

# VEÍCULOS MIDIÁTICOS: RELAÇÕES DE PODER E CONTROLE DISCURSIVO

Renata Adriana de Souza<sup>1</sup>

Juliana da Silveira<sup>2</sup>

**Resumo:** Este trabalho teve por objetivo produzir um gesto de interpretação sobre o funcionamento do monopólio existente nos meios de comunicação tradicionais e nas plataformas digitais da internet, assim como as práticas de censura e controle exercidas sobre a produção e circulação discursiva. Para nos ajudar na discussão, selecionamos o documentário *Privacidade Hackeada*, de Jehane Nowyam e Karin Amer, que aborda o escândalo da empresa Cambridge Analytica que utilizou, de forma ilegal, mais de 87 milhões de dados de usuários do Facebook. Em nosso processo analítico, nos apoiamos na teoria da Análise do Discurso como suporte teórico e metodológico para entendermos o processo de reprodução/transformação das relações de produção existentes no setor de comunicação.

**Palavras-chave:** Modulação de dados; Veículos de comunicação; Plataformas digitais;

MEDIA DISSEMINATION: POWER RELATIONSHIPS AND DISCOURSE CONTROL

**Abstract:** The functioning of monopoly in traditional communication media and Internet digital platforms is interpreted, coupled to the censor and control practices employed on discourse production and propagation. Discussion will be enriched by the documentary *The Great Hack* by Jehane Nowyam and Karin Amer, on the Cambridge Analytica scandal which illegally employed more than 87 million data on Facebook users. Analytic process will be foregrounded on the theory of Discourse Analysis for theoretical and methodological support to discuss the reproduction/transformation process of production relationships in communications.

**Keywords:** data modulation; communication means; digital platforms.

1 Professora da Universidade Estadual do Centro-Oeste (UNICENTRO) e Doutora em Letras pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). E-mail: [renataunicentro@gmail.com](mailto:renataunicentro@gmail.com). Link para o Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1761740888737322>.

2 Doutora em Letras pela Universidade Estadual de Maringá (UEM), na área de Estudos Linguísticos. Atualmente é bolsista PNPd - Programa Nacional de Pós-doutorado da CAPES, atuando como pesquisadora no Programa de Pós-graduação em Ciências da Linguagem da Universidade do Sul de Santa Catarina (UNISUL). E-mail: [julianasilve@gmail.com](mailto:julianasilve@gmail.com). Link para o Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1761740888737322>.

## Introdução

As fontes de conhecimento e informações existentes no meio social são mecanismos que nos ajudam a entender os fatos, descobertas e acontecimentos regionais, nacionais e mundiais que afetam, direta ou indiretamente, nossa vida, algumas delas são: o jornalismo profissional, a ciência e a escola. Atualmente, essas fontes de conhecimento e informação estão sendo alvo de desconfianças e teorias conspiratórias, o resultado é que todo o trabalho produzido e posto em circulação seja visto como sujeito a erros:

Teorias conspiratórias faz com que fontes de conhecimento sejam vistas não apenas como sujeitas a erros; mais do que isso, elas mentem de forma deliberada, já participam de complôs diversos. É o ambiente que permite que prosperem até mesmo noções tão bizarras como o terraplanismo (MIGUEL, 2019, p. 111).

A primeira vítima desse processo conspiratório é o jornalismo profissional, sistema que se estabeleceu a partir do reconhecimento de que, no mundo moderno, há necessidade de que todos recebam informações sobre eventos distintos dos próprios olhos. De acordo com Miguel (2019), o jornalismo possui duas funções principais: 1- selecionar os fatos relevantes para a vida em sociedade (função de gatekeeper); 2- definir o conjunto de informações comuns a todos, ou seja, o que é necessário para o exercício da sociabilidade e para o debate público (função de agenda).

Nesse cenário, a heterogeneidade discursiva ocorre quando a função de selecionador de informações (gatekeeper) é exercida por uma multiplicidade de sujeitos ou organizações. Esse fato favorece o aparecimento de posicionamentos ideológicos diversos, inscritos em diferentes formações discursivas, que podem contribuir para ampliar as práticas de sociabilidade, assim como o debate público.

No entanto, o jornalismo, no mundo, pertence a grupos hegemônicos de comunicação, ou seja, são propriedade de grandes empresas privadas. A concentração excessiva dos meios de comunicação fez com que a imprensa passasse a pertencer a oligarquias que podem comprar e dispor de publicações. Em nossa formação social capitalista, é comum essas oligarquias da comunicação se alinharem ao poder político e econômico para defender os interesses do mercado mundial.

Não é novidade que o domínio sobre a produção e circulação de informações esteja associado às relações de poder existentes, por isso, de acordo com Althusser (1970), a informação constitui um Aparelho Ideológico de Estado (AIE). O autor expõe que fazem parte do Aparelho Ideológico de Estado da Informação a imprensa, o rádio, a televisão e, em nossa contemporaneidade, podemos acrescentar ainda os espaços digitais da internet. Nesse sentido, o AIE da informação, junto aos demais AIE, concorre para a reprodução das relações de produção capitalistas.

Em sua discussão a respeito dos AIE, Pêcheux ([1975] 2009) vai chamar atenção para o caráter contraditório associado às relações de produção, ou seja, as condições ideológicas não são apenas de reprodução, mas de reprodução/transformação, funcionamento próprio de todo modo de produção cujo princípio é a luta de classes: “essas condições contraditórias são constituídas num momento histórico dado e por uma formação social dada, pelo conjunto complexo dos AIE que essa formação social comporta” (PÊCHEUX, 2009, p. 131). Isso significa que a transformação das relações de produção consiste, antes de tudo, na luta para impor, no interior do complexo dos AIE, novas relações de desigualdade-subordinação, resultando numa transformação dos próprios AIE.

