



Google e LinkedIn: algumas questões articulando visibilidade, vigilância e subjetividade

Google and LinkedIn: questions that address visibility, surveillance and subjectivity

Ana Paula da Cunha Rodrigues *

Rosa Maria Leite Ribeiro Pedro **

RESUMO

O mundo do trabalho vem sofrendo transformações, muitas ocasionadas pelo atravessamento das novas tecnologias, que demandam também constantes reestruturações, exigindo uma reorganização de agenciamentos como flexibilidade, tensão e prazo. Esses profissionais emprestam às organizações as habilidades herdadas da forma tecnológica como gerenciam seu trabalho para gerir suas próprias vidas, baseados na competição e excelência. Tomaremos as cenas: “a contratação via rede social” e “o direito de esquecimento”, considerando os atravessamentos tecnológicos, dispositivos de controle e vigilância.

Palavras-chave: Trabalho; Dispositivos Tecnológicos; Vigilância; Visibilidade.

ABSTRACT

The world of work has undergone changes, many of them caused by the crossing of new technologies, which demand constant restructuring, requiring a reorganization with assemblages such as flexibility, stress and deadline. These professionals lend to organizations the skills inherited from the technological way they manage their work to manage their own lives, based on competition and efficiency. We will take the episodes: "hiring via social network", and "the right to be forgotten", considering the crossing of technology, control and surveillance devices.

Keywords: Work; Technology; Technological Devices; Surveillance; Visibility.

INTRODUÇÃO

No presente artigo, refletiremos sobre como o mundo do trabalho tem incorporado cada vez mais o que é disponibilizado pelos sujeitos nas redes sociais, de modo a produzir mudanças importantes tanto nas dinâmicas corporativas como também nos próprios sujeitos. Tomaremos como ponto de partida o LinkedIn, uma rede social voltada prioritariamente para o *networking* no mundo corporativo, mas que também

* Doutoranda em Psicologia do Programa de Pós-Graduação em Psicologia da Universidade Federal do Rio de Janeiro (PPGP/IP/UFRJ). Bolsista da Capes. Endereço: Av. Pasteur, 250 – Instituto de Psicologia, Urca. CEP: 22290-902. Telefone: (21) 3938-5346. E-mail: apcunhar@gmail.com.

** Doutora em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Professora associada da Universidade Federal do Rio de Janeiro, Programa de Pós-Graduação em Psicologia (PPGP). Endereço: Av. Pasteur, 250, Instituto de Psicologia, Urca, CEP: 22290-902. Telefone: (21) 3938-5346. E-mail: rosapedro@globo.com.

possibilita outras formas de interação, além de incorporar, em suas dinâmicas, práticas de monitoramento e vigilância.

Autores como Mauricio Lazzarato (2001) e Silvio Camargo (2011) tem se debruçado sobre as transformações no mundo do trabalho, identificando uma transição para modelos pós-fordistas, com ênfase no que chamam de trabalho imaterial, para se referir não apenas ao fato de que a produção passou a incorporar as tecnologias de informação e comunicação, transformando o próprio processo, mas, sobretudo, que a própria subjetividade se tornou produtiva. Como destaca Rodrigues (2013), as práticas corporativas privilegiam a intensificação do trabalho, com aumento da jornada de trabalho, sugerindo impactos sobre a saúde dos trabalhadores, em seus aspectos físico, emocional e cognitivo. Os planos de ação organizacionais baseiam-se no interesse de uma minoria e na perseguição de um objetivo, a qualquer preço. Como não medem esforços para atingir uma meta, chegam às últimas consequências, sempre que necessário, a consequências que – quando não letais – levam ao adoecimento de diversos tipos, mas principalmente da vida psíquica. Ou ainda, como diria Gorz, “o tempo da vida não precisa mais ser gerido em função do tempo do trabalho” (GORZ, 2003, p. 95).

