

Educação, poder e resistência na era digital

Education, power and resistance in the digital age

Educación, poder y resistencia en la era digital

*Manuel Gonçalves Barbosa **

Resumo

Este artigo tem o duplo objetivo de analisar a reconfiguração do poder na era digital e discutir, tendo em conta as suas perigosas consequências em termos individuais e sociais, o papel da educação na construção de atitudes defensivas relativamente a esse poder, hoje essencialmente protagonizado pelas grandes plataformas de serviços digitais. A opção metodológica consiste em aproveitar, para esses propósitos, não apenas um vasto acervo de obras recentes como algumas referências históricas importantes, nomeadamente foucaultianas. A estrutura organizativa do artigo inclui três secções: na primeira, aborda-se a reconfiguração do poder na era da transição digital; na segunda, analisa-se o *modus operandi* desse novo poder fazendo emergir, em toda a sua estranheza e complexidade, a categoria de governamentalidade tecnodigital; na terceira e última secção coloca-se a questão da resistência a essa insidiosa governamentalidade da era digital e o eventual contributo da educação nesse sentido, considerando as ações que se afiguram pedagogicamente pertinentes na instituição escolar.

Palavras-chave: educação; poder; resistência; plataformas digitais.

Abstract

This article has the dual objective of analyzing the reconfiguration of power in the digital age and discussing, taking into account its dangerous consequences in individual and social terms, the role of education in the construction of defensive attitudes towards that power, that today is essentially carried out by the great digital service platforms. The methodological option consists of taking advantage, for these purposes, not only of a vast collection of recent works but also of some important historical references, namely foucauldian ones. The organizational structure of the article includes three sections: the first deals with the reconfiguration of power in the era of digital transition; in the second one, the *modus operandi* of this new power is analyzed, in order to bring out, in all its strangeness and complexity, the category of technodigital governmentality; the third and last section poses the question of resistance to this insidious governmentality of the digital age and the possible contribution of education in this sense, considering the actions that seem pedagogically relevant in the school institution.

Keywords: education; power; resistance; digital platforms.

* Doutor em Educação pela Universidade do Minho-Portugal e atualmente Professor Associado no Departamento de Teoria da Educação e Educação Artística e Física do Instituto de Educação da Universidade do Minho. Membro Integrado do Centro de Investigação em Educação da Universidade do Minho. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-8728-6667>. E-mail: mbarbosa@ie.uminho.pt.

Recebido em: 13.12.2022 — Aprovado em: 11.01.2023
<https://doi.org/10.5335/rep.v29i3.14185>
 ISSN on-line: 2238-0302

Resumen

Este artículo tiene el doble objetivo de analizar la reconfiguración del poder en la era digital y discutir, teniendo en cuenta sus peligrosas consecuencias en términos individuales y sociales, el papel de la educación en la construcción de actitudes defensivas respecto a ese poder, hoy mayormente representado por las grandes plataformas de servicios digitales. La opción metodológica consiste en aprovechar, para estos fines, no solo un vasto acervo de obras recientes, sino algunas referencias históricas importantes, en particular foucaultianas. La estructura organizativa del artículo incluye tres secciones: en la primera, se aborda la reconfiguración del poder en la era de la transición digital; en la segunda, se analiza el *modus operandi* de ese nuevo poder haciendo surgir, en toda su extrañeza y complejidad, la categoría de gubernamentalidad tecnodigital; en la tercera y última sección se plantea la cuestión de la resistencia a esa insidiosa gubernamentalidad de la era digital y la posible contribución de la educación en este sentido, considerando las acciones que parecen pedagógicamente pertinentes en la institución escolar.

Palabras clave: educación; poder; resistencia; plataformas digitales.

Introdução

A era digital, agora com mais intensidade, altera significativamente os estilos de vida e dá seguramente mais protagonismo a empresas da internet, seja na área do comércio e dos serviços, seja nos domínios da comunicação, da busca de informação e dos relacionamentos sociais. Se esse papel central e ascendente das empresas tecnológicas nada tivesse a ver com relações de poder e com novas e insidiosas formas de exercer esse poder, a chamada ‘transição digital’ poderia avançar em piloto automático e nós, abençoando a oportunidade de viver esse exaltante momento da humanidade, poucas razões teríamos para duvidar das grandes plataformas da internet, da extração de dados dos nossos traços digitais, das análises preditivas, da construção de perfis comportamentais e da própria modificação do nosso comportamento para que esses perfis, aproximando-se da certeza, sejam mais atrativos em termos comerciais.

Tudo seria simples, e de resto sem contestação, se essas operações, assegurando a proteção de dados, a vontade individual e uma rigorosa ética de serviço comunitário, se destinassem a melhorar a qualidade dos resultados das pesquisas de informação ou a facilitar o acesso a pessoas, redes, bens e serviços, sem favoritismos, enviesamentos e oportunismos. Na prática, infelizmente, não é assim. Essa mediação informática, protagonizada pelas grandes plataformas da internet, e assistida pela vigilância apertada dos comportamentos *online*, é basicamente uma grande indústria de apropriação, processamento e monetarização de dados pessoais, atuando dissimuladamente para se

esquivar à nossa percepção consciente e, assim, a uma eventual indignação e protesto. O que essas plataformas fazem, nos seus processos de renderização de dados pessoais, não é vender os dados em bruto, sem mais especificações, mas oferecer produtos preditivos extraídos desses dados, ou seja, apresentar previsões sobre o nosso comportamento. Só assim são interessantes para os anunciantes, para os agentes que, querendo influenciar as nossas decisões no mercado das ideias, dos bens e dos serviços, apostam tudo na publicidade comportamental, isto é, na publicidade individualizada, personalizada ou em função do perfil de consumo de cada indivíduo. É assim que os dados pessoais se transformam na galinha de ovos de ouro dos gigantes da internet (entre eles: Google, Meta, Uber, Amazon, Microsoft, Apple, Twitter, Baidu, TikTok, WeChat) e nós em fontes de matéria-prima gratuita dessa nova lógica de acumulação: a economia dos dados ou o comércio de informação relativa às pessoas.

Essa economia dos dados, também chamada “capitalismo de plataformas” (SRNICEK, 2017), ou “capitalismo da vigilância” (ZUBOFF, 2020), não coloca apenas em evidência um negócio parasitário que vive à custa dos nossos dados pessoais. Também faz vir ao de cima uma nova forma de poder, o “tecnopoder digital”, isto é, um poder tecnológico que assenta na soberania dos dados e é assistido por algoritmos cada vez mais “inteligentes”, os denominados “algoritmos evolutivos ou de aprendizagem automática” (DOMINGOS, 2017). Estamos perante uma reconfiguração do poder cuja intenção, por vias pacíficas, e de maneira indolor, é exercer influência comportamental, incitando, induzindo e seduzindo para produtos, serviços e, inclusivamente, para crenças e ideologias, no caso dos anúncios que remetem para essa esfera. O tecnopoder digital, baseado em operações algorítmicas sobre informação digitalizada a nosso respeito, ambiciona conduzir as nossas condutas, em estruturar o seu campo de possíveis, em moldar a sua direção ou orientação para benefício de entidades terceiras: as plataformas digitais, antes de mais e, depois, os anunciantes, isto é, os seus verdadeiros clientes.

A era digital não acaba, pois, com o poder. Antes o reconfigura ou lhe dá uma nova forma. É um poder sem recurso à violência pura e dura, como nos poderes totalitários, mas ainda assim onnipresente e influente nas nossas vidas, crescentemente híbridas, tanto *online* como *offline*. Podemos fazer de conta que não existe ou que é demasiado *soft* para nos afetar a conduta, mas o facto é que, sendo lúcidos e críticos, e além disso preocupados com a defesa da agência humana, ela própria essencial para viver em democracia, talvez devêssemos dar atenção ao modo como esse poder é exercido e se lhe podemos opor resistência, não obstante a sua ubiquidade, invisibilidade e relativa ilegibilidade. Se a estas enigmáticas características acrescentarmos a vertigem

provocada pela sua surpreendente complexidade, quer isso dizer que estamos condenados a ficar presos nas suas garras e a desconhecer as suas manobras? Ou será que a educação, através de exercícios de consciencialização e, mais além, de capacitação para o envolvimento em ações de contestação, pode ajudar a fazer frente a esse hegemónico poder?

