidos foi absolutamente incapaz de evitar o terrorismo” (Véliz, 2022, p. 55).

A verdade é que esta política do medo levou muitas pessoas a validar o regime de vigilância, o que pôde ser verificado também durante a pandemia de Covid-19, quando começámos a partilhar a nossa localização para evitar o contágio (através de aplicações móveis, como, por exemplo, a *StayAway Covid*). Entregámos a nossa privacidade, paradoxalmente, para obtermos uma sensação de segurança. Claro que há pontos positivos inerentes à partilha ininterrupta de informação. Pode, inclusive, salvar vidas. Porém, o lado negativo é que ficamos ininterruptamente conectados a uma rede em que podem saber tudo sobre nós, um traço mais distintivo de um regime totalitário – que tentavam, ou tentam, “aglutinar em si *toda* a informação e tomar *todas* as decisões, o

que lhe permite controlar integralmente a vida dos cidadãos” (Harari, 2024, p. 165) –, do que de um regime democrático.

Nas mãos erradas, a mesma tecnologia que permite identificar invasores do Capitólio, recuperar crianças desaparecidas ou banir hooligans de estádios pode ser usada para perseguir manifestantes pacíficos ou impor obediência. Em última análise, a tecnologia de vigilância por inteligência artificial pode fazer emergir regimes opressores em extremo, aptos a vigiar continuamente os cidadãos, e originar uma opressão automatizada e omnipresente. (Harari, 2024, p. 305)

No período anterior ao século XX, “a tecnologia da informação (...) não permitia a democracia (...) nem o totalitarismo em grande escala” (Harari, 2024, p. 419). Já durante o século XX, “conforme mais informação chegava ao centro, mais difícil se tornava processá-la” (Harari, 2024, p. 420), o que quer dizer que, apesar de as tecnologias da época permitirem o totalitarismo em larga escala, este era limitado. Contudo, “a inteligência artificial poderá fazer pender a balança para o lado do totalitarismo. Submergir-nos em informação tende a fazer-nos sentir esmagados, o que dá azo a erros, mas o caso é que submergir a inteligência artificial em informação tende a torná-la mais eficiente” (Harari, 2024, p. 420).

Assim, um regime totalitário poderá implementar uma política de vigilância totalizadora, centralizando toda a informação sobre os cidadãos. “A vontade de concentrar a informação e o poder num polo central revelou-se o calcanhar de Aquiles

dos regimes totalitários do século XX, mas poderá ser uma vantagem decisiva na era da inteligência artificial” (Harari, 2024, p. 421).

Apesar de ter pontos positivos, a visão dataísta representa, assim, uma ameaça para a democracia. Não no futuro, mas agora, no presente. O dataísmo existe, é efetivo e “enquanto o humanismo nos mandava ouvir os nossos sentimentos, agora o Dataísmo ordena-nos que oiçamos os algoritmos” (Harari, 2021, p. 438), que têm, grande parte das vezes, como objetivo, “aumentar a interação dos utilizadores” (Harari, 2024, p. 254) e fomentar o crescimento das plataformas, não se imiscuindo de “criar, eles próprios, notícias falsas e teorias da conspiração” (Harari, 2024, 254).

Assim, apenas “trabalhando em conjunto, podemos desenvolver uma abordagem mais responsável e ética da extração de dados, que respeite a privacidade e os direitos dos indivíduos e que, ao mesmo tempo, permita a obtenção de informações importantes através desta poderosa ferramenta” (Rakha, 2023, p.10, tradução nossa). É importante assumir a sua existência, de forma a conseguir equilibrar os seus pontos positivos com a constante ameaça às democracias liberais, à nossa privacidade e à nossa liberdade. Como refere Yuval Noah Harari (2024), “com sorte, o potencial positivo dos algoritmos será usado, enquanto a sua capacidade destruidora será travada por leis” (p. 297).

