
A Tecnologia é Amiga de Quem? Interações Digitais, Vigilância e Privacidade na série “You”^{1 2}

Júlia ANJOS³
Universidade Federal do Rio de Janeiro, RJ

RESUMO

A proposta do artigo é analisar os sentidos expressos na produção televisiva “You” acerca de temas como interações digitais, vigilância e privacidade. A ficção seriada em questão contribui para que se possa ir além da visão simplista de oposição entre mundo real e virtual e, assim, discutir os problemas efetivamente existentes em torno do uso das tecnologias em nossa sociedade: a invasão de privacidade e a vigilância constante a que não apenas a protagonista feminina da série está submetida, mas também, guardadas as devidas proporções, todos os bilhões de usuários dos *sites* de redes sociais, que se divertem e se expressam por meio destas ferramentas enquanto seus dados são explorados.

PALAVRAS-CHAVE: tecnologia; vigilância; privacidade; gênero.

TEXTO DO TRABALHO

I. Considerações iniciais

“Filmes de ficção científica estão muito errados. A tecnologia é nossa amiga”. Essa é a opinião que Joe Goldberg, protagonista da série “You”, exibida pela Netflix, confia aos telespectadores. Apesar de sua defesa à benevolência da tecnologia, porém, Joe não tem perfil em *sites* de redes sociais. Para sua namorada, Guinevere Beck, ele justifica essa decisão de (aparentemente) se ausentar do mundo digital dizendo que é “um cara à moda antiga”, que gosta da “vida real”. Sua personalidade, a princípio, parece corroborar este discurso exterior: Joe é um simpático gerente de livraria, grande conhecedor e admirador dos clássicos da literatura, além de namorado romântico e gentil, do tipo que cozinha e até lava as roupas da amada. Conforme o espectador acompanha a trajetória deste homem tão cultivado e obsequioso para conquistar o coração de sua

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Cultura Digital, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Trabalho a ser avaliado, também, para a chamada de trabalhos para o livro “Fluxos comunicacionais em redes sociotécnicas: repercussões das micro-narrativas ao big data”.

³ Doutoranda do curso de Comunicação e Cultura da ECO-UFRJ. E-mail: julianjos@gmail.com

donzela, porém, assiste enquanto ele rastreia cada passo da vida de Beck, descobre todos os seus segredos, assassina dois de seus amigos e termina por deter a namorada em cativeiro – todos estes crimes, ele realizou com a inestimável ajuda de sua “amiga”, a tecnologia. Diante disto, vale perguntar: afinal, de quem a tecnologia é aliada?

Amiga ou inimiga, a tecnologia chegou a se tornar um personagem da trama, segundo Greg Berlanti, produtor executivo da série⁴. Caroline Kepnes, autora do livro no qual a série foi baseada, conta que a ideia para a história surgiu em um momento em que ela observou que um homem a encarava, com reprovação, enquanto ela ocupava uma cadeira em um café apenas para olhar o *feed* do *Facebook*⁵. A narrativa aqui analisada, deste modo, pode ser percebida como um enunciado historicamente situado, isto é, que demonstra preocupações e receios intrinsecamente relacionados ao entorno social e que “fornece ambientes ficcionais onde constelações de poder historicamente específicas se tornam visíveis” (SHOHAT & STAM, 2014, p. 102).

Partindo desta noção, procuro perceber os sentidos expressos na produção sobre tecnologia, privacidade e vigilância por meio de uma análise do discurso de inspiração foucaultiana, que compreende enunciados como raridades: eles apenas existem em condições históricas muito específicas, que não se dão de forma necessária, mas através de mecanismos de poder e saber determinados (FOUCAULT, 2008). E o objetivo desta investigação seria justamente compreender o princípio segundo o qual puderam aparecer estes conjuntos significantes e não quaisquer outros, além de desvelar as relações de poder e luta política que conformaram esta organização de mundo. No caso, analisarei cenas da série “You” que ilustram o que está em jogo na visão simplista de oposição entre “mundo real” e “mundo virtual” e desvelam as organizações de poder favorecidas por estes tipos de discursos de saber sobre a tecnologia.

II. “Você é só você. Sem um pingo de falsidade”: desconstruindo a oposição entre mundo “real” e “virtual”

Os protagonistas da série “You” se conhecem em uma livraria: Beck está em busca de um livro e cabe a Joe, como funcionário do local, atendê-la e fechar a venda. De posse

⁴ Mais informações em: <<https://variety.com/2018/tv/news/you-sera-gamble-penn-badgley-greg-berlanti-privacy-social-media-metoo-1202886849/>>. Acessado em: 30/06/2019.

