

## TERMOS DE USO E POLÍTICA DE PRIVACIDADE

## TERMS OF USE AND PRIVACY POLICY

Janice Aparecida de Souza\*

### Resumo:

O artigo discute o impacto das novas Tecnologias da Informação e Comunicação - TIC's sobre o exercício cotidiano da ação social e política e sobre a democracia institucionalizada. Evidencia o papel dos meios de comunicação como elemento definidor do sucesso ou fracasso das campanhas eleitorais e aponta a necessidade de uma nova gestão dos meios de comunicação que garanta lisura e credibilidade aos processos democráticos em um contexto que demanda novas estruturas de governança corporativa e legislativa.

**Palavras-chave:** Novas Tecnologias. Informação. Comunicação. Campanhas eleitorais.

### Abstract:

The article discusses the impact of the New Information and Communication Technologies (ICTs) on the daily exercise of social and political action and on institutionalized democracy. It highlights the role of the media as a defining element of the success or failure of electoral campaigns and points to the need for a new media management that ensures fairness and credibility to democratic processes in a context that demands new corporate and legislative governance structures.

**Keywords:** New Technologies. Information. Communication. Electoral Campaigns.

---

Artigo Submetido em 25 de julho e aprovado em 09 de agosto de 2019.

\* Graduada em História, Especialista em Teoria e Método em História Moderna e do Brasil, mestre em Educação pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) e doutoranda em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Professora concursada na Faculdade de Educação da UEMG, trabalha com História da Educação: a Educação na Formação Social Moderna. Ocupou os cargos de Superintendente de Políticas de Promoção de Direitos e Cidadania, Coordenadora da Casa de Direitos Humanos e Diretora de Orientação ao Trabalho no Governo do Estado de Minas Gerais. Possui também 20 anos de experiências em atividades de gestão na iniciativa privada. Contato: Janice.souza@uemg.br

## 1 INTRODUÇÃO

[...] a ciência política já reconhece a existência do jornal, bem como do rádio, da televisão e até da internet. Mas em geral não vê neles maior importância. Miguel (2002)

A epígrafe acima foi extraída do artigo *Os Meios de Comunicação e a Prática Política*, de Luis Felipe Miguel (2002). Nele, o autor se refere aos meios de comunicação como uma esfera da representação política, chama a atenção para os efeitos exercidos pelas mídias sobre as crenças, as atitudes relativas à política e suas instituições e enfatiza o impacto que os meios de comunicação exercem sobre a democracia. Se o debate sobre tal impacto pudesse parecer à época e aos meios mais acadêmicos como merecedor de crédito, as últimas eleições descortinaram esse impacto até para o mais comum dos cidadãos. Se a mídia figurava em segundo plano como variável significativa para a compreensão das ideias políticas compartilhadas por uma parcela da população, e sobre os caminhos da democracia, assim não mais o é.

Todas as interações, transações no cartão de crédito, pesquisas da web, localizações, curtidas, são coletadas em tempo real em uma indústria trilhonária. Somos manipulados e direcionados dentro de um mundo virtual infinito de “informações que são selecionadas e exibidas por algoritmos complexos – e secretos que escolhem tudo que devemos consumir Derakhshan (2015). Atualmente, empresas como a Google e o Facebook são as mais poderosas do mundo. As informações que elas dispõem já superaram o valor do petróleo e são o bem mais valioso do planeta. O documentário *Privacidade Hackeada*<sup>1</sup>, expõe os efeitos tsunâmicos e os desdobramentos acarretados a partir de nosso “aceite” aos “Termos de Uso e Política de Privacidade” nos incontáveis *sites* e grupos nas redes sociais. O filme aborda os escândalos protagonizados pelo Facebook em março de 2018. A *Cambridge Analytica* coletou, por meio da base de dados do Facebook, informações de 87 milhões de usuários e, por meio de tais dados, manipulou as eleições presidenciais no EUA, em outros países e direcionou causas relevantes para aqueles que a contrataram, dentre elas o plebiscito sobre a saída do Reino Unido do bloco econômico europeu em 2016 - Brexit.

---

<sup>1</sup> O filme, dirigido por Jehane Noujaim e Karin Amer está disponível no Netflix e conta com a participação da jornalista do The Guardian, Carole Cadwalladr, Julian Wheatland, ex-diretor de operações da Cambridge Analytica e Brittany Kaiser, ex-diretora de desenvolvimento de negócios. Antes de ingressar na Cambridge Analytica, ela trabalhou na campanha presidencial de Barack Obama.

