

## Índice

O triunfo do capitalismo da vigilância .....	1
Digitocracia, nova e inquietante forma de governo.....	3

### O triunfo do capitalismo da vigilância

Hoje, o maior negócio já não está na indústria ou no petróleo, mas na exploração dos dados que cedemos às grandes empresas tecnológicas. A ascensão das redes e serviços digitais fez surgir um novo modelo económico, o capitalismo da vigilância, que tem uma grande influência nas nossas vidas.

Poder-se-ia dizer que 2015 foi o ano da sustentabilidade e que 2020 foi o ano do capitalismo da vigilância. Sem dúvida, a pandemia da Covid-19 que vivemos desde março de 2020 vai influir decisivamente, mesmo que de forma ainda imprevisível, no peso futuro que terá tanto uma como o outro. Por um lado, o isolamento físico a que nos vimos obrigados para combater a pandemia fez aumentar exponencialmente a colonização da realidade pelo universo digital. No entanto, a pandemia também nos veio alertar para a insustentabilidade de um modo de desenvolvimento que poderia estar na origem daquela, e que se mostrou extraordinariamente vulnerável para lhe dar resposta.

Em 2015, a crise económica de 2008 já havia afrouxado e o mundo sentia-se capaz de enfrentar os desafios coletivos de longo alcance, principalmente dois. O primeiro, conseguir um modelo social que não deprede os recursos naturais necessários (nomeadamente, as condições climáticas e a biodiversidade) para que os futuros seres humanos possam viver. O segundo, combater a desigualdade e exclusão social, que bloqueia as possibilidades de uma vida digna de grande parte da humanidade. Nesse ano de 2015, a ONU aprovou a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável, foi aprovado o Acordo de Paris contra a mudança climática e o Papa Francisco publicou a encíclica “Laudato si’”, dedicada monograficamente à questão ecológica e social. As três ações convergiram no

mesmo propósito de alcançar um modelo social inclusivo e sustentável.

#### Três acontecimentos

No ano de 2020, num ambiente de crescente crispação política e social em quase todas as regiões do mundo, muito diferente do vivido cinco anos antes, houve três acontecimentos aparentemente menores que, no entanto, serviram para chamar a atenção da opinião pública mundial sobre aquilo que se tem vindo a designar por capitalismo digital, dos dados ou da vigilância.

Primeiro, a comissão anti-*trust* da Câmara dos Representantes dos EUA investigou as grandes empresas tecnológicas (Google, Amazon, Facebook e Apple, conhecidas pelo acrónimo GAFAs), tendo concluído que abusam da sua [posição dominante](#) no mercado e, por isso, pede para que se reforce a legislação antimonopolista e, inclusivamente, que se reestruturem estas empresas em prol da concorrência (blogue “El Sónar”, 14.10.220).

A Netflix, por seu turno, estreou um documentário, “[O Dilema das Redes Sociais](#)”, que alerta para o grau de invasão das redes sociais nas nossas vidas, que teve um grande sucesso de audiência e semeou bastante desassossego entre a opinião pública de meio mundo (“Aceprensa”, 9.10.2020).

Por último, a professora de Sociologia da Universidade de Harvard, Shoshana Zuboff, publicou no final de 2019, e tem sido traduzido em bastantes línguas, o seu livro “The Age of

Surveillance Capitalism” (em português: “A Era do Capitalismo da Vigilância”, Relógio D’Água Editores, 2020), no qual adverte para a irrupção desta nova forma de capitalismo, à qual imputa potenciais efeitos letais para a natureza humana.

Em 2015, procurava-se a mobilização geral para evitar a ameaça de uma mudança climática catastrófica; em 2020, mesmo que de forma ainda tímida, pretende-se que haja uma reorientação da tecnologia digital para que, em vez de consolidar o capitalismo da vigilância, dê lugar a uma economia verdadeiramente colaborativa e a relações sociais sustentadas no acesso universal à informação, à comunicação e à participação social. E, evidentemente, sem ter de alienar a intimidade própria nem sofrer a manipulação. Ora, em que consiste o capitalismo da vigilância?