⁵ Mais informações em: <<https://www.refinery29.com/en-us/2018/10/212760/you-book-caroline-kepnes-joe-character-inspiration>>. Acessado em: 30/06/2019.

dos dados da moça conseguidos através deste contato, ele procura por seus perfis em *sites* de redes sociais para saber mais sobre ela. Joe descobre diversos detalhes sobre a vida de Beck e faz julgamentos sobre seu comportamento, incomodado com a constante exposição de si que a jovem promove. Ele percebe, entretanto, que algo Beck não compartilhou com seus seguidores: o encontro dos dois na livraria – justamente um evento que ele considerou tão significativo. Teria Beck julgado Joe tão irrelevante assim? Ele, porém, logo se consola, pensando que o fato de a moça não ter mencionado este momento nas redes apenas confirma que ele foi autêntico e importante, afinal, conclui Joe, sua vida *online* não é real.

O modo como o personagem é construído narrativamente retrata, portanto, uma visão, muito presente no senso comum, de oposição entre as interações face-a-face, consideradas como conexões verdadeiras, “vida real”, e a comunicação *online*, mediada por computador, reputada como “falsa”, “artificial”, sinal de decadência da sociedade e futilidade de seus adeptos. Como lembram Miller et al. (2016), este tipo de comparação entre duas esferas implica que elas sejam excludentes e opostas uma em relação à outra. Em realidade, a pesquisa etnográfica dos autores demonstra que relações entre pessoas são criadas e mantidas através de interações tanto no ambiente *online* quanto no *offline*, de maneira integrada. A terminologia dualística e a ideia da *Internet* como um “mundo separado”, porém, permanecem modos através do quais pessoas ao redor do mundo compreendem e descrevem as próprias experiências comunicativas.

Ainda de acordo com Miller et al. (2016), colabora para a melhor compreensão deste tema o paradigma antropológico de que a utilização de mediações no contato entre indivíduos não é, de modo algum, exclusividade das sociedades contemporâneas urbanizadas – a intervenção da técnica também está presente até mesmo uma sociedade tribal das mais isoladas. Além disso, tanto nos Estados Unidos quanto em uma ilha no meio do Oceano, as interações face a face não ocorrem de maneira totalmente “genuína” e “autêntica”, mas sim estão sempre perpassadas por regras sociais e culturais bastante detalhadas.

A análise de Goffman (2002) sobre interações sociais face-a-face também é interessante para refletir sobre o caráter profundamente complexo do cálculo que cada indivíduo faz, diariamente, ao manter uma conversação com outro, por mais simples que esta troca possa parecer. O autor se volta justamente para o estudo da estrutura dos momentos onde as pessoas se encontram na presença física imediata umas das outras.

Estas interações não ocorrem de maneira livre e espontânea, mas sim guiadas por diversas técnicas e recursos utilizados pelos indivíduos com o fim de estabelecer uma definição da situação favorável a seus objetivos.

A série “You” mostra exemplos interessantes deste tipo de interação. Em determinado momento, Joe percebe uma disputa velada de poder entre duas amigas de Beck, Peach e Anika, e decide se aproveitar desta rixa para afastar as amigas de Beck. Ele, porém, não intervém naquele momento, pois sabe que um confronto direto iria contra a definição da situação (uma reunião descontraída) e que isso afetaria a fachada de bom moço que construiu para si perante Beck e seu grupo de amigas.

Já quando a própria Beck conduz a narração da série, percebemos que, além de – como acusa Joe – “montar uma vida” nos sites de redes sociais, ela também manipula as impressões que pretende passar aos demais em diversos momentos de suas interações face a face. A jovem convive com amigas de uma classe social diferente da sua e se esforça para não parecer inferior, por exemplo, quando dá a Anika um lenço caro, de marca, acima de suas possibilidades financeiras. Além disso, em sua relação com o pai e a madrasta, Beck constantemente procura guardar para si a raiva e o rancor que sente em relação aos dois, mantendo uma fachada polida e cortês, tanto nas trocas de mensagens eletrônicas quanto nas interações face a face.

Percebemos, assim, que a narrativa da produção confere tanto ao personagem masculino quanto ao feminino a habilidade de manejar suas atitudes e *personas* dependendo dos ambientes em que interagem e dos objetivos que desejam atingir. A principal diferença entre as manipulações de Beck e as de Joe não é que as dela ocorrem preferencialmente no ambiente *online* e as dele nas interações face a face, mas sim que, enquanto ela se sente uma fraude, profundamente culpada por não relevar sempre seus verdadeiros sentimentos, Joe não considera de modo algum seu comportamento como fingido, mas sim como uma prova de sua afeição à mulher amada.

