

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS – UFSCAR
CENTRO DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS HUMANAS – CECH
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGIA – DS

**SOLIDÃO ACOMPANHADA: A DINÂMICA PARADOXAL DAS REDES SOCIAIS
NO CAPITALISMO DE VIGILÂNCIA**

GABRIELA CHINI

SÃO CARLOS
2024

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS – UFSCAR
CENTRO DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS HUMANAS – CECH
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGIA – DS

**SOLIDÃO ACOMPANHADA: A DINÂMICA PARADOXAL DAS REDES SOCIAIS
NO CAPITALISMO DE VIGILÂNCIA**

Gabriela Chini

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Sociologia da Universidade Federal de São Carlos (UFSCAR) como parte dos requisitos para obtenção do título de bacharel em Ciências Sociais.

Orientador: Prof^o. Dr. Jacob Carlos Lima

SÃO CARLOS
2024

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS – UFSCAR
CENTRO DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS HUMANAS – CECH
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGIA – DS

FOLHA DE APROVAÇÃO

Assinatura dos membros da Comissão Examinadora que avaliou e aprovou a defesa do Trabalho de Conclusão de Curso de Sociologia da candidata Gabriela Chini realizada em

___ / ___ / ____.

Prof. Dr.

Instituição

Prof. Dr.

Instituição

Prof. Dr.

Instituição

DEDICATÓRIA

A todos que amo e dão sentido à minha vida, dedico!

“O amor é o que o amor faz. Amar é um ato da vontade. Isto é, tanto uma intenção quanto uma ação. A vontade também implica escolha. Nós não temos que amar. Escolhemos amar”.

- Bell Hooks

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente aos meus pais, Raquel e Miguelangelo, os quais me forneceram boas oportunidades de estudos, assim como os meios materiais e emocionais para chegar ao ensino superior. Obrigada por serem meus primeiros companheiros nessa caminhada, por me ensinarem a ser forte e teimosa o suficiente pra ir atrás dos meus sonhos. Sem vocês nada disso seria possível.

Agradeço também aos demais familiares que me apoiaram até aqui e a todos meus amigos que conheci antes, durante e posteriormente à graduação. Obrigada por partilharem o peso e as delícias da vida adulta, por sonharem o banal e o extraordinário comigo e, principalmente, por me ajudarem a ser uma pessoa melhor para mim mesma e para as pessoas ao meu redor.

Como não poderia deixar de ser, agradeço à minha psicóloga Viviane, por ter me mostrado que é possível viver uma vida mais consciente e, acima de tudo, por ter me ensinado a confiar na minha intuição - sem a qual eu jamais teria chegado tão longe.

Obrigada a todos vocês por darem significado à minha vida e tornarem a realização deste trabalho possível.

Por fim, ao Prof. Dr. Jacob Carlos Lima os mais sinceros agradecimentos como prova de reconhecimento de seu grande profissionalismo, que pude testemunhar tanto ao longo da minha trajetória na instituição, quanto na orientação deste trabalho em si.

RESUMO

As inovações tecnológicas possibilitadas pela expansão do uso da internet influenciam e reestruturam a sociedade implicando na movimentação de informações e dados contínuos e infundáveis que são transformadas em mercadorias visando prever e moldar o comportamento das pessoas como fundamento do capitalismo de vigilância. O objetivo deste estudo é analisar a dinâmica das relações interpessoais moldadas pelas redes sociais e como as tecnologias da comunicação modificam as subjetividades e promovem a manutenção de relações de dependência que irão viabilizar essa retroalimentação do sistema capitalista. A metodologia do estudo se fundamenta em pesquisa bibliográfica com abordagem descritiva. A partir da pesquisa constatou-se que a hiperconexão nas mídias digitais vai muito além da coleta de dados de forma implícita que são utilizados para perpetuar o sistema. As redes sociais mantêm as pessoas em sua zona de conforto interações de caráter superficial que não criam intimidade ou amizades profundas, gerando sentimentos de solidão e redução dos relacionamentos. A exposição da intimidade, torna-se um atrativo para manter os internautas conectados, isolados e solitários durante longos períodos passando a influenciar a maneira de pensar e agir, consolidando o paradoxo do capitalismo de vigilância.

Palavras Chave: Capitalismo de Vigilância. Paradoxo das redes sociais. Mercantilização das Subjetividades. Mercantilização dos Afetos. Intimidade performática. Solidão conectada.

ABSTRACT

Technological innovations made possible by the expansion of internet use influence and restructure society, implying the movement of continuous and endless information and data that are transformed into commodities aimed at predicting and shaping people's behavior as the foundation of surveillance capitalism. The objective of this study is to analyze the dynamics of interpersonal relationships shaped by social networks and how communication technologies modify subjectivities and promote the maintenance of relationships of dependence that will enable this feedback from the capitalist system. The study methodology is based on bibliographical research with a descriptive approach. From the research it was found that hyperconnection in digital media goes far beyond the implicit collection of data that is used to perpetuate the system. Social networks keep people in their comfort zone with superficial interactions that do not create intimacy or deep friendships, generating feelings of loneliness and reduced relationships. The exposure of intimacy becomes an attraction to keep internet users connected, isolated and lonely for long periods, influencing the way they think and act, consolidating the paradox of surveillance capitalism.

KEYWORDS: Surveillance capitalism. Social media paradox. Subjectivities commoditization. Affections commoditization. Performative intimacy. Connected loneliness.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 CAPITALISMO DE VIGILÂNCIA	12
2.1 SURGIMENTO DA WEB 2 E O CAPITALISMO DE VIGILÂNCIA	12
2.2 A ARQUITETURA PARADOXAL DAS REDES SOCIAIS	16
2.3 MERCANTILIZAÇÃO DAS SUBJETIVIDADES	20
2.4 MERCANTILIZAÇÃO DO AFETO	24
2.5 INTIMIDADE PERFORMÁTICA	27
2.6 SOLIDÃO CONECTADA	31
3 CONCLUSÃO	35
REFERÊNCIAS	37

1 INTRODUÇÃO

A sociedade em que vivemos passa por contínuas e profundas transformações, verificadas pelo avanço da ciência e da tecnologia. A internet integrou o mundo tanto possibilitando serviços e aplicativos de comunicação como modificando a forma como as atividades são executadas: o envio de SMS (*Short Message Service*), reuniões em aplicativos, conferências on-line, serviços bancários na palma da mão, compras em qualquer momento e lugar, notícias, filmes, *streaming* de músicas, imagens em movimento, redes sociais, entre outros.

Estas mudanças impactaram diretamente os hábitos das pessoas, as quais estão hiperconectadas à internet, com acesso 24 horas por dia a uma variedade infinita de informações através de seus smartphones, que os acompanham em todos os lugares. Nesse sentido, as redes sociais alteraram de forma imensurável, rápida e imediata a vida do ser humano, estimulando e enriquecendo as interações sociais por meio de aplicativos de comunicação instantânea que viabilizam trocas de mensagens, fotos, vídeos e áudios, possibilitando encontros e facilitando a conexão tanto de pessoas conhecidas, como desconhecidas.

É importante observar, porém, que apesar dos inúmeros benefícios que os avanços das tecnologias digitais trouxeram para a sociedade, essa conjuntura também criou o ambiente propício para a emergência do capitalismo de vigilância. O capitalismo de vigilância se refere à mineração de dados pessoais (fotos, imagens, preferências, comportamentos de navegação, cliques, textos, etc.) de quem se utiliza da rede por grandes corporações provedoras do serviço. Este compilado de informações, entendido como excedente comportamental, é comercializado de forma a prever e moldar comportamentos, transformando subjetividades em mercadorias na expectativa de aumentar os lucros e controlar o mercado, violando a privacidade e invadindo todos os domínios da existência humana (Zuboff, 2020).

Por esta perspectiva, percebe-se uma contradição referente ao uso da internet e das mídias digitais que ultrapassa a mera interação e contato entre as pessoas. Fundamentado no discurso de pertencimento, de valorização da liberdade, validação da autonomia e democracia de informações, a internet faz promessas de individualidade e sigilo, ao mesmo tempo em que se utiliza de inúmeros artifícios - sendo um dos principais, as redes sociais - para coletar as mais variadas informações de seus usuários que serão armazenadas e utilizadas pelas grandes corporações de forma a alimentar algoritmos que irão se converter em estratégias de marketing focadas tanto no consumo quanto na persuasão e direcionamento desses mesmos usuários a sites e ambientes, induzindo a interação entre pessoas com interesses, pensamentos, gosto e

preferência pretensamente similares.

Outro fator relacionado ao uso das tecnologias digitais que tem a capacidade de modificar profundamente as interações sociais é a característica paradoxal das redes sociais. A hiperconexão oferece um mundo totalmente interativo, que pode ser usufruído no conforto do lar, com o mínimo de esforço. Esta característica faz com que um grande contingente da população permaneça exposto às telas por longos períodos, reconfigurando modos de existência que legitimam amplos intervalos de solidão. Há, portanto, uma mudança concreta na sociabilidade. Isso termina sendo intensificado e operacionalizado de tal forma, que as pessoas, suas subjetividades e seus afetos viram produtos numa prateleira de supermercado.

Este texto busca, portanto, trazer à luz questões referentes às dinâmicas do capitalismo de vigilância e as implicações deste nas relações interpessoais na atualidade. A problemática se fundamenta no seguinte questionamento: de que maneira o mundo digital transforma os laços sociais e como isso está conectado aos interesses de uma economia digital capitalista?

Para isso, o objetivo deste estudo é analisar a dinâmica das relações interpessoais moldadas pelas redes sociais e como as tecnologias da comunicação modificam as subjetividades e promovem a manutenção de relações de dependência que irão viabilizar essa retroalimentação do sistema capitalista. Ou seja, de que maneira esse sistema, que tem como base a geração de lucro através do comportamento humano, se beneficia de usuários com laços sociais cada vez mais fragilizados pelo mundo digital. A escolha desta temática deu-se pela pretensão de aprofundar os conhecimentos acerca do funcionamento do capitalismo de vigilância possibilitado pelo avanço tecnológico, buscando elucidar aspectos que adensam o ambiente interativo digital que transforma e é transformado por este fenômeno.

Trata-se de uma pesquisa exploratória, de revisão bibliográfica, que se propõe a contribuir com reflexões acerca das mudanças sociais desencadeadas pelo avanço das tecnologias de informação. A coleta de dados se deu a partir da revisão de literatura baseada, principalmente, em bibliografia virtual de autores sobre o assunto e foi realizada entre março e Junho de 2024. Os critérios de inclusão para a pesquisa seguiram algumas características previamente estabelecidas como veículo de publicação – optou-se por periódicos indexados, haja vista que são órgãos de maior publicação e de fácil acesso para os pesquisadores, respeitando assim, a qualidade científica e regularidade de publicação e modalidade de produção científica. Foram incluídos, portanto, trabalhos originais que abordam e/ou permeiam questões ligadas à relação das tecnologias digitais com o modo de vida do ser humano (e os impactos observados a partir disso).