## O mal está no sistema

Desde há alguns anos, as maiores empresas do mundo pela sua [capitalização bolsista](#) são as tecnológicas: Google, Apple, Facebook, Amazon e Microsoft (GAFAM). São também as que têm uma presença mais constante na nossa vida quotidiana. Além disso, e apesar das crescentes críticas de que são objeto, gozam de uma consideração social que muito gostariam de ter, tanto as instituições sociais, como as empresas mais convencionais. Fornecem-nos serviços de comunicação, informação, lazer, compras *online* e relações sociais que nos parecem imprescindíveis. E fazem-no, além disso, de forma gratuita na maior parte dos casos, com grande eficiência e com elevado nível de personalização do serviço: tudo isso dá-nos um grande conforto e, conseqüentemente, atribuímos um grande valor a essas marcas. Como se explica, então, que a sua atividade seja o alvo agora de uma crítica total por parte de uma professora da Escola de Negócios de Harvard?

Zuboff não avança com qualquer nova reviravolta relativamente às muitas ações reprováveis que as chamadas *Big-Tech* têm efetuado. Evidentemente, deplora que constituam monopólios, que muitas das suas ações tenham por objetivo anular a concorrência, que aproveitem os buracos fiscais para pagar menos impostos, que deem origem a trabalhos precários e mal remunerados semelhantes aos do taylorismo, que difundam notícias falsas e manipulem os votantes em eleições políticas, ou que obtenham de modo quase fraudulento o consentimento dos seus clientes para guardar e explorar os seus dados pessoais. Todas estas formas de proceder têm corroído a liberdade de mercado, aumentam a desigualdade social, atacam a democracia e violam a intimidade das pessoas. Mas poderiam ser contidas com melhores leis e uma maior coordenação entre os Estados. O [Regulamento da UE](#) sobre proteção de dados pessoais é um bom exemplo de uma importante ação dirigida para proteger a intimidade.

Para Zuboff, o problema principal que levantam as *Big-Tech* não reside nas suas eventuais más práticas, por muito graves

que venham a ser, mas no modelo de capitalismo que criaram e que, em muito poucos anos, se tornou hegemónico.

## A nova mais-valia

Shoshana Zuboff consagra o termo *capitalismo da vigilância* para se referir à forma de organização económica que explora não a mais-valia gerada pelo trabalho dos empregados, mas a obtida de recolher as experiências das pessoas. É importante destacar que a sua análise não adota o simplismo de considerar os dados recolhidos como o produto que as GAFAM vendem para obter a sua rentabilidade. Ela não partilha a expressão tantas vezes repetida “Quando o produto é gratuito, o produto és tu”. O indivíduo não constitui o produto, mas o cadáver abandonado do qual se obtém o seu excedente comportamental.

O capitalismo da vigilância sustenta-se em dois imperativos: extrair dados e prever o comportamento. A matéria-prima são os dados que obtém a partir da vigilância do comportamento das pessoas. Depois transforma esses dados em prognósticos sobre como irão atuar no futuro. Em seguida, estes prognósticos são colocados à venda numa modalidade nova de mercado.

Zuboff considera que a “civilização da informação” do início do século XXI não estava inevitavelmente condenada a este destino. Visto que [a tecnologia não é neutral](#), estando sim desenhada com uma carga valorativa específica que a orienta numa ou noutra direção, foi possível escolher entre uma variedade de modelos de definição da tecnologia digital orientada para a atividade económica. Zuboff compara dois: o capitalismo orientado para a ajuda e o capitalismo da vigilância. Ambos se diferenciam tanto pelo objetivo (servir o consumidor ou aproveitar-se dele) como pelos métodos (recolher dados sob licença e com limites no acesso, ou recolhê-los sem limites e sem restrições no acesso). O capitalismo orientado para a ajuda também exerce uma certa vigilância sobre os dados, mas com uma finalidade limitada ao que Zuboff denomina o reinvestimento comportamental, isto é, conseguir um melhor produto ou serviço para o consumidor. Infelizmente impôs-se o segundo modelo.