Referências bibliográficas

- Adorno, T. (2009). *Indústria Cultural e Sociedade* (5a ed.). Paz e Terra.
- Alencar, H. C. d. (2013). Telejornalismo, Construção da Realidade e Esfera Pública Brasileira. In *XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste*. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação.
- Almeida, H. P. (2020). Simulacros e Simulação: Até que ponto o que vivemos pode ser considerado real? *Revista Discente UNIFLU*, 1(1), 95–98.
- Alves, M. L. P., & Caleiro, M. M. (2011). Simulacros e Simulação: Sucesso? In *XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação.
- Alves, P. M. (2021). Da burocracia à infocracia. A utilização da internet pelos sindicatos de professores em Portugal. In *Anais do XII Seminário do Trabalho: Crise capitalista, precarização do trabalho e colapso ambiental* (pp. 30–41). Projeto Editorial Praxis.
- Amer, K., & Noujaim, J. (Directors). (2019). *The Great Hack* [Filme]. The Othrs; Netflix.
- Atik, i. i. (2020). *Investigation of "Facebook-Cambridge Analytica Data Privacy Scandal" Case in Terms of Ethics and Law*. Instituto Politécnico do Cávado e do Ave.
- Barros, L. C. F. C. (2019). *A dependência entre os seres contadores de histórias: Uma síntese entre Alasdair MacIntyre e Yuval Noah Harari sobre crenças compartilhadas*.

justiça política e soberania dos Sapiens [Universidade Federal do Rio Grande do Sul].

Lume Repositório Digital.

- Barroso, P. (2018). Massificação e hiper-realidade: mudança ou continuidade? In *Desafios presentes no futuro* (pp. 98–125). Fénix Editores.

- Barroso, P. (2021). *Sociologia da Comunicação: Temas e Problemas Fundamentais para Compreender os Media nas Sociedades Actuais*. PV Editora.

- Baudrillard, J. (1989). *América*. João Azevedo Editor.

- Baudrillard, J. (1991). *Simulacros e Simulação* (M. J. C. Pereira, Trad.). Relógio D'Água.

- Boldyreva, E., Grishina, N., & Duisembina, Y. (2018). Cambridge Analytica: Ethics And Online Manipulation With Decision-Making Process. In *Professional Culture of the Specialist of the Future* (pp. 91-102). European Proceedings of Social and Behavioural Sciences – Future Academy.

- Bosco, E., & Ribeiro, W. C. (2020). Além da dicotomia Ocidente/Resto: perspectivas cosmopolíticas. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 5–26.

- Bourdieu, P. (2021). *O Poder Simbólico*. Edições 70.

- Bowen, G. A. (2009). Document Analysis as a Qualitative Research Method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), <https://doi.org/10.3316/QRJ0902027>.

- Brooks, D. (2013, 4 de fevereiro). The Philosophy of Data. *The New York Times*.

- Cadwalladr, C. (2019, abril). *Facebook's role in Brexit -- and the threat to democracy* [Vídeo]. TED: Ideas Change Everything. [https://www.ted.com/talks/carole_cadwalladr_facebook_s_role_in_brexit_and_the_threat_to_democracy/transcript?subtle=en](https://www.ted.com/talks/carole_cadwalladr_facebook_s_role_in_brexit_and_the_threat_to_democracy/transcript?subtitle=en)

- Camps, V. (2003). *Sociedad de la Información y Ciudadanía. XVII Encontro de Filosofia, Cultura & Cidadania.*

- Cardoso, G. (2006). *Sociedades em Transição para a Sociedade em Rede.* In *A Sociedade em Rede: Do Conhecimento à Acção Política* (pp. 31–61). Imprensa Nacional - Casa da Moeda.

- Castells, M. (1999a). *O poder da identidade: Vol. 2. A era da informação: economia, sociedade e cultura* (2a ed.). Paz e Terra.

- Castells, M. (1999b). *A sociedade em rede: Vol. 1. A era da informação: economia, sociedade e cultura.* Paz e Terra.

- Castells, M. (2006). *A Sociedade em Rede: do Conhecimento à Política.* In *A Sociedade em Rede: Do Conhecimento à Acção Política* (pp. 17–30). Imprensa Nacional - Casa da Moeda.