Alguns espectadores da série chegaram a questionar o modo como a obra retrata de modo tão gentil o personagem masculino, que acaba por se revelar um psicopata. Este comportamento, contudo, se encaixa perfeitamente ao de alguém que manipula com destreza os demais: Joe sabe definir com precisão sua fachada para cada tipo de interação. Goffman define como fachada “o equipamento expressivo de tipo padronizado intencional ou inconscientemente empregado pelo indivíduo durante sua representação” (GOFFMAN, 2002, p. 29).

Esta categoria de fachada se torna relevante para contrastar à ideia dos perfis nas ferramentas *online* de redes sociais, considerados – tanto pelo personagem da série analisada quanto pelo senso comum – artificiais e falsos, em oposição a uma suposta manifestação verdadeira do indivíduo. A partir daí, podemos chegar a duas reflexões: a primeira é que, se existe um sujeito sólido e genuíno, ele também não está nas interações face a face; a segunda é que, se existe falseamento na conduta de indivíduos, as fotos encenadas de *Instagram* não são nossa maior preocupação.

Além dos pequenos atos de manipulação da impressão que causamos aos demais, Goffman (2002) destaca que a idealização é um importante aspecto desta representação dos sujeitos-atores, isto é, a tendência a mostrar aos demais uma feição melhorada de nós mesmos. É interessante contrastar essa afirmação ao discurso acusatório sobre a *Internet*, em relação à falsidade das vidas aparentemente perfeitas que os usuários demonstram no ambiente *online* – e, novamente, a sociologia nos mostra que tal comportamento não é, de modo algum, exclusividade do *Instagram*. Goffman (2002) menciona o hábito de muitas famílias de se alimentarem com frugalidade no dia a dia, ao passo que preparam fartos e opulentos jantares ao receberem convidados.

Tal comportamento, é importante ressaltar, não apresenta caráter desviante da normalidade, mas sim se constitui como uma espécie de homenagem aos valores oficiais comuns da sociedade. Em outras palavras, as pessoas apenas se esforçam para se apresentar de certa maneira considerada ideal porque comungam com as regras que definem este comportamento como positivo. Não existe, neste ato de representação, uma anomia social, como se costuma pensar no senso comum.

O usuário que interage nos *sites* de redes sociais, deste modo, não deve ser visto simplesmente como manipulado e nem manipulador, mas sim um sujeito social e estratégico. A crença de que as ferramentas de redes sociais meramente afastam as pessoas não se sustenta diante de uma análise do comportamento de seus usuários, uma vez que estas são comumente utilizadas tanto para se relacionar com alguém novo quanto para manter relações íntimas. O ambiente *online* confere, na verdade, maiores possibilidades para interação.

No lugar de mundos separados, a melhor alternativa seria olhar para o ambiente *online* e o *offline* como dois quadros de referências complementares, que se combinam para formatar uma imagem mais completa de um indivíduo e suas relações. Nesta perspectiva, a distinção simplista entre “mundo real” e “mundo virtual” é substituída por

uma mais visão mais complexa que considera as diferentes dimensões e os diversos ambientes onde se dá uma gradação de relacionamentos (MILLER et al., 2016).

Um conceito interessante para melhor compreender esta atuação de um usuário estratégico é a ideia de polimídia (MADIANOU & MILLER, 2013). Os autores defendem a existência de um ambiente de oportunidades comunicativas que funciona como uma estrutura integrada, isto é, em que cada meio é observado em relação aos demais. Assim, neste ambiente, os usuários escolhem, de maneira estratégica, os meios que são, por suas características de usabilidade, mais propícios para cada tipo de comunicação que planejam estabelecer e exploram diferenças entre estes meios de acordo com as distinções que desejam realizar em suas relações pessoais.

Estratégia semelhante é utilizada para a construção narrativa da protagonista feminina da série “You”. Quando Joe pede seu número de telefone, ela diz que prefere se comunicar por *e-mail*. Ele percebe que ela toma essa atitude em uma tentativa de se resguardar, afinal eles mal se conhecem, e a conversa dos dois segue por correio eletrônico. Neste ponto, porém, a trama apresenta uma virada: percebemos que Joe, na verdade, surrupiou o telefone celular da moça. Quando ela compra um aparelho novo, não se dá conta de que precisaria desconectar o antigo da “nuvem” e, assim, Joe segue tendo acesso a todos os seus dados e conversas.

Ainda assim, a narrativa abre espaço para que o personagem masculino seja surpreendido, em alguns momentos, por fatos que não estavam presentes nas conversas pessoais de Beck em seu telefone. Ao segui-la e escutar um diálogo da jovem com as amigas em um bar, o *stalker* fica sabendo que Beck teve um encontro sexual sem compromisso, na tentativa de esquecer um antigo relacionamento. É apenas neste momento que Joe se dá conta de que Beck era uma usuária ativa do aplicativo de relacionamentos *Tinder*. Este ponto da narrativa ajuda a compreender como a sociabilidade dos indivíduos contemporâneos não ocorre de forma linear, mas sim com diversas intermitências entre os ambientes *online* e *offline*, feitas de maneira consciente, de acordo com os tipos de relacionamentos que se deseja manter.

