

Política no mundo digital: o impacto da exposição ao capitalismo de vigilância nos valores políticos da juventude

Politics in the digital world: the impact of exposure to surveillance capitalism on the political values of youth

Jennifer Azambuja de Moraes

Professora do PPG em Ciência Política e do Departamento de Ciência Política da Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS; doutora em Ciência Política pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS. E-mail: jennifer.amorais@gmail.com

Alexsander Dugno Chiodi

Bacharel em Ciências Sociais pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS. E-mail: alexchiodi@gmail.com

Felipe Silva Milanezi

Mestre em Ciência Política pelo Programa de Pós-graduação em Ciência Política pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS. E-mail: felipe_milanezi@hotmail.com

Resumo

A política tem sofrido mudanças substanciais após o advento das redes sociais e de seu uso político. Assim, surge a discussão sobre o capitalismo de vigilância e de como empresas que monopolizam o uso de redes sociais tem um impacto significativo na vida dos cidadãos e na política, seja por suas ações ou omissões. O presente artigo tem como objetivo investigar qual é o impacto do capitalismo de vigilância na cultura política dos jovens porto-alegrenses. A hipótese formulada é de que o capitalismo de vigilância estimula valores mais individualizantes e uma rejeição à política em geral, com efeito nos valores e nas atitudes dos jovens. Para testar a hipótese, a metodologia utilizada é a quantitativa, através de análise descritiva de dados do SurveyMonkey aplicado com jovens de ensino médio de Porto Alegre, no ano de 2019.

Palavras-chaves: Capitalismo de vigilância. Juventude. Democracia. Internet.

Abstract

Politics has undergone substantial changes after the advent of social media and its political use. Thus, the discussion arises about surveillance capitalism and how companies that monopolize the use of social medias have a significant impact on citizens' lives and politics, either by their actions or omissions. This article aims to investigate what is the impact of surveillance capitalism on the political culture of young people from Porto Alegre. The hypothesis formulated is that surveillance capitalism stimulates more individualizing values and a rejection of politics in general, with an effect on the values and attitudes of the young people. To test the hypothesis, the methodology used is the quantitative one, through descriptive analysis of data from the SurveyMonkey applied with High School students from Porto Alegre, in the year of 2019.

Keywords: Surveillance Capitalism. Youth. Democracy. Internet.

Introdução

A internet e as redes sociais têm ganhado cada vez mais espaço nos debates da Ciência Política, com destaque notório a partir das eleições estadunidenses de Obama (2008) e Trump (2016), e das eleições de 2018 no Brasil, quando as mídias digitais tiveram relevância e impacto na campanha e no resultado das eleições. Inicialmente vistas com otimismo como mecanismos de democratização da informação e de quebra do monopólio jornalístico de grandes conglomerados midiáticos, as redes sociais apresentam também desinformação, discurso de ódio, propagação de preconceitos, inverdades e ausência de debates, a partir da criação e da manutenção de bolhas virtuais que limitam a exposição do usuário a visões contrárias às suas (EISENBERG, 2001; CAETANO; FRAGOSO; RECUERO, 2016; SOARES *et al.*, 2021).

Diante desse cenário de influência das redes sociais na vida política das sociedades modernas e da falta de transparência das empresas proprietárias das redes sociais de maior popularidade no mundo, em especial quanto aos algoritmos e à convivência com a propagação de conteúdos que contêm discursos de ódio, emerge o debate acerca do seu papel direta ou indiretamente na divulgação destes conteúdos, bem como no uso dos dados dos usuários por estas empresas, compreendendo seu intuito e motivações políticas e corporativas em meio a mudanças sociais, políticas e econômicas ocorridas por conta da consolidação das mídias digitais, despertando o debate do que se chamou de capitalismo de vigilância (ZUBOFF, 2019; CRUZ; SARAIVA; AMIEL, 2021; FORNASIER; KNEBEL, 2021). Para Zuboff (2019) o capitalismo de vigilância se configura como uma nova forma de consolidação econômica do capitalismo, a partir da possibilidade de estabelecimento de metadados produzidos pelos próprios cidadãos por meio das redes sociais e do uso da internet de modo geral. Com isso, ascendeu um produto que, apesar de não ser novo, atingiu um nível de uso potencial inédito a partir dos dados gerados voluntariamente pelos cidadãos, o que se torna algo valioso no mercado publicitário, mas também na política¹. Isso se reflete na forma que empresas como Alphabet, Meta, Amazon, Microsoft e Apple utilizam os

¹Um dos exemplos mais famosos do uso político desses dados foi o escândalo Facebook-Cambridge Analytica, em que a empresa de consultoria se utilizou dos metadados para moldar estratégias de campanha para o então candidato Donald Trump, de modo a manipular a opinião pública para que esta tivesse ações que favorecessem a eleição de Trump.

dados coletados de usuários para fins de faturamento, tanto na captura e direcionamento de propaganda quanto na venda desses dados, assumindo um papel de vigilância constante do cotidiano, dos gostos e do comportamento de usuários sob uma justificativa comercial que resulta no controle exacerbado sobre as vidas de indivíduos e de sociedades (CRUZ; SARAIVA; AMIEL, 2021). Além disso, as bolhas virtuais e a personalização do consumo, da propaganda e do conteúdo reforçam um fenômeno de individualização e rejeição à identidade de massas, legitimando uma cultura que atribui ao indivíduo a solução pessoal de problemas que têm origens estruturais, em negação à organização coletiva como forma de luta política.