As questões são desafiantes e a sua abordagem pode seguir vários roteiros. Aqui, a opção metodológica é delinear um discurso de resposta a essas questões tendo por base um acervo significativo de obras recentes, sem esquecer referências históricas importantes, como o pensamento do “último” Foucault acerca dos jogos de poder entre sujeitos envolvidos em relações estratégicas e segundo categorias eminentemente afetivas, como o incitar, o induzir, o desviar, o tornar fácil ou difícil, o alargar ou limitar, o tornar mais ou menos provável, ou o empurrar numa determinada direção, precisamente com o objetivo de melhor ilustrar a natureza do tecnopoder da era digital. A estrutura organizativa do artigo, essa, desenvolve-se em três secções: na primeira aborda-se a reconfiguração do poder na era da transição digital; na segunda analisa-se o *modus operandi* desse novo poder fazendo emergir, em toda a sua estranheza e complexidade, a categoria de governamentalidade tecnodigital, inspirada em textos foucaultianos; na terceira e última secção coloca-se a questão da resistência a essa insidiosa governamentalidade da era digital e o eventual contributo da educação nesse sentido, considerando as ações que se afiguram pedagogicamente pertinentes na instituição escolar.

A era do tecnopoder digital

À medida que se vai aprofundando a compreensão da era digital e, portanto, do ecossistema da internet, torna-se evidente que o poder não desapareceu de cena e que, ao invés das promessas iniciais (MCCHESENEY, 2015), não se verificou o empoderamento dos utilizadores das plataformas digitais. Essa ideia segundo a qual as pessoas passariam a usufruir de um poder sem precedentes, capaz de resolver muitos dos seus problemas em diferentes áreas, vai-se dissolvendo no ar perante a descoberta de um inédito sistema de poder que se apropria indevidamente de dados pessoais, e que os explora comercialmente, depois de os submeter a complexas operações algorítmicas. O poder, como sintética e acutilantemente faz notar Josep Burgaya, “apenas muda de mão e de forma” (2021, p. 21). “Muda de forma”, porque é agora um poder tecnológico baseado em informação digital a nosso respeito e em complexas operações de tratamento automático ou semiautomático dessa informação. E “muda de mão”, porque os

verdadeiros senhores desse “tecnopoder digital” são os grandes *players* da economia dos dados, ou seja, e nas palavras de Shoshana Zuboff, “os capitalistas da vigilância” (2020, p. 22).

A revolução digital em curso e, de resto, o tecnopoder digital, não se compreenderiam adequadamente sem a referência a esses agentes protagonistas da nova lógica de acumulação capitalista, uma lógica que começa por transformar a experiência humana em dados comportamentais e em retirar desses dados produtos preditivos para venda. A situação atual, num contexto de grande concorrência pelos melhores produtos preditivos, entretanto, já vai além disso, como aliás é mostrado por Zuboff:

À medida que a competição se intensifica, os capitalistas da vigilância aprendem que não lhes basta extrair as experiências humanas. As matérias-primas mais preditivas surgem quando se intervém na nossa experiência, moldando o nosso comportamento em prol dos resultados comerciais dos capitalistas da vigilância. Concebem-se novos protocolos automatizados que influenciam e modificam o comportamento humano em larga escala, ao mesmo tempo que os meios de produção se subordinam aos novos, e mais complexos, meios de modificação comportamental (2020, p. 34).

O que guia essa nova lógica económica não é apenas o tratamento de informação a nosso respeito com base na nossa pegada digital, o que, só por si, e sem autorização prévia, já é problemático. Despudoradamente, e no meio de uma grande opacidade de procedimentos, o que se leva a cabo é a deliberada intervenção no nosso comportamento por forma a dirigi-lo numa determinada direção e assim maximizar, em termos financeiros, o rótulo que nos é colado para fins comerciais. A certeza das previsões sobre os consumidores depende cada vez mais dessas intrusões comportamentais, desses gestos performativos de condutas, precisamente a partir de informações digitais, o que vem mostrar, por um lado, que “a melhor maneira de prever o futuro é inventá-lo”, como se diz hoje em dia entre engenheiros informáticos (DOMINGOS, 2017, p. 320), e que, por outro lado, o poder na era digital se define tendo em conta a previsão, a influência e os dados pessoais: “O poder na era digital é, por excelência, o poder de prever e influenciar a partir de dados pessoais” (VÉLIZ, 2021, p. 67).

Esse poder, como teremos ocasião de analisar na próxima secção, resgatando alguns textos do “último” Foucault, é seguramente uma relação na qual alguém procura dirigir a conduta de alguém recorrendo a meios tecnológicos que surpreenderiam esse autor, tal é o seu grau de sofisticação computacional e algorítmica. Sendo basicamente uma tentativa de estruturar o campo de ação possível de alguém em termos comerciais, ou de conduta mercantil no mercado das ideias, dos produtos e dos serviços, o poder digital tem uma identidade (rostos e nomes bem conhecidos do grande público), certas

condições de possibilidade (técnicas, sociais, políticas) e, por último, mas não menos importante, determinados propósitos ou finalidades.

Começando pelos rostos e pelos nomes, e só para dar exemplos de grandes plataformas digitais, ou “plataformas de rede”, como preferem outros autores (KISSINGER; SCHMIDT; HUTTENLOCHER, 2021), temos a Ocidente a Google, a Meta (englobando Facebook, Instagram e WhatsApp), o Twitter, a Uber, a Amazon, a Apple e a Microsoft. A Oriente, contam-se, entre outras: WeChat, TikTok, Baidu, DidiChuxing. São plataformas de serviços digitais que usam cada vez mais Inteligência Artificial para conhecerem os seus utilizadores, para desenharem os seus perfis de persuasão e para lhes fazerem insinuações (as famosas recomendações), preferentemente em função dos seus estados emocionais (MELHADO; RABOT, 2021). Algumas dessas plataformas participam ativamente no denominado “mercado de futuros comportamentais” (ZUBOFF, 2020), vendendo os seus produtos preditivos a anunciantes, inclusivamente da área política, como se verificou em recentes campanhas eleitorais. É hoje comum e amplamente admitido que essas plataformas, transformadas em lucrativas indústrias do tratamento massivo de dados, “reúnem agora mais poder e influência do que muitos Estados soberanos” (KISSINGER; SCHMIDT; HUTTENLOCHER, 2021, p. 56). Para todos os efeitos, e especialmente no âmbito deste artigo, podem ser considerados gigantes do ecossistema da internet que tudo fazem para proteger o seu principal modelo de negócio: a publicidade.

Relativamente às condições de possibilidade do tecnopoder digital, o acento tónico pode ser colocado, antes de mais, nos processos e nos dispositivos de datavigilância (*dataveillance*), os quais permitem, desde múltiplas fontes, o rastreamento das pessoas em tempo real e as análises preditivas do seu comportamento. O tecnopoder digital não existiria sem matérias-primas, quer dizer, sem informações retiradas das impressões que deixamos *online*, e essa extração, quantas vezes à margem da legalidade, não obstante pomposas políticas de privacidade, só ocorre porque os ‘abutres de dados’ (VÉLIZ, 2021), isto é, plataformas de redes sociais e de múltiplos serviços digitais, desenvolvem em larga escala, e secretamente, uma vigilância intensiva dos nossos movimentos digitais, como podem ser as pesquisas através de motores de busca, a consulta de sites, as comunicações não encriptadas e as postagens de vídeos, fotos e textos.