Com isso, podemos dizer que as condições ideológicas de reprodução/transformação das relações de produção no AIE da informação contribuem para a formação de grupos estanques de comunicação, processo que ocorre com a imprensa, a radiodifusão e as plataformas digitais da internet. Para darmos continuidade a discussão, este trabalho se propõe a discutir as relações de dominação existentes nos meios de comunicação tradicionais e a forma como essas relações foram/são transformadas nos veículos e plataformas digitais. Em nosso processo analítico, direcionamos nosso olhar para o domínio da arte e produzimos um gesto de interpretação do documentário *Privacidade Hackeada*, de Jehane Nowyam e Karin Amer, a escolha do filme contribuiu para ampliar nossa discussão.

## **O funcionamento dos veículos tradicionais de comunicação**

Os meios de comunicação sempre possuíram importância significativa em um estado de direito, por isso, durante a revolução francesa surgiu o termo quarto poder para se referir a eles, ou seja, esses veículos passaram a ser considerados como o poder cidadão cujo funcionamento consiste em vigiar os outros três: Executivo, Legislativo e Judiciário. Apesar de tal estrutura apresentar-se sob um efeito de consolidação, durante o processo de desenvolvimento histórico, em diferentes períodos, vimos constantes ameaças ao seu funcionamento. Atualmente, essa ameaça está na economia de mercado que estabeleceu formas de dominação neoliberais, devido às relações de força e poder instaladas que envolvem práticas e diferentes níveis de corrupção para conquistar e manter a supremacia econômica.

Apesar desse quadro, esses poderes ainda mantêm, em maior ou menor instância, mecanismos de democracia. Por sua vez, o poder

midiático se viu totalmente submetido ao poder econômico. Entre as décadas de 1980 a 1990, os sistemas públicos de comunicação foram arrasados, com o apoio da direita, a indiferença e, em alguns casos, apoio também da esquerda. Soma-se a isso o papel importante, imprescindível e sofisticado que os meios de comunicação adquiriram nas sociedades democráticas onde a formação e mesmo a fabricação da opinião pública é um elemento essencial para o exercício do poder.

O direito à comunicação e a informação é propriedade de um monopólio de poucas empresas que exercem práticas de censura velada pela manipulação, distorção e a circulação de informações inúteis. No sistema de mercado, não são os governos que aplicam a censura, mas os meios de comunicação que decidem o que e como algo será divulgado, isso significa que os meios de comunicação estão a serviço dos grupos que os controlam.

Temos aqui uma forma de instalação da política do silêncio que, de acordo com Orlandi (2007), refere-se à produção de um recorte entre o que se diz e o que não se diz, isso significa que ao dizer algo, apagamos outros sentidos possíveis e indesejáveis em uma situação discursiva: “se diz ‘x’ para não (deixar) dizer ‘y’, este sendo o sentido a se descartar do dito. É o não-dito necessariamente excluído” (Orlandi, 2007, p. 73). Por meio dessa política do silêncio, apagam-se os sentidos que se quer evitar, sentidos que remeteriam a uma outra formação discursiva, uma outra região dos sentidos. Nesse aspecto, o silêncio determina os limites do dizer e é uma forma de se exercer a censura nos veículos de comunicação.

O resultado desse cenário é um sistema midiático controlado por grupos de empresários que se tornaram mais poderosos que o Executivo, Legislativo e Judiciário (SERRANO, 2013, p. 72), tendo em vista que, sob o manto da liberdade de imprensa, esse sistema controla a produção e

circulação de informações discursivas e consegue se manter impune mesmo exercendo práticas como produção de mentiras, manipulação, insultos etc., direcionadas a quem o ameaçar. Nessa configuração o Aparelho Ideológico de Estado da Informação é um lugar e meio de realização de posicionamentos dominantes, assim como de exploração capitalista.

A produção discursiva desses grupos de empresários se alinha a interesses políticos e econômicos hegemônicos, fato que estabelece os limites do que pode e/ou deve ser dito no interior da formação discursiva dessas mídias tradicionais (FDMT), isso significa que o domínio dessa FD é constituído pela defesa dos saberes de uma elite que, em nossa contemporaneidade, é porta voz da doutrina neoliberal. Esse é um fator importante e indispensável para os grupos midiáticos conseguirem manter o monopólio sobre o setor.

## Relações de poder no meio digital

Frente às condições de produção existentes, podemos dizer que a internet surgiu, em um primeiro momento, como um espaço outro para a produção e circulação discursiva. Muitos acreditaram no sonho de uma conexão global e que a democratização dos meios de comunicação estava a um toque dos dedos, pois bastava um computador ou smartphone e uma conexão para qualquer indivíduo poder falar com o mundo inteiro. Em parte, isso se cumpriu, muitos sites jornalísticos, redes sociais e canais do Youtube conseguiram uma visibilidade significativa em relação a produção e circulação discursiva, e funcionam como espaços de identificação-interpelação para milhares de sujeitos.

A internet aumentou a competitividade no setor de comunicação ao possibilitar que diferentes grupos e sujeitos passassem a ser produtores de materiais políticos e jornalísticos, atingindo, principalmente, a mídia impressa. Nesse sentido,

os espaços digitais mudaram o modo como as empresas de comunicação produzem e distribuem suas notícias e esse fato trouxe a expectativa da quebra do monopólio da grande imprensa em pautar a sociedade.

No entanto, as relações de contradição-desigualdade-subordinação foram transformadas e ampliadas nos espaços digitais da internet de diferentes maneiras, principalmente, a partir da não transparência em relação a forma de circulação de informações, fazendo com que os mesmos veículos de comunicação que controlam o monopólio do setor no Brasil estabeleçam domínio também nos espaços digitais da internet. Esses grupos se beneficiam da convergência de mídia e de um marco regulatório que permite a propriedade cruzada dos meios de comunicação, ou seja, possibilita que um mesmo grupo possua jornais, revistas, canais de televisão, portais na internet etc. Com isso, mesmo que a internet não possua as limitações existentes na radiodifusão, um grupo pequeno de empresas de mídia controladas pelos velhos monopólios, atinge as maiores audiências também no mundo on-line.