Este trabalho apresenta, primeiramente, a introdução com uma breve descrição do tema.

Posteriormente, trataremos do tema capitalismo de vigilância e Web 2.0, com a intenção de compreender como o surgimento das tecnologias, seus avanços e sua presença na vida das pessoas moldam as subjetividades e, conseqüentemente, criam novas formas de sociabilização. Na seqüência, inicia-se uma seção com estudos sobre a arquitetura paradoxal das redes sociais que buscam elucidar sobre como o sujeito formula seus significados particulares sobre as temáticas relativas à vivência humana no contexto social. Após, descreve-se sobre a temática da mercantilização das subjetividades evidenciando como estas são fundamentadas na concepção dos pontos de vista, a partir daquilo que o sujeito experiencia tornando-se significativo para ele, construindo o espaço íntimo da sua identidade. Na seqüência, comenta-se sobre a mercantilização do afeto e as alterações na individualidade humana submetendo-se à contínua adaptação das emoções para ter boa visibilidade no mercado de relacionamentos. No tópico seguinte, discorre-se sobre como a notoriedade nos meios digitais levam a uma exacerbada exposição da intimidade com a demonstração de comportamentos planejados e treinados para serem utilizados e aceitos em determinadas situações, seguindo com considerações acerca da solidão conectada e as suas conseqüências para a sociedade. Ao final, apresentam-se as conclusões deste estudo.

2 CAPITALISMO DE VIGILÂNCIA

Neste capítulo apresenta-se uma breve descrição das temáticas centrais do estudo com a perspectiva de elucidar o enquadramento teórico da pesquisa. Inicialmente, discute-se o processo de criação e surgimento das tecnologias de informação e sua evolução histórica até culminar no capitalismo de vigilância proposto por Shoshana Zuboff. As discussões são articuladas com conceitos de diversos outros estudiosos da temática como Zygmunt Bauman, Mark Granovetter, Paula Sibilia, Sherry Turkle, entre outros.

Aborda-se sobre o processo de reestruturação da sociedade influenciada pelas crescentes inovações tecnológicas e transformações produzidas pelo mercado de consumo que possibilitou o desenvolvimento de novas práticas a partir da utilização dos dados digitais, com a captura de elementos subjetivos dos usuários das redes, da exposição da intimidade e da tendência ao crescimento de um sentimento de solidão resultante da redução dos relacionamentos sociais face a face. Esta dinâmica volta-se para a extração de dados sobre o comportamento nas redes digitais, transformando esses comportamentos em mercadorias rentáveis.

2.1 SURGIMENTO DA WEB 2.0 E O CAPITALISMO DE VIGILÂNCIA

As tecnologias da informação representam uma revolução nas formas de produzir e consumir contemporâneos, permitindo a globalização de informação, difusão e apreensão do conhecimento, diminuindo distâncias entre diferentes culturas e países. Isso modificou significativamente a rotina e o comportamento da sociedade, principalmente pela facilidade de acesso à internet que assume importância e ganha espaço central na sociedade atual, no contexto cotidiano profissional, educacional, comercial, trabalhista e nas relações humanas e sociais, alterando e influenciando de forma significativa a rotina e o comportamento das sociedades, tornando-se território do capitalismo de vigilância (Gonçalves, 2022).

O conceito de capitalismo de vigilância foi apresentado pela psicóloga social Shoshana Zuboff em sua obra “A Era do Capitalismo de Vigilância”, publicado em 2015, como sendo o resultado das mudanças ocorridas no mundo que abrangem a sociedade, economia, cultura, política, educação, informação e conhecimento. O capitalismo de vigilância foi forjado gradualmente incorporando as mudanças do sistema capitalista que abrangem as tecnologias de informação e mídias de comunicação (Veronez Jr. *et al.*, 2022).

Trata-se do fenômeno de monitoramento intencional de experiências de indivíduos no

contexto das tecnologias da informação e comunicação pelo processamento de grande quantidade de informações pessoais para serem utilizados de forma comercial (Rosa; Nielsson, 2023). O capitalismo de vigilância se refere à extração de dados pessoais do indivíduo que se utiliza da rede por grandes corporações provedores do serviço (de forma pretensamente gratuita) como matéria prima. A análise do comportamento individual é considerada o pilar que sustenta o capitalismo de vigilância (Zuboff, 2020).

Para melhor interpretação do cenário vivenciado na atualidade e, para a compreensão das condições que possibilitaram sua emergência, faz-se necessário elucidar aspectos do surgimento destes aparatos e tecnologias, retrocedendo no tempo. Desta forma, recorre-se a um breve histórico sobre como esse cenário foi construído.

Os primeiros modelos de computadores foram elaborados com a intenção de facilitar os cálculos. A evolução ocorreu de forma mais acentuada a partir de máquinas denominadas de Enigma que produziam códigos, utilizadas pelos alemães na Segunda Guerra Mundial para a emissão de mensagens criptografadas para proteção das informações. Além de codificar, tinham a capacidade de decifrar mensagens recebidas dos inimigos (Davies, 2008).

Paulatinamente, novos recursos foram surgindo e a era da informática começa a existir a partir do emprego em larga escala dos computadores eletrônicos. A internet surge nos anos 60, com o intuito de favorecer a comunicação entre os militares. A expansão do seu uso se deu pelo projeto de ligação entre computadores de universidades norte-americanas com capacidade de proporcionar informação de forma organizada tendo a possibilidade de transmitir sinais de internet por linhas telefônicas (Andrade, 2023).

A internet, até o começo da década de 1990, era uma rede de uso exclusivo da comunidade acadêmica e de agências governamentais de origem militar. O conceito de *World Wide Web* foi criado como um espaço da rede com informações organizadas em hipertexto, denominadas páginas. Estas páginas evidenciaram combinações de conteúdos que agregam outros documentos (*hyperlinks*) que levavam a outras páginas (*website* ou *site*) por meio do clique do *mouse*, surgindo assim o *browser* que permitia a navegação pela internet (Lins, 2013), conhecida como a primeira fase da Web. Com sua privatização, seu uso foi generalizado.

A fase inicial do uso da internet é denominada de Web 1.0 e é fundamentada na utilização da rede para operações do tipo *read only web* com fluxo de informação unidirecional, ou seja do criador dos conteúdos para o usuário final no qual as consultas eram realizadas de forma passiva. As informações eram acessadas por meio de palavras chaves que permitiam a navegação entre os sites e páginas predominantemente de empresas comerciais (Guimarães; Rocha, 2021).

A partir do início dos anos 2000, surge a Web 2.0, denominada como um conjunto de conceitos que alterou significativamente a forma de compreender a internet, que passou a ser usada como plataforma de serviços. O ponto mais pronunciado destas mudanças, no entanto, centra-se no carácter colaborativo que a internet assumiu, mediante a inserção de aplicativos com a possibilidade do sujeito navegador criar e distribuir conteúdo, interagindo entre si na malha digital (Romão; Moreira, 2008).

A Web 2.0 caracteriza-se pela mudança de foco a partir da geração de serviços on-line, permitindo a criação de sites com conteúdo (*frameworks*) dinâmicos, assim como a publicação, compartilhamento e organização de informações. Ou seja, passa a possibilitar uma maior interação com o navegador e torna-se um conjunto de estratégias mercadológicas com a disseminação dos blogs, redes sociais, interação em tempo real, transmissões e comentários. Neste novo formato, o processo de participação é um diferencial para a interconexão privilegiando o trabalho coletivo, circulação de informações e troca afetiva. Estes processos possibilitaram a ampliação do conhecimento da sociedade representando importantes repercussões sociais (Primo, 2007).

Em 1998 foi criada a empresa Google com a finalidade de organizar eficientemente as informações disponibilizadas na internet pela indexação do maior número de páginas destinadas às buscas (Caribé, 2019). Inicialmente, a indexação dos dados pela Google não era convertida em lucros para a empresa, representando um serviço gratuito, mas dificultando a manutenção do negócio. Com a prerrogativa de não transformar a plataforma em um mural de propagandas, os criadores da empresa adotaram a alternativa de fornecer anúncios para empresas parceiras. Sendo estes tão expressivos como eram os resultados da busca para os navegadores (Argentino Neto, 2021).

Para tornar isso possível, a Google assumiu os dados informacionais obtidos pelos navegadores durante a pesquisa. Estes dados eram organizados e mapeados para a identificação da temática mais relevante em cada acesso. Posteriormente, os anúncios correlatos eram inseridos nas páginas. O Google passa então a remunerar cliques feitos em cada anúncio. Para aumentar os lucros, adota o mapeamento e a construção de uma base de dados que visa distinguir o melhor posicionamento do anúncio, o que faz com que apresente maior probabilidade de ser clicado a partir de prévia análise comportamental (Zuboff, 2020).

Os ataques terroristas de 11 de setembro de 2000 também corroboram com a prática pelo fato de sistemas de proteção serem flexibilizados pelo Estado com intensa cooperação entre o serviço secreto e as *big techs* (Koerner, 2021). As empresas repassam os dados para o setor de segurança do governo norte-americano.

A Web 2.0 passou a ser denominada de Web social devido ao conceito de partilha e interações. As informações na rede passam a ser bidirecionais, possibilitando aos usuários a propagação de opiniões sobre diversos assuntos e discordar de conteúdos divulgados. A criação do Orkut em 2004 possibilitou aos usuários a criação de um círculo social *on-line* - e na sequência foram desenvolvidos outros locais de interação como o LinkedIn, Facebook e Twitter (Guimarães; Rocha, 2021). Finalmente, a Web 3.0 pressupõe uma terceira geração de serviços baseados na internet (denominada de Web inteligente) pela maior capacidade de interpretar conteúdos em rede, devolvendo resultados personalizados e mais objetivos (Costa, 2020).

A partir disso, podemos entender que a análise comportamental deriva de ações articuladas para a expropriação de informações sobre a experiência humana a partir dos rastros deixados pelos navegadores na rede. Estas ações algorítmicas ultrapassam a mera captura de dados, visam também identificar padrões de conexão, formas de comunicação e movimentação no espaço digital. É uma ação incessante de coleta, organização e codificação de metadados¹. Neste processo podem ser arquivadas e recuperadas as ações e sentimentos dos navegadores que, transformados em insumos técnicos, permitem a predição forma de pensamento e de reação em situações futuras, visando a geração de lucros (Souza, 2023).

Desta forma, os usuários ao expor os dados pessoais e experiências particulares tornam-se a essência das informações comportamentais, trabalhando de forma gratuita para *big techs* e ampliando seus lucros. Esta exposição transformou-se em fonte de renda das empresas de tecnologia, visto que pelo conhecimento deste rol de informações tornou-se possível esboçar um modelo de comportamento que possibilita a elaboração de prognósticos e vendê-los no mercado, o que caracteriza o capitalismo de vigilância (Meireles, 2021; Gonçalves, 2022).