As maiores e as mais influentes dessas plataformas não atingiriam lucros estratosféricos se não vigiassem permanentemente os seus utilizadores e se, para o efeito, não adotassem formas panóticas de arrecadação de dados pessoais: “As grandes plataformas chegaram a dominantes através da vigilância exaustiva dos utilizadores, do controlo absoluto das suas atividades e dos seus dossiês, cada vez mais volumosos” (BURGAYA,

2021, p. 86). A vigilância panótica é verdadeiramente essencial para o modelo de negócio dessas corporações tecnológicas digitais, ente as quais se destacam, em termos de ‘panóptico digital’ (HAN, 2014), e um pouco por todo o mundo, a Google e o Facebook. É com base nesse tipo de vigilância que se capturam furtivamente informações dos utilizadores, que se ensaia a modificação do seu comportamento e a elaboração de perfis preditivos para depois os colocar à venda nos mercados de futuros comportamentais. Essa vigilância tem os seus suportes técnicos e um deles é, seguramente, o *smartphone*. Espécie de “totem da atual civilização” (BURGAYA, 2021, p. 125), o *smartphone*, mais do que um instrumento de comunicação, é um gerador e um coletor de dados que nos acompanha por todo o lado e a todas as horas do dia, pelo menos entre os mais viciados na sua utilização. A sua arquitetura serve essencialmente para vigiar e armazenar dados a nosso respeito, e nisso são fundamentais as *Apps*, isto é, programas informáticos que permitem realizar uma variada gama de funções. Ora, essas aplicações, “mais do que promoverem a nossa atividade [...] conduzem-nos, limitam-nos e condicionam-nos” (BURGAYA, 2021, p. 83).

Juntamente com os *cookies* (rastreadores da nossa navegação online), as *Apps* são autênticos instrumentos de espionagem ao serviço das plataformas da internet, especialmente as que, pela sua grandeza, dimensão e avanço tecnológico, possuem sofisticados algoritmos para tirar partido das informações recolhidas por essas vias, e antes de mais através do *smartphone*. O entrelaçamento das nossas vidas com esse dispositivo torna-o especialmente apetecível para a vigilância panótica, ou não fosse ele “um informador muito eficiente que vigia em permanência o seu utilizador” (HAN, 2022, p. 32). Como esclarece esse autor:

Quem está a par do que se passa no seu interior algorítmico, tem razão em sentir-se perseguido por ele [...]. Não somos nós que utilizamos o *smartphone*, mas o *smartphone* que nos utiliza a nós. É ele o verdadeiro ator. Ficamos à mercê desse informador digital, atrás de cuja superfície diferentes atores nos controlam e distraem (2022, p. 32).

Esses atores são, evidentemente, e sem sombra de dúvidas, os grandes *players* da economia dos dados, quer dizer, os capitalistas mais bem-sucedidos do maravilhoso mundo da internet. Em suas mãos, o *smartphone* é um maná de preciosas informações digitais, potencialmente de todos nós, revelando-se fundamental nas manobras de extração de dados pessoais, tanto mais quanto já transformamos esse dispositivo num ‘confessionário portátil’ (HAN, 2022), ou, se se quiser, em ‘confessionário eletrónico’ da era da vigilância líquida (BAUMAN; LYON, 2013).

A vigilância panóptica através de meios digitais, hoje otimizada na Internet das Coisas e, seguramente, nos *smartphones* de última geração, é condição técnica essencial do tecnopoder digital, porém, não passa disso mesmo: é apenas uma das suas condições. Não menos essencial, para a viabilidade desse poder, é a produção social de informações pessoais resultante do nosso envolvimento com as plataformas digitais, quer involuntariamente, ou a isso sendo obrigados, quer voluntariamente, ou de forma deliberada. No primeiro caso, temos a informação retirada das nossas pesquisas através de motores de busca, eventualmente dos nossos e-mails, e de transações comerciais induzidas pela crescente digitalização da atividade económica. Convém não esquecer, como refere Domingos, que “Todas as transações funcionam em dois níveis: o que elas fazem por nós e o que elas ensinam ao sistema com o qual acabámos de interagir” (2017, p. 70), e que, como assinala Véliz, “se não dás o teu consentimento para certas formas de recolha de dados, não poderás usar os serviços que te proporcionam gigantes tecnológicos, como a Google e o Facebook” (2021, p. 35). De resto, mesmo que se resista a fornecer dados pessoais, não é garantido que se preserve a intimidade, ou se defenda o santuário da vida privada, tal é o secretismo da captura ilegítima de informações digitais sobre a conduta *online*.

Essa produção social de dados pessoais abrange ainda, para gaudio das plataformas digitais, a “exposição deliberada de si mediante comentários ou fotografias relativas ao seu trabalho, aos seus interesses, aos seus estados de alma, às suas férias, aos seus filhos, à decoração do seu quarto de dormir” (SADIN, 2015, p. 176), ou seja, e só para atender ao indivíduo, abrangendo o desnudamento de si mesmo sem coação externa. Uma porção significativa da população, dando por certo que “a transparência é sempre uma virtude” (VÉLIZ, 2021, p. 132), tal como é sugerido pelas grandes tecnológicas na expressão, “se não fazes nada de mal não tens nada a esconder”, acaba por confiar às plataformas dessas empresas informações que dificilmente forneceria às pessoas mais próximas em outros tempos. A cultura da exposição *online*, para essa população, já está naturalizada, induzindo ao exibicionismo dos aspetos mais íntimos das existências individuais, particularmente nas plataformas de redes sociais. É assim que os indivíduos se entregam, sem vergonha ou pudor, ou talvez inconscientemente, como por vezes acontece, ao olhar panóptico das grandes plataformas da internet, as quais não perdem a oportunidade de transformar esses dados em novos ativos comerciais: as *e-commodities* comportamentais.

Antes mesmo da referência aos seus propósitos ou finalidades, importa sublinhar que o tecnopoder digital depende de condições políticas específicas, ou de um quadro

político favorável, nomeadamente em termos regulatórios. Foi precisamente a insuficiência ou a abstinência de regulação que catapultou esse poder para os patamares onde se encontra hoje. Durante muito tempo, se olharmos para os danos provocados no direito à soberania dos dados, os governos democráticos, ou renunciaram a legislar sobre as operações centrais do tecnopoder digital, como, por exemplo, a apropriação de informações digitais pessoais e a sua comercialização, ou só timidamente definiram enquadramentos normativos para essas ações. É verdade que a situação está a mudar, designadamente na União Europeia, com o Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados, já em vigor, e com a Lei de Serviços Digitais, esta em processo de aprovação nas instâncias europeias. Mas até há pouco tempo o que predominava eram os baixos padrões regulatórios das plataformas digitais, como se essas empresas tecnológicas fossem demasiado grandes para serem reguladas pelos poderes públicos.

Reconhecidamente, e devido à utilização, por essas plataformas, de operações estratégicas bem-sucedidas, não tem sido fácil elevar esses padrões de regulação. Por um lado, as operações de ocultação, cobrindo com um manto de invisibilidade as ações extrativas e preditivas desses *players* da internet, não só perante os seus utilizadores, a fim de evitar contestações contra a pirataria de dados pessoais e as influências comportamentais, como também perante governos e entidades reguladoras emergentes. Por outro lado, as operações lobistas dos grandes rostos do tecnopoder digital junto de órgãos legisladores, mormente a Google (ZUBOFF, 2020) e o Facebook (FRENKEL; KANG, 2022), visando condicionar a sua ação no sentido de não elevarem demasiado, ou para além de certos limites, os parâmetros reguladores dos negócios digitais. O que subjaz a esta última estratégia, na verdade, não é o respeito sincero, e muito menos reverencial, do poder político e das suas funções de regulação em áreas tão sensíveis como a proteção de dados pessoais, a tributação fiscal e as concentrações monopolísticas, mas a tentativa, até agora relativamente bem-sucedida, de minimizar a intrusão desse poder no modelo de negócio das grandes plataformas digitais. O poder político, cumprindo com o seu papel, é uma ameaça a essas empresas, e só pode ser visto com desprezo (SADIN, 2015). O sonho dos gigantes da internet é poderem atuar sem interferências estatais e no desconhecimento dos seus utilizadores. É assim que ganham poder e é também desse modo que colocam esse poder ao serviço dos seus propósitos ou finalidades: a recolha massiva de dados a nosso respeito, a sua transformação em modelos comportamentais previsíveis a breve trecho e, claro, a venda desses modelos no apetecido, amplo e multifacetado mercado dos anúncios.

Essa é a nova lógica de acumulação que o novo poder da era digital se encarrega de garantir, promover e florescer, mesmo que isso implique o impensável, pelo menos

até há pouco tempo: a modificação comportamental dos utilizadores das plataformas digitais. Assim, o negócio dos dados já não se limita a usar conhecimento diretamente retirado do comportamento *online* e, portanto, das impressões deixadas pela nossa navegação, mas a intervir “nos próprios comportamentos, tentando ajustá-los, persuadi-los, afiná-los e conduzi-los para resultados mais lucrativos” (ZUBOFF, 2020, p. 22), precisamente, e como veremos adiante, através de processos conduzidos por algoritmos ‘inteligentes’, dando corpo a uma forma de governamentalidade que, por ser inédita e surpreendente, requer desde já uma análise exploratória.