No caso da série, a personagem feminina não divulgava detalhes sobre sua vida sexual em seus perfis do *Facebook* ou do *Instagram*, e tampouco em conversas virtuais com suas amigas. Como se tratam de informações consideradas de caráter íntimo e que poderiam torná-la vítima de julgamentos mesmo por parte de pessoas próximas, ela

apenas menciona o fato de passagem, em meio a uma conversa face-a-face sobre outro assunto, após ter ingerido bebidas alcóolicas.

A protagonista feminina da série “You”, deste modo, é construída narrativamente de modo a fazer um uso estratégico das ferramentas de comunicação digital, manejando que informações sobre si deseja expor para aderir aos padrões de comportamento social, de maneira semelhante ao que realizamos cotidianamente em nossas interações face a face. Ela, entretanto, se enxerga como uma fingidora, acreditando na visão dualística entre “mundo real” e “mundo virtual”, e se martirizando por não exibir a todos o que seria o seu “verdadeiro eu”.

Essa reprovação de seu próprio comportamento aumenta quando ela começa a se relacionar com Joe, que, como foi dito, não possui perfil em *sites* de redes sociais e afirma “apreciar a vida real”. Em determinado momento, Beck compartilha sua angústia com o namorado, exaltando o comportamento dele, supostamente genuíno e louvável, em oposição ao seu próprio, visto como falso e fútil: “Você não está tentando ser quem não é. Você é só você. Sem um pingão de falsidade. (...) Você não se importa com coisas idiotas como postar sua vida online. É uma revelação. Sabe quantas selfies eu já tirei no vaso? Muitas” (YOU, 2018, ep. 4, 39:42).

Logo depois desta declaração, porém, quando Joe fica sozinho, ele se apressa em olhar o telefone antigo da namorada para examinar a conversa dela com as amigas. Alguns dias antes, Beck havia confidenciado, através deste diálogo, estar decepcionada com o parco desempenho sexual do namorado. Neste momento, portanto, Joe deseja saber se vai, em suas palavras, “ganhar uma segunda resenha”. Ele sabia que Beck tem, no celular, a possibilidade de estabelecer a qualquer momento “um ponto de encontro virtual para conversas privadas” (PRIMO et al., 2015, p. 529) e, na verdade, ansiava para que ela o fizesse, para que ele pudesse ter acesso a essa informação que ela não compartilhava com ele, mas sim com outras pessoas. Este comportamento demonstra uma interessante ambiguidade na construção do personagem: apesar de dizer que o mundo virtual se opõe ao real e aceitar calado quando a namorada o elogia por supostamente não fazer uso das tecnologias digitais, Joe reconhece a importância da comunicação *online* como uma maneira de se relacionar com os demais de forma íntima e se utiliza dela para invadir esta intimidade que não lhe diz respeito.

Outro ponto interessante desta cena que pode ser melhor compreendido a partir da teoria sobre cibercultura é o fato de que Joe deseja receber uma “resenha”, uma validação

através de uma conversa mediada por um aparelho eletrônico. Ele, que se diz tão avesso a este tipo de interação, fica feliz ao ver sua vida sexual comentada, mesmo que seja por meio de poucas palavras e alguns memes. No tópico a seguir, avaliarei a tendência a nos tornarmos, a partir das interações digitais, objetos de escrutínio a racionalização alheia, e discutirei como este processo, na verdade, vai além das características da tecnologia, mas sim está intimamente ligado com um contexto social mais amplo.

III. “Será que vou ganhar uma segunda resenha?”: controle e racionalização das relações

Gerlitz & Helmond (2013) analisam que as ferramentas de redes sociais tornaram possível transformar intensas experiências afetivas e complexas dinâmicas sociais difíceis de medir em valores contáveis e facilmente comparáveis. O personagem da série analisada, como foi visto, não se incomoda com essa simplificação de um intenso momento íntimo, uma vez que está mais interessado em receber aprovação daquela que é seu objeto de desejo. É curioso perceber, portanto, o jogo realizado pela narrativa neste momento: mesmo um personagem que constantemente enxerga os demais como objetos – como o protagonista da série, o qual assassinou duas pessoas, que ele via como “câncer”, e perseguiu obsessivamente uma mulher – acaba por também se colocar como objeto, a ser esquadrihado e avaliado.