## Automatizar a conduta

Zuboff vaticina que o pior está para vir: quando os gigantes tecnológicos deixem de prever o comportamento e passem a desenhá-lo. Já não bastará, então, automatizar os fluxos de informação sobre nós, sendo que o objetivo será automatizar-nos a nós. Assim como o capitalismo de gestão da produção

em cadeia procurou e automatizou o corpo, o capitalismo da vigilância caça e automatiza a mente. Com a sua incansável acumulação de dados, as plataformas digitais chegam a conhecer as nossas preferências melhor do que nós, e podem dar-nos um pequeno empurrão para que nos comportemos de uma forma que produzamos ainda mais valor. Por isso, Zuboff não tem qualquer constrangimento em afirmar que, assim como o capitalismo industrial afetou negativa e perigosamente a natureza, o capitalismo da vigilância causará estragos na própria condição humana.

Para cúmulo, Zuboff constata como, em poucas décadas, se produziu uma inquietante transformação social, que facilita a consolidação do capitalismo da vigilância. Da secular e unânime recusa pelos cidadãos das técnicas de modificação em massa do comportamento como ameaças inadmissíveis para a autonomia individual e a ordem democrática, passou-se a aceitar a sua aplicação generalizada com escassa oposição. Os cidadãos parecem ter perdido a diferença entre obter um serviço personalizado e ver condicionado o seu comportamento futuro.

O capitalismo da vigilância engana-nos duplamente. Em primeiro lugar, quando fazemos a entrega dos nossos dados (isto é, a nossa intimidade) em troca de serviços relativamente triviais e, em segundo lugar, quando esses dados são utilizados para estruturar o nosso mundo futuro de uma maneira que não é transparente nem desejável. O ser humano perde assim qualquer indício de soberania pessoal.

O livro de Zuboff é, antes de tudo, uma crítica implacável de um modelo de capitalismo que desenha a tecnologia digital para se apropriar do ser humano. Não obstante, aponta também algumas ações dirigidas para conter essa força de alienação humana que parece imparável. Concretamente, propõe o reconhecimento de dois direitos: o direito ao tempo futuro, “que inclui a capacidade do indivíduo de imaginar, pretender, prometer e construir um futuro”; e o direito ao asilo e ao refúgio, como garantias de um espaço de proteção inviolável.

V. B. C.

## Digitocracia, nova e inquietante forma de governo

Estreitamente aparentada com o capitalismo da vigilância, surgiu uma nova forma de governo *de facto*: a *digitocracia*.

A realidade é analógica; é-nos compreensível reconhecendo as semelhanças e diferenças entre os seres. Quando substituímos a abordagem analógica à realidade pela quantitativa, aumentamos o nosso poder de intervenção sobre ela, mas à custa de perder na capacidade para compreendê-la. Digitalizar a realidade leva ao extremo esse processo de quantificação: tudo se pode converter em dado. A digitalização projetada sobre o ser humano dá lugar a uma eficaz forma de governo *de facto*, que Alfonso Ballesteros, num seu trabalho [[“Digitocracy: Ruling and Being Ruled”](#), “Philosophies”, 2020, 5(2), 9] acerta em designar por *digitocracia*.

A digitocracia como forma de governo *de facto* é concretizada através das tecnologias da reputação e das tecnologias de busca (Frank Pasquale). As tecnologias da reputação classificam-nos, avaliam-nos e pontuam-nos. Apresentam-nos aos outros e perante nós próprios como o resultado da informação interpretada mediante algoritmos. Estas tecnologias dizem-nos como somos percebidos e o crédito reputacional de que dispomos.

Tanto as grandes empresas tecnológicas como os Estados autoritários utilizam-nas. No Ocidente, as grandes empresas tecnológicas utilizam estas tecnologias da reputação como fonte de negócio. Para aumentar o nosso crédito reputacional devemos exibir-nos constantemente, colocando à disposição todas as nossas experiências de vida. Com esses dados, melhoram-se as tecnologias de busca, as quais servem por sua vez para captar a nossa atenção ao longo de mais tempo e recolher mais dados com os quais possam fazer um prognóstico da nossa conduta.

A China, por seu lado, utiliza as tecnologias da reputação para avaliar a integridade do indivíduo nas suas diversas relações e conferir-lhe um determinado crédito ou descrédito social. Em ambos os casos, a digitalização é orientada para o sonho ilustrado de organizar a sociedade da forma mais eficiente, seja para servir os interesses do capital, ou para servir os do governo autoritário.