Governamentalidade tecnodigital: uma análise exploratória

Apesar de agir na obscuridade e de se refugiar na suposta neutralidade dos algoritmos, o poder tecnológico das grandes plataformas da internet é bem real e já exerce, diretamente ou por interposta pessoa, uma “influência insidiosa nas nossas existências” (SADIN, 2018, p. 106), ameaçando capacidades e comprometendo alguns direitos individuais fundamentais, como os direitos à privacidade, à intimidade, à decisão e à autodeterminação. Esse poder, mais além das suas condições de possibilidade, entretanto analisadas, tem um modo específico de atuar ou operar, isto é, de se exercer e desenvolver, requerendo, portanto, e a partir de agora, uma atenção especial, quanto mais não seja para identificar a sua forma de governamentalidade, usando nesse particular a linguagem e alguns conceitos dos últimos escritos de Michel Foucault (entre eles: 1981; 1982; 1984), por se revelarem bastante úteis, ainda hoje, numa *démarche* exploratória do *modus operandi* do poder que emergiu com as grandes plataformas da internet.

É verdade que as considerações foucaultianas sobre governamentalidade, especialmente as de *Naissance de la biopolitique- Cours au Collège de France, 1978-1979*, e as dos escritos acima mencionados, não podiam antecipar, em toda a sua extensão e complexidade, nem o “capitalismo cognitivo de plataformas” (LASSALLE, 2019), ou capitalismo dos dados, nem a governamentalidade assistida por algoritmos, embora se deva referir, quanto a este último aspeto, que Foucault admitiu (1982) que o exercício do poder, em função da certeza do resultado e da eficácia dos instrumentos utilizados, poderia valer-se de mais ou menos requintes tecnológicos. Seja como for, essas considerações são um interessante ponto de partida para esclarecer o eixo central da governamentalidade tecnodigital e, de resto, da conceção de poder que lhe anda associada: não uma conceção estática e substancialista de poder, pois “o poder só existe em ato” (FOUCAULT, 1982, p. 236) e é suscetível de modificação (FOUCAULT, 1984),

ou apenas restrita a instituições governamentais, uma vez que o poder está presente onde se tecem relações humanas, “trate-se de comunicar verbalmente [...], de relações amorosas, institucionais ou económicas” (FOUCAULT, 1984, p. 720), e muito menos uma concepção de poder enquanto “sistema de dominação que controla tudo e que não deixa qualquer lugar à liberdade” (FOUCAULT, 1984, p. 721), como acontece na visão tradicional do poder, mas uma concepção que vê o poder como “um tipo particular de relações entre indivíduos” (FOUCAULT, 1981, p. 160) em que uns, por meio de jogos estratégicos» (FOUCAULT, 1984, p. 727) e, eventualmente, com “requintes tecnológicos” (FOUCAULT, 1982, p. 240), procuram “determinar mais ou menos inteiramente a conduta dos outros- mas nunca de maneira exaustiva ou coercitiva” (FOUCAULT, 1981, p. 160). O poder, sempre presente nas relações humanas quer, pois, significar, segundo Foucault (1984, p. 720), “a relação na qual alguém procura dirigir a conduta de alguém”, quer dizer, encaminhá-la numa ou noutra direção segundo os seus interesses ou propósitos.

A relação de poder, nesse quadro explicativo, e que interessa destacar para compreender o poder na era das plataformas digitais, é a ação de um agente sobre a ação de alguém, em que um dos pólos procura conduzir a conduta do outro, mas sem anular esse outro como sujeito de ação. Ademais, a relação de poder “é um modo de ação que não age diretamente e imediatamente sobre os outros, mas age sobre a sua ação” (FOUCAULT, 1982, p. 236). É uma ação sobre a ação, sobre ações eventuais, ou atuais, futuras ou presentes, visando estruturar o campo de ação possível de alguém. A essa luz, e em termos de governamentalidade, isto é, quanto à “maneira como se conduz a conduta dos seres humanos” (FOUCAULT, 2004, p. 192), o poder atua desdobrando-se nas seguintes ações: “ele incita, induz, desvia, facilita ou torna difícil, amplia ou limita, torna mais ou menos provável; no limite, constrange ou limita absolutamente; porém, é sempre uma maneira de agir sobre um ou sobre sujeitos agentes, e isso enquanto agem ou são suscetíveis de agir” (FOUCAULT, 1982, p. 237). Por conseguinte, ou assim sendo, a governamentalidade é da ordem da afetação comportamental e as suas categorias, eminentemente afetivas, remetem, entre outras, para o incitamento, a estimulação, o direcionamento, a indução, o condicionamento, a delimitação, o impedimento ou a facilitação.

Essa concepção de governamentalidade, naquilo que tem de mais essencial, é surpreendentemente atual para compreender a governamentalidade tecnodigital, própria das grandes plataformas digitais e, especialmente, o momento que estas atravessam no mercado das previsões comportamentais: um momento caracterizado por uma grande concorrência pelos melhores modelos preditivos dos utilizadores dessas plataformas. A

afetação de condutas, nessa nova forma de governamentalidade, continua a ser o ponto central, pois, “a forma mais segura de prever o comportamento passa por intervir na sua origem e pelo poder de o moldar” (ZUBOFF, 2020, p. 228). Nesse sentido, a governamentalidade que recorre a algoritmos, seja na monitorização das pessoas a partir dos dados de navegação nos websites (*dataveillance*), seja nas operações de análise e prospeção de dados pessoais (*datamining*), seja ainda na construção de perfis digitais comportamentais, também se rege pelas categorias foucaultianas do incitamento, da indução e da direção de condutas, uma vez que são decisivas, à sua maneira, e dentro de uma conceção *soft* ou ligeira de intervenção comportamental, para alcançar as previsões mais procuradas nos mercados de futuros comportamentais individuais.

A governamentalidade tecnodigital, a essa luz, pode ser considerada uma governamentalidade *smart*, não só pelo facto de operar com sofisticados algoritmos, isto é, com códigos informáticos apetrechados das mais diversas instruções, mas também por funcionar de modo permissivo e, portanto, à margem da repressão e da coação. Com a sua “inteligência algorítmica”, a governamentalidade tecnodigital:

Não nos torna submissos, mas dependentes e viciados. Em vez de quebrar a nossa vontade, atende às nossas necessidades. Quer agradar-nos [...]. Não nos impõe o silêncio. Em vez disso, convida-nos e estimula-nos permanentemente a partilhar as nossas opiniões, preferências, necessidades e desejos, e até a contar a nossa vida (HAN, 2022, p. 33).

Essa ‘simpática’ governamentalidade, na sua demanda de retratos comportamentais cada vez mais previsíveis, já não se contenta com a agregação e o tratamento algorítmicos de grandes quantidades de dados (*big data*) dos frequentadores das plataformas digitais. Se é verdade que essa informação ajuda a desenhar o seu perfil comportamental, nomeadamente em termos de consumo, também é certo que fica aquém do desejado, pois não pode fornecer previsões comportamentais robustas. Esse resultado, efetivamente, apenas se alcança forjando o próprio comportamento: “Uma das razões pelas quais as empresas tecnológicas conseguem prever tão bem a nossa conduta é porque, em parte, a estão forjando” (VÉLIZ, 2021, p. 90).

Além da enorme ousadia que isso implica, pois significa interferir, abusivamente, com os nossos direitos à decisão e à autodeterminação, mesmo na qualidade de meros consumidores, um tal resultado também exige elevadas doses de engenho informático para criar, operar e dissimular os algoritmos que presidem à modificação comportamental, tal como acontece, desde há alguns anos, e de maneira exemplar, nas plataformas de redes sociais. O modo como estas plataformas conduzem condutas, ou estruturam o campo de ações possíveis dos seus utilizadores, é de facto revelador, a

vários títulos, do *savoir-faire* da governamentalidade tecnodigital, precisamente num tempo em que o Santo Graal da economia dos dados é, como já dissemos, a posse e a venda de perfis comportamentais digitais aproximando-se da certeza.