Quando nos voltamos especificamente para os dispositivos tecnológicos disponíveis hoje no mundo do trabalho, podemos afirmar que, por um lado, a tecnologia surge como “facilitadora” para os profissionais em seu dia a dia, possibilitando o acesso à informação em tempo real, aproximando distâncias geográficas, permitindo a conexão 24h e o trabalho remoto. Por outro lado, *ou do mesmo lado*, as tecnologias vêm operando amplamente como ferramentas de controle e monitoramento, tanto pelas organizações – pelo uso de crachás eletrônicos que registram os horários de entrada e saída dos profissionais nos escritórios ou mesmo o controle virtual, pela possibilidade de monitoramento do acesso remoto, uma vez que os computadores estão interligados à rede corporativa – como pelo próprio mercado, que, por meio das redes sociais, não só identifica e contrata profissionais, mas sobretudo os monitoram para além de suas qualificações técnicas, configurando-se em dispositivos potentes de vigilância.

No presente artigo, tomaremos como ponto de partida duas cenas da atualidade exemplares da presença desses dispositivos, a fim de problematizar algumas questões acerca da visibilidade e vigilância no mundo do trabalho. Faremos essa análise tendo como referenciais privilegiados os estudos CTS (ciência-tecnologia-sociedade), em especial a teoria ator-rede (TAR).

CENA 1 – UMA REDE QUE “FAZ-FAZER”

Em 2010, o estudante de sistemas de informação Estevão Mascarenhas, na ocasião com 19 anos, começou a interagir com seu futuro patrão por meio das redes sociais, sem saber. Tudo começou quando Horácio Poblete, presidente da *startup* Ledface, passou a seguir Estevão – até então apenas um estudante, sem qualquer relação com a empresa – no Twitter, por indicação de amigos. A partir daquele momento, os dois passaram a discutir empreendedorismo pela rede de *microblogs*, até o ponto em que Horácio se sentiu suficientemente à vontade para solicitar que Estevão o adicionasse à sua rede de amigos no Facebook. Após três meses de “monitoramento”, o executivo, convencido de que o estudante era qualificado tecnicamente e que se identificaria com os valores da empresa, fez-lhe uma proposta de trabalho. O estudante, então, deixou o curso de sistemas de informação que realizava na

Universidade Federal de Itajubá (Unifei), em Minas Gerais, e aceitou o novo emprego em Campinas, São Paulo. Tudo isto sem ter nem mesmo enviado um currículo.

*

Casos como o do estudante Estevão são cada dia mais comuns. As empresas pesquisam e “monitoram” os candidatos em redes sociais antes de chamá-los para participar de processos seletivos. Segundo fontes da pesquisa realizada pela empresa de recrutamento americana Robert Half, 63% das companhias brasileiras consultam perfis de candidatos nas redes sociais como procedimento complementar para cruzar as informações da rede com as obtidas durante o processo seletivo, como impressões da entrevista formal. Todavia, existem empregadores que dispensam completamente o currículo, especialmente os que trabalham diretamente com tecnologia da informação, buscando avaliar o domínio do candidato com a internet a partir das “pegadas” do candidato na *web*, o que lhes permite ainda conhecer os valores e nível cultural dos candidatos.

No Brasil esse tipo de contratação ainda se restringe às empresas de tecnologia, focadas no mundo digital, principalmente para os cargos relacionados a mídias sociais. Já nos Estados Unidos, outros segmentos, como o financeiro, estão adotando essa estratégia de contratação. A empresa Union Square Ventures, por exemplo – que já investiu em empresas de internet conhecidas, tais como Twitter, Foursquare e Zynga –, solicitou que os candidatos a uma vaga de analista de investimentos enviassem apenas *links* representativos de sua interação na *web*, como contas no Facebook, Twitter ou no Tumblr. Por meio dessas redes, as empresas buscam analisar a presença *online* do candidato, conhecer a rede de contatos, a bagagem cultural, a produção de conteúdos originais, e a capacidade do candidato de adaptá-los a diferentes linguagens.

O exemplo mais nítido da força das redes sociais no mundo do trabalho é o aumento do número de usuários da rede LinkedIn, que atingiu a marca de 25 milhões no Brasil em 2016, colocando o Brasil entre os principais mercados da rede social profissional mundial, ocupando o terceiro lugar no *ranking*, liderado pelos Estados Unidos, com 128 milhões de usuários, e a Índia, com 35 milhões (REDE GLOBO, 2016).