De acordo com a pesquisa *Monitoramento da Propriedade da Mídia (MOM-Brasil)*<sup>3</sup>, realizada pelo Coletivo Intervezes em parceria com a Repórteres sem Fronteira, os sites de notícias mais acessados no Brasil pertencem aos maiores conglomerados de mídia. Esses conglomerados conseguem se adaptar ao modelo de circulação de informação imposto pelas plataformas globais com maior facilidade do que os veículos independentes ou alternativos. Os dois sites jornalísticos mais acessados em nosso país em 2017, segundo MOM-Brasil, foram *globo.com* (Grupo Globo) e *uol.com.br* (Grupo Folha de São Paulo), as notícias políticas produzidas por esses dois portais são também as mais compartilhadas nas redes sociais.

3 Informações retiradas da reportagem: Na internet, a combinação de novas e velhas formas de concentração, de Olívia Bandeira e Jonas Valente.

O modo como as tecnologias digitais se desenvolveram possibilitou a reprodução dos monopólios midiáticos, mas também uma transformação significativa tanto para o espaço digital como para toda a sociedade. Isso porque, na conjuntura digital, as relações de dominação funcionam, principalmente, pela invisibilidade, tendo em vista que as plataformas multinacionais são intermediárias do que circula ou não no mundo, contribuindo, via processo de identificação-interpelação, com a produção da opinião pública. De acordo com Silveira (2019), os processos de formação de opinião são cada vez mais realizados nas redes digitais, principalmente, nas plataformas de relacionamento online pertencentes ao Google e o Facebook que passaram a estabelecer diferentes relações de dominação e controle em nossa contemporaneidade.

Nesse sentido, Silveira (2019), com base no trabalho de Philip M. Napoli, discute que as tecnologias de mídia devem ser consideradas como instituições, pois possuem uma dimensão reguladora ao facilitar ou restringir as preferências e comportamentos comunicativos. Diante dessa reflexão, podemos considerar que as plataformas digitais estão inseridas, em nossa contemporaneidade, no conjunto complexo do Aparelho Ideológico de Estado da Informação, tendo estruturado uma transformação no interior desse aparelho, instalando outras relações de contradição-desigualdade-subordinação.

A contradição intrínseca é um elemento constitutivo dessas plataformas digitais, pois ao mesmo tempo que conectam pessoas, processo vital para a democracia, elas são capazes de organizar, modelar e modular os fluxos de informação, controlando o que é amplamente visto, lido e ouvido de forma pouco ou nada visível. Essas corporações são fundamentais para os processos democráticos, no entanto, elas possuem mais dados dos indivíduos do que qualquer governo e

operam a partir da invisibilidade, instalando formas diversas de desigualdade-subordinação.

O conjunto complexo das grandes empresas de plataformas digitais está associado aos algoritmos por elas criados, adquiridos e patenteados que coletam dados de perfis de usuários que podem ser monetizados (vendidos) e utilizados para determinar a circulação de informações desses usuários via modulação dos dados, ou seja, o conteúdo é direcionado e contribui com o processo de interpelação-identificação do sujeito. Esse funcionamento especifica padrões dos usuários e podem/são utilizados por megaempresas digitais com capacidade de armazenar e analisar dados comportamentais traçando perfis para entidades comerciais, campanhas políticas, governos ou qualquer sujeito que deseje monitorar, controlar e prever o comportamento humano. Trata-se da instalação de outras práticas de dominação.

As estruturas de dados e seu tratamento algorítmico estão a serviço de quem tiver recursos financeiros suficientes para obter diferentes amostras de segmentos e perfis de usuários com os padrões especificados pelos compradores. Essa nova fase da internet reforça o poder do capital, ou seja, o poder econômico daqueles que podem pagar para coletar, organizar e analisar gigantescas estruturas de dados que serão processados em data centers com milhares de servidores (SILVEIRA, 2019, s/n).

No atual cenário, as relações de poder entre políticos, elite empresarial e veículos que controlam a produção e circulação discursiva se intensificaram, tendo em vista que esses grupos hegemônicos possuem recursos financeiros suficientes para monetizar dados e, assim, manipular ou modular aquilo que será recebido por esses sujeitos usuários. Assim, as relações político-midiáticas se aprofundam, com o diferencial de que, agora, as políticas de marketing comercial e propaganda de Estado atuam juntas para a produção daquilo que Zuboff (2018) chamou de capitalismo

de vigilância. No capitalismo de vigilância as chamadas Big Techs<sup>4</sup> monopolizam não apenas o mercado da informação, mas atuam também no âmbito do desenvolvimento de ciência e tecnologia governamentais.

Esses monopólios operam reconfigurando os modos de controle e circulação do discurso ordinário<sup>5</sup>, produzindo políticas de silenciamento, de um lado, e políticas de inimizade, de outro. Embora o discurso ordinário apareça aí fragmentado, ele é, justamente, aquele que é alvo dos mecanismos de vigilância, uma vez que é lido nessa materialidade como o discurso social.

Ao discutir o funcionamento do discurso social, com suas “falas desorganizadas”, na sua relação com o urbano e a cidade, Orlandi (2004, p.63) chama nossa atenção para o fato de que essa desorganização significa justamente porque os sentidos faltam. Em suas palavras, temos aí a “incidência de novos processos de significação que perturbam ao mesmo tempo a ordem do discurso e a organização do social”. Para a autora,

[...] como o consenso é imaginário, o discurso social não é homogêneo dando lugar a diferentes movimentos de discurso que se cruzam no que comumente chama-se de ‘incompreensão’. À espera dos sentidos, o sujeito se desorganiza. O discurso social, nessa perspectiva apresenta-se como metáfora de divisão social. Nesse cenário [...] o urbano aparece como ‘catalizador’ do social. (ORLANDI, 2004, p. 63).