O capitalismo de vigilância (ZUBOFF, 2019) e o controle da população por essas empresas podem, portanto, ter implicações na cultura política² de uma sociedade, em especial de grupos que estejam habituados a consumir conteúdo digital e acessar as redes sociais com maior frequência, como é o caso dos jovens, uma vez que a internet é um agente socializador (MORAIS, 2017). Com base nisso, o presente artigo objetiva investigar qual é o impacto do capitalismo de vigilância na cultura política dos jovens porto-alegrenses. A hipótese inferida é que o capitalismo de vigilância estimula valores mais individualizantes e uma rejeição à organização coletiva, com efeito nos valores e nas atitudes dos jovens.

Para testar a hipótese é utilizado o protocolo quantitativo, através da análise dos dados da pesquisa “Democracia, valores políticos e capital social: um estudo comparativo de socialização política dos jovens no Sul do Brasil”, realizada pelo Núcleo de Pesquisa sobre América Latina (NUPESAL/UFRGS). Foram aplicados questionários a 865 jovens de 15 a 24 anos, estudantes do ensino médio de escolas públicas e privadas de Porto Alegre em 2019. Os dados são analisados de forma descritiva, com frequências e cruzamentos, com verificação do Qui-quadrado. A variável independente é a exposição ao capitalismo de vigilância, mensurado por meio da intensidade de uso das redes sociais. As variáveis dependentes analisadas são crença na neutralidade da mídia, quem os jovens consideram que deve combater a desinformação, índice de egocentrismo, preferência à democracia ou ao autoritarismo, interesse por política, empoderamento e sentimentos em relação à política.

²Entendendo como cultura política, as crenças, os valores e as atitudes políticas de uma sociedade (ALMOND; VERBA, 1963).

O artigo está dividido em duas partes, além da introdução e das considerações finais. Na primeira se discutirá o que é o capitalismo de vigilância e seus efeitos nas sociedades contemporâneas e a forma como a cultura política é impactada, em especial nos jovens. Na segunda será realizada a análise dos dados, tendo como variáveis independentes o uso de redes sociais e como variável dependente os valores individuais e coletivos e de socialização política.

Capitalismo de vigilância, cultura política e juventude

A virada do século XXI manifesta a inauguração de uma quarta revolução industrial, marcada sobretudo pela “revolução digital” (SCHWAB, 2016). Esse movimento seria caracterizado pela onipresente figura da internet móvel, o desenvolvimento e a difusão de inteligência artificial e de *chips*, sensores e máquinas que digitalizam o cotidiano e impactam na forma com que os cidadãos encaram o tempo, o espaço e as interações sociais, econômicas e culturais. Entretanto, precauções devem ser tomadas ao encarar a potencialidade das mudanças que essa quarta revolução ocasiona, visto que excedem as capacidades governamentais de revisar e regular os seus efeitos nas esferas sociopolítica e econômica (SCHWAB, 2016). Sobre essas mudanças estruturais, Castells (2007) já ressaltava que a inserção das mídias digitais na universalidade da construção do cotidiano alterava profundamente as formas de criar e difundir a informação, e desenvolvia uma nova faceta à estrutura do capitalismo. Com bases calcadas na alta flexibilidade e no dinamismo, essa universalização encontra compatibilidade à onda crescente de políticas neoliberais, fortalecendo o “capitalismo informacional”. Passando por um processo de “comoditização”, os dados e as informações pessoais deixam de ser apenas importantes para o seu detentor, para tornarem-se primordiais ao processo de tomada de decisões das empresas de publicidade e propaganda.

Castells (2007) já havia compreendido que o imenso volume de informação criado na interação de um ser humano com uma máquina nessa “sociedade em rede” resultaria em dados que seriam, cedo ou tarde, capitalizados e comercializados como mercadoria de alto valor. Martino (2014) identifica na Revolução da Informação a utilização desses dados pela indústria do entretenimento de forma a ser adaptada a

gostos e necessidades específicas. Com a inserção da comunicação digital na universalidade da construção do cotidiano, os novos meios convergem ao espírito do tempo da modernidade e da busca dos indivíduos de constituir uma identidade própria, exclusiva, a partir do consumo (ASKEGAARD; LINNET, 2011, p. 383).

A esse ambiente propício de arranjo neoliberal que individualiza questões inerentemente sociais, centralizado no consumismo como criação e curadoria de uma personalidade e identidade, vinculando o consumo à satisfação pessoal e à afirmação como indivíduo, que as empresas de tecnologia utilizam dados extraídos de forma obscura ou ilegal para montar perfis comportamentais e vendê-los. Pela baixa capacidade de fiscalização, legislação e controle, as empresas de tecnologia não encontram obstáculos ao processo de compreender toda a experiência humana, pública ou privada, como fonte de obtenção de dados através de sensores, aparelhos eletrônicos, aplicativos, microfones e câmeras, em nome da maior acurácia e abrangência de suas predições de comportamento e consumo (ZUBOFF, 2019).