Podemos apreciar esse modo de atuação da governamentalidade tecnodigital, especialmente protagonizada pelas arquiteturas algorítmicas das grandes plataformas de redes sociais, em três domínios muito próximos e mutuamente implicados: a esfera da atenção, o campo da reação e a área da modificação propriamente dita. Se o objetivo é, em última instância, forjar a conduta dos utilizadores dessas plataformas, torna-se imperioso, como primeiro ato, mantê-los ativos nesses espaços de intermediação social, sequestrando, antes de mais, e por diversos meios, a sua atenção: ora estimulando a utilização de novos botões e novas funcionalidades, como fez o Facebook com os botões dos “likes” e do “partilhar”, e bem assim com as novas opções no Feed de Notícias, ora fornecendo, nesse espaço, os conteúdos que os algoritmos aprenderam a personalizar em função das apetências dos utilizadores. Isso mesmo é evidenciado por Frenkel e Kang em suas análises da evolução dessa rede em busca de ‘poder absoluto’:

Com o passar dos anos, os algoritmos da plataforma haviam adquirido maior sofisticação a identificar o material que mais atraía os utilizadores e davam-lhe prioridade no topo dos seus *feeds*. O Feed de Notícias operava como um mostrador regulado com enorme precisão, sensível à fotografia em que um utilizador mais se demorava ou ao artigo que passava mais tempo a ler. A partir do momento em que determinara que o utilizador era mais propenso a visualizar um certo tipo de conteúdo, fornecia-lho tanto quanto possível (2022, p. 223).

Outro tanto se diga, dentro dessa estratégia de captação da atenção, e não só nessa rede, a metódica divulgação de conteúdos incendiários e sensacionalistas nos Feeds de Notícias, funcionando esses conteúdos como verdadeiro íman da percepção ativa dos utilizadores.

Os mesmos conteúdos bombásticos, viralizados nas redes sociais, e não só por ação dos utilizadores, mas antes de mais por efeito de amplificação algorítmica dessas redes, também se revelam ‘úteis’ para desencadear reações nos frequentadores das plataformas de interação social, como é frequentemente o caso das *shitstorms*, isto é, das tempestades de injúrias e indignação a propósito de notícias e opiniões. As próprias opções disponíveis nos Feeds de Notícias (“Queremos mais coisas assim”. “Não queremos mais coisas assim”), nomeadamente no Facebook, são em si mesmas um engenhoso indutor de reações comportamentais a que nem sempre se dá a devida importância. Finalmente, e ainda acerca desse campo da reação, é de referir uma estratégia transversal a todas as redes sociais verdadeiramente impactantes nas nossas vidas digitais: a contínua estimulação da comparação social, desencadeando, por reação, a

“inflação do perfil pessoal” (ZUBOFF, 2020, p. 511), isto é, a multiplicação de elementos de autoapresentação, como a informação biográfica, as fotografias, os vídeos e as correspondentes atualizações, para que tudo pareça fantástico, sedutor e maravilhoso nessa espécie de ‘teatro de sonhos’ em que se transformaram algumas redes sociais, designadamente o Instagram.

As áreas da atenção e da reação, já reveladoras de alguma interferência das redes sociais no direcionamento de condutas, não esgotam, contudo, o que essas redes fazem em termos de modificação comportamental. Importa ainda referir, por ser relevante para os clientes dessas plataformas, a ‘produção de afetos’ (MELHADO; RABOT, 2021), ou de emoções, visando criar o ‘perfil de persuasão’ (BURGAYA, 2021) do utilizador das redes sociais, seja introduzindo determinados anúncios nos Feeds de Notícias, seja divulgando, nesses mesmos espaços, e para provocar contágio emocional, as preferências comerciais dos nossos ‘amigos’ e daqueles que seguimos como modelos ou exemplos de pessoas bem-sucedidas na vida híbrida dos tempos atuais. Mas, afinal, que perfil é esse? Um perfil de persuasão é “Um perfil que se cria sem que o saibas e sem que conheças o seu conteúdo, porém, o que se pretende é conhecer o teu estado emocional em cada momento, os teus sentimentos, sabendo-se que na esfera comercial o estado psicológico é determinante em relação a certas compras” (BURGAYA, 2021, p. 90-91). Também aqui, a melhor forma de obter um bom perfil de persuasão é criá-lo ou produzi-lo, nomeadamente com algoritmos de análise de afetos, emoções e sentimentos e, se for preciso, com mensagens geradoras de contágio, idealmente entre os que usam as redes sociais de modo aditivo ou compulsivo, dada a sua especial vulnerabilidade à manipulação.

O resultado mais esperado de todas essas manobras algorítmicas são produtos com enorme capacidade preditiva e, por isso mesmo, muito desejados pelos clientes das plataformas digitais. Com esses produtos (previsões comportamentais melhoradas), os anunciantes não só podem entrar, de maneira mais eficaz, no jogo da governamentalidade tecnodigital, como podem, usando o *microtargeting* (direcionamento microscópico das mensagens publicitárias através de algoritmos), otimizar o seu poder de influência sobre as condutas dos destinatários, ajustando a publicidade e, inclusive, a propaganda política, às suas preferências e estados emocionais.

Quer no fabrico de previsões comportamentais, quer na sua utilização, designadamente pelos anunciantes, o exercício do tecnopoder digital é muito *smart* e muito matreiro: age dissimuladamente e evita, glamorosamente, os mandatos, as prescrições, as proibições, a pressão e a repressão, para não parecer duro, feio e execrável. A essa luz, e tendo ainda em conta a sua complexidade, sofisticação e difícil legibilidade, parece

que estamos fadados a ser as suas vítimas enquanto utilizadores das plataformas digitais. Será mesmo assim, ou podemos fazer-lhe frente, na suposição, foucaultiana, de que o poder, mesmo exercido com requintes tecnológicos, não anula a possibilidade de resistência? Seguindo na pegada desse interessante princípio, apenas concebível no âmbito de uma teoria em que o outro da relação de poder é sempre um sujeito de ação eventual ou potencial (FOUCAULT, 1982), e pensando na eficácia das ações de oposição ao tecnopoder digital, conviria averiguar se a educação, intencional, programada e institucional, tem algum papel a desempenhar na insurgência contra esse poder e na construção de resistências para conter os seus excessos, não obstante os condicionalismos desencorajadores e os enormes diferenciais de poder e conhecimento em presença.

Face ao poder digital: educação, insurgência e resistência

Não é preciso grande animosidade relativamente ao tecnopoder digital para reconhecer que os seus principais agentes se colocaram numa posição merecedora de reprovação, repúdio, indignação e da mais firme contestação, inclusive através da educação, por várias ordens de razões: em primeiro lugar, porque se julgam no direito de atentar contra direitos essenciais, como os direitos à privacidade, à intimidade, à decisão e à autodeterminação, e ainda por cima de maneira furtiva, tentando escapar à nossa percepção consciente. Sabendo que o êxito do poder “é proporcional à sua habilidade em esconder os seus próprios mecanismos” (FOUCAULT, 1976, p. 113), procuram contornar esses direitos agindo na obscuridade “como serviços secretos” (HAN, 2016, p. 87), na presunção de que não vamos colocar areia nas suas máquinas digitais, seja através de *cookies*, apps, filtros algorítmicos ou de anúncios em função da personalidade de cada um. Sem grande alarido, e escudando-se em labirínticas políticas de privacidade, invadem o nosso santuário individual, apropriam-se da informação que lhes interessa e transformam-na imediatamente em ativos comerciais visando lucros crescentes e exponenciais.

Esse “assalto ao eu pessoal” (ZUBOFF, 2020, p. 524), fazendo tábua rasa de alguns direitos fundamentais, tem como resultado, em segundo lugar, a fragilização, senão mesmo a subversão, da nossa agência, isto é, a capacidade de fazer escolhas autónomas e razoavelmente independentes. Essa é outra das razões que levam a contestar o tecnopoder digital, uma vez que nos tornamos vulneráveis aos seus impercetíveis mandatos, inclusivamente políticos, como foi revelado no escândalo Facebook-Cambridge Analytica. O que se procura, por via dessa fragilização, é eliminar o impulso interior no sentido da autonomia e da tarefa difícil e estimulante da afirmação de um “eu”

autônomo como fonte de juízo e de autoridade morais, capaz de se insurgir contra grosseiros abusos de poder, como é o caso das grandes plataformas.