Sucintamente, a Web 1.0 oportunizou o acesso a informação com fluxo de informação unidirecional, sem a possibilidade de interação dos usuários. A Web 2.0 volta-se para o tráfego de informações bidirecionais com a interação dos usuários aos conteúdos divulgados. A Web 3.0 se configura de forma semântica, permitindo à ubiquidade e novas formas interação de forma tridimensional, abrangendo informações, dados e o contexto (Guimarães; Rocha, 2021).

Não há como identificar quando surgiu a sistematização do capitalismo de vigilância. No entanto, a deflagração da crise financeira em 2001 atingiu as gigantes da internet - inclusive

¹ Os metadados podem ser conceituados como os dados sobre os dados. Trata-se das informações sobre o valor agregado na criação, organização, descrição, rastreamento e melhoria do acesso aos objetos de informações e elementos concretos referentes a esses objetos. Os metadados podem ser classificados como produtos ou como processo. A utilização de padrões para criar metadados organizados resulta nos produtos dos metadados, ou seja, o registro de informações compõe o conjunto de metadados que ampliam a precisão de ajustes para as finalidades diversas. Estes padrões são essenciais para as atividades dos setores que envolvem a informação, o conhecimento, a cultura e a aprendizagem (Arakaki; Arakaki, 2020).

a Google, que perdeu investidores - e fez com que seus líderes impusessem a exploração das informações comportamentais dos usuários que passou a ser visualizado como maior ativo das *big techs*, hodiernamente representadas pela Microsoft, Alphabet, Apple, Tesla e Amazon (Zuboff, 2020).

A primeira história de sucesso concretizada pelo capitalismo de vigilância foi da empresa Amazon de Jeff Bezos que, em 1997 atingiu um milhão de clientes de livros em sua plataforma de vendas a partir da construção de uma base de dados gerados pelas buscas, escolhas, compartilhamentos e lista de desejos dos clientes. Neste caso, o comportamento dos clientes servia como informações que foram modeladas em busca de padrões. Posteriormente, no estabelecimento de relacionamento com a clientela eram indicados produtos de acordo com o perfil identificado durante o acesso ao site (Caribé, 2019).

Segundo Zuboff (2020), o capitalismo de vigilância reivindica de maneira unilateral a experiência humana como matéria-prima gratuita para transformação em dados comportamentais. Ainda que parte destes dados sejam empregados no aprimoramento de produtos e serviços, um grande volume visa antecipar os comportamentos dos usuários em curto, médio e longo prazo, sendo visualizados como mero objeto de mercado do capitalismo de vigilância. Ressalta-se que estas empresas não se preocupam com a subjetividade dos indivíduos, apenas com o que pode ser extraído desta subjetividade para sua mercantilização, em produtos e serviços rentáveis.

Assim, percebe-se que as interações estabelecidas entre as mídias de comunicação e o público que as utilizam das mais variadas formas são objeto de exploração financeira, pautada na indiferença em relação ao usuário, na violação da privacidade e invasão de domínios de existência. Concomitantemente, promovem a efetivação da força de incitação e da exposição de modo continuado, como estratégia de lucratividade.

O apego às tecnologias suscita incertezas que geram amplas discussões sobre os impactos que o acesso recorrente pode ocasionar, levantando-se questionamentos sobre os seus benefícios ou malefícios para o desenvolvimento social, cognitivo e afetivo dos indivíduos.

2.2 A ARQUITETURA PARADOXAL DAS REDES SOCIAIS

As redes sociais são percebidas como uma relação entre indivíduos mediadas pela tecnologia, este tipo de interação possui um caráter horizontal, sem hierarquias concretamente estabelecidas. São geradas a partir de laços específicos e singulares e se cristalizam por vínculos como afeto (entre familiares e amigos), fé (pela adesão a determinados valores e conceitos),

sucesso (entre empresas e consumidores). Os laços que unem estes indivíduos são formados por temáticas, interesses e valores congêneres sendo permeados por interações específicas pela transposição do espaço social para o espaço virtual (Martino, 2014).

A interação e agrupamentos em redes sociais se fundamenta em face de necessidades, interesses objetivos recíprocos em relação a conteúdos específicos, podendo ou não preceder de encontros presenciais. Num sentido mais abrangente, que ultrapassa a magnitude dos assuntos abordados, constata-se que é a associação ao grupo que proporciona a satisfação dos membros, sendo visualizada como um valor intrínseco. Desta forma, as interações sociais se concretizam como um valor socialmente apreciado (Braga, 2011).

A dinâmica da rede social é regida pela forma de interação entre seus participantes, tornando-a única. Neles, os vínculos relacionais passam a ser mais breves, fluídos, flexíveis, sem a necessidade de ritmo e constância. São menos formais e elaborados de acordo com a demanda, podendo encerrar-se no momento seguinte. Outra característica interessante é que o tipo de vínculo estabelecido nas redes sociais pode ser alterado instantaneamente, em conformidade com a conduta e especificidades dos integrantes (Martino, 2014).

O surgimento e uso potencial das redes sociais como Facebook, Twitter, WhatsApp e Instagram aproximam pessoas no tempo e no espaço e, concomitantemente, tem promovido o distanciamento de pessoas próximas. Isso porque as interações presenciais foram substituídas pelas redes sociais, deixando o ser humano cada vez mais solitário (Arcanjo, 2018).

As redes sociais fornecem uma plataforma para interagir e comunicar através de ferramentas web *online* e *offline*, também servem como um meio para satisfazer as necessidades psicológicas dos utilizadores em termos de objetivos partilhados e conexões sociais. A temática apontada é interessante sobre o viés da modernidade líquida vivida na atualidade como um período de fluidez, incertezas e inseguranças que abrem espaço para a lógica do imediatismo, do gozo, da apreciação imediata, da artificialidade e do consumo que abrange todos as áreas da vivência humana.

As redes sociais e produção de algoritmos cada vez mais assertivos promoveram impactos psicológicos e sociais que, por um lado denota a sociabilidade, amparo e manutenção da interação pelas relações sociais virtuais e, ao mesmo tempo, provoca o aumento da solidão e casos de depressão decorrente do sentimento de falsa aproximação. Nas redes sociais, interação entre os pares provoca uma ilegítima percepção de pertencimento, que constantemente é confrontada com sentimentos de profunda solidão (Nipes; Guidolini, 2020).

As plataformas das mídias sociais constroem modelos que se fundamentam em algoritmos, visando prever as ações dos usuários nas redes, baseando-se em curtidas, cliques,

notícias lidas e interesses em anúncios. Para tanto, são realizadas compilações que elaboram modelos em formatos particulares que convencem e direcionam a determinados comportamentos, aquisições e até sentimentos. Continuadamente, são realizados ajustes para um envolvimento cada vez maior e ampliação do uso das redes (Sampaio; Furbino; Boschino, 2021).

Zygmunt Bauman, sociólogo e filósofo polonês, alerta para o caráter mercantilista das mídias sociais, as quais aliciam e conquistam as pessoas fazendo com que, inseridas no contexto digital, sejam estimuladas a assumir uma personificação que é visualizada como uma mercadoria desejável e atraente. Para atingir este objetivo, se utilizam de diversos recursos que são disponibilizados ou criados para aumentar o valor de mercado dos produtos que comercializam (Bauman, 2008). Ao final, constata-se que os produtos que são estimulados, promovidos e vendidos no mercado são as próprias plataformas das redes sociais.

Desta forma, aqueles que se utilizam das mídias sociais são inadvertidamente seduzidos pelo oferecimento de serviços gratuitos. Os custos, neste caso, são dissimulados e embutidos e, como consequência, aproveitam-se pelo uso de informações sobre dados pessoais, por meio da exibição de anúncios personalizados, com a obtenção de maior possibilidade de finalização de compras por parte destes usuários, garantindo a rentabilidade deste tipo de plataforma (Rauber; Fagundes, 2022).

A permanência em conexão nas redes sociais por longos períodos e o acesso ilimitado à internet promoveram mudanças sociais profundas, motivadas pelo fato destas estarem alicerçadas no discurso de pertencimento, liberdade de expressão e democratização da informação ao mesmo tempo em que ludibriam a atenção do público para os riscos, aumentando a sua influência e ampliando o seu alcance de forma inédita e imprevisível, focando na previsão de lucros futuros e na alienação e subversão dos sentimentos. Os lucros originados do consumo são obtidos a partir da sugestão impositiva, que se fundamenta em perfis pessoais algorítmicos minuciosamente construídos para que o consumo ocorra de forma constante (Dias, 2023).

Silveira (2019) afirma que os usuários das plataformas virtuais, muitas vezes, não têm a opção de negar a entrega de dados como consequência da necessidade de uso do serviço que é oferecido. Estes metadados de navegação, depois de organizados, têm a finalidade de influenciar o consumo e a prática comercial dos clientes pelos segmentos da economia. Com isso, são moduladas as percepções e os comportamentos de todos os seus usuários em escala inimaginável (Silveira, 2019). Portanto, apesar de uma prática mascarada, a vida humana é dominada e configurada pela lógica da produção capitalista que estabelece os padrões de consumo e, paradoxalmente, manifesta a ideia de liberdade no âmbito da internet (Gonçalves,

2022).

Em análise a estas questões é possível perceber o caráter paradoxal da internet e das redes sociais que aproximam as pessoas e ampliam seu campo informacional enquanto assumem informações singulares que irão para um banco de dados para compor e desenhar o perfil de consumidor potencial. Concomitantemente, faz com que o usuário permaneça maior tempo nas redes e experimente inúmeros recursos que permite a interação amigável e afetiva com grande contingente de pessoas, dos mais diversos lugares e, ao mesmo tempo, tenha a sensação de isolamento social e solidão.

O elemento de ligação nas redes sociais foi denominado por Mark Granovetter como laço social, em estudo com a finalidade de compreender a veiculação das informações neste contexto. Este laço representa a motivação do estabelecimento do contato com as outras pessoas que pode ser de proximidade, de afetividade, de trabalho, entre outros. Estes laços podem ser mensurados pelo tempo despendido com a outra pessoa, pela intensidade emocional do contato e pela intimidade, reciprocidade e confiança mútua. A partir desta mensuração os laços podem ser classificados em fortes, fracos ou ausentes. Poderíamos supor que há uma tendência para dar maior importância aos laços fortes. No entanto, os laços fracos podem assumir relevância na dinâmica interna das redes devido a quantidade de pessoas conhecidas ser maior que o número de pessoas da família ou amigos de contato, o que aumenta a amplitude de divulgação de informações nestas redes, que fortalece a ligação entre pessoas distantes, aumentando o grupo de relacionamento. A velocidade de transmissão de informações entre laços fracos é maior pelo não envolvimento direto no processo (Martino, 2014).

As mídias comunicacionais são as redes de laços interpessoais que promovem a divulgação de informações e apoio que se caracterizam como um local de integração e identidade social, despertando um sentimento de pertencimento. Em observação a este fator, parece que a internet é uma ferramenta que possibilita a manutenção de laços fracos, que não seriam possíveis se não fosse por este meio. Portanto, a internet permite a criação de laços fracos como nas comunidades de interesse e ainda assegura manutenção de laços fortes à distância (Kaufaman, 2012).