A rede LinkedIn se destina a estimular o *networking*, ou seja, os relacionamentos profissionais. Nessa rede, os usuários registram os dados de sua trajetória profissional, como formação acadêmica, experiência profissional, contemplando datas de entrada e saída na empresa, cargos ocupados, realizações profissionais, principais competências, conhecimentos, domínio de idiomas, entre outros. Uma vez cadastrado na rede social, o usuário começa a criar sua rede de relacionamentos, convidando pessoas que conheça ou tenha algum interesse profissional em conhecer.

O LinkedIn possibilita a criação de perfis profissionais, acrescidos das recomendações sobre competências por sua rede de contatos. O uso do LinkedIn para identificação de oportunidades de trabalho amplia a visibilidade dos profissionais pelas empresas, e conseqüentemente as possibilidades de contratação, uma vez que incrementa a velocidade do acesso às informações dos perfis dos candidatos e também à sua rede de contatos. Assim, mais do que um mero acesso aos currículos disponibilizados, os recrutadores buscam saber com quem o candidato está conectado, quantas recomendações ele tem de pessoas influentes e se participa de grupos relacionados ao perfil da vaga que se candidata.

Acompanhando o aumento do número de usuários, desde 2012, a rede LinkedIn começou a exibir a modalidade de anúncios de “empregos patrocinados”, na página inicial dos usuários e nos aplicativos, conforme informação do *blog* corporativo da

própria empresa. Sobre essa modalidade de publicação, o diretor de rentabilização da rede social, Sachit Kamat, ressalta a importância da visibilidade que os empregos patrocinados estão ganhando, na medida em que são incorporados a uma ferramenta do LinkedIn das mais engajadoras: o *feed* de notícias da página inicial. Na prática, *feeds* são utilizados pelos usuários da internet para acompanhar notícias, artigos ou demais conteúdos de *sites* ou *blogs* sem a necessidade de visitá-los diretamente. Ou seja, sempre que um determinado conteúdo for publicado, o usuário do *site*, como o LinkedIn, poderá ter acesso imediato ao que foi publicado nos *sites* de origem.

Além do *feed* de notícias, no âmbito da dinâmica do LinkedIn, as ferramentas “*endorsement*” e “*recomendação*” parecem-nos particularmente interessantes. Segundo Camarez (2013), a recomendação é um recurso em que o usuário pode solicitar à sua rede de contatos que escreva algo sobre seu desempenho e/ou qualificações em uma função, cargo ou projeto que tenha participado. Além disso, possibilita ao usuário gerenciar as recomendações recebidas, aprovando-as e definindo a visibilidade que dará ao comentário. O “*endorsement*”, apesar de ter a mesma finalidade do recurso “*recomendação*”, é considerado uma “*recomendação de um clique*”. Nesse recurso, existem competências, definidas como “[...] a transformação de conhecimentos, aptidões, habilidades, interesse, vontade, etc. em resultados práticos” (RESENDE, 2000). Essas competências são listadas e associadas ao perfil do profissional, e a rede social vai sugerir que o usuário reconheça determinadas competências através de um clique. Ou ainda, caso a competência não esteja listada no perfil, o usuário poderá adicioná-la.

Por meio desses recursos, os integrantes da rede, além de convidados a recomendar os profissionais por determinadas competências, são estimulados a fazê-lo como forma de ampliar o reconhecimento e a visibilidade desse profissional na rede, uma vez que aparece aos visitantes da página do usuário o número de recomendações e os tipos de competências que o “*definem*”, possibilitando a ampliação do número e do tipo de competências “*aos olhos*” dos que acessam um perfil profissional.