## 2 AS TENDÊNCIAS ATUAIS

Embora aumente o número de democracias no mundo, a parcela de eleições livres e justas está diminuindo. Essas tendências persistem, não devido às tecnologias digitais, mas a despeito delas (Banco Mundial 2016). Ao que tudo indica, tal afirmação carecerá de relativização diante do impacto exercido pelas tecnologias digitais sobre os recentes acontecimentos e resultados eleitorais.

O Relatório sobre o Desenvolvimento Mundial (Banco Mundial, 2016) sinaliza, ainda, que é mais provável que os domicílios mais pobres tenham acesso mais a telefones celulares do que a sanitários ou água potável e relata a necessidade de aproveitar a mudança tecnológica para tornar o mundo mais próspero e inclusivo. O Relatório conclui que os benefícios totais da transformação da informação e comunicação somente se tornarão realidade se os países continuarem a melhorar seu clima de negócios, investirem na educação e saúde de sua população, proverem a boa governança e assegurarem que as instituições sejam responsabilizadas pelos seus atos. Tal responsabilização com implementação de sanções ainda está por ser construída, resta saber se há algo efetivo a ser feito que possa reverter os resultados deletérios sobre os rumos da democracia e seus impactos sobre as vidas comuns, que estão sendo manipuladas com Tecnologias da Informação e Comunicação.

Quando em 1995 a *National Science Foundation* cedeu ao setor privado o controle e a exploração da rede, manteve-se o acesso gratuito à informação, mas o modelo de regulação foi profundamente modificado em favor de uma lógica econômica centrada fundamentalmente na publicidade. A partir de então o capital especulativo encontra na internet oportunidades, grandes investimentos são feitos e pequenas empresas criadas por estudantes universitários se transformam em grandes corporações (Bolaño, 2014).

Reflito sobre este contemporâneo cenário a partir do lugar que ocupo, e peço licença para discorrer na primeira pessoa, sobre alguns aspectos que me tocaram a partir da leitura dos textos aos quais faço referência neste breve ensaio. Sou, como toda cidadã comum, resultado do vi, vivi, li, troquei, experimentei e também do que desconheço, numa incessante incorporação, construção e desconstrução que o dia-a-dia da existência impõe. Por vezes me surpreendo com a velocidade com a qual tudo se modifica, se reinventa, se transforma e se renova. Sinto-me, nem tão digital quanto meus alunos, nem tão analógica quanto meus antepassados e um tanto surpresa com as novas possibilidades de entendimento sobre o impacto das novas tecnologias sobre as democracias e sobre a vida dos cidadãos. Em que pese

o impacto das Tecnologias da Informação de Comunicação sobre as democracias já serem objeto de estudos acadêmicos mais densos, o escândalo envolvendo o Facebook e a Cambridge Analytica rompeu as fronteiras para muito além da academia nos impondo outras reflexões, sobre o que vem ocorrendo e seus impactos mercadológicos e existenciais, além do político.

### 3 OS INSTRUMENTOS DE PODER

Karl Marx (2005) se dedicou a entender a sociedade e o novo modo de produção que se instaura - o capitalista – a partir das revoluções burguesas do século XVII e toma a luta de classes como o seu componente principal. “Tudo que é sólido se desmancha no ar”, o louvável se torna profano, o capitalista liberta o bruxo e se torna refém dessa magia. A máquina capitalista engole tudo e é, em sua essência, revolucionária, uma condição para que continue a existir. O que apontou Marx no século XIX se apresenta ainda no XXI: predomina o fenômeno econômico enquanto elemento formador da sociedade.

Marx também constatou que o que a sociedade burguesa constrói é para ser posto abaixo. Das roupas aos teares e fábricas que as tecem, das casas aos bairros onde vivem os trabalhadores, das vilas às cidades, tudo é feito para ser desfeito, substituído, para que todo o processo possa seguir adiante, sob formas cada vez mais lucrativas.

O modelo de capitalismo industrial (monopolista) que se desenvolveu ao longo do século XX, sobretudo no pós-guerra, proporcionou a estrutura necessária para que a informação, o conhecimento e a cultura fossem produzidos, utilizados e organizados da forma que conhecemos hoje, como instrumentos de poder político e econômico (Bolaño, 2014).