Essa análise que Orlandi (2004) propõe sobre as falas desorganizadas nos inspira no tratamento de nossa análise, porque permite reforçarmos a compreensão de que a materialidade

4 Zuboff (2018), menciona a sigla GAFAM, acrônimo para Google, Amazon, Facebook, Apple, como as detentoras mais conhecidas do monopólio da Internet.

5 Tomamos discurso ordinário no sentido proposto por Silveira (2015), a partir de uma divisão que o digital opera entre as posições sujeito em espaços enunciativos informatizados, sendo a posição sujeito ordinário, aquela que marca uma divisão/diferenciação entre posições sujeitos de discursos identificados como de perfis de pessoas comuns, anônimas, ordinários de perfis identificados ao discurso político-midiático tradicional, tais como os de jornalistas, políticos, cientistas etc.

digital também atua aqui como catalizadora do social. “A normatização dos espaços enunciativos informatizados sobredeterminam os discursos” (GALLO; SILVEIRA, 2017), encerrando-os em um funcionamento espiral que, ao desejar produzir essa maquinaria capaz de organizar uma grande conversa global (SILVEIRA, 2015), acaba por desorganizar sentidos e sujeitos, dando materialidade para os efeitos de “incompreensão”. De um modo geral, mas no caso que iremos aqui analisar especificamente, que é o do documentário, essa normatização se constrói constitutivamente atrelada ao modo como as sociedades democráticas contemporâneas constroem suas “políticas de inimizade”, conforme insiste Mbembe (2017, p.72):

Por agora, é preciso repetir: decididamente, a época privilegia a separação, os movimentos de ódio, de hostilidade e, sobretudo, a luta contra o inimigo, e tudo isto é consequência daquilo a que, num vasto processo de inversão, as democracias liberais, já amplamente branqueadas pelas forças do capital, da tecnologia e do militarismo, aspiraram.

Se no espaço urbano, como coloca Orlandi (2004), vimos que “à espera dos sentidos os sujeitos se desorganizam”, nos espaços informatizados se colocou desde sempre a possibilidade de uma ressignificação dos discursos, mas o que vemos aqui é uma delimitação/determinação de sentidos e sujeitos: controle. Joga-se, assim, com a indissociabilidade entre ruas e telas, como consumidor e massas; um cotidiano “hackeado” das discursividades. É o que parece ocorrer hoje, pelo menos, quando em cada ponto de resistência vemos atuar as tecnologias de controle, como ocorre, por exemplo, com os protestos que se alastram pelo mundo frente às diversas crises nas sociedades democráticas contemporâneas, rapidamente transformados para reprodução/manutenção da ideologia dominante. Os espaços enunciativos informatizados reorganizaram, portanto, as lutas sociais, tendo em vista os interesses do capital,

sobretudo na sua relação com Estados autoritários. Mais um aperfeiçoamento dos métodos para manter a

[...] guerra permanente preventiva instalada no interior da paz social, [como] dispositivo essencial do Estado capitalista autoritário moderno, [no qual] a propaganda se faz [mais uma vez] com imagens e palavras, sentimentos, ideias e gestos. É, pois, evidentemente, um negócio de psicologia (PÉCHEUX, [1979] 2011, p.74).

Por um lado, esses espaços deram voz às minorias, lhes permitiram falar publicamente, por outro lado, também deram voz aos discursos autoritários, populistas. Sendo possível, inclusive, traçarmos aqui, e mostraremos em nossas análises, que é justamente por uma inversão daquilo que aparece como discurso ordinário que sujeitos políticos autoritários puderam se ressignificar a partir de uma identificação com o corpo social. Uma reorganização da interlocução política e social.

No caso do Brasil, essa reorganização passa pela reconfiguração dos monopólios midiáticos que, como mostramos acima, não se reafirmaram com uma possível quebra do monopólio dos veículos de radiodifusão brasileiros, mas que sim a partir de uma confluência entre eles, de alguma forma agora subordinados aos grandes monopólios americanos<sup>6</sup>.

Ainda que toda a sociedade, incluindo os veículos de imprensa e os governos, não esteja totalmente integrada ao digital, é inegável o seu amplo domínio social, uma vez que conectados

<sup>6</sup> Ressaltamos aqui nossa concordância com a proposta de Evangelista, que chama a nossa atenção para a necessidade de pensar a especificidade do capitalismo de vigilância no Brasil, visto, nesse contexto, como um lugar periférico. Para o pesquisador, “o capitalismo de vigilância pode ser entendido como um processo global, mas com funcionamentos que são particulares, que implicam em localização. Ou seja, apontar essa nova fase do capitalismo nos serve por diversos motivos. Cabe a nós produzir novos significados (complementares, mas também possivelmente contraditórios ao conceito inicial) que deem conta de descrever um funcionamento que evidencie a possível persistência e aprofundamento de assimetrias norte-sul. O funcionamento do capitalismo de vigilância em um sistema econômico global talvez possa, justamente, ser melhor entendido e demonstrado a partir de um lugar particular. Este é o lugar periférico” (EVANGELISTA, 2017, p.250-251).

ou desconectados, de uma ou outra forma, a ele se submetem, mesmo que seja pela exclusão.

## Espaços informatizados – Aparelhos Ideológicos de Estado da Informação

“As empresas mais ricas são as de tecnologia. Google, Facebook, Amazon, Tesla. E a razão pela qual essas empresas são as maiores do mundo é porque no ano passado dados superaram o petróleo em valor. Dados são os recursos mais valorizados da Terra. E essas empresas são valiosas porque têm explorado os recursos das pessoas” Brittany Kaiser

Privacidade Hackeada aborda o escândalo da empresa Cambridge Analytica que utilizou (monetizou?), de forma ilegal, mais de 87 milhões de dados de usuários do Facebook, material mobilizado em manipulações políticas como, por exemplo, para interferir no plebiscito sobre o Brexit e nas eleições dos Estados Unidos, em 2016.