Nesse ponto, gostaríamos de levantar uma questão importante: na medida em que cada recomendação passa a compor o perfil do usuário, ela se torna parte integrante do processo de subjetivação no LinkedIn. Mas não só isso. Aquele que recomenda também é subjetivado por essa ação, pois ela é requerida a todos os que participam da rede, tornando-se parte dos nossos modos de existir no âmbito desse dispositivo. Cabe então questionar: o que leva um usuário a recomendar outro? Que sentidos pode assumir essa recomendação? O que autoriza usuários a julgarem a competência de outros? Que outros efeitos essas ações, voltadas a ampliar a visibilidade dos usuários, estão produzindo?

Para darmos conta dessas questões, trazemos algumas conceituações no âmbito da teoria ator-rede – TAR (LATOURETTE, 2012), que tem como uma de suas principais diretrizes o foco nas entidades que fazem/performam a realidade, enfatizando sua localização histórica, material e cultural.¹ No processo de construção da realidade, as entidades não humanas também desempenham o papel de atores/actantes, pois estabelecem conexões e participam do curso da ação. Nesse sentido, podemos

¹ A noção de “*performance*” é proposta por Anne Marie Mol para falar da realidade enquanto atravessada e manipulada por “meio de vários instrumentos, no curso de uma série de diferentes práticas” (MOL, 2008, p. 6). Isto é, os fatos, os objetos, as entidades são produzidas, “atuadas” na ação e pela atuação de outros entes.

considerar que os dispositivos tecnológicos – como o LinkedIn – não são meros objetos ou instrumentos totalmente determinados pela vontade humana, mas antes uma rede que “faz fazer” – portanto, mobiliza-nos, desvia nossas ações. Assim, no ato de “recomendar” ou de “endossar”, mais do que o conteúdo do que está sendo recomendado, o que parece estar em primeiro plano é a ação que é requerida pela própria ferramenta. É ela que, na dinâmica do LinkedIn, nos faz recomendar. Somos convocados a recomendar e recomendamos. Em que medida, ao recomendarmos alguém, estamos atentos aos desdobramentos dessa recomendação? Em que medida essa ação, como outros inúmeros *clicks* que produzimos cotidianamente na *web*, já está automatizada em nós, mobilizados que somos por entidades que nos “fazem fazer” coisas?

Voltemos à dinâmica do LinkedIn. Para que as ferramentas recomendação e *endorsement* funcionem plenamente, é preciso que o usuário disponibilize, sobre si, o máximo de informações possíveis. Além disso, que mobilize sua rede de contatos para arregimentar o maior número de habilidades possíveis associadas ao seu perfil. Habilidade nesse contexto é definida como “[...] a maneira de executar tarefas, aplicar conhecimentos, de agir e pensar” (RESENDE, 2000, p.37). Nesse sentido, podemos afirmar que a rede se fundamenta na maximização da visibilidade recíproca. Como já tivemos a oportunidade de enfatizar, “Alcançar a visibilidade parece ter se tornado não apenas um desejo, mas quase uma obrigação para que algo confirme e afirme sua existência perante os outros” (PEDRO et al., 2014, p.73).

No entanto, ao mesmo tempo em que o LinkedIn visibiliza seus “integrantes” cadastrados, parece atuar na invisibilidade, acessando os contatos da rede de seus usuários para fins comerciais e geração de negócios, sem a prévia autorização dos mesmos. Dessa forma, a maior rede social para uso profissional do mundo, com mais de 400 milhões de usuários (OLHAR DIGITAL, 2016), foi denunciada por invadir e usar contas de e-mails de seus clientes cadastrados. O usuário que deixa uma conta de e-mail externo aberto pode ter seus dados hackeados pelo LinkedIn, que “se passa pelo usuário”, tomando as informações nos endereços de e-mail cadastrados de seus contatos, sem a necessidade de pedir senha. Segundo denúncia feita em 2013, o LinkedIn, uma vez de posse desses endereços eletrônicos, envia-os para outros usuários se passando pelo próprio usuário (hackeado), recomendando vários produtos e serviços. Esses e-mails são nomeados como semelhantes ao do nome dos usuários existentes, de quem o LinkedIn invisivelmente obteve a lista de endereços de e-mail (ALLTHINGSD, 2014).

