CAPITALISMO DE VIGILÂNCIA, APROPRIAÇÃO DE DADOS ON-LINE E OS (NOVOS) TRABALHADORES DO DIGITAL: REPUTAÇÃO E LEGITIMIDADE VIRTUAIS COMO PRÁTICAS PARA USUÁRIOS DE MÍDIAS SOCIAIS

Julio Marinho Ferreira[1]

Resumo

Este artigo discute a apropriação de dados e subjetividades de usuários de mídias sociais digitais como YouTube, onde a sua força de trabalho parece capturada e direcionada para um novo tipo de exploração, desse modo, a interatividade digitalizada poderia mascarar um potente instrumento de controle, assim, somando-se à invasão de privacidade como forma de labor. Para tanto, através de minhas pesquisas teço colocações que envolvem teóricos recentes e clássicos e relaciono-os/as com uma discussão centrada no papel social da mídia YouTube, de Big Tech, Big Data, Capitalismo de Vigilância e neoliberalismo no digital como ferramentas de controle. Enfim, tendo como base uma analítica sociológica, busco nos/as usuários/as chamados/as de *booktubers* entender certas práticas, e nisso apresento uma crítica acerca do digital e de seus usos na contemporaneidade.

Palavras-chave

Neoliberalismo, Capitalismo de Vigilância, Dados, Digital, *Booktubers*.

[1]Doutorando em Sociologia pela UFPel. Bolsista Capes.

Abstract

This article discusses the appropriation of data and subjectivities of users of digital social media such as YouTube, where its workforce seems to be captured and directed towards a new type of exploration, adding to the invasion of privacy as a form of work. To this end, through my research, I make statements that involve recent and classic theorists and relate them to a discussion centered on the social role of the YouTube media, Big Tech, Big Data, Surveillance Capitalism and neoliberalism in digital as tools of control. Finally, based on a sociological analysis, I seek to understand certain practices in the users called booktubers, and in this I present a critique of the digital and its uses in contemporary times.
Keywords
Neoliberalism, Surveillance Capitalism, Data, Digital, Booktubers.

Introdução

A busca por entender a realidade em tempos como o atual, a todo instante reconfigurado por novas formas de inserção no social e em sua relação com o mundo do trabalho, apontam para as novas formas e também para os usos da interação via mídias e redes sociais digitais com as suas ferramentas complexas, e os seus modos de buscar uma socialização e uma inserção mais cidadã. Assim, as possibilidades de usar perfis e contas em mídias e redes sociais digitais como o YouTube e outras como um (novo) modelo laboral ou uma prática digitalizada (Lupton, 2015), criando e colocando as casas e as salas de estar dos indivíduos como espaços de trabalho reconfigurados e deslocados dessa pretensa realidade virtualizada.

Nesse sentido, posso notar nos usuários do YouTube, que buscam formar seguidores a partir de suas comentários, suas resenhas e suas opiniões sobre obras literárias, os/as *booktubers*, ferramentas analíticas para a compreensão da complexidade presente na sociedade atual, e desses deslocamentos de realidades, onde o digital, o virtual e as interações mediadas pela internet parecem dominar as instituições sociais, pontuando a todo momento novas relações que surgem como trabalho e modificações comportamentais.

Assim, nessa relação entre seguidor e desenvolvedor de conteúdo, podendo ser tanto digital quanto virtual, tendo em vista a diferença entre as terminologias

e os conceitos, além das práticas mercantis de cunho neoliberal que teriam na criação de dados e na captura de outras formas de dados produzidos por esses mesmos usuários uma matéria-prima rentável. Com uma metodologia que envolve minhas pesquisas de mestrado e de doutorado nas quais busco dialogar com os usos sociais das mídias sociais digitais através de uma noção sociológica de trabalho, de internet, do digital e do virtual, assim, buscando perceber nos/as *booktubers* se a relação entre neoliberalismo, vidas on-line e consumo de imagens nos ambientes digitais criariam uma atmosfera deslocada da realidade.

Em suma, tendo em vista essas práticas e a ideia de atmosfera deslocada e digitalizada, viso perceber se os novos usos do digital, através de perfis em mídias sociais e da formação de uma reputação on-line, guiariam a uma possível, e posterior, legitimidade e reputação para opinar sobre os livros, mesmo sem o devido conhecimento acadêmico e técnico (em claro confronto com críticos literários e acadêmicos). Fatos que acabaram sendo utilizados por grandes empresas para formar bolsões de consumo que tenderiam, ou não, a prejudicar o mercado formal de livros em âmbito nacional, por exemplo, nas livrarias físicas e editoras.

Capitalismo de vigilância, colonialismo digital e apropriação de dados de usuários são práticas comuns aos territórios on-line?

Para relacionar o digital com as suas formas e suas potencialidades, dentre as quais o lazer e o trabalho realocado ao digital, aspectos presentes na sociedade atual (pós anos 2000) onde a "internet como um todo", estando em todos os lugares, como na ideia do digital como uma forma de ubicidade[2] (Zuboff, 2021) parecem ter a dominância na formação de uma mentalidade técnica e direcionada a um tipo de consumo, em certa medida, direcionado pela apropriação de dados.

O colonialismo de dados, forma que emprega fatores extrativistas para o digital, se valendo dessa ubicidade para manipular e vigiar as ações dos usuários, os tornando criadores de somas absurdas de dados. Esse novo colonialismo talvez nos dê um direcionamento inicial para entendermos esse modelo neoliberal

[2]O termo ubicidade ou ubiquidade, advém do latim, *ubique*, que significa "estar em todo lugar", e essa noção de onipresença é uma das faces mais importantes da internet na atualidade.

aplicado à interação on-line. Para Lippold e Faustino, essa forma de colonialismo digital:

> Refere-se, em primeiro lugar, à uma nova partilha do mundo que atualiza o imperialismo e o subimperialismo, ao reduzir o chamado Sul global a mero território de mineração extrativista de dados informacionais ou a consumidores retardatários de tecnologia (2022, p. 56).

Também João Francisco Cassino, percebeu com o avanço das tecnologias de informação e comunicação (TICs) um novo modelo de colonialismo se elevou, também baseado em dados e em suas formas de captura (2021). Os dados como produtos a ser extraídos, para depois ser explorados em formas comercias, como propagandas, exposição a produtos sem o consentimento de usuários é a base econômica dessa acumulação (Lippold e Faustino, 2022).