No filme, temos diferentes posicionamentos materializados a respeito deste acontecimento, vamos analisar três deles. O primeiro é o posicionamento de David Carroll, professor associado da Parsons School of Design, de Nova York, e sua luta na justiça para descobrir o que a Cambridge Analytica reuniu sobre ele.

SD1 - Eu estava ensinando mídia digital e criando aplicativos. Então eu sabia que os dados das nossas atividades online não estavam só evaporando. E quando eu fui mais a fundo, percebi que os nossos rastros digitais estão sendo extraídos por uma indústria de trilhões de dólares por ano. Agora, nós somos o produto. Mas estávamos tão apaixonados com este presente de livre conectividade que ninguém se deteve a ler os termos e condições. Todas as minhas interações, uso de cartão de crédito, pesquisas na web, locais, minhas curtidas, estão sendo coletadas em tempo real e ligadas à minha identidade, dando a qualquer comprador acesso direto ao meu impulso emocional. Armados desse conhecimento, eles competem por minha atenção, oferecendo um fluxo constante de conteúdo criado e visto só por mim. E isso é verdade para cada um de nós. O que eu gosto, o que temo, o que chama minha atenção, quais são meus limites e o que é preciso para atravessá-los.

Essa sequência discursiva, no documentário, aparece acompanhada por imagens de sites de busca na internet, imagens de usos de cartão em transporte público, de redes sociais, materializando que tudo que é acessado deixa rastros digitais, produzem milhares e milhões de dados que são invisíveis aos nossos olhos, mas que podem ser armazenados e monetizados por essas indústrias. Esse processo de coleta de dados, algo imperceptível para os usuários de qualquer tipo de tecnologia, neste trecho do filme é representado ao redor da personagem David Carroll, vemos milhões de pontos luminosos ascender na tela durante toda a sequência e, ao que parece ser, na velocidade da luz, formando a imagem de um universo, apesar de gigantesco não conseguimos visualizar o que é armazenado. Essa opacidade das imagens produz sentidos quando associada a não transparência da prática realizada ou as consequências relacionadas a esse processo.

David Carroll pode ser considerado como o usuário comum que teve/tem seus dados coletados a todo instante. Em seu discurso, nos deparamos com o funcionamento da contradição em enunciados como, “nós somos o produto”. A historicidade constitutiva da linguagem possibilita formulações equívocas em que usuário e produto se confundem, são indissociáveis no universo tecnológico. Ao mesmo tempo em que o sujeito utiliza o cartão de crédito para realizar uma compra, seus dados podem ser armazenados e monetizados para grupos ou indivíduos específicos.

O trabalho mercadológico na construção de bases de dados dos usuários é, nesse contexto, determinante. É a partir de uma base de dados que “lê” os sujeitos como usuários/consumidores que se forjam os “perfis” dos cidadãos que são vendidos/ usados pelo Estado em suas novas maquinarias de propaganda. As práticas publicitárias do mercado, baseadas em análises psicológicas/psicométricas<sup>7</sup>

<sup>7</sup> Para melhor ilustrar o que significa esse “negócio de

dos usuários, enquadram os cidadãos em meia dúzia de perfis sociais e, a partir daí, forjam técnicas de manipulação. Para além de concordarmos ou não com a eficácia da manipulação feita nessas condições em que Carroll define, não podemos deixar de considerar o fato político fundamental que é o aprofundamento das relações entre Estado e mercado que se assentam hoje na disputa pelos modos de funcionamento e de regulação das grandes plataformas digitais, sobretudo porque essas plataformas são hoje o principal espaço de interlocução social.

Mas, insistimos com Pêcheux ([1979] 2011, p. 92), “tudo isto não deixa de trabalhar menos sob o assujeitamento: é antes a capacidade de ouvi-lo que persiste em fazer falta politicamente”, ou seja, não se trata aqui de cairmos no engodo da eficácia da propaganda na sua arte de manipulação, mas de compreender como essa “teoria das elites é inseparável de uma ideologia da manipulação, inscrita na aparência-falsa da política imaginária [...] o especular está esvaziando o imaginário”.

O que temos aqui é uma contradição que se instala a partir do conflito entre uma formação discursiva hegemônica, que controla os dados e a circulação discursiva, e uma formação discursiva de sujeito usuário, que tem os dados extraídos, armazenados, monetizados e se encontra em situação de desigualdade-subordinação. As “psicologia”, como diria Michel Pêcheux, vale ressaltar aqui que, segundo veiculado na época do escândalo envolvendo a empresa, a metodologia da Cambridge Analytica é baseada no aplicativo do pesquisador do Centro de Psicometria da Universidade de Cambridge, Aleksandr Kogan. De acordo com Kogan, usou-se a api do Facebook para coletar dados de usuários para sua pesquisa, afirmando que os dados seriam anonimizados. Essas pesquisas, baseadas em estudos psicométricos, enfatizavam “diferenças individuais em comportamento, preferências e desempenho”, vinculando-os a traços psicológicos como os de personalidade, desempenho no trabalho, ideologia e preferências de consumo. Esse método é adquirido pela Cambridge Analytica, e modificado para fins políticos, ocasionando-o no escândalo protagonizado pela empresa em torno do vazamento de dados dos usuários do Facebook, bem como em uma disputa judicial entre os pesquisadores do centro de psicometria da Universidade de Cambridge, uma vez que Aleksandr Kogan não era o pesquisador responsável e seu diretor alega não ter qualquer envolvimento com os fatos/ usos da pesquisa inicial. (REGATTIERI, 2019)



formulações da personagem são possíveis no interior dessa formação discursiva de usuário e a partir das relações de produção instaladas.