No entanto, no meio virtual é percebida uma grande dificuldade em manter os laços, justamente por serem considerados laços fracos - os laços fortes seriam aqueles que são estabelecidos e mantidos com a família e amigos próximos, com os quais há possibilidade de convívio presencial. Isso é intensificado com a criação dos aplicativos especificamente para a sociabilidade afetiva que auxiliam a suprir o medo do ser humano de ficar sozinho, mantendo um vínculo seguro entre os usuários (Silva, 2023).

As relações sociais e os vínculos sentimentais construídos nas redes sociais são forjados em laços fragilizados, fazendo com que a liquidez dos relacionamentos e ressignificação da sociabilidade sejam aspectos muito presentes na atualidade. Verifica-se então que laços afetivos e de parceria estão sujeitos aos “mesmos critérios de avaliação de todos os outros objetos de consumo” (Bauman, 2008, p. 187).

As relações interpessoais nas redes sociais aumentaram em número de pessoas, mas as interações tornaram-se cada vez mais superficiais. Isso porque permitem o contato mantendo o distanciamento, construindo uma proximidade sem criar intimidade num espaço seguro (Martino, 2014). Os aplicativos de redes sociais criam uma falsa sensação de proximidade, devido a facilidade de encontrar companhia.

Se, por um lado os aplicativos auxiliam a suprir o medo do ser humano de ficar sozinho, mantendo um vínculo seguro entre os usuários, por outro constata-se que o capitalismo de vigilância aproveita o comportamento do usuário produzido pelas redes sociais a partir do engajamento, fazendo com que este permaneça cada vez mais conectado. No entanto, cada vez menos em contato, visto que as interações nas redes sociais assumem um caráter superficial e não criam intimidade ou amizades profundas, ou seja, não propiciam o surgimento dos laços fortes.

Portanto, apesar de mascarado, o paradoxo principal da internet centra-se em entreter o navegador, fazendo-o sonhar com algo desejado, distraíndo-o para que, de forma incauta e espontânea permaneça em contato com uma infinidade de recursos, enquanto que sorrateiramente, são assumidas as suas informações singulares que irão para um banco de dados para compor e desenhar o perfil de consumidor potencial.

2.3 MERCANTILIZAÇÃO DAS SUBJETIVIDADES

A subjetividade humana pode ser entendida como a forma que o sujeito configura suas opiniões, significados, desejos e estabelece emoções com o contexto social. Estas relações são fundamentadas na concepção dos pontos de vista, a partir daquilo que vivencia e se torna significativo para ele, construindo o espaço íntimo da sua identidade (*self*). A identidade e o *self* do indivíduo ou grupo social se configuram como a essência do sentimento de pertencimento da sociedade e o sentimento de identidade, se baseia na estima de si mesmo integrado à realidade social (Souza; Torres, 2019).

O ambiente eletrônico possui caráter heterogêneo que deriva da interação dos sujeitos

que o compõem, dando origem a novos sentidos continuamente. Estes novos sentidos vão construindo diferentes subjetividades (Romão; Moreira, 2008). Na atualidade, os conteúdos de subjetividade dependem das máquinas visto que nenhuma opinião, pensamento, imagem, afeto ou narrativa pode escapar do campo transgressor e invasivo da *big techs* e de seus bancos de dados.

Os algoritmos participam da construção das novas identidades dos sujeitos, criando o que é denominado de identidade algorítmica. Esta identidade algorítmica está distanciada da política liberal tradicional, ao mesmo tempo, que se reveste de onipresença para alcançar, vigiar, registrar e extrair dados sobre os internautas. Os dados serão utilizados para criar um sistema de hierarquia de práticas culturais e sociais (Ferreira, 2021). Para compreender como o ambiente da internet e os algoritmos podem produzir e manipular a subjetividade, basta observar e refletir como estes “operam no núcleo da subjetividade humana, não apenas no seio de suas memórias, da sua inteligência, mas também da sua sensibilidade, dos seus afetos, dos seus fantasmas inconscientes” (Guattari, 1999, p. 17).

A subjetividade pode ser considerada como o modo do indivíduo ser e estar no mundo, distanciando de toda essência estável e fixa que se relaciona ao ser humano como uma figura ahistórica e metafísica. Isso porque seu processo construtivo é flexível e adaptável, se modificando de acordo com as vivências culturais que vão sendo assimiladas. O corpo humano é o suporte indispensável da subjetividade que, ao mesmo tempo, é a condição essencial de possibilidade de toda vida subjetiva. Componentes etéreos como a subjetividade, alma ou espírito – todas são construções de carne. Pois a subjetividade é sempre encarnada em um corpo e pertence a uma cultura intersubjetiva. As características biológicas delimitam e moldam o horizonte da vida subjetiva de cada sujeito. Desta forma, todas as experiências são moduladas pelo contato e interação com os outros e com o mundo, as quais vão modelando o indivíduo. As alterações destas interações modificam as experiências que permitem uma complexa troca de influências (Sibilia, 2007).

Assim, a subjetividade pode ser descrita como formas de consciência humana formada de características múltiplas que detém autonomia sobre pensamentos e responsabilidade sobre seus atos em relação às influências que recebe no contexto histórico e cultural. É o espaço íntimo do ser humano, de como ele situa a opinião a respeito do mundo interno e as relações com a sociedade contribuem para a construção de singularidades que formam o indivíduo na construção de valores, sentimentos, crenças, julgamento de cada ser. Pode ser visualizada como um fluxo contínuo de modos de existir que se constrói pelo entrecruzamento de diversos saberes (Silva; Costa; Oliveira, 2019).

As construções simbólicas sociais configuram como um campo de experiência do sujeito, que podem ser organizados de forma particular para cada um, mas integradas por elementos que assumem sentidos completamente diferentes. A configuração subjetiva é definida como modelo teórico a ser construído. Na construção, são articuladas múltiplas fontes de informação, elaboradas por vias e tempos variados. Desta forma, nota-se que as mídias influenciam a construção das representações através das informações que são ressignificadas pela experiência pessoal. Como a mídia faz parte do tecido social no qual o sujeito está inserido, passa a influenciar a maneira de pensar e agir. Assim, o sujeito incorpora valores e crenças apresentados pelos meios de informação (Sousa, 2022).

Sibilia (2007) descreve a subjetividade a partir de três dimensões. A primeira seria o nível singular, percebida como a trajetória única e irrepitível de cada indivíduo. No segundo nível encontra-se a dimensão particular ou específica que é capaz de identificar elementos comuns a alguns sujeitos, mas que não são encontradas em todos os seres humanos pois são de ordem cultural e histórica, derivadas de características políticas, econômicas e sociais que modelam a forma de ser e estar no mundo. E o terceiro nível apresenta a dimensão universal da subjetividade com características universais do ser humano, comuns a todo o gênero humano, tais como a inscrição corporal da subjetividade e sua expressão através da linguagem, entre outros.

A subjetividade humana não está limitada à história e à cultura dos indivíduos. Ela está relacionada com os ambientes de subjetivação que são compostos dentro da cultura e da experiência humana no tempo subjetivo destes indivíduos. No entanto, não é um resultado direto dos elementos da própria cultura como os rituais, símbolos, concepções e práticas. A subjetividade se relaciona paradoxalmente com a história e a cultura: de certa forma é elaborada nelas, porém, em face às características geradoras, sua produção se torna única e particular, rompendo com as restrições impostas pela história e pela cultura (Souza; Torres, 2019).

A construção da subjetividade é um fenômeno continuado que, de forma dinâmica, estabelece os contornos da existência de um ser. Trata-se de um processo inacabado na interioridade humana que se transfigura em múltiplas e diferentes composições dotadas de grande flexibilidade. O sujeito, por sua vez, é resultado das interações com a sociedade em que vive, com as pessoas que convive e da interatividade no mundo virtual que possibilitam novas configurações, práticas sociais e composição da subjetividade (Garcia, 2017).

O uso dos recursos tecnológicos, principalmente os dispositivos portáteis como celulares, permite a transposição de barreiras entre o mundo físico e o mundo virtual em um nível de complementaridade. As ações entre o mundo físico e o mundo virtual são inevitáveis

e se articulam mantendo um limite muito tênue. Neste contexto, fatores econômicos, políticos e sociais podem ganhar importância, já que as discussões no ambiente virtual têm potencialidade para a geração de estratégias implementáveis no mundo físico (Primo, 2013).

Por este motivo, as mídias sociais exercem importante papel no processo de reconstrução e reconhecimento do indivíduo. Nelas, o estabelecimento de modelos de comportamento e emoções vão sendo transformadas profunda e continuamente por grandes corporações que controlam o conteúdo que compõe as experiências do mundo moderno (Campanella, 2023).

Percebe-se, portanto, que a internet é uma ferramenta que transformou a forma como as pessoas se comunicam, interagem e compartilham suas vivências diárias. Os meios digitais, mais precisamente as redes sociais, permitem a geração de conteúdos pelos usuários tornando tangíveis as experiências de vida. É nas redes sociais que publicam suas fotos, que documentam as informações que tem interesse em compartilhar com o público (Faustino; Rebelo; Souza, 2020).

Apesar do reconhecimento dos benefícios da utilização das mídias sociais, como a possibilidade de comunicação, desenvolvimento da consciência e ampliação do círculo de contato, estudos apontam os efeitos deletérios em relação ao desenvolvimento social com os pares, à aquisição de habilidades sociais por parte de crianças e na distorção da imagem corporal de adolescentes. O uso prolongado se associa a sentimentos de desconforto, inquietação e ansiedade (Lupinacci, 2021).

Isso ocorre pela possibilidade de maior influência sobre este público que, por não ter sua personalidade formada, são mais suscetíveis a sentimentos momentâneos positivos ou negativos do seu valor, o que afeta de modo imediato seu nível de felicidade (Rauber; Fagundes, 2022). Além disso, o uso excessivo e abusivo acarreta prejuízos às relações familiares, profissionais ou sociais (Sousa, 2022).

O self não é limitado pela tecnologia, mas sim a tecnologia deve ser entendida como parte do desenvolvimento do self. O self é múltiplo, mas ainda integrado. Não possui um núcleo fechado e suas partes não formam uma unidade estável, o que significa que as pessoas podem alternar entre as diferentes partes à vontade. O processo de comunicação nas mídias digitais assume aspecto impessoal que é consolidado pela ambivalência escondida pelo anonimato. Neste cenário o ambiente multiplural, como são caracterizadas as redes sociais, cristaliza-se como um espaço fecundo para a construção de uma diversidade de selfs ou identidades (Campanhole; Moura, 2013).

Esta concepção corrobora com Zuboff (2020, p. 235) quando afirma que o objetivo

desse empreendimento “não é impor normas comportamentais, tais como conformidade e obediência, e sim gerar um comportamento que conduza, de forma confiável, definitiva e certa, aos resultados desejados”, que nitidamente apontam para interesses comerciais e financeiros das grandes corporações.