Um terceiro motivo de contestação do tecnopoder digital e da sua governamentalidade deriva, precisamente, dessa perigosa degradação da agência humana, uma vez que assim se compromete a própria sobrevivência da democracia: “O autogoverno de uma comunidade política depende dos indivíduos serem autônomos; se a autonomia individual diminui, também diminui o autogoverno coletivo. Para que uma democracia seja democracia, os seus cidadãos têm que ter o poder sobre as suas próprias vidas” (VÉLIZ, 2021, p. 90). Caso contrário, e sem agência, nomeadamente política, a democracia rapidamente se transforma numa farsa.

A essas razões de queixa e de justa indignação contra o tecnopoder digital acrescenta-se uma outra, não menos importante pelas suas implicações: a ingerência exorbitante desse poder nas nossas vidas, seja em termos de vigilância, escrutinando e monitorizando até à exaustão os nossos movimentos, principalmente *online*, seja entrando na zona perigosa da engenharia comportamental, uma vez que esse novo poder da era digital já não se contenta com a construção de perfis digitais através da recolha e tratamento de informação a nosso respeito. Agora, os seus agentes querem fabricar o nosso comportamento para o tornar mais previsível e também mais ajustado aos seus propósitos. É assim que se pode dizer, com Zuboff, que “Os interesses dos capitalistas da vigilância transitaram do uso de processos automáticos que conhecem o nosso comportamento para processos automáticos que moldam o nosso comportamento segundo os seus interesses” (2020, p. 376). Abusivamente, os agentes do tecnopoder digital não só querem saber tudo sobre nós, revelando uma ambição de onisciência digital que ridiculariza o panótico de Jeremy Bentham, como querem a modificação do nosso comportamento, mostrando que aspiram à pilotagem das nossas ações e, portanto, à prévia escrita algorítmica daquela que deve ser, na sua ótica, a linha da nossa conduta.

Uma vez de mãos dadas com a valorização individual e social do ser humano, como é do seu timbre desde os tempos modernos, a educação só pode reagir com veemência a essas derivas do tecnopoder digital incentivando, por um lado, o inconformismo, nomeadamente com análises rigorosas do que está em jogo tanto a nível individual como social e, por outro, definindo uma agenda que possibilite a criação de resistências, não obstante as dificuldades que se colocam à partida. Desde logo, a nossa dependência digital e tudo o que isso implica: colaboramos na nossa própria vigilância e, de maneira ativa, também colaboramos com os agentes do poder tecnológico na nossa própria exploração comercial. Um olhar pessimista, subestimando as

capacidades de insurgência e de resistência do *homo digitalis*, diria que “Estamos demasiado dominados pela droga digital, pela embriaguez da comunicação, para que se oiça um “Basta!”, para que se erga uma voz de resistência” (HAN, 2022, p. 33). Descontando o exagero, denunciado há alguns lustros por Gary Marx (2006), não deixa de ser verdade o incômodo que isso coloca à educação, derivando daí a necessidade de se promover, designadamente nos espaços das escolas, uma verdadeira ‘desintoxicação’ (BURGAYA, 2021) das plataformas digitais, mormente das redes sociais, como condição necessária, ainda que insuficiente, de uma relação lúcida e crítica com os principais protagonistas da governamentalidade tecnodigital.

Uma dificuldade que por vezes se esquece, principalmente quando se acusa os indivíduos de cegueira voluntária em ambientes digitais, tem a ver com a ocultação, essa sim, deliberada, das operações praticadas pelas grandes plataformas digitais, designadamente as operações de engenharia comportamental. Sabe-se, pelo que surge a lume (FRENKEL; KANG, 2022), que essas plataformas, por razões de eficácia, mas também por questões legais, recorrem frequentemente ao secretismo, à opacidade e à indecifrábilidade para esconderem do olhar crítico as suas operações mais questionáveis. Produzem deliberadamente ignorância para serem indetetáveis no enviesamento dos comportamentos, inclusive eleitorais, como parece ter acontecido no já referido escândalo Facebook- Cambridge Analytica. Assim, mais do que acusações infundadas, ou manifestamente exageradas, de cegueira voluntária, talvez mereça a pena, através da educação, um exercício de desmistificação das plataformas que procuram modificar secretamente a conduta dos seus utilizadores, quanto mais não seja como passo prévio à insurgência e à construção de alguma resistência contra essas plataformas.

A essas várias dificuldades, incômodas, mas não insuperáveis, acrescentam-se as grandes assimetrias de poder e de conhecimento entre nós, simples utilizadores das plataformas de serviços digitais, e eles, os agentes da governamentalidade tecnodigital, apoiados num arsenal de sofisticados algoritmos e de operações de mineração de dados (*datamining*). Com esses meios, eles conseguem o que nós não alcançamos, e por razões óbvias: conseguem reunir quantidades imensas de informação a nosso respeito, até ao mais ínfimo pormenor, e abrangendo o mais recôndito do nosso ser, e com esse saber tornam-se capazes, se assim o desejarem, de moldar a nossa conduta em função dos seus interesses, ou, no mínimo, de a guiarem numa determinada direção. É assim que possuir mais saber equivale a possuir mais poder, e isso tem consequências: “Quanto mais alguém sabe sobre nós, mais pode prever os nossos movimentos e influenciar-nos” (VÉLIZ, 2021, p. 66). Os que sabem muito a nosso respeito podem, pois, encaminhar-nos para as escolhas do seu agrado, criando a ilusão, ironicamente enganadora quando

se fala em empoderamento digital, de que decidimos livres de condicionamentos, de entraves e de enviesamentos: “acreditamos que estamos tomando decisões voluntárias, porém, outros atores que nem sequer conhecemos influem nelas sem que o saibamos” (MOROZOV, 2015, p. 382-383). Esse não-saber agudiza as assimetrias entre nós e eles e é por isso que a sublevação contra os agentes da governamentalidade algorítmica, ou tecnodigital, requer investimento educativo em ações de consciencialização, ao mesmo tempo que não descarta, para suscitar resistência, a politização do relacionamento com esses agentes.

Essa é, em substância, a agenda da educação que estamos a precisar para fazer frente ao tecnopoder digital, depois de remover as dificuldades acima tratadas, sabendo de antemão que esse poder tem pés de barro: depende absolutamente da nossa cooperação, do nosso consentimento e dos nossos dados. Só um pensamento derrotista, ignorando a capacidade humana de insurgência e resistência, pode dizer que não se pode fazer nada. Mas para fazer alguma coisa de sério e significativo faz falta o contributo da educação, nomeadamente em duas áreas prioritárias de intervenção. Por um lado, a consciencialização, no pressuposto de que a resistência, alicerçada na consciência lúcida e crítica, é mais efetiva na reação à exploração das plataformas: sabendo como nos espiam, nos influenciam, nos sugam dados e nos catalogam para exploração comercial melhor podemos reagir e resistir às manobras do tecnopoder digital. Por outro lado, e como segunda área, a sensibilização política, não apenas para politizar a relação dos internautas com esse poder, uma vez que “o tecnológico é político” (BURGAYA, 2021, p. 299), mas também para abraçar uma “política de legítima defesa” (SADIN, 2018, p. 106), incluindo, nas duas faces da mesma moeda, a reivindicação de medidas políticas concretas para disciplinar o poder digital e o alargamento, ou simplesmente a ampliação, de uma “nova geração de direitos fundamentais” (LASSALLE, 2019, p. 140), os direitos cibernéticos ou digitais.