Na sequência discursiva 2, há o depoimento de Brittany Kaiser, ex-funcionária da Cambridge Analytica, que denunciou a empresa no Comitê de Mídia Digital, Cultura e Desporto, no Parlamento britânico, Reino Unido. Nessa sequência, a personagem explica como foi o trabalho realizado para o lançamento do Leave. Eu, grupo de campanha política que apoiou a retirada do Reino Unido da União Europeia, no referendo de 2016. A personagem social responde a uma pergunta referente a quantos dados são necessários para criar uma base e influenciar um país inteiro em termos de votos:

SD2:Brittany Kaiser: Eu não sou especialista, então não posso dizer o número mínimo de pontos de medição exigidos, mas sei que a ferramenta deles costuma ser regulada externamente pelo governo britânico, então isso significa que a metodologia era considerada uma arma. Táticas de comunicação usadas como armas.

Parlamentar: O que você acha que os legisladores devem fazer a fim de melhor proteger os dados das pessoas?

Brittany Kaiser: Fico feliz que tenha perguntado isso. Pense nisso. O único valor do Google e Facebook é o fato que eles possuem, mantêm e usam os dados de pessoas do mundo inteiro. Então eu acho que a melhor maneira de seguir em frente é as pessoas serem donas dos seus dados.

As empresas de tecnologia utilizam as plataformas e ambientes sociais da internet como veículos de comunicação e informação, prática considerada, nos dizeres de Brittany Kaiser, como ‘táticas de comunicação’ reguladas por determinados grupos hegemônicos e ‘usadas como armas’. Os veículos de comunicação sempre foram considerados as principais armas de um político, conforme discutimos em Souza (2015), por isso, as empresas de comunicação, em

qualquer país, se associaram a grupos políticos em diferentes momentos históricos. Isso porque o Aparelho Ideológico de Estado da Informação é peça fundamental para manter as relações de produção capitalistas: “O aparelho da informação embutindo, através da imprensa, da rádio, da televisão, em todos os ‘cidadãos’, doses quotidianas de nacionalismo, chauvinismo, liberalismo, moralismo, etc.” (ALTHUSSER, 1970, p. 63). Em nossa contemporaneidade, esse AIE ampliou seus canais de produção e circulação de comunicação e, desse modo, aumentou também, seu domínio em uma formação social capitalista.

Em relação a empresa Cambridge Analytica, as práticas de comunicação foram o elemento indispensável na transformação das relações de produção, tendo em vista terem sido fundamentais para a vitória de grupos representativos da extrema-direita, tanto no Reino Unido como nos Estados Unidos. Se as ondas eletromagnéticas da radiodifusão podem estabelecer a censura a partir do controle sobre a produção e circulação discursiva realizado pelas empresas que dominam o setor, os sistemas algoritmos estabelecem outras relações de poder, a partir da modulação que contribui com o assujeitamento e a construção da opinião pública. A prática de direcionar resultados está associada ao processo de interpelação-assujeitamento realizado a partir de determinada formação discursiva cujo domínio, tal como aparece nessa SD, está centrado em saberes de grupos da extrema-direita.

Temos outras relações estabelecidas entre mídia e política, isso porque as plataformas digitais não produzem notícias ou informações discursivas, mas direcionam a busca para resultados específicos. O controle discursivo é feito via algoritmos e de forma determinada pelas relações de produção dominantes que atualmente estão a serviço do capital, prática que pode ser considerada bastante eficaz na “gestão ideológica das massas” (PÊCHEUX e GADET, 2004).

Na sequência discursiva 3, temos uma fala da jornalista britânica Carole Cadwalladr, que escreve em jornais como *The Observer* e *The Guardian*:

SD3: (...) O parlamento passou 18 meses investigando. E no fim de tudo, o relatório deles diz claramente: 'Nossas leis eleitorais não são adequadas à finalidade'. Nós não podemos ter uma eleição livre e justa neste país. E não podemos ter por causa do Facebook. Por causa dos gigantes da tecnologia que ainda são totalmente impunes. Parece meio apocalíptico. Mas parece que estamos entrando em uma nova era. Podemos ver que os governos autoritários estão em ascensão. E estão usando essa política de ódio e medo no Facebook. Veja o Brasil, há esse extremista de direita que foi eleito e sabemos que o WhatsApp, que faz parte do Facebook, estava claramente implicado na divulgação de Fake News lá. E olha o que aconteceu em Myanmar, há evidências que o Facebook foi usado para incitar ódio racial que causou um genocídio. Também sabemos que o governo russo estava usando o Facebook nos EUA. Há evidência que os russos criaram memes falsos do Vidas Negras Importam e quando as pessoas clicavam neles eram direcionadas para páginas onde eles foram realmente convidados para protestos que foram organizados pelo governo russo e estavam configurando páginas visando grupos adversários, como Vidas Azuis Importam. É sobre alimentar o medo e o ódio para virar o país contra si mesmo. Dividir e conquistar. Essas plataformas que foram criadas para nos conectar são agora usadas como armas. E é impossível saber o que é o quê, porque está acontecendo nas mesmas plataformas onde conversamos como nossos amigos ou compartilhamos fotos de bebês. Nada é o que parece.

Essa sequência discursiva é acompanhada de imagens referentes a cenas de conflito, ódio, violência e morte nos países citados. Temos imagens de Bolsonaro assumindo o cargo máximo do poder legislativo no Brasil, imagens de corpos sem vida cobrindo vias públicas em Myanmar, imagens de práticas de violência nos Estados Unidos. Todas as imagens se associam a “política de ódio e medo no Facebook”, ou seja, essa sequência discursiva remete a circulação de discursos fascista no Facebook e ao resultado dessa prática nos países citados.