Aqui cabe enfatizar que se, como já dissemos, o LinkedIn não é uma mera “ferramenta”, mas um actante que nos faz fazer. Tampouco se pode recair na ideia de que haveria uma espécie de semelhança ou equivalência ética entre esse não humano e os humanos que a ele estão conectados, o que nos levaria a atribuir ao dispositivo alguma “vontade própria” ou algum poder maquiavélico, próprio das tecnologias. Alternativamente, sustentamos a compreensão do LinkedIn simultaneamente como ator e rede – ou antes, como ator-rede, em que, em alguns momentos, as redes que sustentam o ator são apagadas ou escondidas e, em outros, elas são visibilizadas e podem ser traçadas, rastreadas (LAW, 2009).

Com relação à denúncia acima descrita, o “ator” LinkedIn a nega, alegando não haver procedência, e alerta os usuários sobre a sua política de privacidade, que está disponível na íntegra no próprio site do LinkedIn, da qual reproduzimos abaixo um pequeno trecho:

3. Direitos e limites

3.1. A sua licença do LinkedIn

Todo o conteúdo, *feedback* e informações pessoais que você nos fornece pertencem a você, porém, você nos concede uma licença não exclusiva para os mesmos.

Respeitaremos as escolhas que você fizer quanto a quem poderá visualizar suas informações e seu conteúdo.

Você se compromete a nos fornecer somente informações e conteúdo que tenha direito de nos fornecer e a garantir que seu perfil no LinkedIn será verídico.

Entre você e o LinkedIn, o conteúdo e as informações que você enviar ou publicar nos Serviços pertencem a você e você unicamente concede ao LinkedIn a seguinte licença não exclusiva: um direito mundial, transferível e sublicenciável de utilizar, copiar, modificar, distribuir, publicar e processar as informações e o conteúdo que você fornecer por meio de nossos Serviços, sem qualquer outro consentimento, aviso e/ou compensação para você ou terceiros. Esses direitos são limitados das seguintes formas:

- 1) Você pode cancelar essa licença para um conteúdo específico excluindo o conteúdo dos Serviços ou, geralmente, encerrando a sua conta, exceto (a) na medida em que você o compartilhou com terceiros como parte do Serviço e estes copiaram ou armazenaram o conteúdo e (b) durante o período razoável que leva para removê-lo do *backup* e de outros sistemas.
- 2) Nós não incluiremos o seu conteúdo em anúncios de produtos e serviços de terceiros (inclusive conteúdo patrocinado) sem o seu consentimento. Entretanto, nós temos o direito, sem compensação para você ou terceiros, de fornecer anúncios próximo ao seu conteúdo e informações, e os seus comentários em conteúdo patrocinado poderão ser visíveis conforme observado na Política de Privacidade.
- 3) Nós obteremos o seu consentimento, se quisermos fornecer a terceiros o direito de publicar o seu conteúdo além do Serviço. Contudo, outros Usuários e/ou Visitantes poderão acessar e compartilhar o seu conteúdo e informações, de acordo com as suas configurações e grau de conexão com eles.
- 4) Embora possamos editar e alterar a formatação do seu conteúdo (como traduzi-lo, modificar seu tamanho, *layout* ou tipo de arquivo ou remover metadados), não modificaremos o significado da sua expressão.
- 5) Como o seu conteúdo e informações são de sua propriedade e nós possuímos apenas direitos não exclusivos para eles, você pode optar por torná-los disponíveis para terceiros, inclusive conforme os termos de uma licença [Creative Commons](#).

Você concorda que nós podemos armazenar e utilizar quaisquer informações que você nos fornecer de acordo com os termos da [Política de Privacidade](#) e das suas configurações de privacidade.

Ao enviar sugestões e outros *feedbacks* relacionados aos nossos Serviços para o LinkedIn, você concorda que o LinkedIn pode utilizar e compartilhar (porém não tem a obrigação de fazê-lo) tal *feedback* para qualquer fim, sem compensação para você.

Você concorda que somente fornecerá conteúdo e informações que não violem a lei ou os direitos de terceiros (por exemplo, sem violação de quaisquer direitos de propriedade intelectual ou de um contrato). Você também concorda que as suas informações de perfil serão verídicas. O LinkedIn poderá ser exigido por lei a remover

determinadas informações ou conteúdo em alguns países.