De acordo com Turkle (2011), a vida conectada justamente encoraja todos nós a tratar os demais de modo semelhante ao qual manejamos objetos: de maneira arbitrária, sem dedicar muito pensamento, como se lidássemos com algo inanimado, sem muita importância e que pode ser descartado. Para a autora, isto acaba se passando de maneira natural, devido à grande quantidade de estímulos gerados pela tecnologia: mergulhados em centenas de *e-mails*, mensagens de texto e informações que a todo momento chegam a nós em velocidade muito maior que a nossa capacidade de responder a estas demandas, acabamos por reduzir a importância de cada interação. Além disso, como escrevemos muitas vezes para centenas de “amigos” ao mesmo tempo, tendemos a tratar indivíduos como uma unidade, uma única audiência.

Mais interessante, porém, na teoria da autora para a análise aqui proposta é a observação de que o maior atrativo, para nós, na comunicação mediada pelas tecnologias é a facilidade de controlá-las e garantir que estejam sempre acessíveis e agradáveis. Se não mais satisfazem, podemos facilmente descontinuí-las; se as apreciamos, podemos

nos conectar sem restrições. Assim, o único fator a definir quando deixaremos a interação não é a ausência de conteúdo, mas sim nós mesmos, quando cansamos.

Esta situação em que conveniência e controle são nossas prioridades ao nos relacionarmos com os demais, na visão de Turkle (2011), se constitui como um grave problema, uma vez que leva a uma simplificação e uma redução dos relacionamentos e faz com que esperemos mais da tecnologia e menos dos humanos. É justamente o modo como o protagonista da série “You” foi construído narrativamente: em seu discurso íntimo, ele se enxerga como amigo da tecnologia e espera pouco da maioria das pessoas, julgando-as como inferiores e até mesmo passíveis de eliminação. De seu interesse amoroso, por sua vez, ele espera demais, desejando que, assim como a tecnologia, Beck esteja sempre disponível, passível de controle e fornecendo prazer e alegria.

Outro aporte teórico para compreender este processo contemporâneo de objetificação e racionalização do outro é fornecido pela socióloga Eva Illouz (2007). A autora, porém, inverte a ordem das preocupações de Turkle, ao demonstrar que a tendência à racionalização dos relacionamentos, ainda que tenha na *Internet* uma potente forma de expressão, se desenvolve por diversos fatores bem anteriores ao surgimento da *World Wide Web*. A comunicação mediada por computadores, sob esta ótica, não é vista como a grande vilã, mas sim como uma das instituições que estão intimamente ligadas em um processo de mercantilização da individualidade, ao lado da literatura de autoajuda, da indústria de conselhos, do Estado e das indústrias farmacêuticas, entre outros.

Illouz (2007) localiza este fenômeno dentro do que chama de “capitalismo emocional”, uma cultura em que discursos emocionais e econômicos se moldam mutuamente, de modo que a dimensão afetiva se torna um aspecto essencial do comportamento econômico e a vida emocional, por sua vez, passa a seguir a lógica das relações econômicas. Nas palavras da autora: “Se a esfera da produção coloca o afeto no centro dos modelos de sociabilidade, as relações íntimas colocam cada vez mais em seu centro um modelo político e econômico de barganha e troca” (ILLOUZ, 2007, p. 27, tradução livre). Neste cenário de um capitalismo emocional, segundo a autora, estaria inserido um vasto processo de racionalização das relações íntimas, no qual emoções e relações complexas “são transformados em objetos mensuráveis e calculáveis, a serem capturados em declarações quantitativas” (*ibid.*, p. 24, tradução livre).

É interessante observar como elementos deste fenômeno apontado por Illouz aparecem na série analisada. O protagonista masculino proclama a todo momento estar

ajudando a amada a se livrar de pessoas que não a respeitam e não a valorizam, uma vez que ela supostamente não consegue avaliar por si própria quem devem ser suas companhias – em determinado momento, ele chega a afirmar: “sou o maior feminista que você conhece”. Sob a ótica de Joe, ele estaria conferindo à namorada inúmeras vantagens que, para usar o vocabulário econômico, gerariam um superávit para o relacionamento mesmo quando descontados o que ele vê como pequenos inconvenientes.

A construção do personagem masculino é feita de modo a revelar um comportamento obsessivo e violento desde os primeiros momentos da narrativa – nos primeiros 10 minutos de série, Joe já havia descoberto onde Beck morava e a observava escondido; antes de o episódio piloto marcar 30 minutos, ele invadiu o apartamento dela e afanou alguns de seus pertences; ao final do segundo episódio, ele assassinava um homem que via como seu concorrente pelas afeições da moça, após mantê-lo encarcerado por dias. Ainda assim, alguns espectadores da série relataram sentir empatia e atração em relação a Joe Goldberg, e torcer para que ele e sua amada ficassem juntos⁶. O próprio Joe esperava que Beck, mesmo após saber de tudo o que ele havia feito, o perdoasse. Mas como é possível amar um *stalker*?