De acordo com Stanley (2018), a política fascista substitui qualquer possibilidade de debate por discursos que produzam o medo e

o ódio. Trata-se do funcionamento das línguas totalitárias que, a partir de um regime de repetibilidade (INDURSKY, 2011), instala dúvidas, desestabilização, desconfiança e raiva contra o sujeito ou o grupo apontado como responsável por suas perdas, transformando o diálogo em práticas de violência. “A política fascista troca a realidade pelos pronunciamentos de um único indivíduo, ou talvez de um partido político. Mentiras óbvias e repetidas fazem parte do processo pelo qual a política fascista destrói o espaço da informação” (STANLEY, 2018, p. 66).

Pêcheux ([1982] 1990) discute a importância de estudar as línguas totalitárias, ‘penetrar em sua espantosa experimentação’, buscar entender o poder que elas exercem na linguagem e a eficácia de tais formulações em ‘fazer marchar as massas’. Essas formas linguísticas nunca desaparecem, como pudemos perceber a partir da ascensão da extrema-direita em diversos países do mundo:

O nazismo não recomeçará provavelmente como tal, mas ‘o ventre ainda é fecundo’, e ele gera a cada dia meios mais eficazes para dominar o que lhe resiste: as ‘línguas de vento’ se aperfeiçoaram consideravelmente desde os anos 30 na arte da anestesia e da asfixia. Do médium em transe que se tornou visível pela sua voz na Alemanha radiofônica de 1933, até os fantasmas audiovisuais das mídias contemporâneas, que progressos na arte de fazer marchar as massas, produzindo-lhes o invisível (PÊCHEUX, 1990, p. 19).

Gadet e Pêcheux ([1981] 2004, p. 23), denominam de língua de vento uma forma linguística mais fluida, que fazem parte da enunciação política e de grupos hegemônicos para a produção de publicidade e a propaganda. A utilização da língua de vento produz um modo de dominação mais sutil, pois possibilita à classe que está no poder exercer sua mestria sem apontar um mestre aparente.

As práticas realizadas via modulação de dados, tal como aparece em Privacidade Hackeada, mostram que as línguas totalitárias, nas plataformas

digitais, ao serem orientadas para grupos específicos conseguiram promover um controle das subjetividades e, conseqüentemente, atingiram a opinião e o comportamento político de grupos específicos de sujeitos. Parece que as línguas de vento se transformaram em tornados, mais fortes e velozes, sendo que os efeitos produzidos são mais letais e avassaladores, tal como ocorreu em países como Brasil, Reino Unido, Myanmar, Estados Unidos e tantos outros.

Percebemos também, nessa seqüência discursiva 3, que o antagonismo faz parte do funcionamento do Facebook, é um elemento constitutivo, pois ao mesmo tempo que ele possibilita relacionamentos e compartilhamentos entre amigos e familiares, a plataforma também extrai e armazena dados pessoais de seus usuários, pode monetizar esses dados para governos e corporações que, por sua vez, irão utilizá-los para promover um controle sobre a circulação de informações. A maior plataforma de relacionamento social online é um lugar de disputas, embates e luta de classes.

### Algumas considerações

Este trabalho buscou discutir as relações de poder e monopólio existentes nos meios de comunicação, tendo em vista sua configuração atual constituída pela imprensa, a radiodifusão e as tecnologias digitais. Consideramos que houve transformações no conjunto complexo dos Aparelho Ideológico de Estado da Informação que instalou outras relações de desigualdade-subordinação a partir, principalmente, das práticas de controle exercidas pelas plataformas digitais.

O funcionamento dessas empresas de tecnologia e plataformas digitais é uma nova forma de instalação da política do silêncio em que há uma tentativa de apagar sentidos que se quer evitar, sentidos que remeteriam a uma outra formação

discursiva. A política do silêncio nessas plataformas é exercida algorítmicamente e de forma velada, tendo em vista a não transparência e modificações constantes para atender as exigências do capital.

As condições de produção dos espaços digitais na Internet estabelecem diferentes mecanismos que condicionam a existência sócio-histórica das produções discursivas a partir dos algoritmos que controlam a distribuição de conteúdos nas plataformas online e a hierarquização dos resultados das consultas nos mecanismos de busca, esse processo é realizado de modo opaco e indecifrável para a sociedade. Por isso, as relações instaladas nos espaços digitais são de desigualdade-subordinação.

Nesse modo de produção, que se faz pelo excesso e pela falta, temos um intrincado de discursos que estão sobredeterminados pela normatização dos espaços enunciativos informatizados. Nessas condições, mesmo que a legitimidade, mas sobretudo o poder econômico da imprensa e grandes plataformas, sejam ainda as dominantes, os modos como essa dominação se dá estão diretamente relacionados com certas práticas próprias das sociedades democráticas contemporâneas, com as suas “políticas de inimizade” (MBEMBE, 2017).

É a partir desse cenário complexo de relações de poder, no interior do Aparelho Ideológico da informação, que se torna possível o retorno da credibilidade escancarada dada aos discursos e sujeitos não identificados às instituições tradicionais é, justamente, aquela que permite que haja, hoje, a entrada em cena de sujeitos identificados à uma extrema direita, cujos argumentos e posições, até pouco tempo, eram considerados impronunciáveis no campo político e impublicáveis no campo da comunicação. Como vimos com o caso da Cambridge Analytica, abordado no documentário aqui analisado, esse modo de controle dos discursos coloca em jogo

uma retroalimentação de dados: coletados a partir das ações dos sujeitos, empacotados pelo mercado e, negociados nos balcões dos partidos. Dados que voltam a alimentar a base de dados das agências de propaganda, dessa vez políticas, nos devolvendo a nossa imagem invertida fantasiada de conteúdos informativos como objetos a consumir.

Esse modo de extração de dados faz com que essa nova riqueza, extraída com sangue e suor de nosso trabalho cotidiano, seja, portanto, um dos modos de dominação social, sobretudo nos países do sul global. Nesse novo Brasil colônia, com suas telas digitais e apps espelhados, parece que por todo lado o que se vê, agora, é o reflexo de uma sociedade que aparece como sendo majoritariamente racista e fascista. Nos perguntamos, será? Mas não foi propaganda, monopólio, manipulação, que ele disse?