- Clube Português de Imprensa. (2022). *A “infocracia” como sistema para um novo mundo mediático.* *Clube Português de Imprensa.* <https://clubedeimprensa.pt/aconteceu/conosco/a-infocracia-como-sistema-para-um-novo-mundo-mediatico/>

- Constituição da República Portuguesa. (2021). *Diário da República*, n.º 155 – I Série - A, de 12 de agosto de 2005. Assembleia da República – Divisão de Edições.
- Contrera, M., & Torres, L. (2020). Algoritmos, viralização e contágio psíquico: o agravamento da industrialização do espírito. *Texto Digital*, 16(2), 93–112. <https://doi.org/10.5007/1807-9288.2020v16n2p93>
- Cordeiro, S. B., & Gouveia, L. B. (2018). Regulamento Geral de Proteção de Dados (RGPD): o novo pesadelo das empresas? *Tecnologia, Redes e Sociedade*.
- Corrêa, L. M. S. (2006). Língua e Cognição: Antes e depois da revolução cognitiva. In *Introdução às ciências da linguagem: linguagem historia e conhecimento*.
- Correia, J. C. (2004). *Comunicação e Cidadania: Os media e a fragmentação do espaço público nas sociedades pluralistas*. Livros Horizonte.
- Correia, J. C. (2005). A fragmentação do espaço público: novos desafios ético-políticos. In *Sociedade e comunicação: estudos sobre jornalismo e identidades* (pp. 55–74). Labcom.
- Costa, A. S., Palheta, N.A., Mendes, A. M.P. & Loureiro, A. S. (2003). Indústria Cultural: Revisando Adorno e Horkheimer. *Movendo Idéias*, 8(13), 13–22.
- Coutinho, P. (2023). Impactos da era digital: um ensaio sobre a mudança de paradigma. In *IPVerso, Educação e Cocriação* (pp. 188–198). Instituto Politécnico de Viseu.
- Curtis, A. (Director). (2016). *HyperNormalisation* [Filme]. British Broadcasting Corporation, BBC Films.

- Davidson, D. (2002). *Ensaio sobre a Verdade*. Unimarco Editora.
- Diniz, F., & de Oliveira, A. (2014). Foucault: Do Poder ao Biopoder. *Scientia*, 2(3), 143–158.
- Eco, U. (1997). *O Signo*. Presença.
- Ferraris, M. (2024). A Pele: Inteligência Artificial e Inteligência Natural. In *Conferência Beira Primavera: Inteligência Artificial e Inteligência Natural*.
- Fiske, J. (2005). *Introdução ao Estudo da Comunicação*. Asa.
- Foschiera, R. (2016). Autenticidade e Linguagem em Charles Taylor. *PERI*, 8(2), 146–162.
- Foucault, M. (2010). *Vigiar e Punir* (R. Ramalhete, Trad.; 38ª ed.). Vozes.
- Freitas, N. K. (2013). Representação, simulação, simulacro e imagem na sociedade contemporânea. *POLÉMICA*, 12(2), 334-340. <https://doi.org/10.12957/polemica.2013.6435>
- Genro Filho, A. (2012). *O segredo da pirâmide – para uma teoria marxista do jornalismo*. Insular.
- Giddens, A. (1987). *A constituição da sociedade*. Martins Fontes.
- Giddens, A. (2008). *Sociologia* (6ª ed.). Fundação Calouste Gulbenkian.
- Gil, A. C. (2008). *Como elaborar projetos de pesquisa* (4ª ed.). Atlas.