Como se pode ver, ao mesmo tempo em que “as informações pertencem a você e só a você”, o LinkedIn pode “utilizar, copiar, modificar, distribuir, publicar e processar as informações e o conteúdo que você fornecer [...] sem qualquer outro consentimento, aviso e/ou compensação”. Há algumas limitações para essa “licença não exclusiva”, porém o fato de ela ser “transferível e sublicenciável” coloca outros atores em cena, atores esses que passam a integrar a rede e a participar dos processos de visibilização do sujeito.

Os movimentos até aqui descritos nos permitem afirmar que a visibilidade proporcionada pelo LinkedIn está longe de ser uma questão estabilizada, conforme nos indica a teoria ator-rede (LATOURE, 2012). Retomando as considerações de Latour, ela se apresenta como um ponto de controvérsias, um “objeto quente” (LATOURE apud DOSSE, 2003, p.141), que articula debates não apenas no círculo restrito dos especialistas, trazendo à cena outros atores e ampliando as possibilidades de problematização.

Deixamos essa questão temporariamente em suspenso para apresentarmos uma segunda cena que nos fará avançar na reflexão.

CENA 2 – PELO DIREITO À INVISIBILIDADE

Em abril de 2014, um cidadão espanhol recorreu à Justiça para que resultados de buscas pelo seu nome, referentes à venda de uma casa para pagar dívidas há vários anos, fossem apagados. A partir desse caso, em 13 de maio do mesmo ano, a Corte Europeia de Justiça decidiu que as pessoas incomodadas com informações exibidas na internet consideradas “inadequadas, não pertinentes ou já não pertinentes ou excessivas em relação ao objetivo pelo qual foram processadas, tendo em vista o tempo decorrido” têm “direito ao esquecimento”, como ficou convencionado. Essa decisão foi tomada pelo diretor do Google para questões de privacidade, Peter Fleischer, e consta de carta assinada por ele e enviada a um grupo de proteção de dados. Nessa mesma carta, o Google informa a retirada de 53% do total de URLs (REDE GLOBO, 2014). Para retirada dos 15% dos *links* restantes, os requerentes deverão enviar mais informações ao Google. Para exclusão dos *links*, os solicitantes devem ser de um país da União Europeia, onde vigora essa lei. E devem preencher um formulário, disponível em 25 línguas, pedindo remoção e informando os motivos para a solicitação, o seu nome e a comprovação da identidade, conforme modelo a seguir.

Formulário de solicitação de remoção de pesquisa sob a lei de proteção de dados na Europa

Precisará de uma cópia digital de um documento de identificação para preencher este formulário. Se estiver a enviar este pedido em nome de outra pessoa, terá de fornecer a respetiva identificação. Para enviar o pedido, é obrigatório preencher os campos assinalados com um asterisco *.

Por favor, selecione o país cuja lei se aplica ao seu pedido *.

Informações pessoais

Nome utilizado para pesquisar. *

O nome completo com o qual estão relacionados os resultados da pesquisa cuja remoção está a solicitar.

Nome completo do requerente.

O seu próprio nome se estiver a representar outra pessoa (se estiver a enviar um pedido em nome de outra pessoa, precisa estar devidamente mandatado para agir em nome dessa pessoa).

Se estiver a enviar este pedido em nome de outra pessoa, especifique a sua relação com essa pessoa (por exemplo, "pai/mãe" ou "procurador").

Endereço de e-mail de contacto * (para onde será enviado e-mails acerca do pedido)

Resultados da pesquisa que pretende ver removidos da lista de resultados produzidos ao pesquisar pelo nome

Para podermos avaliar o seu pedido, tem de:

(a). Identificar cada resultado na lista de resultados que pretende remover ao fornecer o URL da página web para a qual o resultado direciona (é possível copiar o URL da barra do navegador depois de clicar no resultado da pesquisa em questão).

(b). Explicar por que razão a página está relacionada consigo (ou, se estiver a enviar este formulário em nome de outra pessoa, explique porque razão a página é sobre essa pessoa).