## Referências

ALTHUSSER, Louis. **Aparelhos Ideológicos de Estado**. 2a Ed., Rio de Janeiro: Edições Graal, 1985.

BANDEIRA, Olívia; VALENTE, Jonas. **Na internet, a combinação de novas e velhas formas de concentração. Le Monde Diplomatique Brasil, 12 de set. de 2018**. Disponível em: <<https://diplomatique.org.br/na-internet-a-combinacao-de-novas-e-velhas-formas-de-concentracao/>>. Acesso em: 30 de jun. de 2020.

BORGES, Altamiro. **A Ditadura da mídia**. São Paulo: Editora Anita Garibaldi, 2009.

EVANGELISTA, Rafael. **Capitalismo de vigilância no sul global: por uma perspectiva situada**. In: LAVITS | VIGILANCIA, DEMOCRACIA Y PRIVACIDAD EN AMÉRICA LATINA: VULNERABILIDADES Y RESISTENCIAS., 5., 2017, Santiago, Chile. LAVITS | Vigilancia, Democracia y Privacidad en América Latina: Vulnerabilidades y resistencias.

Santiago, Chile: Lavits, 2017. p. 243 - 253. Disponível em: <<http://lavits.org/wp-content/uploads/2018/04/08-Rafael-Evangelista.pdf>>. Acesso em: 02 fev. 2019.

GADET, Françoise; PÊCHEUX, Michel. **A Língua Inatingível: o discurso na história e na linguística**. Campinas: Pontes, 2004.

INDURSKY, Freda. **A memória na cena do Discurso**. In: INDURSKY, Freda; MITTMANN, Solange; FERREIRA, Maria Cristina Leandro. **Memória e história na/da análise do discurso**. Campinas, Sp: Mercado de Letras, 2011.

LIMA, Venício A. **Mídia: crise política e poder no Brasil**. São Paulo: Editora da Fundação Perseu Abramo, 2006.

MBEMBE, Achille. **Políticas da inimizade**. Lisboa: Antígona Editores Refratários, 2017.

MIGUEL, Luis Felipe. **A disputa pela fala jornalística: empresas, profissionais e ativistas na querela das fake news**. In: **Análise de Discurso em rede: cultura e mídia – volume 4**. Campinas, SP: Pontes Editores, 2019.

MATOS, Carolina. **Mídia e política na América Latina: globalização, democracia e identidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2013.

MORAES, Dênis; RAMONET, Ignacio; SERRANO, Pascual. **Mídia, Poder e Contrapoder: da concentração monopólica à democratização da informação**. São Paulo: Boitempo; Rio de Janeiro: FAPERJ, 2013.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **As formas do silêncio: no movimento dos sentidos**. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2007.

PÊCHEUX, Michel. **Delimitações, inversões, deslocamentos**. *Cadernos de Estudos Linguísticos*. Campinas, n. 19, p. 7-24, 1990.

PÊCHEUX, Michel. **Semântica e Discurso: uma crítica à afirmação do óbvio**. Trad. Eni P. Orlandi (et. Al) – 2. Edição – Campinas, SP:

Editora da Unicamp, 2009.

PÊCHEUX, Michel. **Foi “propaganda” mesmo que você disse?** In: ORLANDI, Eni. *Análise de Discurso: Michel Pêcheux*. Campinas, Sp: Pontes Editores, [1979]2011. p. 73-92. Tradução: Eni Puccinelli Orlandi.

REGATTIERI, Lori. **Um ano do escândalo Cambridge Analytica: retrospectiva e o que mudou.** Media Lab: UFRJ. Rio de Janeiro, 29 mar. 2019. #dobras 25, p. 1-1. Disponível em: <http://medialabufrj.net/blog/2019/03/dobras-25-um-ano-do-escandalo-cambridge-analytica-retrospectiva-e-o-que-mudou/>. Acesso em: 31 ago. 2020.

SILVEIRA, Sergio Amadeu. **Democracia e os Códigos Invisíveis: como os algoritmos estão modulando comportamentos e escolhas políticas.** São Paulo: Edições Sesc, 2019. Ebook Kindle.

SILVEIRA, Juliana da. **Rumor(es) e Humor(es) na circulação de hashtags do discurso político ordinário no Twitter.** 2015. 210 f. Tese (Doutorado) - Curso de Doutorado em Letras, Programa de Pós-graduação em Letras, Universidade Estadual de Maringá, Maringá, 2015. Disponível em: <[http://www.ple.uem.br/teses\\_ple.htm](http://www.ple.uem.br/teses_ple.htm)>. Acesso em: 24 mar. 2016.

GALLO, Solange Maria Leda; SILVEIRA, Juliana da. **Forma discurso de escritorialidade: processos de normatização e legitimação.** In: FLORES, Giovanna G. Benedetto (Org.). *Análise de discurso em rede: cultura e mídia*. 3. ed. Campinas: Pontes Editores, 2017. p. 171-194.

SOUZA, Renata Adriana. **O Enunciado Liberdade de Expressão em Weblogs Progressistas: produção e circulação de sentidos.** 181p. Tese. [Doutorado em Estudos da Linguagem] - Programa de Pós-graduação em Letras da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2015.

STANLEY, Jason. **Como funciona o fascismo: A política do “nós” e “eles”.** Porto Alegre: Editora

L&PM, 2018.

ZUBOFF, Shoshana. **Big Other: capitalismo de vigilância e perspectivas para uma civilização de informação.** In: BRUNO, Fernanda et al (Org.). *Tecnopolíticas da vigilância: perspectivas da margem*. São Paulo: Boitempo, 2018. p. 17-68. Antonio Holzmeister, Oswaldo Cruz, Bruno Cardoso.

**Submissão: agosto de 2020.**

**Aceite: setembro de 2020.**