No próximo tópico, desenvolverei argumentação no sentido de que, ao utilizar ferramentas de redes sociais, estamos todos, de certa maneira, acordando, dormindo, vivendo e nos divertindo ao lado de um *stalker*. Em determinado momento da série “You”, Joe afirma para Beck que ela deve perdoá-lo pelo que ele fez, já que tudo foi para que ela tivesse uma vida melhor. Esta frase lembra assustadoramente o argumento dos *sites* que desejam que aceitemos os chamados *cookies* ou o compartilhamento de dados de navegação – eles alegam que tudo é feito pensando em uma melhor experiência para nós mesmos.

IV. A redoma de vidro: privacidade e vigilância

“Aí está você. Todas as contas abertas. Você quer ser vista, ouvida, conhecida. Eu acabei sendo forçado a cooperar”: este é o discurso de Joe quando decide buscar informações sobre Beck e encontra diversos dados acessíveis *online*. O *stalker* obviamente não questiona a legitimidade de suas próprias ações ao vasculhar a vida

⁶ Mais informações em: <<https://entretenimento.uol.com.br/noticias/redacao/2019/01/11/voce-penn-badgley-se-preocupa-com-fas-apaixonadas-pelo-stalker-joe.htm>> e <<https://capricho.abril.com.br/famosos/penn-badgley-pede-para-fas-nao-defenderem-seu-personagem-na-serie-voce/>>. Acessado em: 28/06/2019.

peçoal de alguém através da *Internet*, enquanto afirma ser um cara totalmente alheio às redes sociais *online*. Em vez disso, ele culpa a própria Beck por seduzi-lo, primeiro com suas pulseiras que fazem barulho quando ela entra em sua loja, depois com a divulgação de informações sobre si nos meios digitais.

Neste momento, além da culpabilização da vítima, o protagonista masculino da série também corrobora com mais uma visão muito recorrente no senso comum: a de que aqueles que compartilham informações sobre sua vida privada em ferramentas de redes sociais não se importam com sua privacidade e não podem reclamar da invasão desta. Segundo Boyd e Marwick (2011), esta crença parte de uma visão dicotômica sobre privacidade como absolutamente oposta ao ambiente público. Assim, só teriam direito à proteção aquelas informações mantidas no âmbito doméstico e íntimo.

Além disso, Vaidhyathan (2011) acrescenta que a preocupação com privacidade não se limita a um desejo por reter informações sobre si, mas tem maior relação com a vontade de controlar nossas reputações. Assim, quando um jovem divulga um detalhe de sua vida pessoal para sua rede de amigos *online*, não quer dizer que ele está abrindo mão de sua privacidade, mas sim dirigindo a disseminação de informação sobre si em um contexto no qual ele pensa estar seguro e em controle.

Como lembram Boyd e Marwick, jovens costumam desenvolver intrincadas estratégias para tentar garantir que compartilham conteúdo apenas com aqueles que realmente desejam e, deste modo, demonstram que, sim, ainda se importam com privacidade. Neste sentido, não é contraditório o fato de que eles queiram ser vistos, reconhecidos e validados, mas apenas por certas pessoas – na verdade, este comportamento é semelhante ao modo como indivíduos têm se relacionado no espaço público ao longo da história.

O problema se inicia quando a maioria dos ambientes de interação *online* é propositalmente desenhada para favorecer o espriamento de dados e dificultar um manejo mais consciente destes. A confusão e falta de consciência sobre os limites do compartilhamento de informações se convertem em lucros para as companhias que criaram estes ambientes (VAIDHYANATHAN, 2011).

É interessante, para a questão, pensar sobre o caso do *Facebook*. Apesar dos esforços que Mark Zuckerberg afirma fazer para tornar sua ferramenta um local mais seguro para seus usuários, Vaidhyathan (2018) defende que qualquer ação neste sentido será apenas cosmética, mas não atingirá a raiz da questão. Segundo o autor, o problema

do *Facebook* é o *Facebook* – afinal, se trata de um sistema global que conecta mais de 2 bilhões de pessoas de diversos locais do planeta, permite que todas elas publiquem conteúdo sem análise prévia da ferramenta, desenvolve algoritmos que favorecem assuntos polêmicos e lucra a partir de um sistema de publicidade que direciona anúncios utilizando vigilância massiva e elaborados dossiês pessoais dos usuários. Além disso, a empresa comprou diversos de seus potenciais competidores, como *Instagram* e *Whatsapp* e, assim, não possui grandes concorrentes como um conector de pessoas *online*. Nas palavras do autor:

O Facebook é grande demais, poderoso demais e intrusivo demais - e funciona muito bem - para que uma reforma superficial faça diferença. Todos os problemas que o Facebook amplificou foram intensificados porque o Facebook funcionava exatamente como deveria funcionar (VAIDHYANATHAN, 2018, p. 9-10, tradução livre).