(c). Explicar, para cada URL, a razão pela qual a inclusão dessa página nos resultados de busca é irrelevante, desatualizada ou de alguma forma censurável.

URLs para os resultados que pretende remover * Adicionar mais

Se o seu pedido diz respeito a mais do que um resultado, por favor, forneça o URL de cada resultado e explique a razão pela qual incluir esse resultado nos resultados da pesquisa é irrelevante, desatualizado ou de alguma forma censurável. Não poderemos processar a sua reclamação sem estas informações. *

Para evitar pedidos de remoção fraudulentos, temos de confirmar a identidade de pessoas que se fazem passar por outras, que tentam prejudicar concorrentes ou que procuram indevidamente eliminar informação legal. Por favor, anexe uma cópia legível de um documento que confirme a sua identidade (ou a identidade da pessoa que está autorizado (a) a representar). Não é necessário enviar um passaporte ou outro documento de identificação emitido por uma entidade nacional. Poderá escurecer certas partes do documento (por exemplo, números) desde que a informação restante o (a) identifique. Também poderá escurecer a sua fotografia, a não ser que lhe seja pedido para remover as páginas que incluem fotografias de si. A Google utilizará esta informação apenas para ajudar a confirmar a autenticidade do seu pedido e eliminará a cópia no período de um mês a contar da data do seu pedido de remoção, salvo disposição legal em contrário. *

Declaro que as informações constantes do presente pedido estão corretas e que sou a pessoa afetada pelas páginas web identificadas ou possuo autorização da pessoa afetada para enviar este pedido. *

Marque a caixa para confirmar.

Por favor, tenha em atenção que não será possível processar o seu pedido se o formulário não estiver corretamente preenchido ou se o pedido estiver incompleto.

Assinatura.

Ao introduzir o seu nome infra e clicar em "enviar", está a declarar que as afirmações supra são verdadeiras, e que está a solicitar a remoção dos resultados da pesquisa identificados pelos URLs que listou acima e que, se está a agir em nome de outras pessoas, tem a autoridade legal para o fazer.

A Google Inc. utilizará a informação pessoal fornecida por si neste formulário (incluindo o seu endereço de *e-mail* e qualquer informação de identificação) para fins de processamento do seu pedido e cumprimento das obrigações legais. Poderemos partilhar informações do seu pedido com autoridades de proteção de dados, mas apenas quando solicitarem estas informações para conduzir uma investigação ou rever uma decisão efetuada pela Google. Normalmente, isso acontece porque optou por contactar a sua agência nacional de proteção de dados para transmitir a nossa decisão. Poderemos fornecer informações do URL removido dos nossos resultados da pesquisa ao (s) *webmaster* (s).

Assinatura *

Introduza o seu nome completo aqui. Assinado na data seguinte: *

SUBMETER

Campo obrigatório

A decisão da Corte Europeia de Justiça surpreendeu a muitos, uma vez que, em 2013, essa mesma corte havia isentado o Google de responsabilidade acerca dos dados que disponibiliza através de seus *links*. Na base da decisão, estava o argumento de que, no mundo digital, ninguém pode reivindicar direito ao esquecimento. Ou seja, em um período de menos de um ano, uma decisão que parecia ser incontestável é revertida. Não temos condições de, no âmbito desse trabalho, “abrir a caixa preta” da decisão judicial, pois são muitas as conexões que a produziram. Gostaríamos, no entanto, de ressaltar que tal decisão não necessariamente tem a força de produzir os resultados esperados em termos da invisibilização ou do “esquecimento” desejado. Isso porque, a despeito de o Google ter apagado as informações de acordo a decisão judicial, o material que a gerou permanece na rede, bastando, para acessá-lo, digitar, no próprio Google, “direito ao esquecimento”. Assim, enquanto o “ator-Google”, pontualizado na figura de seu diretor para questões de privacidade, invisibiliza as informações – pois retira as URLs referentes às dívidas contraídas pelo sujeito no passado – a “rede-Google”, entendida como um motor de busca que reúne trilhões de páginas *web*, torna visível essas mesmas informações, pois o resultado de uma busca é o efeito de conexões que não podem se determinadas *a priori*. Conexões que, nos termos da teoria ator-rede, são atores, na medida em que desviam o curso de uma ação.