Seguindo a partir dos referidos modelos (problemáticos), se faz necessária uma breve síntese de sua origem e de sua inserção no social, já que esses modelos e práticas parecem estar enraizadas há décadas na sociedade humana. Nesse sentido, esse modelo de uma "rede internacional" tornada à luz a partir de estudos de cibernética e de informação nos anos 1940, posteriormente aplicadas ao complexo industrial-militar norte-americano (guerra, espionagem e vigilância), e mais além veio a servir como ferramenta para o contexto social (e cultural) da Guerra Fria (1945-1991) entre os Estados Unidas e a União Soviética. Segundo o sociólogo francês Benjamin Loveluck (2018, pp. 41- 42): "De forma bastante sucinta, ela pode ser definida como a tradução técnica de princípios de organização e de processamento da informação, baseadas na digitalização".

> No entanto, em razão de uma reviravolta que merece ser estudada com maior profundidade, essas tecnologias destinadas inicialmente a servir aos interesses de Estado, de seu aparelho tecnocrático e de suas ambições belicosas, acabaram materializando um programa de emancipação e uma alteridade ao poder centralizado (LOVELUCK, 2018, p. 12).

Atualmente, a potência do digital expressa pela interação massiva e também pela produção de sociabilidades ressignificadas, como proposta pelas mídias e

redes sociais dominantes, elencando algumas: Facebook, Instagram, YouTube e Twitter, somadas à lógica mercantil de captura de dados como praticada pelas Big Tech (Alphabet, Amazon, Apple e Microsoft) poderiam direcionar uma nova prática capitalista, que não mais teria no mundo do trabalho "físico" sua fonte de renda, e sim, no digital e no virtual com suas subjetividades. Nesse sentido, nasceria um outro modelo interativo, mais voltado para os espaços digitais "não-físicos" que poderiam (e visariam) esconder certas ferramentas: como captura de dados e modificação comportamental (Zuboff, 2021), dentre outras, e essa forma de rede (net) nascida de um contexto militar altamente tecnológico veio a reconfigurar uma cultura voltada à informação.

Contudo, essas práticas de captura parecem se embrenhar na "diferença" entre o chamado mundo digital e o aspecto virtual da interação, podendo passar despercebidos por seus usuários, já que o digital muitas vezes é elencado como sendo o próprio virtual, e a questão sobre o palpável (digital) acaba como uma possibilidade de um vir a ser (virtual). Melhor dizendo, ao se notar que os estudos acerca do virtual, primeiro com a filosofia e depois com a ótica, puderam trazer olhares que foram utilizados pelo pensamento sociológico, mas não apenas, já que outras áreas do saber fazem uso corrente dessas divisões e terminologias. O filósofo francês Gilles Deleuze (2018) apontou que esse virtual, proveniente do latim *virtus* (potência) agiria como uma forma de possibilidade, de um vir a ser, presente na passagem do atual para o virtual, ou melhor, o par realidade e possibilidade que se apresentariam como uma latência possível[3].

E para o também filósofo francês Pierre Lévy, essa noção de virtualidade não se mostraria como uma forma contrária à realidade (1996), onde uma outra relação demandaria ser sentida em termos de existência. Já que esse mesmo digital, enquanto forma, se mostraria como um:

> Conjunto de meios e processos de comunicação cujas informações são descritas e lidas eletronicamente por equipamentos que as codificam e decodificam com base em um código binário que, alternadamente, permite ou não (0/1) a maior ou menor passagem de uma corrente elétrica (RÜDIGER, 2016, p. 298).

[3]Aprofundo esse assunto em: FERREIRA, J. M. Virtual e digital à luz da teoria sociológica e filosófica contemporânea: entre críticas e comparações. **Logeion: filosofia da informação**, v. 7, p. 59-71, 2021. DOI: 10.21728/logeion.2021v7n2.p59-71 Acesso em: 16 dez. 2022.

Partindo desses exemplos e entrando na discussão presente no modelo de um capitalismo "mais clássico", ou seja, como o que foi sentido nos séculos XIX e XX, onde as fábricas com suas demandas produtivas, poderiam garantir empregos e renda para grande parte dos países capitalistas, mencionando principalmente os Estados Unidos, lar do novo capitalismo (e da internet) que visa a vigilância, o controle e a exploração da exposição atreladas à interação digitalizada em mídias e redes sociais como no duopólio Google-Facebook, mas não apenas, outras questões emergem, como a exploração, a captura psíquica e o colonialismo de dados (Lippold e Faustino, 2021).

A psicóloga social e economista norte-americana Shoshana Zuboff (2021) pontua nas potencialidades de emprego de vigilância informacional, digitalizada e não virtual, um outro aspecto marcante do neoliberalismo praticado a partir da massificação da internet e de suas ferramentas, já que: "o capitalismo de vigilância é inconcebível fora do meio digital, mas a ideologia e política neoliberais também proporcionam o hábitat no qual o capitalismo de vigilância pôde florescer" (p. 70).

Esse modelo digitalizado ao qual se referiu Zuboff (2021), um capitalismo que emprega vigilância como gestão, tendo como modelo o Google e sua importância para a economia global atual, onde o "superávit comportamental" (Zuboff, 2021, p. 234) realocam o jeito de produzir consumidores e os lucros nos liames do digital, impondo aos usuários formas de exploração que agem nas entrelinhas da interação social. Assim, despontam a exploração e a dependência das novas formas e das ferramentas interativas on-line que hoje são formas banais de sociabilidades.

Esse mesmo modelo de habitat do neoliberalismo (a internet e a web em suas etapas) somado ao capitalismo que tudo pode vigiar (mídias, redes sociais, aplicativos e a política de venda de dados), voltaria aos indivíduos "uma culpa" por não obter um trabalho ou uma simples atividade laboral remunerada, e apontaria uma (única) solução para aqueles mesmos indivíduos: o uso do digital como forma de ação. Desse modo, o neoliberalismo, que aqui coloco a partir de seus impactos sociais e econômicos nas últimas décadas, tendo em vista que o contexto neoliberal se imbricou à sociedade há décadas, sendo "inserido" nas práticas digitalizadas e mercantilizadas, evocam naturezas já notadas anteriormente:

> [...] ao contrário do que pensavam os economistas clássicos, o mercado apresenta-se não como um dado natural, mas como uma realidade construída que, como tal, requer a intervenção ativa do Estado, assim como a instauração de um sistema de direito especifico. Nesse sentido, o discurso neoliberal não é diretamente articulado a uma ontologia da ordem mercantil, pois, longe de buscar em algum "curso natural das coisas" o fundamento de sua própria legitimidade, ele assume deliberada e explicitamente seu caráter de "projeto construtivista" (BROWN, 2007, p. 51 e p. 97).