O autor afirma, ainda, que a ferramenta é, ao mesmo tempo, um sistema de prazer e um sistema de vigilância – ambos os aspectos não podem ser separados. O *Facebook* é manipulador, no sentido de que cada aspecto de seus *design* é cuidadosamente desenvolvido para nos manter conectados o máximo de tempo possível e, a partir daí, vigiar nossos passos: “O *Facebook* nos atrai, nos prende, nos encoraja a declarar nossas afiliações, nos divide e acompanha todas as interações ao longo do caminho” (VAIDHYANATHAN, 2018, p. 51).

Os *sites* de redes sociais se tornam, deste modo, um sistema de vigilância diferente de qualquer coisa que já tenhamos visto, e para o qual não estamos preparados. As configurações padrão dos perfis de *Facebook* e *Instagram* favorecem não os usuários, mas as próprias ferramentas. As empresas alegam nos fornecer escolhas para modificar nossas configurações de privacidade, porém protegê-la não deveria ser uma preocupação individual – feita a partir de muito esforço para entender as evasivas políticas de privacidade e mudar uma a uma as configurações – mas sim uma responsabilidade da empresa. Este não é, entretanto, o seu interesse, uma vez que o negócio do *Facebook* é justamente vender informações de seus usuários a anunciantes. A corporação de Zuckerberg, ao lado do *Google*, possui tanto quantidade quanto riqueza de dados sobre seus clientes de maneira jamais sonhada por outras companhias. Seus sistemas são desenvolvidos em favor do máximo acúmulo, exposição e disponibilidade de informações, doa a quem doer (VAIDHYANATHAN, 2011; 2018).

De fato, o nível de dados publicado a cada segundo nestas ferramentas é tão gigantesco que, caso o *Facebook* e o *Google* realmente desejassem tomar uma atitude

mais cuidadosa com a privacidade dos usuários e evitar o compartilhamento de conteúdo ofensivo, seriam necessárias grandes mudanças como o requerimento de um período de avaliação antes da publicação de fotos, por exemplo. Assim, alerta Vaidhyanathan (2018), em favor da “experiência do usuário”, a saúde e a segurança de alguns fica em risco, enquanto os verdadeiros benefícios vão para estas corporações.

Outra particularidade do *Facebook* e do *Google* é a grande assimetria de poder existente entre empresa e usuários. Como analisa Vaidhyanathan (2011), a vigilância feita nestes casos vai além do modelo do panóptico, de visibilidade e controle social. Diferente dos prisioneiros do modelo arquitetado por Bentham, a maioria das pessoas não têm consciência de todos os modos pelos quais está sendo vigiada. Assim, o autor defende que uma metáfora mais precisa seria a da caixa preta, que contém diversas informações sobre nós, mas cujos mecanismos são inacessíveis. Não existe reciprocidade, prestação de contas ou consistência – as regras mudam a qualquer momento e, se é que compreendemos quais mudanças estão sendo feitas, não podemos opinar.

A série “You” pode fornecer, ainda, outra metáfora para o tipo de vigilância a que estamos submetidos por meio dos *sites* de redes sociais: a cela transparente no porão da livraria de Joe, onde ele prendeu Beck quando ela descobriu toda a verdade sobre ele. Joe alegava que ela precisava de tempo para pensar e concluir que ele havia feito tudo para o bem dela e, enquanto isso, ele tentaria tornar aquela redoma de vidro o mais confortável possível para sua amada, deixando algumas resmas de papel para que ela escrevesse, trazendo uma colcha confortável para esquentá-la e até mesmo preparando seu café da manhã preferido. “Veja isso como uma oportunidade!”, disse Joe.

Depois de algum tempo presa, Beck, escreve um texto emocionado, no qual se questiona: “Agora, em seu castelo, você entende que o príncipe encantado e barba azul são o mesmo homem e você não ganha um final feliz a não ser que ame os dois. Você não queria isso? Ser amada?” (YOU, 2018, ep. 10, 22:40). O dilema enfrentado por ela, guardadas as devidas proporções, espelha a questão que se coloca diante dos usuários de *sites* de redes sociais: se queremos usufruir dos benefícios do *Facebook* ou do *Instagram*, isso significa que somos obrigados a aceitar o a vigilância constante, e aceitar o suposto conforto da vida em uma redoma de vidro, preparada para nós por um *stalker*?