O que se espera da ação educativa de consciencialização, precisamente no quadro da insurgência e da resistência contra a nossa exploração, é que forneça a largas faixas da população, designadamente escolares, uma noção tão aproximada quanto possível dos termos em que se realiza essa exploração, desde as invasões da privacidade à elaboração de perfis de persuasão, passando pelas manobras de direção e modificação comportamental num tempo de afanosa procura de produtos preditivos com resultados garantidos. Dentro dessa noção cabe, primeiramente, a sinalização da apropriação indevida de dados pessoais pelas plataformas digitais, não obstante a solene promessa de os respeitar, tal como consta, com pompa e circunstância, nas suas obscuras políticas de privacidade, e o carácter falacioso, para não dizer impraticável, de certas opções,

como as dos *cookies*. É certo que podemos não aceitar os *cookies* ou, pelo menos, uma parte deles, mas, na prática, “um mero formalismo, pois o que provoca é que façamos clique de maneira irrefletida” (BURGAYA, 2021, p. 136). A solução mais realista parece ser a proibição pura e simples desses ‘espões’ da navegação *online*, mas essa é uma questão que fica em aberto, pois o que verdadeiramente interessa nesta fase da intervenção educativa é salientar o valor da privacidade:

A privacidade importa porque a sua ausência dá a outros poder sobre ti. Talvez penses que não tens nada a esconder ou a temer. Estás enganado, a não ser que sejas um exibicionista com desejos masoquistas de sofrer roubos de identidade, discriminação, desemprego, humilhações públicas e totalitarismos, entre outras desgraças (VÉLIZ, 2021, p. 62).

E não só individuais, porque a privacidade é assunto que diz respeito a outra gente, nomeadamente familiares, próximos e amigos, caso apareçam nas nossas publicações.

Assim, e ainda nessa primeira fase de consciencialização, é justo alertar para “os riscos de partilhar demasiado” (FRENKEL; KANG, 2022, p. 92), convocando exemplos da comunicação social, e inclusive de premir compulsivamente o botão “Gosto” das redes sociais, pois “Alguns *likes* no Facebook dão para saber muito sobre nós, muito mais do que imaginamos” (BURGAYA, 2021, p. 304). A crença de que as redes sociais são apenas espaços de liberdade, de expressão e de comunicação só pode agravar a situação e, por isso, impõe-se mostrar que o seu modelo de negócio as transforma em ‘abutres de dados’ (VÉLIZ, 2021) que depois são transformados em *e-commodities*, em ativos digitais comerciais, disponíveis para ávidos anunciantes.

Numa segunda fase de consciencialização sobre a instrumentalização do *homo digitalis*, isto é, sobre o utilizador da internet e das plataformas digitais, convém abordar a criação, por essas plataformas, de perfis de persuasão, de retratos que explicitamente sinalizam onde somos mais sensíveis e influenciáveis. O que os clientes das plataformas tecnológicas mais desejam, precisamente para venderem os seus produtos, os quais tanto podem ser bens e serviços como ideias, votos e doutrinas, é saber como nos podem influenciar da maneira mais certa e, para isso, não se poupam a gastos na compra desses perfis de persuasão, uma vez que são determinantes para saber como entrar no nosso santuário interior, para lhe conhecer o estado de ânimo e o explorar nos pontos de maior vulnerabilidade: “Buscam os nossos pontos débeis para os explorar” (VÉLIZ, 2022, p. 33). É assim que uma tendência recente, baseada na análise algorítmica de sentimentos (MELHADO; RABOT, 2021), nos expõe às investidas do tecnopoder

digital, merecendo toda a atenção para lhe fazer frente em nome da nossa integridade moral.

O que também merece atenção, na ação de consciencialização, é a menção ao uso matreiro da personalização (de Feeds de Notícias, de dietas informativas, de mensagens, de anúncios) para fins de manipulação dos utilizadores das grandes plataformas, isto é, potencialmente todos nós: “A personalização soa a tratamento VIP, até te dares conta de que não é mais do que uma forma de designar técnicas desenhadas para manipular as mentes singulares de cada um de nós” (VÉLIZ, 2021, p. 78). Esse mecanismo, manifestamente essencial na modificação comportamental, dado permitir inocular decisões nas mentes dos utilizadores, não é apenas malicioso por ameaçar a “integridade moral do indivíduo autónomo” (ZUBOFF, 2020, p. 33), o que, só por si, já é uma tragédia. Ademais, e por extensão, perfeitamente compreensível, também coloca em risco a própria democracia, uma vez que a base deste regime é a autonomia individual a qual, na prática, é um poder ou uma capacidade de autogoverno e de autodeterminação.

Assim, e atendendo a mais essa elucidação, compreende-se melhor o tecnopoder digital, mas o trabalho educativo, visando precaver-nos desse poder, não se restringe a ações de consciencialização. É ainda necessário, para circunscrever e limitar esse poder, pelo menos nos seus aspetos mais perniciosos, e sem doutrinações disfarçadas de preleções, motivar para publicamente defender novos direitos digitais e novas medidas governamentais no quadro da vocalização de “uma política de legítima defesa” (SADIN, 2018, p. 106) de todas as plataformas que, no universo da internet, usam e abusam do seu poder de influência sobre os utilizadores.

A pública vocalização dessa política, nomeadamente através das redes sociais, mas também através de petições junto de órgãos de soberania, como os parlamentos, vai exigir a discussão argumentada das medidas e dos direitos que, na situação atual, e considerando os avanços já alcançados por vários países, podem eventualmente integrar essa política cidadã da era digital, sendo de valorizar, nessa situação, o interessante papel da escola e, em particular, as aulas de cidadania, por se revelarem pedagogicamente apropriadas para debates sobre questões de sociedade, como são, presentemente, e com todo a propriedade, os debates sobre novas regulações políticas e jurídicas do digital e do poder envolvido na sua trama algorítmica.

Assim, e apenas para ilustrar alguns assuntos a incluir nesses debates, poder-se-ia equacionar a proibição pura e simples dos *cookies*, “a não ser que legalizemos a pirataria” (BURGAYA, 2021, p. 301), e bem assim o uso dos perfis personalizados a fim de acabar com a personalização de anúncios, pois seria “uma forma de restringir o poder das

grandes plataformas tecnológicas que tanto dependem deles” (VÉLIZ, 2021, p. 148). Por outro lado, e de forma mais radical, seria pertinente discutir a eventual interdição da comercialização de dados pessoais e a sua inferência a partir dos nossos traços digitais, admitindo, com Véliz, que esses dados “não devem ser algo que se possa comprar, vender ou partilhar para os explorar com fins de lucro” (2021, p. 149). A outro nível, e já numa área de grande proximidade com as preocupações mais imediatistas das jovens gerações, conviria discutir as formas de impedir os efeitos nocivos das redes sociais sobre as crianças, colocando também o foco na responsabilidade dessas redes, e, ainda, o reforço da proteção da privacidade dos mais novos, dado ser fundamental, por duas ordens de razões: em primeiro lugar, porque se diminui o risco de um futuro comprometido pelo acesso a informações perfeitamente escusadas sobre saúde, escola ou amigos; em segundo lugar, porque a intromissão excessiva na vida dos mais novos prejudica o seu crescimento: “quando supervisionamos demasiado os jovens, prejudicamos o processo pelo qual se tornam adultos responsáveis que não precisam de supervisão” (VÉLIZ, 2021, p. 184). Reconhecidamente, a questão é polémica, mas fica bem discuti-la no âmbito da aprovação de medidas que também se destinam a cercar a vigilância digital.

A par de medidas que se podem equacionar para travar o tecnopoder digital, pelo menos neste momento, pois a realidade desse poder é dinâmica e cheia de surpresas, convém acrescentar, também para discussão e configuração de uma política de legítima defesa dos cidadãos, direitos de uma nova geração que ainda há pouco tempo começaram a ser formulados: os direitos digitais ou cibernéticos. Entre eles, e à cabeça, o “direito ao futuro, o qual abrange a nossa vontade de querer, a nossa autonomia, os nossos direitos à decisão, a nossa privacidade e, seguramente, as nossas naturezas humanas” (ZUBOFF, 2020, p. 384). Depois, e só para trazer à colação prerrogativas jurídicas insuficientemente contempladas em Cartas de Direitos Digitais, o direito a inspecionar e a alterar o perfil digital que as plataformas constroem a nosso respeito, tanto mais quanto esse perfil é cada vez mais decisivo no âmbito da ‘economia da reputação’ (BURGAYA, 2021), pois dele depende pagar mais ou menos por bens e serviços, ou simplesmente não ter acesso a eles, já para não falar o quanto a reputação digital, associada a esse perfil, se revela importante na seleção para um emprego.