A classe dominante não pode sobreviver sem revolucionar constantemente os instrumentos de produção, as relações de produção bem como todas as relações sociais. Neste cenário temos assistido as mídias sociais complicando outros veículos de comunicação: o Spotify falindo gravadoras, o Netflix falindo locadoras, o Booking impactando agências de turismo, o Trivago e o Airbnb complicando a dinâmica dos hotéis, o Whatsapp impactando as empresas de telefonia, o Uber competindo com os taxistas, a OLX impactando os classificados dos jornais, o smartphone acabando com as câmeras e impactando as revelações, a Tesla impactando as montadoras de automóveis, o *e-mail* complicando parte dos serviços dos Correios, a nuvem complicando a vida dos pen drives, o Tinder e outros aplicativos de

relacionamento impactando a forma pela qual nos relacionamos afetivamente. Os exemplos são incontáveis, bem como os seus efeitos sobre as instituições e sobre nossas existências. Os meios de comunicação são agentes políticos plenos e, com a força de sua influência, reorganizaram, além do mercado, todo o jogo político, se tornando ferramenta essencial para a geração de capital político.

## CONCLUSÃO

Se a televisão ocupou, durante muito tempo, lugar central como equipamento de informação, entretenimento, manipulação ideológica e principal obstáculo das democracias ocidentais,<sup>2</sup> a tela do computador e do telefone celular<sup>3</sup> ocuparam ampliando essa centralidade e o impacto dela no jogo político atual é inquestionável.

Os meios de comunicação, na forma como existem hoje, dificilmente darão espaço para a expressão ou a constituição de interesses que ameacem as estruturas básicas do capitalismo. O desequilíbrio de recursos que o capitalismo produz na esfera econômica transborda sem cessar para a esfera política, comprometendo a igualdade, que é requisito para o exercício da democracia (Miguel, 2002: p.164, 165). Se, para esse autor, a influência mais evidente dos meios de comunicação sobre o campo político estava na formação do capital político, em dias atuais tal influencia se espalhou para campos outros e nem sempre éticos. As eleições de 2018 no Brasil, por exemplo, escancararam o poder dos meios de comunicação para projetar e garantir o êxito no pleito eleitoral até de candidatos com pouco ou nenhum capital político.

Os meios de comunicação se tornaram, de maneira muito contundente, o grande elemento definidor do sucesso ou fracasso das campanhas eleitorais. Uma nova gestão dos meios de comunicação que possa garantir lisura e credibilidade aos processos democráticos se fazem necessários. Urge pensar em novas estruturas de governança corporativa e legislativa.

Se, para Derakhshan (2015) o resultado mais sério da centralização da informação nos tempos de mídia social é o fato de estarmos nos tornando mais vigiados e menos poderosos em relação a governos e corporações e que a única maneira de ficar longe desse vasto aparato

---

<sup>2</sup> Sartori, “Videopolítica” *apud* Miguel (2002, p. 159)

<sup>3</sup> Segundo Relatório do Banco Mundial (2016), quase 70% do quinto mais pobre da população dos países em desenvolvimento têm telefone celular. O número de usuários da internet mais do que triplicou em uma década – de um bilhão em 2005 para cerca de 3,2 bilhões no final de 2015.

é ir para uma caverna e dormir, desejo que nos inspiremos na sabedoria de Ariano Suassuna, para não sermos tolos, como os otimistas, nem chatos quanto os pessimistas, mas realistas esperançosos.

### REFERÊNCIAS

**BANCO MUNDIAL**. Relatório sobre o desenvolvimento mundial de 2016: Dividendos digitais: disponível em: <<http://documents.worldbank.org/curated/pt/788831468179643665/pdf/102724-WDR-WDR2016Overview-PORTUGUESE-WebResBox-394840B-OUO-9.pdf>>

BOLAÑO, César R.S.; VIEIRA, Eloy S. Economia Política da Internet e os sites de redes sociais. **Revista Optic Online**. v. 16, n. 2, p. 75-88. mai-ago 2014. Disponível em: <<https://seer.ufs.br/index.php/eptic/article/viewFile/2168/1947>>

DERAKHSHAN, Hossein. Salve a internet. **PISEAGRAMA**, Belo Horizonte, número 08, página 52 - 55, 2015. <https://piseagrama.org/salve-a-internet/>

MARX, Karl e ENGELS, F. **O Manifesto Comunista**. In: COGGIOLA, Osvaldo (Org.). São Paulo: Boitempo Editorial [1988] 2005.

MIGUEL, Luís Felipe. Os meios de comunicação e a prática política. **Lua Nova**. n. 55-56, 2002. pp 155-184. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/ln/n55-56/a07n5556.pdf>>