Ao utilizar as redes sociais e os produtos fornecidos pelas empresas de tecnologia, cada um dos bilhões de usuários globais deixa rastros, dados extras, informações sobressalentes que costumavam ser encaradas como inúteis até ter seu potencial valor comercial compreendido, e passar a ser tratado como “superávit comportamental” (ZUBOFF, 2019). Sobre esse processo, Schwab (2016), aponta que:

muitos desses algoritmos aprendem com os rastros de “migalhas de pão” de dados que deixamos no mundo digital. Isso resulta em novos tipos de “aprendizagem de máquina” e descoberta automatizada que permite robôs e computadores “inteligentes” se autoprogramar e encontrar soluções ideais desde o princípio (SCHWAB, 2016, p. 15).

Sendo esse “rastro de migalhas de pão” o que Zuboff (2019) denomina “superávit comportamental”, a matéria-prima utilizada para criar perfis e prever (e mais recentemente, moldar) comportamentos, como ocorrido no escândalo de dados Facebook - *Cambridge Analytica* (KAISER, 2020), uma vez que as “pressões de natureza competitiva provocaram a mudança na qual processos de máquina automatizados não só conhecem nosso comportamento, como também moldam nosso comportamento em escala” (ZUBOFF, 2019, p. 19).

Morais (2017) aponta como o debate sobre os impactos da popularização de mídias digitais versa em uma visão otimista e outra pessimista. De um lado, a

perspectiva de que o amplo acesso às informações e o potencial de mobilização social com menores custos permitiria novas formas de interação social e de participação política, podendo fortalecer os valores democráticos; do outro, a visão de que essa a inserção dos cidadãos nas instâncias decisórias seria uma ilusão, com perspectiva de comprometimento do engajamento cívico, aumento da apatia política e do desinteresse, uma vez que pode ser “uma ferramenta sem precedentes de libertação e democratização e, ao mesmo tempo, um facilitador da vigilância em massa indiscriminada, de longo alcance e quase insondável” (SCHWAB, 2016, p. 96).

As redes sociais começaram a mostrar o seu potencial para o debate e a atuação política, como na organização de manifestações populares na Espanha, as Manifestações de Junho de 2013 no Brasil, em 2016 na campanha e eleição de Donald Trump e em 2018 na campanha eleitoral brasileira, marcada pela disseminação de informações falsas nas redes sociais (RECUERO, 2019; 2020), um exemplo concreto do potencial uso das práticas do capitalismo de vigilância no fomento da política de desinformação e do impacto na estabilidade democrática (DE FARIA; MAGALHÃES, 2021). As mídias digitais impactam em diversas esferas da vida pública, como na condução do sistema democrático e dos processos eleitorais, mas não tardou para demonstrar seu potencial de ser usado de forma antidemocrática e criminosa, capaz de operar sentimentos como raiva, frustração, medo e ódio e catalisá-los para cargos executivos, em especial de políticos de extrema direita, que souberam manusear esse novo aparato – mesmo que às margens da legislação (ZUBOFF, 2019).

Para Andreeva (2019), o sucesso de popularização das redes sociais está relacionado com o espaço aberto à interação e à criação de conteúdo concomitante à utilização como observador. Poder comentar seus próprios pontos de vista, participar de discussões, encontrar pessoas que pensam e se comportam de forma similar às suas. Por ser um tópico capaz de instigar ampla gama de emoções e reações, a política torna-se um campo de alto fluxo nas redes sociais. É aproveitando essa capilaridade que as empresas como o Facebook e o YouTube ativamente promovem a exibição e a interação do tema em suas plataformas, sem se propor a fazer clara distinção entre uma peça de informação produzida de forma profissional, por meio de canais especializados, ou mentiras falsificadas e propagadas por perfis falsos que pagam pela difusão de conteúdo (DEVITO, 2017).

Se as redes sociais, as dinâmicas que nelas operam e a forma como o conteúdo é distribuído apresentam tão alto potencial de interferir nos valores e comportamentos políticos, pode-se supor que aqueles indivíduos que passam mais tempo utilizando as redes sociais estariam mais expostos ao capitalismo de vigilância e, portanto, à interpretação e à manipulação de comportamento pelas empresas do capitalismo de vigilância. No Brasil, o telefone celular está presente em 94% dos lares, sendo que 98% das pessoas que acessam a internet o fazem pelo celular (PNAD, 2018). Se estratificadas em faixas etárias, percebe-se que o conjunto de pessoas entre 14 e 24 é o que mais utiliza a internet (PNAD, 2018).