Por outro lado, e como inovação, seria de levar em consideração um direito de proteção da nossa agência, especialmente da ‘faculdade de julgar’, considerada por Arendt “a mais política das aptidões mentais” (2005, p. 213), na medida em que determina a possibilidade de ações individuais e coletivas recusando normatividades

infundadas e jogos de poder ilegítimos. Por fim, e como contraponto à ênfase das tecnológicas nos direitos de propriedade dos algoritmos, um direito de propriedade do eu digital, dando razão a estas palavras: “O que nós realmente queremos é um eu digital do qual sejamos o proprietário exclusivo e ao qual os outros possam aceder apenas segundo os nossos termos” (DOMINGOS, 2017, p. 299). O que está em causa, neste último caso, é a reivindicação, no quadro da política de legítima defesa, de um direito que permita decidir, sem reservas, sobre a utilização dos perfis digitais, tanto por nós construídos e atualizados, como sobretudo pelas plataformas, com ou sem consentimento explícito.

Esses são alguns dos direitos que se podem acrescentar a cartas de direitos humanos na era digital, entre as quais a portuguesa, recentemente aprovada e já em vigor, dado serem fundamentais, só pelo facto de serem direitos intransponíveis, para fixar limites e não deixar embalar o tecnopoder digital. Teve razão Foucault ao afirmar que “Ao poder é sempre preciso opor leis inultrapassáveis e direitos sem restrições” (1979, p. 794). É provavelmente a única forma de lhe colocar freios, mas isso não é fácil, sobretudo quando se trata do poder da economia de plataformas: “a economia de plataformas engendra umas dimensões corporativas que torna quase impossível o seu controlo social e político” (BURGAYA, 2021, p. 237). Ainda assim, nunca é demais lembrar que o poder das plataformas tem pés de barro, visto depender dos nossos dados, e que as regulações estão surtindo algum efeito, nomeadamente na União Europeia, na sequência do clamor dos cidadãos e de algumas organizações defensoras dos seus direitos. Assenta bem nas atribuições da educação, nomeadamente escolar, reforçar esse *claim-making* da sociedade civil, pois, em derradeira instância, tudo depende de mudanças legislativas e, portanto, da nossa pressão estruturada sobre os representantes políticos.

Conclusão

Como procurarmos ilustrar e argumentar ao longo do artigo, a era digital assiste à emergência de um poder que já é dominante no ecossistema da internet e que, se não lhe opusermos resistência, vai continuar a violar direitos individuais fundamentais e a ameaçar, a breve trecho, as próprias bases do sistema democrático. Os efeitos perniciosos desse poder fazem dele uma questão política-chave do nosso tempo que deve ser afrontada com lucidez, determinação e espírito crítico, além de requerer criatividade nas respostas. A educação, como mostramos, pode ser útil a esse propósito, investindo, por um lado, na construção de uma visão lúcida e crítica das maquinações algorítmicas

do tecnopoder digital e, por outro, na discussão e na vocalização de uma política de legítima defesa dos utilizadores das plataformas onde esse poder opera, equacionando novos direitos cibernéticos e algumas medidas políticas.

O que está em causa, na verdade, é passar para a política institucional um novo lote de regulações políticas e jurídicas capazes de travar os perigosos avanços desse poder nas plataformas de serviços digitais. Pode-se dizer que a tarefa não se afigura fácil, pois o tecnopoder foge das regulações como o diabo da cruz, e por uma razão muito simples: as regulações podem comprometer os seus resultados financeiros e, no limite, a própria economia dos dados, relativamente à qual é o seu fiel servidor. Seja como for, e se não lhe fizermos frente, as perspectivas não são as melhores, quer para as sociedades democráticas, inviáveis sem a autodeterminação dos indivíduos, quer para os nossos direitos à privacidade, à intimidade, à decisão e, *last but not least*, o direito a uma voz política sem entraves à contestação.

Não é com alguns *tuits* explosivos e esporádicos, próprios dos ‘enxames digitais’ (HAN, 2016), que vamos fazer recuar esse poder das plataformas tecnológicas da era digital. A resistência a um poder tão amplo e tão invasivo, sem autolimitações visíveis, exige uma luta continuada e sem tréguas: “Só quando a resistência se torna persistente se consegue que as grandes tecnológicas deem um passo atrás” (VÉLIZ, 2021, p. 153). É por isso que faz falta a educação, considerando, como inspiração, as áreas abordadas neste artigo. O que é verdadeiramente importante é que esse trabalho educativo, feito nomeadamente nas escolas, tenha repercussões públicas, pois, “Numa sociedade democrática, o debate e a contestação proporcionados por instituições ainda saudáveis pode fazer a opinião pública mover-se e adotar uma atitude de oposição, que abrirá caminho a uma legislação e a uma jurisprudência posteriores” (ZUBOFF, 2020, p. 579). Esse é seguramente um sinal de esperança e, de resto, uma merecida recompensa para os educadores que, especialmente nas instituições escolares, e nas aulas de cidadania, não perdem a oportunidade de debater o novo poder da era digital.

Referências

ARENDT, H. *Responsabilité et jugement*. Paris: Payot, 2005.

BAUMAN, Z.; LYON, D. *Vigilancia líquida*. Barcelona: Paidós, 2013.

BURGAYA, J. *La manada digital: feudalismo hipertecnológico en una democracia sin ciudadanos*. Barcelona: El Viejo Topo, 2021.

DOMINGOS, P. *A revolução do algoritmo mestre: como a aprendizagem automática está a mudar o mundo*. Lisboa: Manuscrito, 2017.

- FOUCAULT, M. L'éthique du souci de soi comme pratique de la liberté. *Dits et Écrits*. T. III. Paris: Gallimard, 1984.
- FOUCAULT, M. Le sujet et le pouvoir. *Dits et Écrits*. T. III. Paris: Gallimard, 1982.
- FOUCAULT, M. Omnes et singulatim: vers une critique de la raison politique. *Dits et Écrits*. T. III. Paris: Gallimard, 1981.
- FOUCAULT, M. *Naissance de la biopolitique*. Cours au Collège de France, 1978-1979. Paris: Gallimard, 2004.
- FOUCAULT, M. Inutile de se soulever? *Dits et Écrits*. T. III. Paris: Gallimard, 1979.
- FOUCAULT, M. *Histoire de la sexualité*. T.I. *La volonté de savoir*. Paris: Gallimard, 1976.
- FRENKEL, S.; KANG, C. *Manipulados: a verdade sobre a guerra do Facebook pelo poder absoluto*. Lisboa: Objectiva, 2022.
- HAN, B.-C. *Não-coisas: transformações do mundo em que vivemos*. Lisboa: Relógio D'Água, 2022.
- HAN, B.-C. *No enxame: reflexões sobre o digital*. Lisboa: Relógio D'Água, 2016.
- HAN, B.-C. *A sociedade da transparência*. Lisboa: Relógio D'Água, 2014.
- KISSINGER, H.; SCHMIDT, E.; HUTTENLOCHER, D. *A era da inteligência artificial e o nosso futuro humano*. Lisboa: D. Quixote, 2021.
- LASSALLE, J. M. *Ciberleviatán: el colapso de la democracia liberal frente a la revolución digital*. Barcelona: Arpa, 2019.
- MARX, G. Mots et mondes de surveillance: contrôle et contre-contrôle à l'ère informatique. *Criminologie*, n. 39, v. 1, p. 43-60, 2006.
- MCCHESENEY, R. *Desconexión digital: cómo el capitalismo está poniendo a Internet en contra de la democracia*. Madrid: El Viejo Topo, 2015.
- MELHADO, F.; RABOT, J.-M. Análise de sentimentos: da psicométrica à psicopolítica. *Comunicação e Sociedade*, n. 39, p. 101-118, 2021.
- MOROZOV, E. *La locura del solucionismo tecnológico*. Buenos Aires/Madrid: Katz Editores, 2015.
- SADIN, É. *L'intelligence artificielle ou l'enjeu du siècle: anatomie d'un antihumanisme radical*. Paris: L'Échappée, 2018.
- SADIN, É. *La vie algorithmique*. Critique de la raison numérique. Paris: L'Échappée, 2015.
- SRNICEK, N. *Platform capitalism*. London: Polity Press, 2017.

VÉLIZ, C. *Datos, vigilancia y libertad en la era digital*. Barcelona: Debate, 2021.

ZUBOFF, S. *A era do capitalismo da vigilância: a disputa por um futuro humano na nova fronteira do poder*. Lisboa: Relógio D'Água, 2020.