Contudo, não se pode esquecer que dentro desse "projeto" ao se relacionar como as práticas que apontam para o que seriam os bens comuns e os bens públicos, evocariam questões sobre esse mesmo neoliberalismo, já que:

> A racionalidade neoliberal, o mesmo tempo que se adapta perfeitamente ao que restou dessas distinções no plano da ideologia, opera uma desativação sem precedentes do caráter normativo dessas últimas. Diluição do direito público em benefício do direito privado [...]. (DARDOT e LAVAL, 2016, p. 379).

A importante figura nessas discussões acerca da apropriação que o neoliberalismo aponta para o social é a norte-americana Shoshana Zuboff, uma pioneira dos estudos acerca das problemáticas concernentes aos usos da computação na vida dos trabalhadores e apontando para as dimensões psicológicas dos mesmos, que tinham que lidar com as máquinas como uma "parceria" necessária para a manutenção de seus empregos. Assim, Zuboff (2021) vêm desde os anos 1980 buscando entender os meios subjetivos e objetivos pelos qual a sociedade altamente informatizada dos computadores tenderia a moldar uma nova forma de buscar trabalho (no digital).

Já atualmente, ao discorrer sobre as ferramentas empregadas pelas Big Tech para a captura e a venda de dados de seus usuários, Zuboff (2021) apresenta um (novo) tipo de ação voltada a vigiar os indivíduos, espreitar seus rastros no universo da internet, entendendo e buscando impelir gostos e produtos a ser consumidos e assimilados:

> O capitalismo de vigilância não é tecnologia; é uma lógica que permeia a tecnologia e a direciona numa ação. O capitalismo de vigilância é uma forma de mercado que é inimaginável fora do meio digital, mas não é a mesma coisa que "digital" (...) o digital pode assumir muitas formas, dependendo das lógicas sociais e econômicas que o trazem à vida (ZUBOFF, 2021, p. 26).

Partindo de todas as assertivas acima, a ao pensar nos/as *booktubers* como trabalhadores desse mesmo digital (moldável e moldado pelo capitalismo de vigilância) com o uso de uma imagem de si como entendedores de livros, ocupando o lugar que um espaço literário – como uma livraria – poderia contornar a crise estrutural que afetou nas últimas décadas o mercado de compra e venda de livros – as livrarias físicas e as bancas. Contudo esses trabalhadores precisam ser entendidos em sua origem, ou seja, a terminologia *booktuber* surgiu a partir da massificação da interação social via YouTube no contexto brasileiro pós 2005.

E a partir de 2009 com a atividade dos/as *youtubers* – como são chamados os criadores de conteúdo na referida mídia digital, uma possibilidade laboral passou a ser notada como possível a partir da interação na referida mídia digital. Já o *booktuber* que apareceu em 2010[4] como uma forma de categorizar e diferenciar esses desenvolvedores de conteúdo on-line, que por meio de suas contas e perfis no YouTube, criavam vídeos e conteúdos especificamente sobre os livros (CAMARGO, 2016; COZER, 2020). Falar sobre livros no digital não seria uma novidade, mas a forma empregada no YouTube poderia portar particularidades, dentre as quais vínculos empáticos e formas de criação de seguidores.

Essa forma de usar a potencialidade do digital e do virtual como uma ferramenta para divulgação de comentários sobre literatura acabou se tornando uma fonte geradora de rendimentos, seja dinheiro ou visibilidade on-line, para muitos. Criando uma busca por reputação advinda de uma legitimidade angariada pelo número crescente de seguidores digitais, possibilitaram o surgimento de inúmeros desses tipos de perfis on-line.

E ao apresentar resenhas, comentários ou dicas de leituras, entre outras formas interativas, esses(as) *booktubers* conseguiram (muitas vezes) se estabelecer

[4]Termo "Booktube". Disponível em: https://en.wikipedia.org/wiki/BookTube Acesso em agosto de 2021.

como criadores de conteúdos para um novo público[5] que parece se interessar por literatura a partir da opinião dos canais do YouTube que seguem diariamente. Com isso, esses desenvolvedores de conteúdos on-line, acabaram, muitas vezes alvos de polêmicas já que poderiam estar "ocupando um espaço" que deveria ser restrito aos profissionais como especialistas em literatura, entre os quais escritores, professores e críticos literários.

O virtual, como uma possibilidade interativa deslocada e o social como um elemento concreto e formador de realidades podem desaguar na potencialidade do digital, ou de uma digitalização da interação tornada massiva, onde as mídias e redes sociais poderiam se tornar formas de trabalho (novas). A noção de uma vida virtualizada em contraste com um modelo digitalizado precisa ser entendido como uma afinidade eletiva, ou seja, o virtual parece se aderir ao digital e provocaria uma incompreensão aos usuários da internet, algo que pôde ser usado pelo neoliberalismo, e mais especificamente, por novas práticas capitalistas, voltadas a vigiar, controlar e modelar os indivíduos usuários das potencialidades da web.

Essa esfera do mesmo Capitalismo de Vigilância (Zuboff, 2021) que ao "facilitar" o acesso e o uso do digital como uma ferramenta de trabalho, como vender livros on-line, além dos promotores de conteúdos literários, principalmente, os/as *booktubers* (com seus seguidores fieis) acabariam por se tornar a nova forma de vender livros – quiçá – uma solução de mercado mais palpável e barata. "A implicação é que novas formas de mercado são mais produtivas quando moldadas por uma fidelidade às demandas e mentalidades reais das pessoas" (ZUBOFF, 2021, p. 46).

Nesse sentido se pode notar o estabelecimento de um capitalismo mais voltado para a vigilância digital (Zuboff, 2021) como uma solução de mercado, que visaria promover novas relações laborais. E nas mídias e redes sociais (citadas no excerto acima), a busca por formar uma reputação on-line e a constante necessidade de se estar conectado à internet, favorecem a criação de múltiplas patentes de vigilância e de direcionamento, já que entendem as ações desses indivíduos, incluindo seus problemas.

[5]Majoritariamente um público *Young Adult*, que no Brasil pode ser traduzido com Jovem Adulto (não confundindo com infanto-juvenil) ou um "quase adulto", sendo que essa nomenclatura diz respeito mais ao tipo de literatura que é consumida por esse público, ou seja, fantasia, horror e ficção cientifica, e para muitos críticos não seriam "literaturas sérias e adultas", apontando, assim, um problema em torno do termo.