- Graef, I., Husovec, M., & Purtova, N. (2019). Data Portability and Data Control: Lessons for an Emerging Concept in EU Law. *Cambridge University Press*, 19(6), 1359–1398.
- Guedes, É. N. (2010). *Espaço público contemporâneo: pluralidade de vozes e interesses*. Universidade Federal do Maranhão.
- Habermas, J. (2012). *A Transformação Estrutural da Esfera Pública*. Fundação Calouste Gulbenkian.
- Habermas, J. (2003). *Mudança estrutural da esfera pública: Investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa*. Tempo Brasileiro.
- Hall, S. (2016). O Ocidente e o Resto: Discurso e Poder. *Projeto História: Revista Do Programa De Estudos Pós-Graduados De História*, 56, 314-361.
- Han, B.-C. (2022). *Infocracia. Relógio D'Água*.
- Harari, Y. N. (2022). *21 Lições para o Século XXI*. Elsinore.
- Harari, Y. N. (2021). *Homo Deus: História Breve do Amanhã*. Elsinore.
- Harari, Y. N. (2024). *Nexus: História Breve das Redes de Informação da Idade da Pedra à Inteligência Artificial*. Elsinore.
- Harari, Y. N. (2023). *Sapiens: História Breve da Humanidade*. Elsinore.
- Harari, Y. N. (2015, junho). What explains the rise of humans? [Vídeo]. TED: Ideas Worth Spreading. https://www.ted.com/talks/yuval_noah_harari_what_explains_the_rise_of_humans

- Hashimoto, C. C. d. S. (2021). Dataísmo, a religião do século XXI e sua manifestação do sagrado no filme *I Am Mother* (2019). *Epígrafe*, 10(1), 537–554.
- Hernandez, A. D. (2023). Cambridge Analytica: Military Psy-Ops Privatized. *Class, Race and Corporate Power*, 11(2).
- Hustinx, P. (2013). EU Data Protection Law: The Review of Directive 95/46/EC and the Proposed General Data Protection Regulation. In *24th Session on European Union Law. European University Institute's Academy of European Law*.
- Isaak, J., & Hanna, M. J. (2018, 14 de agosto). User Data Privacy: Facebook, Cambridge Analytica, and Privacy Protection. *The Policy Corner*, 51(8), 56–59.
- Jiang, Y., Li, X., Luo, H., Yin, S., & Kaynak, O. (2022). Quo vadis artificial intelligence? *Discover Artificial Intelligence*, 2(4).
- Jungk, I. (2019). Repensando Matrix como metáfora do real em que estamos imersos. *Leitura Flutuante*, 10(2). <https://doi.org/10.23925/2175-7291.2018v10i2p43-60> .
- Junior, V. d. P. M. (2019). A complexidade homo e a revolução cognitiva. *Revista Seara Filosófica*, (18), 1–13.
- Kaufman, D., & Santaella, L. (2020). O papel dos algoritmos de inteligência artificial nas redes sociais. *Revista Famecus*, 27, 1–10.
- Kozłowska, I. (2018, 30 de abril). *Facebook and Data Privacy in the Age of Cambridge Analytica*. The Henry M. Jackson School of International Studies. <https://jsis.washington.edu/news/facebook-data-privacy-age-cambridge-analytica/>

- Laterza, V. (2021). Could Cambridge Analytica Have Delivered Donald Trump's 2016 Presidential Victory? An Anthropologist's Look at Big Data and Political Campaigning. *Public Anthropologist*, 3(1), 119–147.
- Lee, K.-F. (2019). *As Superpotências da Inteligência Artificial: A China, Silicon Valley e a Nova Ordem Mundial*. Relógio D'Água.
- Lévy, P. (2000). *Cibercultura*. Instituto Piaget.
- Lusa. (2024, 29 de outubro). *Steve Bannon, antigo conselheiro de Donald Trump, foi libertado da prisão*. RTP Notícias. https://www.rtp.pt/noticias/mundo/steve-bannon-antigo-conselheiro-de-donald-trump-foi-libertado-da-prisao_n1611215
- MacIntyre, A. (2002). *Dependent rational animals: why human beings need the virtues*. Open Court.
- Marino, D. S. D. (2016). Simulação da realidade e simulacro na história em quadradinhos Cidade de Vidro. *Revista De Letra em Letra*, 3(1), 20–31.
- McQuail, D. (2003). *Teoria da Comunicação de Massas*. Fundação Calouste Gulbenkian.
- Morais, R. M. d. O. (2015). Os Dispositivos Disciplinares e a Norma Disciplinar em Foucault. *Ítaca*, (27), 185–216.
- Morozov, E. (2018). *Big Tech: A ascensão dos dados e a morte da política*. Ubu Editora.