V. Observações conclusivas

Neste artigo, a proposta era analisar os sentidos expressos na série “You” acerca de temas como interações digitais, vigilância e privacidade. A produção televisiva em questão contribui para que se possa ir além da visão simplista de oposição entre mundo real e virtual, uma vez que demonstra que interações face-a-face não são completamente genuínas e livre de cálculo como se costuma pensar, enquanto a comunicação *online* não é simplesmente ditada por manipulações e sujeitos antissociais, mas sim por atores sociais estratégicos que empregam diferentes meios com o objetivo de administrar relacionamentos de variados graus de intimidade.

Ainda que a protagonista feminina da série critique a si mesma pelo ato de tirar *selfies* no vaso, o verdadeiro problema que permeia toda a sua narrativa é a invasão de privacidade sofrida por ela e a vigilância constante a que ela estava submetida sem estar ciente disto, tudo graças à Joe e sua “cúmplice”, a tecnologia. Esta história se torna real para centenas de mulheres diariamente, e também serve como ponto de partida para a reflexão de todos os bilhões de usuários dos *sites* de redes sociais, que se divertem por meio destas ferramentas e se sentem atraídos pela aparente possibilidade de controle, sem a consciência do modo como seus dados são explorados. Seguimos, entretanto, culpando meras fotos encenadas de *influencers* digitais como o principal lado negativo do *Instagram* e do *Facebook*.

Assim, do mesmo jeito que o arco narrativo de Beck dirige a personagem à conclusão de que o príncipe encantado e o *stalker* obsessivo eram o mesmo homem, somos levados à lembrança dolorosa de que as ferramentas de redes sociais são máquinas de prazer e, também, de vigilância. Mas, do mesmo jeito que Beck, devemos recordar, ainda, que não se trata de um estado natural e imutável das coisas. Nos últimos momentos da série, a protagonista consegue prender Joe na jaula transparente e soltar a si mesma. Antes de fugir, ela desabafa: “Sabe o que eu acho? Que isso tudo foi uma desculpa para justificar se intrometer na vida de garotas e violá-las completamente. Acho que adora isso. O poder” (YOU, 2018, ep. 10, 40:49).

Infelizmente, o final da produção dá a entender que, apesar de seu esforço para fugir, Beck acabou se tornando mais uma das vítimas fatais de Joe. Cabe a nós, agora, refletir sobre a melhor maneira de lidar com o *stalker* que vive em cada um dos telefones de nossos amigos e conhecidos e, também, é claro, no nosso próprio aparelho.

REFERÊNCIAS

BOYD, danah; MARWICK, Alice. Social privacy in networked publics: teens' attitudes, practices, and strategies. In: **A decade in Internet time**: symposium on the dynamics of the Internet and society, 2011. Disponível em: <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1925128>

FOUCAULT, Michel. **Arqueologia do saber**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.

GERLITZ, Carolin; HELMOND, Anne. The like economy: social buttons and the data-intensive web. **New media & society**, v. 15, n. 8, p. 1-29, 2013.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Editora Vozes: Petrópolis, 2002.

ILLOUZ, Eva. **Cold intimacies**: the making of emotional capitalism. Cambridge: Polity Press, 2007

MADIANOU, Mirca; MILLER, Daniel. Polymedia: towards a new theory of digital media in interpersonal communication. **International journal of cultural studies**, v. 16, n. 2, p. 169-187, 2013.

MILLER, Daniel; COSTA, Elisabetta; HAYNES, Nell; MCDONALD, Tom; NICOLESCU, Razvan; SINANAN, Jolynna; SPYER, Juliano; VENKATRAMAN, Shriram; WANG, Xinyuan. **How the world changed social media**. London: UCL Press, 2016.

PRIMO, Alex; LUPINACCI, Ludmila; VALIATI, Vanessa; BARROS, Laura. Comunicação privada na internet: da invenção do particular na Idade Média à hiperexposição na rede. **In Texto**, n.34, p. 513-534, 2015.

TURKLE, Sherry. **Alone together**: why we expect more from technology and less from each other. New York: Basic books, 2011.

SHOHAT, Ella; STAM, Robert. **Unthinking Eurocentrism**: multiculturalism and the media. New York: Routledge, 2014.

VAIDHYANATHAN, Siva. **The Googlization of everything (and why should we worry)**. Los Angeles: The University of California Press, 2011.

VAIDHYANATHAN, Siva. **Anti-social media**: how Facebook disconnects us and undermines democracy. New York: Oxford University Press, 2018.

YOU, primeira temporada. Desenvolvida por Greg Berlanti e Sera Gamble. **Netflix**. 2018.