> O capitalismo de vigilância reivindica esse direito de escolha. A queixa típica é que a privacidade é erodida, mas trata-se de uma afirmação enganosa. No padrão social mais amplo, a privacidade não é erodida, mas redistribuída, uma vez que o direito de escolha sobre privacidade é reivindicado pelo capital da vigilância. Em vez de as pessoas terem o direito de decidir como e o que vão revela, esse direito é concentrado dentro do domínio do capitalismo de vigilância (ZUBOFF, 2021, p. 110).

Nisso: "O conhecimento do estado emocional dos agentes é um dos elementos importantes para o processo de modulação seja bem-sucedido" (SILVEIRA, 2018, p. 41). Possibilidades do digital como captura de dados, direcionamento de anúncios, imposição de interação on-line 24/7 (Crary, 2014), somados e também multiplicados servem para engrossar o caldo dos lucros e dividendos das grandes empresas de tecnologia informacional. E com o chamado *machine learning* (aprendizado de máquina):

> (...) as plataformas conseguem estruturar processos de modulação que são desenvolvidos para delimitar, influenciar, reconfigurar o comportamento dos interagentes na direção que os mantenha disponíveis e ativos na plataforma ou que os faça clicar e adquirir os serviços, produtos e ideias negociadas pelos donos do empreendimento (p.42).

Os algoritmos expressam aspectos que levam em conta interferências (Machado, 2018), que dialogam com o social, com o político, com o cultural etc., servindo como um tipo de mecanismo de manipulação ou termômetro de acontecimentos, além de módulos de ser e de existir de seus usuários como o notado no colonialismo de dados (Lippold e Faustino, 2021). Os comportamentos de cada usuário de uma mídia social expressos e sentidos através dos dados que surgem, sejam eles ativos 24 horas por dia ou apenas 30 minutos, são captados e captáveis da mesma maneira e constantemente os seus rastros on-line acabam direcionados para escolhas – na figura de anúncios:

> A lógica dos algoritmos, do calculável dentro da psicologia social, é uma maneira de dominar a mente através de valores numéricos e padrões. Tornar material aquilo que está interiorizado nos indivídu-

> os, o invisível em visível através de números e resultados quantitativos (MONTEIRO, 2018, p. 116).

Uma dessas interferências e o assunto mais importante para esta pesquisa, é a questão acerca de um possível novo modo de trabalhar e seus usos no amplo espaço do digital, por exemplo mídias sociais e aplicativos. Tendo como ferramenta a criação de "trabalhadores gratuitos", já que muitos dos que utilizam as mídias e redes sociais buscando uma atividade laboral, na maioria dos casos, são estariam sendo contemplados, apenas produziriam dados a ser vendidos pelas Big Tech. E os mesmos usos massivos dessas mesmas mídias e redes, e nesse sentido, estariam produzindo matérias-primas (dados) gratuitas aos detentores dessas ferramentas interativas (YouTube, Facebook, etc.), criando mais exploração, dada através da vigilância, do controle e da exposição dos usuários de perfis on-line.

As novas formas de usar o digital como trabalho: a reputação e a legitimidade como fatores rentáveis e/ou efêmeros

Os usos e as apropriações sociais dos mecanismos e das ferramentas disponibilizadas na internet, por exemplo no contexto atual brasileiro, parecem confundir o que seria o virtual frente ao digital, com isso, trazendo os novos trabalhadores do on-line, como os/as referidos/as *booktubers* ao produzir conteúdo a partir de si, de suas opiniões e comentários sobre obras literárias, que parecem não se dar conta de certos problemas, como a virtualização de si e o trabalho como prática tornada digital[6].

Nesse sentido, uma forma de angariar reputação via seguidores, que podem ser encarados como clientes digitalizados e deslocados, somadas à uma latente busca por legitimação e reputação – oriundas dessa mesma reputação adquirida pelo número crescente de seguidores (ou curiosos) se apresentam como esse liame entre esses "dois mundos", o digital e o virtual. E esse liame, ou intervalo,

[6]Em minha tese em andamento, ao entrevistar certos/as *booktubers*, o problema do trabalho digital parece passar despercebido, já que muitos apenas criam conteúdo sem saber para quem estaria direcionado, apenas querem visualização. Essa ação é mais notada nos perfis com poucos seguidores (entre 100 e 500), já os grandes perfis de *booktubers* (entre 5 e 50 mil), o YouTube e a atividade de comentar livros é uma fonte de renda.

parece produzir formas interativas moldadas pela efemeridade gestada no digital, pelo modo de ser em que tudo passa rápido.

Quando falo em reputação como uma busca desses/as usuários/as, não apresento o termo como uma novidade em relação às profissões em si, ao mundo do trabalho ou o ato de trabalhar ao longo da história humana – já que isso seria algo perceptível e até obvio[7] – mas procuro discutir a sua relação com a produção de uma imagem on-line ou uma autoimagem de si, que pode estar veiculada aos usos das ferramentas on-line da atualidade como os perfis de *booktubers* entre outros exemplos. Todavia os perfis que procurei investigar (em minhas pesquisas) não portam os matizes dos trabalhadores clássicos: detentores de uma técnica e um saber especifico oriundo de uma formação sólida, pelo contrário, haveria a importância de direcionar a imagem de si e uma opinião como ferramentas e modos de produção de seguidores, e curiosos, no YouTube.

Os/as *booktubers*, e os seus fazeres que podem ser vistos como trabalho efêmero ou uma prática profissional digitalizada (Lupton, 2015) tendo como veículo a mídia social YouTube pode começar a ser entendida como uma profissão dos (para os) novos tempos, parecendo apontar para uma necessária digitalização da vida, ou virtualização dos seres humanos, já que a demanda da interação digital pode apontar como uma necessidade. E nisso, uma exploração se mostra com força, como na já referido colonialismo digital (Lippold e Faustino, 2021; Cassino, 2021). Ou seja, ficar on-line, passar o tempo conectado/a parece ser a tônica dos dias atuais, e isso esconde problemas que passam incólumes.

Entretanto, como percebido pelo sociólogo Claude Dubar (1997), a profissão deve ser vista como uma prática, que requer uma formação especializada e uma técnica definida (DUBAR, 1997). E algumas práticas veiculadas nas interfaces conectadas das mídias sociais não precisariam de saberes técnicos e de conhecimentos científicos, teriam apenas em uma imagem de si (e opinião) a sua forma de existência e de propagação de conteúdos de diferentes escopos, os/as *booktubers* – gerando, assim, uma constante necessidade de virtualização de certos aspectos, e fazendo com que os mesmos sejam criticados como farsantes críticos.