Esses dados demonstram a presença quase homogênea das redes sociais e da internet no cotidiano da juventude brasileira. Para Andreeva (2019), a discussão digital sobre política pode conformar uma esfera que estimula a capacidade do jovem desenvolver suas faculdades como cidadão, de aumentar o envolvimento e organizar-se politicamente, uma vez que “tornando essas plataformas partes integrantes das nossas vidas cotidianas, a cultura política muda significativamente, especialmente na maneira como as pessoas percebem o seu papel na sociedade” (ANDREEVA, 2019, p. 49).

Por outro lado, a facilidade com que a informação é disseminada pode abrir espaço à criação de desinformação e ao discurso de ódio, que circula de forma muito eficaz nesses meios, dada a importância que os algoritmos das redes atribuem ao fator “relevância”. Para Andreeva (2019):

Este caminho não poderia levar ao progresso e ao desenvolvimento, mas só poderia levar à criação de diferentes verdades, realidades completamente diferentes e existência paralela e maior divisão. Esse caminho não é inclusivo e, a longo prazo, tem potencial para erodir a discussão deliberativa (ANDREEVA, 2019, p. 52).

As redes sociais permitem que qualquer informação veiculada por um grupo relevante de atores obtenha notoriedade, mas quando se trata de uma informação forjada, criada no intuito de falsear a realidade ou induzir comportamentos antidemocráticos, os resultados podem ser extremamente danosos. É nesse cenário que se faz necessário abarcar o impacto da exposição ao capitalismo de vigilância, presente no uso de produtos das empresas Alphabet e Meta, por exemplo. Compreendendo que a juventude é a parcela da população que mais utiliza as redes sociais, que esse

momento da vida do indivíduo configura o período de socialização de valores em que os jovens teriam as condições de constituir interação e participação ativa na sociedade (BAQUERO, 2018), é importante esclarecer a dimensão do impacto da exposição ao capitalismo de vigilância na formação de valores dos jovens.

A importância desta análise se dá pela constatação na literatura especializada de que a cultura política brasileira é apática, de resignação e híbrida (MOISÉS, 2013; BAQUERO, 2018). Ou seja, do ponto de vista formal a democracia no país está funcionando, no entanto, os brasileiros não apresentam valores democráticos, pois não possuem interesse pelos assuntos políticos e confiança nas instituições, bem como não participam e apresentam mais valores autoritários e individuais. Estas características se estendem para os jovens, que de forma geral são apáticos em relação à política (BAQUERO; BERNARDI; MORAIS, 2019; BAQUERO; MORAIS, 2020). Sendo assim, fica mais evidente a importância de estudos que analisam na juventude a relação entre a exposição a este novo agente socializador, a internet e as redes sociais, na internalização de valores e atitudes.

Capitalismo de vigilância e valores políticos dos jovens

Para verificar a hipótese de que o capitalismo de vigilância estimula valores mais individualizantes e uma rejeição à política em geral, com efeito nos valores e atitudes dos jovens, estes foram distribuídos em quatro categorias, de acordo com a intensidade de exposição ao capitalismo de vigilância, sendo distribuídos conforme a Tabela 1.

Tabela 1. Nível de exposição ao capitalismo de vigilância³.

Nível de exposição ao capitalismo de vigilância	Nº	Porcentagem	Porcentagem válida
Baixa exposição	46	5,3	5,8
Moderada exposição	382	44,2	47,8
Alta exposição	270	31,2	33,8
Extrema exposição	101	11,7	12,6
Total válido	799	92,4	
Omisso	66	7,6	
Total	865	100	100

n = 865.

Fonte: Elaboração própria com dados de Nuposal, 2019.

³O nível de exposição ao capitalismo de vigilância foi obtido através das variáveis: “Das redes sociais listadas abaixo, qual você mais utiliza? Marque de acordo com o uso, sendo 1 nada usado e 5 muito usado: Facebook, WhatsApp, Instagram, YouTube”.

A análise do nível de exposição ao capitalismo de vigilância ilustra a ampla penetração desse fator na juventude, uma vez que cerca de 43% dos jovens apresentam alta ou extrema exposição, e a mesma proporção apresenta moderada exposição ao capitalismo de vigilância. Entende-se que a escassez de representantes da categoria “baixa exposição” na amostra reflete a realidade da presença digital nos jovens. A importância massiva da exposição juvenil é um primeiro indicativo à relevância dos estudos sobre capitalismo de vigilância na juventude e na democracia brasileira.

Explicitadas as categorizações, interessa saber, portanto, como o aumento no nível de exposição ao capitalismo de vigilância acompanha a mudança de valores políticos e individuais, com um olhar atento à forma como os extremos se comportam. A primeira variável exposta trata-se da crença na neutralidade da mídia, seguida por quem os jovens consideram que deve combater a desinformação, índice de egocentrismo, preferência à democracia ou ao autoritarismo, interesse por política, empoderamento e sentimentos em relação à política.

Tabela 2. Exposição ao capitalismo de vigilância e crença na neutralidade da mídia⁴ (%).

Nível de exposição ao capitalismo de vigilância	É neutro	Não é neutro	Total
Baixa exposição	17,1	82,9	100
Moderada exposição	15,6	84,4	100
Alta exposição	19,9	80,1	100
Extrema exposição	27,1	72,9	100

n = 770; q = 0,067.