Assim, percebe-se que a efemeridade das relações estabelecidas no ambiente eletrônico como as redes sociais são um agente fundamental na partilha de conteúdos e experiências, que influencia significativamente as experiências humanas e os sentidos de pertencimento sociais. Este conjunto consubstancia o paradoxo entre proximidade e distanciamento (Gonçalves, 2022).

Constata-se os impactos das mídias sociais no processo de modificação dos comportamentos humanos e sua autorrepresentação devido a modulação das dinâmicas estabelecidas por meio dos recursos da internet. Isso deriva da introdução de uma nova percepção temporal e espacial pela internet que assegura uma dinâmica própria ao ciberespaço afetando profundamente o campo social (Lima et al., 2016).

Neste contexto, as pessoas entram numa relação de dependência, a qual dá origem à produtos a serem mercantilizados pelas grandes empresas através de um sistema que vigia seus usuários. O indivíduo passa a ser uma mercadoria: sua vida, suas memórias e suas relações são produtos a serem divulgados nas redes sociais.

2.4 MERCANTILIZAÇÃO DO AFETO

As interações humanas estão cada vez mais sendo compelidas à lógica do mercado, ou seja, vinculada à precificação e mercantilização, sendo este fenômeno denominado de mercantilização do afeto, devido a criação de uma falsa sensação de proximidade e facilidade de encontrar companhia. Estes comportamentos dão novos contornos aos aspectos referentes à afetividade que se desenvolvem substancialmente nas redes sociais (Silva, 2023).

Reflexões acerca do fenômeno referente às mudanças nas práticas de sociabilidade e autorrepresentação dos indivíduos nos meios sociais atentam para o aceleração do processo de esvaziamento do social. Por outro lado, também possibilitam estabelecer novas formas de visibilidade que tem a potencialidade de modelar a sociabilidade (Campanella, 2023).

As plataformas sociais, possuem a capacidade de produzir uma expansão do campo de visibilidade que possibilita uma vigilância contínua, integral e individualizada. Atuam na organização do espaço e na ordenação do tempo, atingindo os usuários, seus comportamentos,

gestos e seus corpos, interferindo no desempenho cotidiano. As plataformas sociais são consideradas ferramentas de poder que podem influenciar grandes agrupamentos sociais de forma muito eficaz. Um poder rigoroso, inverificável e invisível, que desperta a desconfiança total, que forja o comportamento pelo peso da vigilância sobre si, impedindo-o de agir fora das normas estabelecidas (Silva; Xavier, 2022).

Estudo de Beck e Cunha (2017) descrevem sobre os conceitos elaborados por Halton (2000) acerca de como os recursos tecnológicos mediados pela internet atraem as pessoas para um mundo virtual que oferta ambientes que reportam um imaginário distante da realidade, o qual é idealizado pelo ser humano e que se volta, unicamente, para o consumo. Estes fatores desencadeiam a diminuição das qualidades humanas e favorecem a perda de poder decisório do consumidor em relação às suas escolhas pessoais.

Neste contexto, há que se questionar sobre aquilo que acontece quando os indivíduos pagam para que outra pessoa faça parte de sua vida, atentando para assuntos como a compra do amor em sites de relacionamento, o pagamento de consultores amorosos (*love coach*), a contratação de figurantes para um funeral, cuidadores para um passeio com familiares que requerem atenção ou o pagamento para que uma pessoa ouça seus problemas ou desabafos que são entendidos como a mercantilização das emoções e dos afetos.

A tendência à virtualização provocou alterações nas formas de se relacionar também afetivamente com outras pessoas, no qual a presença de valores de consumo nas relações é um fenômeno constante, visto que os indivíduos são produtores de mercadorias e são, eles mesmos, as próprias mercadorias. Esta dinâmica, juntamente com as evoluções relativas à uma maior autonomia no âmbito da sexualidade, proporcionaram profundas alterações na individualidade humana, devido ao rompimento de preceitos e normas vigentes no passado, pela adoção de sentimentos de totalidade e ampla liberdade. Em face das multiplicidades de formas de amar, também nas redes sociais as pessoas podem atuar o amor de diversas formas, submetendo-se à contínua adaptação, seguindo regras para serem bem-sucedidas e ter boa visibilidade no mercado de relacionamentos (Silva, 2023).

Em relação à fusão da comunicação e do consumo, Bauman (2008, p. 13) afirma que “as pessoas são atraídas, estimuladas ou forçadas a promover uma mercadoria atraente e desejável”. Para alcançar este propósito fazem tudo que podem, utilizando os melhores recursos para ampliar o valor de mercado dos produtos que estão comercializando. Estas pessoas sabem que os produtos que vendem no mercado são elas mesmas.

Estudos referentes aos hábitos de interação dos internautas nas mídias sociais demonstram certo consenso em relação ao fato de que, estes escolhem o que será divulgado na

rede ou omitido sobre si mesmos. Isso porque neste ambiente é comum a adoção do processo nomeado como estilização do *self* (Rosa; Santos, 2015). Isso decorre devido a criação de perfis nas redes sociais, sites e aplicativos que é fundamentada pela manipulação e distorção estratégica na construção de si mesmo, que é pautada, principalmente, por imagens (Beleli, 2017). As fotos nos perfis, imagens, mensagens e descrições de si mesmo fazem parte de um conjunto de características que são criteriosamente analisadas nas redes sociais, voltadas para correspondências aos relacionamentos afetivos, onde os sentimentos se transformam em um negócio, constituindo-se no mercado de relacionamentos on-line (Silva, 2023).

No ambiente virtual, os indivíduos podem se orientar, fragmentar, recombinar, ressignificar, personificar e até fantasiar suas relações ao mesmo tempo em que dados são coletados, os quais desenham a existência do indivíduo na plataforma. Ou seja, o usuário pode estilizar-se na realidade virtual e, assim, criar o seu próprio eu. Portanto, a identidade deve ser entendida como um repertório de papéis. Esse emaranhado de dados ocasiona uma distorção da percepção política, psíquica e estética impactando significativamente a subjetividade humana (Gonçalves, 2022). Além disso, nos meios midiáticos os desejos do indivíduo podem variar de acordo com o que supõe ser o julgamento positivo dele perante os demais, concentrando-se em regular sua conduta em conformidade com os interesses do grupo. Isso pode levar a ações articuladas que se tornam o *modus operandi* do indivíduo frente a determinadas situações para ser aceito pelo grupo sociais (Souza, 2021).

Outro fator que deve ser observado é que os meios digitais impactam de maneira significativa a estrutura social, reforçando aspectos existentes, mediante a reprodução de marcadores de classe, raça e gênero. Desta forma, tecnologia e as práticas sociais se influenciam mutuamente. A neutralidade e o anonimato privilegiam atos de opressão, exclusão e violência perpetuando as desigualdades e exclusão social e reforça os estereótipos de inferioridade e incapacidade de grupos minoritários (CIDIA, 2023).

As vivências do sujeito são orientadas pelo seu corpo no tempo e no espaço, porém este corpo inserido no que é chamado de modernidade líquida não corresponde a um local de necessidade já que representa um espaço de liberdade, visto que no ambiente virtual cada qual pode assumir a identidade que deseja, conectando-se de forma imediata a qualquer lugar, tempo ou espaço já que não há limites que possam barrar o sujeito. Assim, o indivíduo moderno formata e molda seu próprio projeto de vida com a finalidade de atingir objetivos específicos, traçando ações e metas de vida. Neste forjar, busca pela individualidade, pela diferenciação em comparação com os outros. O processo é permeado de incertezas, pelo constante receio de ser questionado. A adoção de novos posicionamentos perante as diferenças e novas identidades

torna-se um comportamento habitual, que visa valorizar a autonomia e a realização de cada um (Pompei; Gouveia; Ramos, 2021).

A busca pela individualidade centra-se na felicidade própria que se torna um episódio momentâneo, efêmero e conquistado pelo consumo. Os sinais de felicidade são esperados como situação de referência da sociedade de consumo, proporcionalmente, é notada a descartabilidade das relações sociais e a perseguição do prazer infinito (Xavier, 2016).

O vínculo do sujeito com o tempo se estabelece pela relação com o próprio corpo e o contexto histórico com o grupo social no qual está inserido. Por esta condição é possível evidenciar que os recursos tecnológicos comunicacionais modernos determinam a forma de construção da subjetividade, modos de existência e de relacionamento, mediante a criação de espaços que capturam e hospedam a experiência. As redes sociais possibilitam uma nova relação com o mundo através da simulação do real, facilitando a realização de desejos num universo sem fronteiras. A diferença entre a imagem virtual e a imagem de representação do real, ou seja, o próprio sujeito, confunde a ordem emocional com o virtual. As imagens virtuais passam a ser visualizadas como possibilidades de realização no mundo idealizado como representação do real, daquilo que de fato é visto (Moreira, 2010).

Compreende-se, portanto, que intencionalmente, as técnicas de produção da mercantilização do afeto nos meios digitais são conectadas duplamente: com os seres humanos e com suas subjetividades. Isso porque encontra-se enraizado no meio social (onde foi criado) e, ao mesmo tempo, está continuamente em conexão (direta ou indiretamente) com a cognição no cotidiano dos usuários (Uekita, 2022).

Portanto, percebe-se que, como consequência da mercantilização do afeto, as experiências humanas foram modificadas com força psicológica, alterando não apenas o que o ser humano faz, mas transfigurando sua essência e o que ele é. Isso culmina numa nova forma de relação do indivíduo com seus pares, mas, em última instância, consigo mesmo - transformando, inclusive, a capacidade de autorreflexão, pelo fato da necessidade de estar conectado o tempo todo.

2.5 INTIMIDADE PERFORMÁTICA

O capitalismo moderno é caracterizado pelas mudanças relacionadas à percepção do tempo, que parece passar cada vez mais rapidamente, deixando a sensação de que não há tempo suficiente para as atividades e vivências diárias. O aumento do consumo devido às novas

“necessidades” gera relações diferenciadas com o trabalho e o dinheiro. Bens, produtos e serviços passam a ser alvo do desejo e, assim, tornam o mercado de trabalho mais competitivo, exigindo renovação, especialização e inovações constantes. O tempo passa a ser mediado pelo imediatismo e pela efemeridade. Tornam-se normais as narrativas reduzidas, ações pensadas para o momento presente e eventos passageiros, fazendo com que os sujeitos constituam a vida de forma performática (Teixeira Neto, 2013).

A performance se refere à exibição, à mostrar-se para o outro fazendo algo. Pensado deste modo, todas as experiências do desenvolvimento humano podem ser conceituadas como performance já que os indivíduos se comportam de acordo com a cultura na qual estão inseridos. A performance tem a função de educar uma comunidade, construir ou modificar uma identidade, ensinar, entreter, persuadir ou convencer. A performance é uma prática comportamental autoconsciente presentificada por ações simbólicas que expressam variadas formas de experimentar os corpos a partir da audiência, estabelecendo vínculo entre audiência e o performer, fazendo com que ambos produzam sentidos (Amaral; Nunes, 2017).