Contudo, algo como um "salário da visualização" surge como elemento central nessa (nova) lógica dos trabalhadores de reputação, que já seguidores

[7]Ademais, a reputação de um trabalhador, por exemplo, um caminhoneiro que entrega suas cargas no prazo estipulado e de forma rápida, de um padeiro que faz os melhores pães ou de uma atriz que interpreta seus papeis com maestria e carisma, os ajudam a criar uma reputação de indivíduos capacitados pela técnica e pelo talento, conseguindo desempenhar bem o que lhes foi solicitado.

(ou curiosos) que visualizam conteúdos são transformados em clientes, gerando rendimentos, em alguns casos exorbitantes[8]. Onde esses trabalhadores do digital, então, podem ser tidos como legítimos, podendo criar um novo universo para a promoção de conteúdos literários a partir de suas imagens de si, opiniões, gostos, comentários etc. E partindo dos/as *booktubers* e do universo digital do YouTube, se nota uma questão importante na crise do mercado editorial brasileiro, que encolheu as vendas de livros e extinguiu inúmeras de livrarias em todo território nacional[9], impondo uma necessária reconfiguração das vendas de obras literárias e no modo de atrair públicos leitores – e nisso se releva a importância desses/as criadores/as de conteúdo digital sobre livros.

Um dos pontos centrais nessa "nova forma" de vender e de comprar livros, tendo como base a opinião veiculada em mídias sociais como YouTube, é o uso do espaço on-line e sua recorrente primazia em um ambiente de mercado – principalmente com a chegada da gigante norte-americana do e-commerce[10] Amazon e suas ferramentas de marketing – dentre elas o eventual patrocínio desses usuários/as *booktubers*. O ano de 2020, com a necessária imposição de um isolamento social em função da pandemia global causada pelo Covid-19, acentuou os usos do digital e da interação on-line como possíveis ferramentas de trabalho.

Com as existências virtuais e digitais de *booktubers* que circulam por mídias e redes sociais e transformam esse ato em uma atividade laboral rentável, para alguns, e "modelos" de trabalho e ser para uma outra parte, podendo ser bem maior, já que a dominância do YouTube como mídia interativa cresce vertiginosamente no Brasil e no mundo. Assim, na possibilidade de tornar a interação digital em uma latente atividade laboral, surge como questão sociológica a ser analisada, já que envolveria muitos aspectos problemáticos na sociedade atual, entre elas: ao envolver os livros como fonte de conhecimento, e entretenimento e sua eventual necessidade de ser um objeto a ser consumido por um público conectado a mídias e redes sociais. Somados isso, se tem a crise do mercado editorial brasileiro e o ano de 2020 com seus problemas de ordem globais.

8 Fonte: Ver: https://www.influency.me/blog/os-maiores-influenciadores-digitais/ Acesso em setembro de 2021.

[9]Citando, por exemplo a Livraria Saraiva, que entre os meses de janeiro e novembro de 2020 fechou 36 filiais em todo Brasil, ou seja, causando uma queda de 50% no número de suas lojas (havia iniciado o mesmo ano com 73). E em São Paulo, seu principal mercado, houveram mais de 500 funcionários demitidos e um prejuízo de cerca de 4,9 milhões de reais. Fonte: https://economia.ig.com.br/2021-01-08/saraiva-fecha-metade-das-suas-lojas-de-janeiro-a-novembro-de-2020.html Acesso em maio de 2021.

[10]Comércio eletrônico.

E por último, com a possibilidade de tornar as mídias e redes sociais, como YouTube, em uma forma de trabalho, emprego ou simplesmente em uma atividade laboral esses/as *booktubers* se apresentam como universo a ser pesquisados, seja pela sua forma de interação (imagem de si e opinião) ou como empreendedores de si mesmo frente a necessidade de enfrentar a realidade social buscando uma forma de trabalhar, tornada efêmera em muitos casos.

Imagem de si e empreendedorismo on-line: entre práticas neoliberais e problemas sociais refletidos no digital

Os citados usuários do YouTube chamados de *booktubers*, que ao usar essa mídia social como uma forma de trabalho e fonte de renda, angariando reputação e posteriormente uma legitimidade para a discussão de obras literárias parecem apontar a potencialidade expressa na ideia de "eu sou o meu próprio trabalho", um tipo de argumento utilizado por muitos dos influenciadores do digital (*digital influencers*) como os/as *youtubers*, tidos como exemplos para uma "massa" de usuários que esperam pelos mesmos resultados dos seus influenciadores favoritos – fama, seguidores, reputação e muito dinheiro.

Ser o dono de si (nos territórios do digital e do virtual), tendo o poder de possuir a sua imagem e a sua opinião como ferramenta para criar reputação e legitimidade, mesmo que não se possua um trabalho (físico) não se mostraria mais como um problema. Ou seja, essa forma de ação, ou busca, agiria como uma afirmação do *faça você mesmo digital* presente no YouTube ao impor (reafirmar) uma liberdade de ser como acessível a todos/as.

Na emergência de uma profissionalização das (para as) potencialidades do mundo digital, partindo da definição do que seria um/a *influencer* de livros, um/a *booktuber*, que usa suas mídias e redes como uma forma de trabalho, se pode perceber o papel desempenhado pelos anteriores blogs com seus atores, suas ferramentas e seu potencial para o mercado.

> A popularização e a queda dos preços dos smartphones e a expansão das redes wi-fi ampliaram a conectividade e o tempo médio de utilização da internet. Esse fato aumentou o poder de intermediação das operadoras de telecomunicação que havia sido minimizado com a expansão dos serviços de voz e imagem sobre

> IP de internet, mas não reduziu a força das plataformas (SILVEIRA, 2018, p. 33).

Algumas práticas capitalistas, notadas na interação via mídias sociais digitais como YouTube, já que essa lógica do neoliberalismo, enquanto um modelo econômico e político global, que vai muito além de uma simples ideologia (Dardot e Laval, 2016), "conseguiu" fazer com que indivíduos se sentissem os culpados pelo fracasso de suas carreiras e suas incapacidades de inserção no mercado de trabalho. Alguns *booktubers*, podem ser mencionados, como criadores de conteúdo que buscam produzir resenhas e comentários aprofundados e não superficiais. Contudo, colocados lado a lado com outros "*booktubers* mais superficiais" esses notados/as "*booktubers* sérios" também precisariam buscar ser legitimados por seguidores, por curiosos e patrocinadores, algo que é bastante difícil.