Fonte: Elaboração própria com dados de Nupesal, 2019.

Na Tabela 2, para analisar a crença na neutralidade da mídia, utilizou-se a variável: “Você acredita que os meios de comunicação no Brasil são neutros sobre política?” Inicialmente, percebe-se que esta questão tende a aumentar dentre os jovens que mais se expõem às redes sociais ligadas ao capitalismo de vigilância. Enquanto menos de um quinto dos jovens com baixa e moderada exposição acham

⁴Crença na neutralidade da mídia obtida através variável: “Você acredita que os meios de comunicação no Brasil são neutros sobre política?”

que os meios de comunicação são neutros, entre os de alta e extrema exposição esses valores são de 20% e 27,1%, respectivamente. Com isso, o que se apresenta é um nível de confiança acrítica aos meios de comunicação e de sua atuação quanto à temática política maior entre os mais expostos ao capitalismo de vigilância, uma vez que o papel político dos meios de comunicação existe e pode-se fazer notar por meio de um olhar cético (MIGUEL, 2002). Também, nota-se que o papel das redes sociais na democratização da informação, bem como em possibilidade de participação política mais ativa difere de uma visão mais otimista que se tinha na ocasião do seu surgimento e confirma parcialmente algumas ressalvas apontadas (GOMES, 2005).

Tabela 3. Exposição ao capitalismo de vigilância e quem deve combater a desinformação (%).

Nível de exposição ao capitalismo de vigilância	Governo	Imprensa	Judiciário	Outros	Não deve haver fiscalização	Total
Baixa exposição	36,4	24,2	24,2	12,1	3,0	100
Moderada exposição	34,3	21,6	16,6	18,7	8,8	100
Alta exposição	39,8	22,6	14,9	19,5	3,2	100
Extrema exposição	42,9	31,4	14,3	5,7	5,7	100

2019. n = 607; q = 0,148.

Fonte: Elaboração própria com dados de Nuposal.

A Tabela 3 confirma uma confiança dos jovens de maior exposição às redes do capitalismo de vigilância na imprensa, uma vez que há uma forte cisão entre a percepção dos jovens com extrema exposição dos demais. Entre os jovens com exposição extrema, 43% acreditam que cabe à imprensa combater a desinformação, enquanto 31% atribuem este papel ao governo e 14% ao Judiciário. Entre os jovens com baixa e moderada exposição o combate à desinformação é atribuído à imprensa por 36% e 34%, respectivamente, ao governo por 24% e 22%, e ao judiciário é de 24% e 16%, respectivamente. Esses dados ilustram que quanto maior é a exposição ao capitalismo de vigilância, maior se faz também a confiança na imprensa e no governo como agentes de combate à desinformação. Tal posicionamento é ambivalente, uma vez que pode ser tanto um sinal de confiança nessas instituições quanto uma visão menos crítica acerca de seus papéis.

Tabela 4. Exposição ao capitalismo de vigilância e índice de egocentrismo⁵ (%).

Nível de exposição ao capitalismo de vigilância	Baixo egocentrismo	Moderado egocentrismo	Alto egocentrismo	Total
Baixa exposição	9,3	20,9	69,8	100
Moderada exposição	10,6	31,7	57,7	100
Alta exposição	3,8	25,3	70,9	100
Extrema exposição	4,0	23,2	72,7	100

n = 781; q = 0,002.

Fonte: Elaboração própria com dados de Nuposal, 2019.

A Tabela 4 mostra que dentre os jovens com baixa e moderada exposição ao capitalismo de vigilância, cerca de 10% apresentam baixo índice de egocentrismo. Por outro lado, dentre aqueles com alta e extrema exposição, mais de 70% apresentam alto índice de egocentrismo, sendo os níveis de baixo egocentrismo nestes algo como um terço do registrado nas menores exposições. Esses dados corroboram com a expectativa de que o capitalismo de vigilância estimula valores e comportamentos mais individualistas, bem como uma compreensão de responsabilidades individuais para questões estruturais, acentuando os efeitos do neoliberalismo sobre os indivíduos (ZUBOFF, 2019; DARDOT; LAVAL, 2017).

Tabela 5. Exposição ao capitalismo de vigilância e autoritarismo ou democracia. (%)

Nível de exposição ao capitalismo de vigilância	Preferência autoritária	Indiferença	Preferência democrática	Total
Baixa exposição	7,3	34,1	58,5	100
Moderada exposição	8,7	25,4	65,9	100
Alta exposição	7,4	32,3	60,3	100
Extrema exposição	11,8	32,3	55,9	100

n = 749; q = 0,368.

Fonte: Elaboração própria com dados de Nuposal, 2019.