O conceito de intimidade é construído pela proximidade familiar, de amizade ou de relacionamentos amorosos, que se associa à vida particular, ou seja, daquilo que acontece em ambientes privados, no dia a dia dos indivíduos. Porém, na prática a intimidade apresenta-se mais complexa pelo fato de, intrinsecamente, ser um fenômeno inconstante já que pela função temporal – no sentido de liberdade de relacionamento e de proximidade – tornam-se instáveis frente às experiências vivenciadas nas relações e transformações da sociedade (Queiroz; Resende, 2019). A intimidade pode ser entendida como o direito do indivíduo se defender e se preservar no aspecto íntimo no qual desenvolve a sua personalidade. Neste espaço tem a oportunidade de controlar suas informações particulares, aspectos pessoais e outros fatores que revelam a forma da vida privada que vivencia, as quais revelam características da personalidade (Pereira, 2005).

Quando a intimidade é exibida, a performance é implícita. Isso significa que ao mostrar-se, fazer, desenvolver uma ação em si, abrangendo uma postura, entonação de voz, uma forma de vestir-se, linguagem corporal e outros, faz isso de forma que esta ação interaja com os seres ou objetos. Trata-se de partes de comportamentos ressignificados, previamente planejados e treinados para serem utilizados em determinadas situações (Teixeira Neto, 2013). Os usos digitais da internet atuam como lente de aumento para o culto ao belo e captação de aparências em todos os meios possíveis de interação. As redes sociais facilitam a exibição da intimidade para grandes públicos e a divulgação do espetáculo do show do eu. Por estas

circunstâncias, torna-se comum o sentimento de estar em uma espécie de vitrine social expondo a intimidade (Sibilia, 2016).

O protagonismo e a notoriedade nos meios digitais tornaram-se uma possibilidade de dar vida a uma existência que não é experienciada, ou seja, permite dar formas a uma vida que o indivíduo não possui. Especialmente quando as vivências reais não coincidem com a expectativa da pessoa que se relaciona com uma grande quantidade de seguidores nos meios sociais digitais. A regra principal se fundamenta no preceito de que a notoriedade na mídia é proporcional ao número dos seguidores. Desta forma, a ampla exposição dos fatos da vida que se transmuta no produto de consumo e, conseqüente, satisfação da necessidade de ter a vida consumida como uma mercadoria (Faustino; Barcha, 2023).

Uma preocupação recorrente se refere à grande quantidade de dados pessoais, biográficos e imagens publicadas nas mídias sociais sem a preocupação com a privacidade. Neste ambiente, o anonimato não é uma interposição desejada. O esperado é que uma postagem realizada nos meios sociais seja vista pelo maior número de pessoas. O desinteresse dos internautas na publicação é entendido como um fator negativo para aqueles que querem ser vistos nas redes sociais (Sibilia, 2016).

Recentes estudos indicam que o fato de falar de si mesmo gera um efeito prazeroso para o indivíduo que equivale ao se alimentar, dormir, ganhar dinheiro ou fazer sexo. Em conversa formal as pessoas falam sobre si cerca de 30% do tempo, já nas mídias sociais o índice ultrapassa os 90%. O feedback imediato dos referidos de uma conta gera inconscientemente a sensação de prazer instantâneo. No entanto, o contentamento é momentâneo. O fato de a satisfação não ser duradoura é ponto negativo das redes sociais visto que transmutam a percepção de espaço e tempo. Resultados de pesquisas indicaram que 50% dos usuários ativos de aplicativos de redes sociais relatam que sentem-se mais infelizes do que seus amigos virtuais (Sousa, 2022).

Por outro lado, fica evidente que as informações nas publicações são facilmente manipuladas dando aparência e contornos em conformidade ao que é pretendido alcançar. Fotos são cuidadosamente escolhidas para demonstrar apenas o que deseja que seja exposto, fatores que contam para a formação da imagem ideal. Por esta constatação, a construção de uma personalidade fictícia facilmente é reconhecida como uma figura de influência, mesmo não sendo real (Silva; Godim, 2022).

Estas nuances voltam-se para uma cultura narcisista em que o culto ao corpo e a figura própria se fundamenta na busca pelo belo, pela perfeição da imagem e do espetáculo dando-se grande importância apenas às aparências. Com isso é admissível que os sujeitos se utilizem de

máscaras para transparecer felicidade buscando reações positivas do outro (Souza, 2021).

Para Sibilia (2007) quando a essência do indivíduo é exteriorizada como produto, a própria subjetividade passa a ser comercializada como uma mercadoria. A sociedade transformada pela vida virtual transformou a existência humana e a intimidade em objetos de consumo. Este processo modifica tanto aquele que se expõe ou se espetaculariza como um produto em uma prateleira, quanto aquele seguidor voraz que consome o produto que oferece uma satisfação momentânea.

Nos indivíduos envolvidos pelo direcionamento das informações nas redes digitais, estes dados funcionam como um conjunto condicionado e condicionante no mundo contemporâneo, que, pela busca da identidade estabelecem um vínculo diferente e extraordinário no qual o cotidiano vivenciado é mesclado com a vida virtual. Neste contexto, se fundem o espetáculo com as experiências reais. Os episódios podem ser postados, editados, apagados e repostados. As histórias são contadas por identidades multifacetadas e se mesclam com as memórias líquidas no meio digital (Grimaldi *et al*, 2019).

O número de exposições de fatos da vida e a velocidade de novas postagens torna as situações, eventos e episódios da vida efêmeros. A vida idealizada é postada e repostada para atrair os consumidores nos meios digitais, os quais consomem a intimidade exposta. A quantidade de seguidores ou consumidores determina o valor da vida exposta que, por sua vez, define o nível de atratividade do produto “vida exposta”. Este ciclo ininterrupto se perpetua transformando os indivíduos em escravos de si mesmos. Neste cenário, o ambiente digital cria dois grupos de escravos: do primeiro grupo fazem parte aqueles que criam e são compelidos a produzir mais conteúdos expondo a sua vida e o segundo grupo que são atraídos e entretidos continuamente a consumir a vida alheia (Faustino; Barcha, 2023).

As redes sociais são como vitrines da vida dos usuários, onde este mostra o que é (ou pode ser), o que tem e o que faz de melhor. É nesta vitrine que são postadas as fotos mais lindas, os passeios mais incríveis, os jantares com amigos, as viagens, demonstrando a sua melhor versão. Este comportamento conecta os indivíduos por meio da *likes* e curtidas, que assume um aparente estímulo à criação de vínculos nas mídias sociais. Com o passar do tempo, os indivíduos percebem que este vínculo é algo muito superficial, tornando a intimidade apenas performática.

Em contrapartida, as relações face a face também são prejudicadas pelas redes sociais, visto que o tempo decorrido nas mídias digitais resulta em tempo diminuído para a convivência presencial. Com a expansão do tempo de permanência nas redes, os indivíduos não conseguem mais suprir esta demanda, tornando-se cada vez mais ausente das relações de contato, que

culmina na solidão cada vez mais presente. Esta situação não é por acaso, tornando-se um ciclo que se retroalimenta, sendo mais presentes nas gerações mais novas.

É possível perceber que o capitalismo de vigilância se beneficia do comportamento de engajamento produzido pelas redes sociais fazendo com que o indivíduo permaneça cada vez mais conectado. Porém, cada vez menos em interação de qualidade com seus pares, já que a conexão nas redes sociais é superficial e não evolui para uma relação verdadeiramente íntima, ou seja, não cria laços fortes. Neste sentido a intimidade torna-se algo performático, por representar como as pessoas mantêm contato umas com as outras por meio de uma relação apenas de aparência, sem um aprofundamento no comprometimento ou na interação, podendo ser considerada como um laço fraco e fazendo o indivíduo se sentir desconectado socialmente.

2.6 SOLIDÃO CONECTADA

Refletir acerca da solidão que existe no concorrido espaço das redes sociais torna-se um paradoxo que exige um olhar sensível para o ser humano: na ânsia de escapar da solidão que caracteriza a vida contemporânea, os indivíduos buscam conexão nas redes sociais. Em contraponto, quanto mais tempo estão conectadas, mais profunda se torna a solidão (Martino, 2014).

A dinâmica da sociedade moderna está alicerçada no capitalismo de vigilância, o qual promove a dissolução das limitações que eram sólidas e possuíam dimensões e demarcações claras. A ruptura destas limitações incentiva a liberdade da escolha e da ação, diminuindo a importância das referências sociais, regras, padrões e códigos da sociedade antes sólida, assumindo a mobilidade e a fluidez, com estímulo ao consumo pelo predomínio da individualidade em substituição aos valores coletivos. Para Bauman (2008, p. 22), “a desintegração social é tanto uma condição como um resultado da nova técnica de poder, que tem como ferramentas principais o desengajamento e a arte da fuga”.

Nota-se que muitas pessoas permanecem no meio virtual por muito mais tempo, com grande interesse nas postagens que são continuamente efetivadas, sendo profundamente influenciadas pelo que é divulgado nas redes sociais, deixando de vivenciar o mundo físico. O fato de não aproveitar o tempo vivendo-o também gera mudanças na sua vida pessoal (Leite, 2018). Este comportamento se configura como uma fuga da realidade e torna as pessoas muito mais individualistas e autocentradas.

A intensificação dessa individualização gera mudanças na forma do ser humano refletir

sobre si mesmo e sobre os outros, interferindo no modo de se relacionar. O medo de interagir e relacionar-se com o outro torna-se um sentimento normal, especialmente para os jovens que são os que mais sofrem com a falta de contato humano, já que é justamente na juventude que as relações humanas são mais essenciais para o desenvolvimento das questões emocionais e psíquicas. O contato com o outro deve despertar o bem-estar pelo simples fato de estar plenamente conectado, mas para que haja contato é necessário ultrapassar a barreira do individualismo e do egoísmo. (Uekita, 2022).

Desenvolve-se, então, um modo de vida mais individualizado, o qual é compartilhado através das redes sociais, mas que, ao mesmo tempo, gera sentimento de solidão. Nos meios tecnológicos que condicionam o usuário a permanecer frente às telas por muitas horas, as pessoas se distraem com os mais diversos conteúdos - jogos, vídeos, visualização de fotos, anúncios. Ao mesmo tempo este comportamento serve para ocultar o vazio que sentem, seduzidos pelo entretenimento gerado, criam a ilusão de que são eles que desfrutam do prazer pelo fato de estarem conectados (Silva; Godim, 2022).

A compreensão de que no meio virtual não há exigência da interação face a face presencial, tal como nas relações sociais tradicionais, permite que esta interação seja percebida e analisada por meio de palavras e imagens que são reconhecidas como pistas de quem está do outro lado da tela, pressupondo a percepção de um novo outro que é construído a partir das postagens, ao mesmo tempo que consolida um novo eu. Assim, é nítido que a exposição aos estímulos digitais promoveu mudanças na formação do self e, concomitantemente, ressignificou o conceito de intimidade em diferentes aspectos (Queiroz; Resende, 2019).

