

Resenha

O AÇOUGUE DIGITAL: como os Titãs do Vale do Silício vendem sua atenção

Análise a partir do documentário “O Dilema das Redes”

Samuel Mascarenhas Barros Gusmão¹

Lorena Silva Vitória Almeida Araújo²

Antes de analisar o fenômeno do monitoramento de dados e da manipulação algorítmica a partir do documentário “O Dilema das Redes” é necessária uma breve contextualização histórico-social que proporcionou o surgimento desta problemática. Desde a implementação do Electronic Numerical Integrator and Computer (ENIAC) em 1946, tem-se observado um progresso contínuo na área da tecnologia. A difusão da internet na década de 1970, seguida pela emergência dos primeiros smartphones num período próximo aos anos 2000, impulsionou os avanços tecnológicos e comunicacionais a patamares estratosféricos.

Observa-se que o avanço tecnológico permitiu a conexão entre pessoas de diversas partes do mundo por meio de uma rede global, facilitando a interação entre familiares e amigos que se encontram distantes. Além disso, esse progresso abriu portas para o acesso a um conjunto mais amplo de informações, fugindo do conhecimento que antes era somente regionalizado. Além das possibilidades lúdicas e informativas que o avanço tecnológico proporcionou aos meros mortais, grandes empresas passaram a utilizar da tecnologia para otimizar seus gastos e reduzir custos que outrora possuíam.

Seguindo a necessidade de corte de gastos e controles maiores sobre as filiais, as empresas passam a investir em redes de comunicação interna, conectando todas as suas operações mundiais. Nesse estágio, os executivos

¹ Bolsista de Iniciação Científica da BIC/Univale. Membro do Núcleo Interdisciplinar Educação, Saúde e Direitos vinculado ao Programa de Pós-graduação em Gestão Integrada do Território. Graduando em Direito pela Universidade Vale do Rio Doce (Univale). samuel.gusmao@univale.br

² Mestra em Gestão Integrada de Território pela Univale (2020). Pós-graduanda em Direito das Famílias e Sucessões pela Faculdade Única (2020). Especialista em Direito Internacional pelo CEDIN - Centro de Direito Internacional (2017). Especialista em Direito Público pela Fadvale (2015). Graduada em Direito pela Faculdade de Direito do Vale do Rio Doce (Fadvale) (2013). Professora na Universidade Vale do Rio Doce (Univale). lorena.araujo@univale.br

experimentam plenamente as facilidades da comunicação rápida, economizando papel, pulsos telefônicos, viagens e tempo (Pinheiro, 2021, p. 61)

É importante ressaltar que, ultrapassando as empresas convencionais, um novo setor empresarial surgiu a partir desse avanço. Afinal, seria ingênuo pensar que o neoliberalismo permitiria que os indivíduos se comunicassem livremente sem que isso gerasse algum tipo de lucro. Nesse contexto, emergem os grandes protagonistas desse cenário: as Big Techs, os mais recentes herdeiros do capitalismo digital.

De modo sintetizado, as Big Techs, também conhecidas como gigantes do Vale do Silício, são corporações globais, majoritariamente, para não dizer todas, originárias dos Estados Unidos, que monopolizam a tecnologia da informação e dominam a infraestrutura digital em escala mundial.

Essas neo-oligarquias emergiram, conforme mencionado anteriormente, com o propósito de transformar o acesso à informação em uma mercadoria. Dessa forma, tanto a comunicação quanto os conteúdos disponíveis na rede foram convertidos em dados, processados e explorados por meio de algoritmos.

Após essa breve, talvez um pouco extensa, introdução, partir-se-á à análise, e conexão com o documentário “O Dilema das Redes”. O filme documental dirigido por Jeff Orlowski aborda principalmente como as Big Techs (Facebook, Google, Amazon, dentre outras), utilizando os algoritmos, direcionam os usuários para publicações que reforçam os seus interesses pessoais, com o intuito de mantê-los cada vez mais presos nas telas.

As redes utilizam dos designs tecnológicos de seus aplicativos para emitir uma série de estímulos visuais, agindo como uma espécie de cassino virtual, para prender os usuários em seus aplicativos. Assim, nesta guerra de titãs (as big techs) ganha quem prender o indivíduo por mais tempo.

Nesse momento o leitor deve estar se questionando, “mas o que essas empresas ganham prendendo os usuários, afinal os aplicativos, em sua maioria, são de graça?”. A resposta para este questionamento está no próprio documentário, nele o diretor, através de vários relatos - muitos desses sendo de funcionários de alta patente destas empresas -, mostra que na realidade, diferentemente do esperado pelo senso comum, os usuários são os produtos e as demais empresas são os clientes. Desse modo, nesse açougue virtual, as carnes (atenção dos indivíduos) são vendidas

para as empresas de outros ramos. Com isso, as redes sociais coletam e comercializam os dados dos usuários para as empresas que são mais compatíveis com os perfis desses sujeitos.