O índice autoritarismo ou democracia apresentado na tabela acima foi obtido através da combinação das variáveis: “Qual é a sua opinião sobre as seguintes afirmações: ‘Democracia é melhor do que qualquer outra forma de governo’” e “Qual é a sua opinião sobre as seguintes afirmações: ‘Em algumas circunstâncias um

⁵Índice de egocentrismo obtido através da combinação das variáveis: “É importante me divertir e fazer o que gosto” e “É importante ter muito sucesso e que as pessoas reconheçam as minhas conquistas”.

governo autoritário é melhor do que um governo democrático”. Os dados da Tabela 5 demonstram que os jovens com extrema exposição ao capitalismo de vigilância registram o maior nível de preferência autoritária e o menor nível de preferência democrática. Também chama a atenção como o aumento da exposição ao capitalismo de vigilância corrói a explícita preferência democrática, que se reduz em dez pontos percentuais entre a moderada e a extrema exposição. Esses dados corroboram com a análise de Maly (2018; 2020) de que as redes sociais têm se tornado fonte de disseminação de conteúdo e de estímulo a comportamentos e atitudes autoritários por meio da ascensão de líderes populistas de extrema direita, que têm se utilizado destas plataformas como meios de propagação de conteúdo e de propagandas políticas, incentivando os seus seguidores a assumirem um comportamento de intolerância contra os seus adversários políticos.

Tabela 6. Exposição ao capitalismo de vigilância e interesse por política (%).

Nível de exposição ao capitalismo de vigilância	Muito interessado	Pouco interessado	Nada interessado	Total
Baixa exposição	17,4	63,0	19,6	100
Moderada exposição	20,9	58,3	20,9	100
Alta exposição	27,3	50,9	21,7	100
Extrema exposição	13,1	68,7	18,2	100

n = 790; q = 0,05.

Fonte: Elaboração própria com dados de Nupesal, 2019.

A Tabela 6 mostra que os jovens com extrema exposição ao capitalismo de vigilância possuem o menor índice de muito interesse por política (13,1%), mas também o menor índice de nenhum interesse (18,2%). Uma vez que assuntos políticos têm ganhado cada vez mais espaço nas redes sociais e as organizações políticas têm dedicado atenção a essas mídias, traçando estratégias de propagação de suas ideias, parece pouco provável que usuários com extrema exposição não tenham contato com conteúdo político cotidianamente. Percebe-se que a quantidade de jovens muito interessados por política em cada estrato aumenta progressivamente entre a baixa e a alta exposição, em um incremento de dez pontos percentuais, mas se reduz pela metade na extrema exposição. Esses dados podem indicar que as redes sociais podem ser meios de encontro, debate e aprendizado político, mas sem saber a qualidade ou o conteúdo do assunto discutido, e com a consciência de que as redes sociais

potencializam as discussões “relevantes” (ZUBOFF, 2019), verdadeiras ou não, esse incremento de interesse (ou a sua saturação) não podem ser compreendidos como algo certamente positivo ao processo democrático nacional.

Tabela 7. Exposição ao capitalismo de vigilância e empoderamento (%).

Nível de exposição ao capitalismo de vigilância	Baixo empoderamento	Moderado empoderamento	Alto empoderamento	Total
Baixa exposição	24	42	33	100
Moderada exposição	41	40	20	100
Alta exposição	36	41	23	100
Extrema exposição	28	39	33	100

n = 767; q = 0,031.

Fonte: Elaboração própria com dados de Nupesal, 2019.

Para Baquero (2007), o empoderamento:

pode ser concebido como emergindo de um processo de ação social, no qual os indivíduos tomam posse de suas próprias vidas pela interação com outros indivíduos, gerando pensamento crítico em relação à realidade, favorecendo a construção da capacidade pessoal e social e possibilitando a transformação de relações sociais de poder (BAQUERO, 2007, p. 57).

A partir disso, criou-se a variável empoderamento a partir da combinação das questões: “Não gosto de discussões ou assuntos políticos, porque ninguém se entende e prefiro não me incomodar”, “Pessoas como as de minha família não têm nenhuma influência nas ações do governo”, “Não adianta participar da política, pois nunca muda nada” e “Assuntos políticos são muito complicados para mim, por isso não me interessam”.

Compreende-se que a política é um componente de alta relevância para a construção de uma cultura política cívica e valores democráticos na juventude. Os dados indicam que ambos os polos, tanto a baixa quanto a extrema oposição, apresentam as maiores taxas de empoderamento, e a moderada e a alta exposição apresentam as maiores taxas de baixo empoderamento. Pode-se afirmar que há um incremento na taxa de empoderamento conforme o aumento da exposição, mas isso não explicaria as altas taxas registradas na parcela da baixa exposição. Uma explicação possível pode ser a verificada no início das análises de que os dois polos compreendem a mesma categoria socioeconômica.

Como demonstrado nos outros gráficos, a exposição às redes sociais fomenta o contato e o debate aos assuntos políticos, sem distinção entre a qualidade do assunto, mas sim da sua relevância. Para explorar esse fato, foi analisada a direção dos sentimentos em relação à política de cada estrato de exposição.

Tabela 8. Exposição ao capitalismo de vigilância e sentimentos em relação à política.

Nível de exposição ao capitalismo de vigilância	Sentimentos positivos	Sentimentos negativos	Total
Baixa exposição	21,6	78,4	100
Moderada exposição	40,8	59,2	100
Alta exposição	39,9	60,1	100
Extrema exposição	26,5	73,5	100

n = 570; q = 0,026.