A percepção por parte das *Big Tech* capitalistas como a vendedora de livros no digital, Amazon, expressa nessa diferença entre *booktubers*, uma forma de capturar subjetividades e criar clientes. Ou seja, ao vislumbrar nas mídias e redes sociais potencialidades de inserção dessa "massa" de indivíduos sem ocupação as grandes empresas de tecnologia encontram uma "mão de obra" quase gratuita. E a dimensão das mídias e redes sociais digitais, através da manutenção de perfis/contas e de usos de aplicativos de variadas utilidades – relacionamentos, geolocalização, mobilidade, alimentação, etc. – seria uma maneira de capturar subjetividades e uma forma de promover uma circularidade para os usos do on-line, ou uma apropriação dos indivíduos pelo digital.

Assim, perpassada pela apropriação dessas vivencias virtuais deslocadas, os pretensos trabalhadores digitais (LISDERO e SCRIBANO, 2019), cogito, buscam através de mecanismos de manutenção de formas de reputação on-line uma forma de se tornar empresários de si mesmo (Foucault, 2008), agindo como donos de sua imagem e de suas opiniões críticas. Escapando de uma lógica de mercado de trabalho tradicional excludente (em relação a promoção de trabalho e oportunidades de carreira) e abarcando uma ideia de liberdade e de uma transparência – *trans-aparência*. Dessa forma, a transformação dessa imagem de si (no on-line) na auto-gestão e através da manutenção de perfis, na figura dos/as influenciadores digitais de livros – *booktubers* – se tornam as mais emergentes, e destacadas, como modelos a serem consumidos por seguidores tornados clientes.

Nesse sentido, um questionamento pode ser feito: a interatividade massiva de mídias e redes sociais digitais ao tornar possível diversas formas de inserção

ocupacional como fonte geradora de renda a partir do uso da imagem e de opiniões como ferramentas de trabalho, como são o caso dos/as *booktubers*, apresenta-se como uma atividade laboral que expressa uma manifestação da figura do empreendedor de si mesmo?

Talvez. Já que ao se ter em um objeto, como os livros e a produção de conteúdos relativos a imagem de si e da opinião nas mídias e redes sociais digitais, se notaria uma quebra de certas hierarquias relacionadas a produção de conhecimento, que descentralizadas apontariam para possibilidades de se transformar em trabalho e lucros para grandes empresas – as Big Tech (Morozov, 2018) e suas possibilidades de tornar dados esse consumo digitalizado com matizes de "conhecimento aberto", e tornadas um novo trabalho.

Nisso o papel dos especialistas, como no caso da literatura, em função dessa prática digitalizada de comentar livros – *booktubers* – estaria "ameaçado". Dessa maneira, nesse (novo) trabalho digital tipos de latência se fundam como direcionamentos laborais: imagem de si, opinião e capacidade de criação de seguidores a ser tornados clientes. Já que os/as *booktubers* que possuem um espaço em suas residências para configuração de um ambiente de trabalho que seja virtualizado de forma adequada (como salas de estar, quartos e outros cômodos), têm à sua disposição possibilidades de otimização constante, o que oportuniza a conversão de suas vivencias em práticas profissionais digitalizadas (Lupton, 2015); *o que no contexto de uma pandemia global que impôs formas de isolamento social, constitui-se em uma potente estratégia de inserção laboral*.

Partindo do anteriormente discutido, uma dessas possibilidades para a criação de uma atividade laboral on-line é a formação de nichos interativos, ou seja, uma relação mais próxima com o público alvo, um novo tipo de fidelização que envolve aspectos empáticos, também constantemente otimizados. Essa relação é uma utilizada pela mídia e rede social YouTube, com suas ferramentas de direcionamento de gosto, e comportamento on-line, conforme os vídeos que são vistos por seus usuários.

> Isso mostra o poder que está em fazer uso de enormes quantidades de dados (Big Data). Não há nenhuma restrição tecnológica que impeça os computadores de analisar milhões de dados sobre o comportamento das pessoas e extrair tendências suficientes para que se possa conhecer o que essas pessoas pensam, acreditam, gostam, quais valores defendem e o que as motivam (OLIVEIRA, 2018, p. 90).

O Big Data – um tipo de grande massa de dados que pode ser comercializada pelas grandes empresas de tecnologia e informação – é o aspecto mais sentido nessa nova economia de imagem e opinião, na qual aqueles que produzem conteúdos, produzem quase gratuitamente a essas grandes holdings. E dentro desse fluxo de dados, aspectos como mineração e direcionamento de públicos consumidores se torna um *modus operandi*.

A economia de dados, ou empregando o termo colonialismo digital (Cassino, 2021), produz novas estratégias de obtenção de lucros expressivos ao explorar os usos digitais de redes, de mídias e aplicativos por parte de seus usuários a todo instante. Todavia, como isso pode expor, não haveria liberdade de ser e de trabalhar a partir da imagem de si: "Na verdade, quem classifica, exclui e decide o que aparece na *timeline* é um algoritmo de Aprendizado de Máquina e é com base nessa classificação que as interações dos usuários do Facebook *são realizadas*" (OLIVEIRA, 2018, p. 93).

O *egocasting*[11], ou a capacidade psíquica de assistir, ler, ouvir e consumir aspectos midiáticos que sejam reflexos de seus gostos e suas opiniões particulares (como na posse do seu próprio *tubo*), ou seja, interagir apenas o que lhe seja particular. Sendo um dos aspectos mais problemáticos da dimensão dos usos das mídias sociais atualmente, tendo em conteúdo baseados em gostos ou egos, que acabou por se tornar uma prática e um mercado. O *egocasting* em alguns exemplos atuais que evocam as bizarras crenças em Terra plana, discursos antivacinação, governos mundiais comandados por entidades reptilianas de origem extraterrestres, entre outras "teorias", são argumentos gestados há décadas em redes sociais e fóruns digitais[12] - podendo ser percebido como fruto desse universo de amadorismo e de liberdade opinativa digital.

[11]Ver: https://www.thenewatlantis.com/publications/the-age-of-egocasting Acesso em dezembro de 2020.

[12]Um exemplo atual, e mais emergente, relativo à essas problemáticas questões, foi a invasão do Capitólio nos EUA em 06 de janeiro de 2021, que teria sido arquitetada nesses mesmos fóruns de teorias de conspiração. Além disso, outro ponto a ser levado em conta seriam os "engenheiros do caos" (DA EMPOLI, 2020), e no citado caso norte-americano, seria a QAnon, um grupo de extrema-direita que acredita que o mundo político é comandado por alienígenas, pedófilos satanistas e seus seguidores, o Partido Democrata dos EUA. Recuando alguns anos, se notam nos ataques sofridos, pela então candidata à presidência norte-americana, Hillary Clinton, um pouco desses conteúdos conspiratórios bizarros. Por exemplo, as "acusações" de que Clinton sacrificava crianças em troca de juventude e poder ilimitado. Em suma, em mídias como Rumble (conhecido como uma alternativa de extrema-direita ao YouTube), esses tipos de discursos e troca de informações são estimulados como fatos.