Entre os estudiosos da temática da solidão, destaca-se a pesquisadora Sherry Turkle especialista em tecnologia e sociedade, consultora, psicóloga clínica e professora do Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT). A pesquisadora passou os últimos 30 anos estudando a psicologia das relações das pessoas com a tecnologia. Seus estudos demonstraram que a tecnologia não catalisa apenas mudanças naquilo que as pessoas fazem e vivem, mas afeta a forma como estas pessoas pensam. Em sua obra *Alone Together* (em tradução livre, *Sozinhos Juntos*) ela define que a tecnologia se tornou a arquiteta da intimidade dos seus usuários, visto que possibilita fazer qualquer coisa, de qualquer lugar, com qualquer pessoa.

Os estudos de Turkle culminam na teoria da solidão conectada, que alerta para as interferências negativas entre homem e máquina. Estas pesquisas voltam-se para a reflexão acerca das questões da busca pelo contato através das mídias digitais em detrimento dos relacionamentos presenciais e o trato face a face. O homem é um ser social e, como tal, precisa se relacionar com outras pessoas. Para a pesquisadora, as tecnologias têm a possibilidade de

suprir as vulnerabilidades humanas e auxiliar no controle de medos contemporâneos como o medo da solidão ou o de criar vínculo próximo a outras pessoas (Martino, 2014).

As críticas de Turkle (2011) apontam para a preferência pelos ambientes virtuais que oferecem relacionamentos mais distanciados do que os relacionamentos fora das redes. Iludidos pelo companheirismo e conexão, as pessoas sentem-se mais seguras em relações que aparentam estarem isentas dos riscos que surgem com o contato presencial. A importância dada às comunidades virtuais leva a reflexão sobre a exploração da identidade, transformação da subjetividade, consumo da intimidade e a solidão que se propaga na sociedade atual.

Reflexões dessa natureza levam a crer que, apesar de parecermos cada vez mais conectados, existe um grande distanciamento entre os seres humanos. Este distanciamento gera consequências como a condução do indivíduo a um paralelo apoiando a subjetividade em figuras irreais. Junta-se à isso o discurso sobre a identidade que enaltece a flexibilidade, heterogeneidade, diversidade, fragmentação e adaptação, que permite a adoção de um grande repertório de papéis de identidades múltiplas em detrimento da singularidade humana. Além disso, os meios digitais facilitam o tratamento lúdico em relação às múltiplas identidades por meio do anonimato. Os internautas podem se tornar um a partir de um conjunto de muitas identidades diferentes. Neste sentido, o universo digital funciona como um laboratório social para experiências com construções e reconstruções do ego, ou seja, na realidade virtual as pessoas estilizam e criam um self (Uekita, 2022).

Neste ponto, Turkle (2011) afirma ser normal encontrar postagens em que os detentores da página publicam fotos, mensagens e imagens para demonstrar que estão fazendo coisas interessantes. Estas publicações são efetivadas apenas para provocar ou atingir uns ao outros, mesmo que não esteja vivenciando o que posta. Em análise a estas circunstâncias, as mídias digitais mudam não apenas o que o homem faz, mas também quem ele é.

Outro fator indicado por Turkle (2011) volta-se para a deterioração da conversação face a face numa era em que a maior parte da comunicação está fundamentada em textos. Mesmo numa conversação presencial, a presença de um smartphone, ainda que não usado ativamente, interfere na comunicação devido a criação de uma barreira psicológica que impede a conexão plena pela ideia de antecipação à necessidade de ter que atender ao dispositivo, fragmentando a atenção. Assim, a qualidade da comunicação no geral também tende a ser diminuída, prejudicando a capacidade de desenvolver uma interação verbal significativa o que, indiretamente, leva à um distanciamento social.

No entanto, é inegável que o sentimento de solidão pode ser aliviado pelos recursos midiáticos, oferecendo possibilidades de conexão e comunicação com familiares ou amigos que

estão distantes fisicamente, promovendo a interação emocional quando não há como estar presente fisicamente (Mazieri; Ferreira, 2020). A própria Sherry Turkle (2011), acredita que a personificação de uma mensagem no momento preciso faz sentir-se como um abraço, porém, alerta que as mídias sociais têm o poder de sacrificar a conversa e o convívio por mera conexão à rede. Apesar deste tipo de comunicação permitir o contato interpessoal com rapidez e praticidade, ao mesmo tempo, gera consequências negativas por potencializar sentimento de vazio e de vida sem sentido devido à solidão.

A autora dá indícios de que é necessário compreender a vulnerabilidade humana frente a este panorama e remodelar a forma como construímos e utilizamos os meios digitais. Entre as estratégias que possam recuperar a conversação face a face sugere o estabelecimento de limites digitais muito bem demarcados, aceitação dos momentos de solidão para aprofundar a reflexão e autoconhecimento, além de tentar manter-se presente integralmente nas interações com os pares. Também recomenda a criação de ambientes que privilegiem e enalteçam a comunicação presencial e direta, tanto no espaço familiar como no ambiente de trabalho, projetando estes locais como facilitadores do diálogo espontâneo (Turkle, 2011).

Entende-se, portanto, que as redes sociais digitais são projetadas tanto para manter as pessoas em suas zonas de conforto quanto para preencher o vazio gerado pela falta de aprofundamento nas relações. Além disso, reforçam a ideia de controle das relações, fazendo os usuários acreditarem que não precisariam lidar com inconvenientes, ou correr riscos reais, caso não quisessem. No entanto, o que se verifica é que à medida que as tecnologias avançam, a vida emocional diminui, gerando sentimentos de esgotamento e frustração por conta do estilo de vida que a tecnologia propicia, com tendência à um sentimento de constante solidão em decorrência da redução dos relacionamentos.

4 CONCLUSÃO

Este estudo propôs-se a analisar a dinâmica das relações interpessoais moldadas pelas redes sociais e como as tecnologias da comunicação modificam as subjetividades e promovem a manutenção de relações de dependência que irão viabilizar essa retroalimentação do sistema capitalista. A partir dos textos analisados constatou-se que a popularização do uso das mídias digitais promoveu e promove inúmeras transformações nas vivências e nos relacionamentos humanos.

Incontestavelmente, o desenvolvimento das tecnologias digitais aliadas à internet promoveu significativos avanços para a sociedade, facilitando a comercialização de produtos, a prestação de serviços, a comunicação entre as pessoas, a divulgação de informações e a ampliação do conhecimento. Entretanto, concomitantemente, este mesmo espaço transformou-se num ambiente propício para a emergência e massificação do capitalismo de vigilância que se utiliza do grande volume de dados e informações dos internautas de forma tendenciosa visando antecipar os comportamentos dos usuários em curto, médio e longo prazo com a oferta de produtos e serviços.

Toda essa conjuntura se insere e compõe o tecido social passando a influenciar a maneira de pensar e agir do ser humano com a incorporação de valores e crenças. Isso implica na alteração da cultura e da experiência dos sujeitos e, conseqüentemente, na modulação da subjetividade. O uso das mídias digitais se fundamenta no culto ao belo e na captação de aparências num ambiente totalmente interativo que incentiva a exposição às telas por longos períodos que acabam prejudicando a convivência com seus pares, tornando-se cada vez mais ausente das relações de contato. Isso porque a conexão com o outro nas redes sociais é superficial e não evolui para algo mais profundo, culminando na sensação de isolamento social e solidão.

O olhar reflexivo para esta conjuntura permite a constatação de que o ambiente virtual se caracteriza por uma dualidade: essa maior conexão entre pessoas que supostamente seria facilitada pelas redes sociais é, na verdade, apenas ilusória e superficial. Esse ambiente na verdade tem o efeito oposto nos indivíduos - e não é por acaso. O resultado que se verifica é de indivíduos cada vez mais isolados e solitários, com laços sociais cada vez mais fracos, que buscarão através das redes sociais essa conexão íntima que faz parte das necessidades humanas. Nesse ponto, é onde as *big techs* se aproveitam para coletar dados de forma implícita visando sempre a comercialização desse excedente comportamental. Numa espécie de relação abusiva, o usuário busca a solução no mesmo lugar que gera o problema.

Por esta perspectiva, constata-se que os meios digitais impactam de maneira significativa a estrutura social reforçando aspectos (pré)existentes, mediante a reprodução de marcadores de classe, raça e gênero. O indivíduo presume ser livre e autônomo para decidir, mas está delimitado sob uma nova lógica – a lógica do capitalismo de vigilância – na qual seus desejos, suas vontades, sua noção de subjetividade e a exposição da intimidade estão sendo estimuladas e operacionalizadas constantemente, de modo que a tecnologia e as práticas sociais se influenciam mutuamente de forma a alimentar o sistema, perpetuando-o.

REFERÊNCIAS

- AMARAL, A.; NUNES, C. C. Performances identitárias no Instagram: uma análise do perfil de Edu K após o *reality show* A Fazenda. **Revista Rizoma**, v. 5, n. 2, p. 96-111, 2017.
- ANDRADE, D. E. J. Redes sociais e história digital. **Revista de Matemática, Ensino e Cultura - REMATEC**, Belém/PA, n. 44, e2023004, 2023.
- ARAKAKI; A. C. ARAKAKI, F. A. Dados e metadados: conceitos e relações. **Revista Ciência de Dados na Ciência da Informação**, Brasília, DF, v.49 n.3, p.34- 45, set./dez. 2020.
- ARCANJO, B. C. **Solidão e as redes sociais**: uma revisão de literatura. Trabalho de Conclusão (Curso de Psicologia) – Universidade Federal do Ceará, Campus de Sobral, Sobral, CE. 2018.
- ARGENTINO NETO, J. E. Proteção da privacidade na era do **Capitalismo de vigilância: eficiência do modelo regulatório**. 34 f. Trabalho de Conclusão (Curso de Direito) - Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, SP. 2021.
- BAUMAN, Z. **A Sociedade individualizada**: vidas contadas e histórias vividas. Rio de Janeiro: Jorge Zahar; 2008. 324 p.
- BECK, C. G.; CUNHA, L. H. H. As múltiplas faces da comodificação e a constituição da crítica acerca das práticas de consumo contemporâneas. **Revista Ciências Sociais Unisinos**, São Leopoldo, v. 53, n. 1, p. 136-147, 2017.
- BELELI, I. Reconfigurações da intimidade. **Revista Estudos Feministas**, v.25, n.1, p. 337-346, Florianópolis, 2017.
- BRAGA, A. Sociabilidades digitais e a reconfiguração das relações sociais. **Desigualdade & Diversidade - Revista de Ciências Sociais da PUC-Rio**, n. 9, p. 95-104, 2011.
- CAMPANELLA, B. R. **Regimes de visibilidade na era das mídias sociais**: transformações e continuidades. *Galáxia* (São Paulo, online), v. 48, pp.1-21. 2023.
- CAMPANHOLE, S. G.; MOURA, V. A. de. Entre o eu e o outro nas relações de subjetividade nas redes sociais. **Aurora: Revista de Arte, Mídia e Política**, São Paulo, v.6, n.16, p. 41-64, 2013.
- CARIBÉ, J. C. R. Uma perspectiva histórica e sistêmica do capitalismo de vigilância. **Revista Inteligência Empresarial**, v. 41, p. 5–13. 2019.
- CIDIA, Congresso Internacional de Direito e Inteligência Artificial. **Inteligência artificial, raça, gênero e outras diversidades** - FDUSP/UNB. [Recurso eletrônico on-line] organização IV Congresso Internacional de Direito e Inteligência Artificial (IV CIDIA): Skema Business School – Belo Horizonte; 2023.
- COSTA, R. dos S. da; As gerações da Web no ensino online. **Revista Científica Semana Acadêmica**, Fortaleza, CE., v. 1; n. 194. P. 1-70; 2020.