Fonte: Nupesal, 2019.

Para a análise da Tabela 8, os sentimentos em relação à política foram obtidos através da combinação das variáveis: “Como você se sente com relação à política: Alienado, Indiferente, Desiludido, Interessado, Participativo, Isolado”, sendo consideradas como “sentimentos positivos” as respostas “Interessado” e “Participativo” e como “sentimentos negativos” as respostas “Alienado”, “Desiludido”, “Indiferente” e “Isolado”. Novamente, percebe-se a congruência entre os polos da exposição, sendo tanto aqueles com baixa e extrema exposição ao capitalismo de vigilância os que mais identificam sentimentos negativos em relação à política (78,4% e 73,5%). É flagrante que a predominância de sentimentos em relação à política em todos os estratos é negativa, mas enquanto 40% dos jovens com moderada exposição esboçam sentimentos positivos, apenas 26% assim o fazem entre a extrema exposição. Esses números podem representar uma radicalização dos jovens que são extremamente expostos ao capitalismo de vigilância, visto que as redes sociais são utilizadas como incubadoras de ideologias extremistas (ANDRADE, 2021). Na categoria de baixa exposição, entretanto, aliada ao baixo nível de interesse por política, pode-se sugerir que a predominância de sentimentos negativos esteja correlacionada à exposição ao noticiário político veiculado em outros meios, como a televisão e o rádio, que promovem, pelo menos desde 2015, a criminalização da política (SANTOS, 2016).

Considerações finais

Ao trabalhar com capitalismo de vigilância e juventude, percebe-se que este grupo apresenta uma alta exposição às redes sociais, em especial ao capitalismo de vigilância. A teoria aponta que, embora a ideia propagada seja a de que as redes sociais podem conectar pessoas e estimular a cooperação, essas mídias tendem a tornar as pessoas mais individualistas através de algoritmos que personalizam o conteúdo ao qual o usuário é exposto, limitando aquilo que não é do seu interesse, bem como o que é contraditório a sua visão de mundo e as suas preferências.

Os dados analisados da pesquisa com jovens realizada pelo Nupesal (2019) apontam que o uso de redes sociais é constante entre jovens, cuja presença digital é crescente, com destaque para as redes sociais como principais meios de exposição. Também, percebe-se que a exposição ao capitalismo de vigilância tende a aumentar valores autoritários, fomentar valores mais individualistas, além de gerar uma menor criticidade dos jovens em relação à mídia e promover um maior índice de desinteresse e de apatia em relação à política.

A hipótese proposta para o presente trabalho foi confirmada, uma vez que os jovens com maior exposição ao capitalismo de vigilância apresentam valores e comportamentos mais individualistas, além de apresentarem menor senso crítico e mais sentimentos negativos sobre a política em relação aos jovens com menor exposição ao capitalismo de vigilância.

Os resultados apresentam efeitos do uso das redes sociais, em especial as pertencentes ao capitalismo de vigilância, na socialização política dos jovens, bem como em sua percepção acerca da política atual e de fenômenos inerentes ao cenário político contemporâneo, após o advento das redes sociais e da sua utilização política.

Discute-se, atualmente, o papel das redes sociais e os seus impactos políticos na política, uma vez que elas têm sido utilizadas para potencializar discursos de ódio e perpetuação de preconceitos sociais, além da utilização de desinformação como meio de difusão de conteúdo político. Por mais que a pressão sobre as maiores empresas de tecnologia esteja aumentando e as cobranças se tornem mais frequentes, os esforços empregados no combate a esses elementos ainda são tímidos, pouco efetivos e lentos em relação à velocidade de difusão do consumo de conteúdo.

Considerando isso, por mais que tais dados apontem para consequências deletérias à democracia da exposição ao capitalismo de vigilância como este se apresenta atualmente, é ingênuo imaginar que qualquer solução passa única e exclusivamente por critérios estabelecidos pelas próprias empresas através de sua política de uso, sendo necessário algum controle externo das redes ou até mesmo sua proibição e substituição por novas plataformas que possam atentar para os perigos do uso desregrado das redes sociais, bem como da comunicação social, um debate que ainda é um tabu no Brasil, mas que se torna cada vez mais essencial para a preservação da democracia.

Referências Bibliográficas

ALMOND, Gabriel; VERBA, Sydney. *The civic culture revisited*. California: Sage Publications, 1963.

ANDRADE, Felipe Bezerra de. *O YouTube como aparelho privado de hegemonia: a experiência da onda conservadora no Brasil contemporâneo*. 2021. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

ANDREEVA, Marija. (Re)shaping political culture and participation through social networks. *Journal of Liberty and International Affairs*, v. 5, n. 2, p. 43-54, 2019 (tradução nossa).

ASKEGAARD, Søren.; LINNET, Jeppe Trolle. Towards an Epistemology of Consumer Culture Theory: Phenomenology and the context of context. *Marketing Theory*, v. 11, n. 4, p. 381-404, 2011.