Ademais, ter na imagem de si dentro de uma rede social como YouTube como uma forma de se autolegitimar e de se promover como um indivíduo capaz de tecer comentários e opiniões acercas de obras literárias – que muitas vezes não parece dominar – se mostra como uma das problemáticas mais latentes sobre o papel de *booktubers* na formação de um público leitor/seguidor. Dessa forma, nas tessituras do neoliberalismo a potencialidade do uso do digital apontaria (sempre) para os indivíduos:

> Esse mesmo VOCÊ! controla a Wikipédia, onde o consumidor do conhecimento é também o criador do conhecimento. VOCÊ! define o YouTube, onde as desenhas de milhares de vídeos diários são tanto produzidos quanto assistidos por uma só pessoa. VOCÊ! está tanto encomendando quanto resenhando os livros na Amazon.com [...]. (KEEN, 2009, p. 31).

A ideia do *Você*, ou seja, do *ser* que é livre, dono de si e de sua liberdade, se tornou o aspecto mais marcante de um capitalismo de vigilância e da exposição digital presentes em ambientes on-line como YouTube. A questão neoliberal expressa na necessidade de tornar o privado público (sempre se expor como uma forma de marcar presença e buscar uma reputação a pretensos seguidores) tendo como base o uso de mídias sociais por indivíduos que buscam se estabelecer como trabalhadores do on-line. Assim, formando uma reputação de confiável aos olhos de seus *patrões* (ou seja, seus seguidores) que cobram caro por sua audiência.

Esses trabalhadores digitais que buscam se tornar influenciadores ou não, evocam a questão do domínio do campo do virtual, enquanto criador de possibilidades, que esses mesmos indivíduos se apropriam, gerando uma nova forma de produção de significados e símbolos. A produção de um capital (simbólico) relacionado aos usos do digital (imagem de si, de um sucesso pela aparência), evoca o nascimento de uma busca por reputação, enquanto um elemento emancipador e criador de "trabalhos" digitais e virtuais. Contudo, o "sucesso" seria uma meta alcançável por poucos, transformando, assim, o digital em uma utopia, uma terra prometida para aqueles que não conseguem espaço no real e no mercado de trabalho.

Como Morozov (2018) percebeu ao criticar as grandes utopias do mercado digital, principalmente a transformação em Meca do Vale do Silício[13] e sua lógica de "digitalizar o mundo" para tornar as "coisas" mais fáceis:

> A proposta do Vale do Silício é clara: graças aos ciclos de retroalimentação constantes, todos podemos nos tornar empreendedores e cuidar dos próprios negócios! Como Brian Chesky, diretor executivo da Airbnb, afirmou à revista *Atlantic:* "O que acontece quando todo mundo vira uma marca? Quando todos têm uma reputação? Todos podem se tornar empreendedores" (MOROZOV, 2018, p. 94).

E se todos pudessem se tornar trabalhadores digitais e empreendedores de si mesmo, o que aconteceria com o mercado de trabalho e as profissões ditas tradicionais?

> Como diz O'Reilly[14], referindo-se à Uber e a empresas similares, "esses serviços solicitam a todos os passageiros que avaliem o motorista (assim como se avalia o passageiro). Os motoristas que prestam um serviço ruim são eliminados. O sistema de reputação é o melhor para assegurar uma excelente experiência para o usuário, mais do que qualquer regulamentação estatal (p. 94).

Essa forma de reputação on-line, que os novos trabalhadores digitais fundamentam enquanto um tipo de currículo a ser constantemente lapidado, via reputação e legitimidade, parece acentuar uma igualdade paradoxal, que longe de promover interações sadias, entre gostar e não gosta, acabam transformando e classificando a todos como passageiros, hóspedes, estudantes, pacientes, clientes (Morozov, 2018), ou seja, uma liberdade pela reputação "conquistada".

E como conquistar seguidores no digital?

É uma questão central neste breve trabalho, buscar uma resposta a isso, já que a conquista de seguidores e curiosos, dentro da emergente necessidade la-

[13]*Silicon Valley*, região da Califórnia onde estão alocadas as principais empresas de tecnologia global, as Big Techs.

[14]Tim O'Reilly, editor de tecnologia influente, investidor e mais conhecido por ter cunhado o termo "web 2.0".

boral atual, evoca a dimensão de potencializar esses mesmos seguidores como clientes, direcionando-os ao consumo, que aqui, seriam as obras literárias comentadas em mídias sociais como YouTube.

Eugênio Bucci em sua recente obra "A Superindústria do Imaginário" aponta para uma ideia de que o capital se apropriou do olhar humano, e transformou em trabalho tudo o que é visível (Bucci, 2021), ou seja, criando mundos imaginários que tendo na internet (mas não apenas) o seu território de ação, ou ambiente de circulação de mitos. Ao pensarmos assim e colocarmos, então, os livros e seus comentadores digitais como esses "agentes", ou criadores de mitos, que podem servir como apropriadores de atenção. Já que:

> O esquema é elementar: primeiro, o negociante atrai a "atenção" alheia; ato continuo, sai por aí a vendê-la – mas, detalhe crucial, sai a vendê-la com zilhões de dados individualizados sobre cada um e cada uma que, no meio da massa, deposita seu olhar ansioso sobre as telas eletrônicas e entrega seus ávidos ouvidos aos *headphones* cada vez mais imperceptíveis. Os conglomerados da era digital elevaram o velho negócio do *database marketing* à enésima potência, com informações ultraprecisas sobre cada pessoa, e desenvolveram técnicas neuronais para magnetizar os sentidos dos ditos usuários. O negócio deles é o extrativismo do olhar e dos dados pessoais (BUCCI, 2021, p. 18).

E nesse modelo de captura e produção de atenção, notado por Bucci (2021) como central na lógica digital atual, serve como guia à uma lógica de construção de uma imagem de si através de uma legitimidade. Assim, conquistada pelos crescentes (ou não) número de seguidores – quando mais alto mais legitimo, o usuário digital se torna um ente que precisaria se auto-explorar como forma de trabalho, impondo a si mesmo responsabilidades, e culpas, dentro de um mercado de trabalho pouco igualitário e que aprisiona o olhar humano com uma máquina de produção, sejam de dados ou através de mecanismos de dependência.