DAVIES, N. **A Europa em Guerra (1939-1945)**. Lisboa: Edições 70, 2008. p. 56.

DIAS, L. J. P. **Capitalismo de vigilância, democracia e autonomia individual**. 97 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Jurídico-Forenses) - Universidade de Coimbra, Coimbra, PT. 2023.

FAUSTINO, A.; BARCHA, A. S. O. Hiperexposição e Espetáculo: A Intimidade como Mercadoria nas Redes Sociais. **Saberes: Revista Interdisciplinar de Filosofia e Educação**, v. 23, n°01, Jul. 2023.

FAUSTINO, P.; REBELO, C. T.; SOUZA, J. P. Performance comunicativa e as redes sociais: a importância de estratégias que envolvam o usuário. In: FÉLIX, Joana Dárc Bicalho (Org.). **Comunicação estratégica e integrada: a visão de renomados autores de 5 países**. 1 ed. Brasília. Editora Rede Integrada. 2020.

FERREIRA, A. E. S. C. da S. **Capitalismo de vigilância e produção de subjetividade por meio de algoritmos: uma análise discursivo-mediológica**. 2021. Tese (Doutorado em Linguística) – Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2021.

GARCIA, R. S. **Entre abas: processos de enunciação em rede**. 2017, 184f. Tese (Doutorado em Informática na Educação) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS. 2017.

GUATTARI, F. Da produção de subjetividade. In A. Parente (Org.). **Imagem máquina: a era das tecnologias do virtual** (pp. 177-191). Rio de Janeiro: editora 34. 1999.

GONÇALVES, J. M. **Do toque ao touch: a hiperconexão como regime contemporâneo**. 109 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Computação) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2022.

GRIMALDI, S.; ROSA, M.; LOURERIO, J.; OLIVEIRA, B. O patrimônio digital e as memórias líquidas no espetáculo no Instagram. **Revista Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 24, n. 4, p. 51-77, 2019.

GUIMARÃES, L. J. B. L. S.; ROCHA, E. C. de F. Práticas informacionais e design thinking Abordando usuários 3.0 na Ciência da Informação. **RDBCI: Revista Digital de Biblioteconomia e Ciências da Informação**, Campinas, SP. v.19; p. 1-21; 2021.

KAUFMAN, D. A força dos “laços fracos” de Mark Granovetter no ambiente do ciberespaço. **Revista Galaxia** (São Paulo, Online), n. 23, p. 207-218, jun. 2012.

KOERNER, A. Capitalismo e vigilância digital na sociedade democrática. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 36, n. 105, p. 1-6, 2021.

LEITE, A. C. de L. **O uso de redes sociais como influenciadores de consumo na cidade de João Pessoa com enfoque no mercado da moda**. 58 f. Trabalho de Conclusão (Curso de Administração) - Universidade Federal da Paraíba / UFPB. João Pessoa, PB. 2018.

LIMA, N. L. de; MOREIRA, J. de O.; STENGEL, M.; MAIA, L. M.. As redes sociais virtuais e a dinâmica da internet. **Revista Interinstitucional de Psicologia** [online], v.9, n.1, p.90-109.

2016.

LINS, B. F. E. A evolução da Internet: uma perspectiva histórica. **Artigos & Ensaios Cadernos ASLEGIS**, v. 48. P. 11-45 Jan/Abr. 2013.

LUPINACCI, L. ‘Absentmindedly scrolling through nothing’: liveness and compulsory continuous connectedness in social media. **Media, Culture & Society**, v. 43; n. 2, p. 273-290. 2021.

MARTINO, L. M. S. **Teorias das mídias Digitais: Linguagens, ambientes e redes**. Petrópolis, Vozes: 2014.

MAZIERI, L.V.; FERREIRA, P. P. Solidão e internet na modernidade tardia. **In: XXVIII Congresso de Iniciação Científica da Unicamp**, 2020.

MEIRELES, A. V. Algoritmos e autonomia: relações de poder e resistência no capitalismo de vigilância. **Revista Opinião Pública**, Campinas, vol. 27, nº 1, jan.-abr., p. 28-50, 2021.

MOREIRA, J. de O. Mídia e Psicologia: considerações sobre a influência da internet na subjetividade. **Psicologia para América Latina**, México, n. 20, 2010. Disponível em <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-350X2010000200009&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 12 mar. 2024

NIPPES, G.; GUIDOLINI, P. O. da S. O dilema do capitalismo de vigilância. **Revista Pet Economia UFES**, v. 1, n. 2, p. 27-32, 2020.

PEREIRA, M. C. **Direito à Intimidade na Internet**. 1ª Ed. 3ª Tiragem. Curitiba: Juruá, 2005.

POMPEI, T.; GOUVEIA, L. M. B.; RAMOS, P. F. M. da s. Redes Sociais: influência, identidade e diferença na contemporaneidade. **Revista Sociedade**, v. 3 n. 2; 2021.

PRIMO, A. F. T. O aspecto relacional das interações na Web 2.0. **E-Compós**, Rio Grande do Sul, v. 9, p. 1-21, jun. 2007.

PRIMO, A. F. T. (org.). **Interações em rede**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

QUEIROZ, B.; REZENDE, R. Desconhecidos Íntimos”: A transformação da intimidade no Facebook. In **ANAIS do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Belém:[sn] (pp. 1-15). 2019.

RAUBER, G. N.; FAGUNDES, A. F. A. Curta! Compartilhe! Comente! O *dark side* das redes sociais online na sociedade do consumo. **XI Encontro de Estudos Organizacionais da ANPAD – EnEO - 26/27 de maio de 2022**

ROMÃO, L. M. S.; MOREIRA, V. L. É Del.icio.us estar na rede: ideologia e discurso do sujeito-navegador. **E-Compós**, v. 11; n.3; p.1-19, set./dez. 2008.

ROSA, G. A. M.; SANTOS, B. R. dos. Repercussões das redes sociais na subjetividade de usuários: uma revisão crítica da literatura. **Revista Temas em**

Psicologia [online], v. 123, n.4, p.913-927. 2015.

ROSA, M. C.; NIELSSON, J. C. Capitalismo de vigilância e a lei geral de proteção de dados na era da informação. **Revista Confluências**, v. 25; n. 1; p. 68-86. Jan/abr 2023.

SAMPAIO, J. A.L.; FURBINO, M.; BOSCHINO, L. A. Capitalismo de vigilância e tecnopolítica: os direitos fundamentais de privacidade e liberdade de expressão sob ataque. **Revista Opinião Jurídica**, v.20; n.42; p. 509-527; jul./dez. 2021.

SIBILIA, P. **O show do eu**: subjetividade nos gêneros confessionais na internet. 161 f. Tese (Doutorado do Programa de Comunicação e Semiótica) – Pontifícia. Universidade Católica de São Paulo, SP, 2007.

_____. **O show do eu**: a intimidade como espetáculo. 2. ed. Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.

SILVA, R. M.; COSTA, E. S. da; OLIVEIRA, M. R. de. Influência das Redes Sociais Sob a Construção da Subjetividade Humana. **Revista Psicologia**, PT, v. 1, p. 1-8. 2020.

SILVA, D. G. F.; GODIM, L. S. de S. Tecnologia e adolescência: influência nas relações interpessoais e na construção de identidade. **Revista Construção Psicopedagógica**, São Paulo, v.32 n. 33; p. 90-104; 2022.

SILVA, H. V. S.; XAVIER, M. P. Produção de subjetividades, vigilância e mídia: continuidades e rupturas da disciplina e do controle. **Revista Vozes e Diálogo**, Itajaí, V. 21, n.02, 2022.

SILVA, P. H. M. **O amor como mercadoria**: uma pesquisa socioantropológica em torno do aplicativo de relacionamento Tinder. 77 f. Trabalho de Conclusão (Curso de Ciências Sociais) - Instituto de Ciências Sociais da Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, MG. 2023.

SILVEIRA, S. A. A noção de modulação e os sistemas algorítmicos. No J. Souza, R., Avelino e S. A. da Silveira. (Orgs.). *A sociedade de controle: manipulação e modulação nas redes digitais*. (pp. 31-46). Hedra. 2019.

SOUSA, H. **Redes sociais e saúde mental**: processos subjetivos no campus Avançado Lagoa da Confusão. 196 f. Dissertação de Mestrado (Programa de Pós-graduação em Comunicação e Sociedade), Universidade Federal do Tocantins, Palmas, 2022.

SOUZA, C. da S. A era do capitalismo de vigilância: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder [Shoshana Zuboff]. **Germinal: Marxismo e educação em Debate**, v. 15; n. 2, p. 689–695. 2023.

SOUZA, E. C.; TORRES, J. F. P. A Teoria da Subjetividade e seus conceitos centrais. **Obutchénie. Revista de Didática e Psicologia Pedagógica**, Uberlândia, MG. v.3; n.1; p.34-57; jan./abr 2019.

SOUZA, J. M. M. de; **Subjetividade sitiada**: o Instagram e a construção de identidades e hábitos de consumo na sociedade de sedução em massa. 49 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal Rural de Pernambuco, Bacharelado em Ciências Sociais,

Recife, 2021.

TEIXEIRA NETO, N. T. **Exposição da intimidade e performance na hipermodernidade: estreitamento da vida humana?** 119 f. Dissertação (Mestrado em Psicologia) - Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2013.

TURKLE, S. **Alone together: why we expect more from technology and less from each other.** New York: Basic Books. 2011.

UEKITA, H. Y. **Individualismo e desengajamento na contemporaneidade: o Mercado da solidão no meio virtual.** 45 f. Trabalho de Conclusão (Curso de Ciências Sociais) - Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, MG. 2022.

VERONEZ JR, W. R.; MIRA, B. S. de; SANTOS JÚNIOR, E. A. dos, MARTÍNEZ-ÁVILA, D. O capitalismo de vigilância informacional no contexto da ciência da informação. **Revista Ibero-Americana de Ciência da Informação**, v. 15; n. 1, p.181–193. 2022.

XAVIER, M. A subjetividade no consumismo: a totalização do sujeito como mercadoria. *Psicol. Soc.* [online] v.28, n.2, p.207-216, 2016.

ZUBOFF, S. **A era do capitalismo de vigilância: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder.** Tradução George Schlesinger. - 1. ed. - Rio de Janeiro: Intrínseca, 2020.