BAQUERO, Marcello. Apresentação. In: Marcello Baquero (Org.). *A Juventude e os desafios da construção democrática no Brasil*. 1 ed. Porto Alegre: Escritos, 2018, p. 7-14.

BAQUERO, M.; BAQUERO, R. *Capital Social e Empoderamento no Desenvolvimento Social: Um Estudo com Jovens*. Sociedade em Debate, [S. l.], v. 13, n. 1, p. 47-64, 2012.

BAQUERO, Marcello; BERNARDI, Ana Júlia; MORAIS, Jennifer Azambuja de. Padrões emergentes de uma cultura política juvenil no sul do Brasil. *Revista Eletrônica do Programa de Pós-graduação da Câmara dos Deputados*, v. 12, p. 42-63, 2019

BAQUERO, Marcello; MORAIS, Jennifer Azambuja de. Is the construction of a new youth political culture underway? In: Marcello Baquero (Org.). *The youth and the challenges for building democracy in Brazil*. 1 ed. Porto Alegre: Escritos, 2020, v. 1, p. 15-56.

- CASTELLS, Manuel. *A Sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 2007.
- DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. *A nova razão do mundo*. Boitempo editorial, 2017.
- DE FARIA, Julian Affonso; MAGALHÃES, Cláudio Márcio. O Capitalismo de Vigilância e a Política da Desinformação. *Interações: Sociedade e as novas modernidades*, n. 40, p. 60-79, 2021.
- FUKS, Mario. Efeitos diretos, indiretos e tardios: trajetórias da transmissão intergeracional da participação política. *Lua Nova*, São Paulo, n. 83, p. 145-178, 2011.
- GOMES, Wilson. Internet e participação política em sociedades democráticas. *Revista Famecos*, v. 12, n. 27, p. 58-78, 2005.
- MALY, Ico. Algorithmic populism and algorithmic activism. *Diggit Magazine*, 2018.
- MALY, Ico. Algorithmic populism and the datafication and gamification of the people by Flemish Interest in Belgium. *Trabalhos em Linguística Aplicada*, v. 59, p. 444-468, 2020.
- MARTINO, Luís Mauro Sá. *Teoria das Mídias Digitais: linguagens, ambientes e redes*. Petrópolis: Editora Vozes Limitada, 2014.
- MIGUEL, Luis Felipe. Os meios de comunicação e a prática política. *Lua Nova: Revista de Cultura e Política*, p. 155-184, 2002.
- MOISÉS, José Álvaro. Cidadania, confiança política e instituições democráticas. In: MOISÉS, José Álvaro; MENEGUELLO, Rachel. *A desconfiança política e os seus impactos na qualidade da democracia*. São Paulo: EDUSP, 2013.
- MORAIS, Jennifer Azambuja de. *Cultura Política e Capital Social: os efeitos do uso da internet na socialização de jovens no Sul do Brasil*. Orientador: Cesar Marcelo Baquero Jacome. 286 f. Tese (Doutorado em Ciência Política) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017.
- NUPELAL. *Núcleo de Pesquisa sobre a América Latina*. Democracia, valores políticos e capital social: um estudo comparativo de socialização política dos jovens no Sul do Brasil (Porto Alegre). 2019.
- PNAD, IBGE. *Pesquisa nacional por amostra de domicílios*. Rio de Janeiro: IBGE, 2018.
- RECUERO, Raquel. Disputas discursivas, legitimação e desinformação: o caso Veja x Bolsonaro nas eleições de 2018. *Comunicação, Mídia e Consumo*, São Paulo, v. 16, n. 47, set.-dez. 2019.

RECUERO, Raquel. #FraudenasUrnas: estratégias discursivas de desinformação no Twitter nas eleições 2018. *Rev. bras. linguist. apl.*, Belo Horizonte, v. 20, n. 3, p. 383-406, set. 2020.

SANTOS, Rogerio Dultra dos. Estado de exceção e criminalização da política pelo mass media. *Sistema Penal & Violência*, Revista Eletrônica da Faculdade de Direito Programa de Pós-graduação em Ciências Criminais, v. 8, Porto Alegre: PUC-RS, p. 187-209, 2016.

SCHWAB, Klaus. *The fourth industrial revolution*. Currency, 2017 (tradução nossa).

VISCARDI, Janaisa Martins. Fake news, verdade e mentira sob a ótica de Jair Bolsonaro no Twitter. *Trabalhos em Linguística Aplicada*, v. 59, n. 2, p. 1134-1157, mai.-ago. 2020.

ZUBOFF, Shoshana. *A era do capitalismo de vigilância*. Rio de Janeiro: Editora Intrínseca, 2019.

Recebido em: 26 de maio de 2022.
Aceito em: 31 de dezembro de 2022.

COMO REFERENCIAR

MORAIS, Jennifer Azambuja de; CHIODI, Alexsander Dugno; MILANEZI, Felipe Silva. Política no mundo digital: o impacto da exposição ao capitalismo de vigilância nos valores políticos da juventude. *Latitude*, Maceió, v. 16, n. 2, p. 140-157, ago./dez. 2022.