Considerações finais

Como pretendi discutir até aqui, as novas formas de criar "currículos" e reputações tendo o digital e suas ferramentas como possibilidades de trabalho parecem ser o modelo empregado por uma sociedade neoliberal que visaria, apenas, criar bolhas de culpa nos indivíduos ao fazer com que os mesmos se sintam como tipos de empresas de si, para assim, se isentarem de ter que criar, e gerir, empregos e também formas dignas de trabalho. Nesse sentido, uma afinidade entre as mídias e redes sociais digitais massivas como YouTube, Facebook, Instagram, Twitter e outras com uma nova forma de capitalismo digitalizado, parecem se reconfigurar como ferramentas e como possibilidades de trabalho a esses indivíduos, mesmo de formas efêmeras.

Assim, os dados do on-line (Big Data), tornados mercadorias, objetos e capturando olhares e imaginários (Bucci, 2021), seriam como formas de vender esses indivíduos-empresas a um baixo custo. Nesse sentido, colocando as Big Tech como a nova gestão global de mercado, indo além de uma "simples" ideologia neoliberal ao apresentar o econômico distante de uma noção ideológica de liberdade de escolha e de autonomia, ou seja, uma nova razão de mundo, como notado por Dardot e Laval (2016). Os/as *booktubers*, que brevemente apresentei como um exemplo dessas capturas, teriam que arcar com todos os riscos para obter o sucesso demandado para poder faturar dividendos, ou seja, criar seguidores a todo custo.

Em suma, por se tratar de um recorte de minha tese de doutorado, alguns elementos poderiam ser inseridos e outros trabalhados de uma forma melhor a partir de novos contatos com interlocutores – além de ter em vista escritos e teorias de autores/as que atualmente buscam discutir o mesmo tempo. Enfim, observando o espaço de discussão e a relação que pretendi apresentar aqui, ou seja, uma síntese de uma pesquisa sociológica ainda em aberto em alguns pontos, posso margear que o digital parece delegar mais problemas que soluções para o mundo do trabalho e as sociabilidades humanos atualmente.

RECEBIDO em 12/10/2022
APROVADO em 18/11/2022

Referências

BROWN, Wendy. **Les habits neufs de la politique mondiale. Néolibéralisme et néoconservatisme.** Paris: Les Praires ordinaires, 2007.

BUCCI, Eugênio. **A Superindústria do Imaginário. Como o capital transformou o olhar em trabalho e se apropriou de tudo que é visível.** Belo Horizonte: Autêntica, 2021.

CAMARGO, Aline B. **O Booktube e a venda de livros**. R. Liceu On-line, São Paulo, v. 6, n. 1, p. 130-147, jan./jun. 2016.

CASSINO, João Francisco. O sul global e os desafios pós-coloniais na era digital. IN: CASSINO, J. F; SOUZA, Joyce; SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. (orgs). **Colonialismo de Dados. Como opera a trincheira algorítmica na guerra neoliberal**. São Paulo: Autonomia Literária, 2021.

CRARY, Jonathan. **24/7. Capitalismo tardio e os fins do sono.** São Paulo: Cosac e Naify, 2014.

COZER, R. **Literatura juvenil ganha subdivisões e alimenta discussão sobre perfis dos leitores**. In: Caderno Ilustrada, Folha de São Paulo, dez. 2013. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2013/12/1385277-literatura-juvenil-ganha-subdivisoes-e-alimenta-discussao-sobre-perfis-dos-leitores.shtml>. Acesso em: junho de 2020.

DARDOT, Pierre. LAVAL, Christian. **A nova razão do mundo. Ensaio sobre a sociedade neoliberal.** São Paulo: Boitempo, 2016.

DELEUZE, Gilles. **Diferença e Repetição. São Paulo: Paz & Terra, 2018.**

DUBAR, Claude. **Construção das identidades sociais e profissionais.** Porto: Porto Editora, 1997.

FOUCAULT, Michel. **O nascimento da biopolítica. São Paulo: Martins Fontes, 2008.**

KEEN, Andrew. **O culto do amador. Como blogs, MySpace, YouTube e a pirataria digital estão destruindo nossa economia, cultura e valores.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2009.

LÉVY, Pierre. **O que é o Virtual?** Rio de Janeiro: Ed. 34, 1996.

LIPPOLD, W. & FAUSTINO, D. (2022). **Colonialismo digital, racismo e acumulação primitiva de dados.** Germinal: Marxismo E educação Em Debate, 14(2), 56–78. Recuperado de https://periodicos.ufba.br/index.php/revistagerminal/article/view/49760 Acesso em novembro de 2022.

LISDERO, Pedro. SCRIBANO, Adrian (editores). **Digital Labour, Society and the Politics of Sensibilities**. Palgrave Macmillan, 2019 (eBook).

LOVELUCK, Benjamin. **Redes, Liberdades e Controle. Uma genealogia política da internet**. Petrópolis/RJ: Vozes, 2018.

LUPTON, Deborah. **Digital Sociology.** New York and London: Routledge, 2015.

MACHADO, Débora. A modulação de comportamento nas plataformas de mídias digitais. IN: SOUZA, Joyce; AVELINO, Rodolfo; SILVEIRA, Sérgio Amadeu da (orgs.). **Sociedade de controle. Manipulação e modulação nas redes sociais.** São Paulo: Hedra, 2018.

MONTEIRO, Cínthia. Da biopolítica à modulação: psicologia social e algoritmos como agentes da assimilação neoliberal. IN: SOUZA, Joyce; AVELINO, Rodolfo; SILVEIRA, Sérgio Amadeu da (orgs.). **Sociedade de controle. Manipulação e modulação nas redes sociais.** São Paulo: Hedra, 2018.

MOROZOV, Yevgeny. **Big Tech. A ascensão dos dados e a morte da política.** São Paulo: Editora Ubu, 2018.

OLIVEIRA, Carla. Aprendizado da máquina e modulação do comportamento humano. IN: SOUZA, Joyce; AVELINO, Rodolfo; SILVEIRA, Sérgio Amadeu da (orgs.). **Sociedade de controle. Manipulação e modulação nas redes sociais.** São Paulo: Hedra, 2018.

RÜDIGER, Francisco. **As teorias da Cibercultura. Perspectivas, questões e autores.** Porto Alegre: Sulina, 2016.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. A noção de modulação e os sistemas algorítmicos. IN: SOUZA, Joyce; AVELINO, Rodolfo; SILVEIRA, Sérgio Amadeu da (orgs.). **Sociedade de controle. Manipulação e modulação nas redes sociais.** São Paulo: Hedra, 2018.

ZUBOFF, Shoshana. **A era do Capitalismo de Vigilância. A luta por um futuro humano na nova fronteira do poder.** Rio de Janeiro: Intrínseca, 2021.