- Oliveira, L. C. (2021). *O uso de dados pessoais na Era Digital como forma de manipulação social e ameaça à democracia: Um estudo de caso da Cambridge Analytica* [Dissertação de Mestrado não publicada]. Pontífica Universidade Católica de Goiás.
- Orwell, G. (2018). *Nineteen Eighty-Four*. Penguin English Library.
- Pérez, R. M. (2020). El "dataísmo" como fundamento de la publicidad digital personalizada. *Ciencia y Sociedad*, 45(4), 107–118.
- Pires, M. d. S. A. (2013). 'Realidade Objetiva' e sua relação com a 'Verdade' na Epistemologia pragmática de W. James. *Cognitio-Estudos: Revista Eletrônica de Filosofia*, 10(1), 67–73.
- Portela, C. B. M. (2021). *A Influência das Tecnologias de Informação e Comunicação no Desenvolvimento de Dinâmicas e Ambientes Persuasivos em Contextos Profissionais*. Universidade Católica Portuguesa.
- Rakha, N. A. (2023). The Ethics of Data Mining: Lessons from the Cambridge Analytica Scandal. *International Journal of Cyber Law*, 1(1).
- Ramonet, I. (1999). *A Tirania da Comunicação*. Campo das Letras.
- Resende, F. (2005). A comunicação social e o espaço público contemporâneo. *Alceu*, 5(10), 129–145.
- Reuters & Público. (2024, 1 de julho). *Steve Bannon, aliado de Trump, começa a cumprir pena de prisão por desobediência*. Público.

[https://www.publico.pt/2024/07/01/mundo/noticia/steve-bannon-aliado-trump-
comeca-cumprir-pena-prisao-desobediencia-2095990](https://www.publico.pt/2024/07/01/mundo/noticia/steve-bannon-aliado-trump-comeca-cumprir-pena-prisao-desobediencia-2095990)

- Richterich, A. (2018). How Data-Driven Research Fuelled the Cambridge Analytica Controversy. *Partecipazione e Conflitto*, 11(2), 528–543.

- Rodrigues de Souza, R. B. (2021). Jornalismo e conhecimento da realidade objetiva no século XXI. *Comunicação Mídia Consumo*, 18(51), 124–143.

<https://doi.org/10.18568/cmc.v18i51.2184>

- Ruaro, R. L. (2020). Algumas Reflexões em Torno do RGPD com Alusões à LGPD. *Revista Brasileira De Direitos Fundamentais & Justiça*, 14(42), 219–249.

- Sandberg, R. (2020). *Surveillance Capitalism in the Context of Futurology: An inquiry to the implications of surveillance capitalism on the future of humanity*. University of Helsinki.

- Santaella, L. & Kaufman, D. (2021). Os dados estão nos engolindo? *Civitas*, 21(2), 214-223.

- Santos, T. D. (2014). Theodor Adorno: uma crítica à indústria cultural. *Revista Trágica: estudos de filosofia da imanência*, 7(2), 25–36.

- Sartori, G. (2000). *Homo Videns - Televisão e Pós-pensamento*. Terramar.

- Schreur, P. E. (2023). *Homo Deus Techno-Humanism vs Dataism and the place of Information in Society*. Casalini Libri.

- Segurado, R. (2022). Infocracia: Byung-Chul Han e Impactos da Digitalização da Vida na Dinâmica Democrática. *Revista de Direito Brasileira*, 33(12), 352–355.
- Serra, J. P. (2007). *Manual de Teoria da Comunicação*. Livros Labcom.
- Shone, T. (2020). *The Nolan Variations: The Movies, Mysteries, and Marvels of Christopher Nolan*. Knopf Doubleday Publishing Group.
- Shrier, D., Wu, W., & Pentland, A. (2016). Blockchain & Infrastructure (Identity, Data Security). *MIT Connection Science*.
- Silva, M. (2023). Infocracia: digitalização e a crise da democracia. *Altus Ciência*, 17, 439–445.
- Silveirinha, M. J. (2009). Novos media, Velhas questões. *Agora.Net*, 1.
- Silveirinha, M. J. (2010). Esfera Pública. *Conceitos de Comunicação Política*, 33–42.
- Silverstone, R. (2007). *Media and Morality: On the Rise of the Mediapolis*. Polity Press.
- Siqueira, H. S. G. (2007). Jean Baudrillard: Importância e contribuições pós-modernas. *Pós-modernidade, política e educação*.
- Smith, D. (2016, 15 de novembro). *Steve Bannon: appointment of 'white nationalist' must be reversed, critics declare*. The Guardian. <https://www.theguardian.com/us-news/2016/nov/14/steve-bannon-white-house-racism-fear>
- Stake, R. E. (1995). *The art of case study research*. Sage Publications, Inc.