Após essa comercialização de dados, o documentário evidencia que os usuários passam a ser incessantemente expostos a anúncios personalizados, cuidadosamente alinhados aos seus interesses e preferências. Esse mecanismo aumenta significativamente a probabilidade de consumo, transformando a experiência digital em um ambiente altamente direcionado e persuasivo.

Uma outra temática abordada no documentário está ligada ao fato de que, com o intuito de vender mais e mais usuários aos anunciantes, as redes sociais, passam, em um processo minucioso e progressivo, a moldar os interesses dos *users* para que estes estejam enquadrados no perfil de clientes das empresas.

Diante desse cenário, acredito que a escrita sob o templo de Delfos deixaria de ser “Conhece a te mesmo”, uma vez que, com as redes sociais, deixou de ser necessário que o seres humanos se conheçam, a final, os algoritmos já os conhecem o suficiente, não somente conhece, como detêm o poder de decidir quem eles serão.

Outro tema relevante abordado pelo documentário é a disseminação de fake news e seu impacto nos processos eleitorais. A obra destaca como a desinformação, impulsionada pelos algoritmos das redes sociais, pode influenciar decisivamente a opinião pública e os resultados das eleições. Nesse contexto, o Brasil é citado como um dos países onde essa dinâmica teve forte repercussão, especialmente nas eleições de 2018. Que curioso, não é mesmo?

A respeito da temática supra exposta, o documentário deixa claro como os usuários têm sua personalidade completamente moldada pelos titãs do Vale do Silício. Além disso, é mostrado como o senso de verdade ou mentira é totalmente líquido, e qualquer informação, se for muito propagada, pode se tornar um fenômeno incontestável.

Nesse diapasão, Byung-Chul Han (2023), em sua obra “A crise da narração”, expõe que por vivermos, atualmente, em uma sociedade que se encontra diluída por informações rasas e transitórias, acaba gerando uma incapacidade de se formular narrativas coesas e profundas.

Desse modo, o fenômeno do *Storytelling*, visando gerar uma comunicação rasa e persuasiva, pode ser utilizado como uma ferramenta eficiente para propagação de *Fake News*, e que, se essas forem alinhadas ao algoritmo, passam a exercer um papel de usurpadoras da verdade.

Na verdade, o storytelling é tudo menos o retorno da narração. Em vez disso, ele serve para instrumentalizar e comercializar as narrativas. Ele está se estabelecendo como uma eficiente técnica de comunicação que, não raro, tem objetivos manipuladores (Han, 2023, p. 66).

Ademais, o documentário expõe que os usuários não passam de dados, estes que estão sob constante vigília e manipulação. De modo que os conteúdos à serem enviados aos *users*, como mencionado outrora, são milimetricamente projetados para atenderem todas as expectativas e vontades pessoais desses indivíduos.

Devido ao bombardeamento de informações, os indivíduos acabam por serem acorrentados em um habitat virtual, estando rodeados apenas pelo próprio ego e anúncios. Gerando assim, um esvaziamento da coletividade e da troca de informações e conhecimentos.

A crescente pobreza de contato nos adocece. Se formos totalmente privados de contato, ficaremos irremediavelmente presos em nosso ego. O toque, em sentido enfático, arranca-nos de nosso ego. Pobreza de contato, em última análise, significa pobreza de mundo. Ela nos deixa depressivos, solitários e ansiosos. A digitalização agrava essa pobreza de contato e de mundo. Paradoxalmente, a crescente conectividade nos isola. Essa é a funesta dialética da conectividade. Estar conectado não significa estar vinculado (Han, 2023, p. 60).

Por fim, com base no exposto, entende-se que o documentário “O Dilema das Redes” age não somente expondo a problemática do monitoramento de dados e da manipulação algorítmica, mas também como um sinal de alerta, e quem sabe um último aviso, sobre o rumo que a humanidade tem tomado e como, aos poucos, a existência do ser humano como indivíduo, mas pertencente à uma coletividade, vêm sendo esvaziada.

REFERÊNCIAS

HAN, Byung-Chul. **A crise da narração**. Trad. Daniel Guilhermino. Petrópolis: Vozes, 2023. 133 p.

ORLOWSKI, Jeff. **O dilema das redes** [filme]. Direção: Jeff Orlowski; Produção: Larissa Rhodes. Netflix, 2020. 94 min. Disponível em: <https://www.netflix.com>. Acesso em: 24 fev. 2025.

PINHEIRO, Patrícia P. **Direito digital**. 7. ed. Rio de Janeiro: Saraiva Jur, 2021. E-book. p. 4. ISBN 9786555598438. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786555598438/>. Acesso em: 26 fev. 2025.