Com as tecnologias de busca, as empresas tecnológicas produzem o mundo que querem mostrar-nos, nas palavras de Pasquale, e mostram-nos esse mundo através dos dispositivos digitais. O mundo que se mostra ao indivíduo depende da sua reputação. Conforme o muito que sabem de nós, apresentam-nos a realidade que mais nos vai agradar.

Os problemas suscitados por estas tecnologias saltam à vista. As da reputação levantam o problema de se a identidade do indivíduo pode ser reduzida a informação, a uma entidade

mensurável e intercambiável. Por seu turno, as tecnologias de busca constituem um obstáculo ao sentido da realidade ou senso comum. Ao desaparecer a realidade usualmente partilhada, a própria existência da comunidade humana é colocada seriamente em risco.

### “Animal digitalis”

Para conseguir que as tecnologias da reputação e busca sejam eficazes, é necessário reduzir o ser humano à condição de *animal digitalis*. Trata-se de diluir as características próprias do ser humano, nomeadamente a sua capacidade de se recolher sobre si próprio e projetar a sua existência no tempo, e potenciar os processos mais mecânicos da mente humana: a dependência, a transparência, a emoção, e o fechamento do sujeito no presente e na solidão. A tecnologia digital é o meio para consegui-lo.

Em primeiro lugar, a tecnologia digital está desenhada para se tornar dependente. Verificou-se que o *smartphone* imita com grande sucesso as máquinas caça-níqueis de Las Vegas (Natasha Schüll).

Em segundo lugar, a tecnologia digital dá primazia à emoção sobre o sentimento, porque a primeira é efémera e promove a comunicação, enquanto que o sentimento pode ser mais duradouro e forja a comunidade. Assim acontece com o sentimento de luto, que não leva necessariamente a comunicar, mas sim a criar uma comunhão no sentimento. Pelo contrário, a emoção é efémera e, o mais importante, performativa. Leva a atuar, a partilhar, a exhibir-se, a ser comunicada digitalmente (Byung-Chul Han).

Em terceiro lugar, a tecnologia digital converte o ser humano em transparente. Liquida a distinção entre o privado e o público. Despojado da sua singularidade, o ser humano fica reduzido ao seu crédito reputacional. O pan-ótico de Jeremy Bentham, esse centro penitenciário onde o vigilante pode observar ocultamente todos os prisioneiros, é substituído pelo pan-ótico digital, onde cada um se expõe livremente ao olhar pan-ótico. É, ao mesmo tempo, a vítima vigiada e o agente que se exhibe (Byung-Chul Han).

Em quarto lugar, a tecnologia digital coloca-nos numa “solidão ocupada”. A solidão é algo de fundamental na vida humana, para que a pessoa se possa encontrar consigo mesma e com os outros. O problema da “solidão digital” é que nos priva dos outros, e também de nós mesmos. É “solidão”, mas não como ausência de ocupações, mas uma solidão permanentemente entretida, que não permite a reflexão nem tomar consciência do outro.

### Confinados no instante

Por último, a tecnologia digital confina-nos no instante. A dimensão da temporalidade transforma-se num presente constante. Os desenhos atuais da tecnologia digital propiciam a destruição da nossa concentração e potenciam a nossa ânsia de novidades, imagens, estímulos, *likes*. Deste modo, consegue-se fidelizar o indivíduo aos dispositivos digitais, encarregados de extrair continuamente os dados pessoais com os quais prever e condicionar o seu comportamento futuro. Este encerrar no presente é uma amostra de animalização; é próprio dos animais inferiores, que carecem de *thymós*, valentia, entendida como a capacidade para adiar o prazer do momento.

Para evitar a digitocracia é imprescindível uma decidida ação política e jurídica pelo menos em dois planos. Por um lado, configurando uma arquitetura da tecnologia digital que, em vez de servir a eficiência dos mercados e dos Estados, seja colocada ao serviço da liberdade e da igualdade humanas, garantindo um acesso igualitário e completo à informação, propiciando a participação social livre e reflexiva, minimizando o acesso e a conservação dos dados pessoais, e estabelecendo uma gestão pública dos mesmos, concebidos como bem comum. Por outro, proclamando novos “neuro direitos” que nos protejam contra a manipulação da mente: os direitos à liberdade cognitiva, à privacidade mental, à integridade mental e à continuidade psicológica (Marcello Lenca, Roberto Andorno).

V. B. C.