- Streinz, T. (2021). *The Evolution of European Data Law*. Oxford University Press, 3.

- Taylor, C. (2000). *Argumentos Filosóficos*. Loyola.

- Taylor, C. (2010). *Imaginários Sociais Modernos*. Edições Texto & Grafia.

- The Guardian. (2018, 17 de março). *Cambridge Analytica whistleblower: 'We spent \$1m harvesting millions of Facebook profiles'* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=FXdYSQ6nu-M>

- The New York Times. (2018, 9 de abril). *How Cambridge Analytica Exploited the Facebook Data of Millions | NYT* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=mrnXv-g4yKU>

- Trivinho, E. (2010). Espaço público, visibilidade mediática e cibercultura: obliteração estrutural da esfera pública no cyberspace. *Revista Famecus*, 17(3), 266–277

- União Europeia. (1995, 24 de outubro). *Directiva 95/46/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 24 de Outubro de 1995, relativa à protecção das pessoas singulares no que diz respeito ao tratamento de dados pessoais e à livre circulação desses dados*. EUR-Lex. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX:31995L0046>

- União Europeia. (2016, 27 de abril). *Regulamento (UE) 2016/679 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 27 de abril de 2016, relativo à proteção das pessoas singulares no que diz respeito ao tratamento de dados pessoais e à livre circulação desses dados e que revoga a Diretiva 95/46/CE (Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados) (Texto relevante para efeitos do EEE)*. EUR-Lex. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=celex:32016R0679>

- United Nations. (1948). *Universal Declaration of Human Rights*. <https://www.un.org/en/about-us/universal-declaration-of-human-rights>

- van Dijck, J. (2017). Confiamos nos dados? As implicações da datificação para o monitoramento social. *MATRIZES*, 11(1), 39–59.

- Vasconcelos, R. C. F. (2019). *O Storytelling na Comunicação Estratégica: o uso de histórias como técnica de engajamento entre organizações e seus públicos* [Dissertação de Mestrado, Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas]. Repositório da Universidade de Lisboa.

- Véliz, C. (2022). *Privacidade é Poder - Por Que razão e como Devemos Recuperar o Controlo dos Nossos Dados*. Círculo de Leitores.

- Viegas, S. I. R. (2007). Hiper-real e realidade do virtual. *Revista Fronteiras - estudos mediáticos*, 9(2), 130–134.

- Wachowski, L., & Wachowski, L. (Directors). (1999). *The Matrix* [Filme]. Warner Bros; Village Roadshow Pictures; Groucho Film Partnership.

- Warburton, N. (2015). *Liberdade de Expressão: Uma Breve Introdução*. Gradiva.

- Weber, J. (2023). Regime de informação, dataísmo e niilismo – Byung-Chul Han e a tese de uma nova configuração do niilismo no século XXI. *Revista Dialectus*, 30(30), 181–188.

- Wultz, C. (2013). *Homo Pictor: Imaginação, Ritual e Aprendizado Mimético no Mundo Globalizado*. Hedra.

- Yin, R. K. (2001). *Estudo de caso: planejamento e métodos* (2ª ed.). Bookman.

- Zanon, A. T. P., & Luquetti, E. C. F. (2018). O poder humanizador da ficção. *Revista Philologus*, 24(72), 1521–1528.

- Zuboff, S. (2020). *A Era do Capitalismo da Vigilância - A Disputa por Um Futuro Humano na Nova Fronteira do Poder*. Relógio D'Água.