A consequência de tudo isso é que, como argumenta o redator de mídias sociais da Deutsche Welle, Michael Münz, não há “pílula do dia seguinte” para o mundo digital [...] (DEUTSCHE WELLE, 2014).

DA VISIBILIDADE À VIGILÂNCIA

O que as cenas do Google e do LinkedIn nos trazem? O que esses episódios distintos colocam em cena? Sem dúvida, inicialmente, que se trata de dispositivos que operam produzindo a visibilidade dos sujeitos, ao mesmo tempo em que operam na invisibilidade, cruzando dados e disponibilizando perfis para outros dispositivos.

Isso nos leva a pensar como as conexões entre atores humanos e não humanos, que se materializam nesses dispositivos, são aspectos importantes na configuração da

subjetividade na atualidade. Tomamos aqui a questão da subjetividade a partir das considerações do pesquisador Arthur Ferreira:

[...] é importante considerar nossas subjetividades como efeito de práticas, agenciamentos, dobras, amálgamas de termos heterogêneos em composição (mas também em conflito e muitas vezes em atrito) e através de dispositivos sociotécnicos, discursos e práticas de governança de si e de outros, sem os quais nossa experiência de subjetividade poderia ser totalmente outra, ou mesmo nem existir. (FERREIRA, 2015, p.303).

Assim, é possível sustentar que, na atualidade, nossa subjetividade é produzida como um *agenciamento sociotécnico*, no qual os dispositivos tecnológicos não são meros objetos determinados pela vontade humana, mas antes uma rede que “faz fazer” – desvia nossas ações e nos mobiliza. Como afirma Latour (2012), os não humanos “têm agência”. Nesse sentido, podemos afirmar que o que “somos” no âmbito do chamado mundo do trabalho está em grande medida articulado ao que tais dispositivos fazem de nós, a partir de um jogo de visibilidades e invisibilidades, engendrando assim processos singulares de subjetivação.

Como, então, opera a visibilidade nessa rede? Em um primeiro momento, “potencializando” os sujeitos. Ou seja, a rede que me dá visibilidade e me autoriza a assumir determinados cargos – já que muitos processos seletivos na atualidade são feitos com base nas informações disponibilizadas nessa rede – também me empodera de determinadas competências, reconhecidas por antigos empregadores, além de ampliar a visibilidade de minha trajetória profissional para qualquer usuário cadastrado. Desse modo, posso acelerar e otimizar meus contatos, numa tentativa de atender à demanda de velocidade dos modos de gerar e gerir relacionamentos. Contudo, essa mesma rede pode nos constranger, uma vez que passa a ser utilizada pelas organizações como mais uma ferramenta de controle e possibilidade de uso das informações que constam nas redes individuais, de cada profissional.

É a partir daí, então, que uma questão importante se apresenta, estreitamente ligada às práticas de monitoramento e vigilância. Pois o que parecia estar na ordem do singular, uma vez que o indivíduo cria seu perfil, descreve sua trajetória profissional, cadastra suas informações, passa a pertencer a todos e a qualquer um – em especial à empresa que o contrata e, sobretudo à rede LinkedIn. E o perfil profissional, além de poder ser acessado por qualquer um, passa a ser um ator mobilizado pelas organizações, possibilitando o acesso à rede de relacionamentos do profissional com outras finalidades que não coincidem com a motivação usual que os levou a criar o perfil, que era fazer *networking*. Para além dessa finalidade, gestores e demais colegas de trabalho passam a solicitar ao indivíduo integrar a essa rede, com objetivos outros como fazer negócios, divulgar produtos e serviços. Ou seja, para se compreender a dinâmica do LinkedIn, há que se prestar atenção às suas conexões, para além de uma finalidade estabilizada. Nas palavras de Venturini:

Para entender como o fenômeno social é construído não é suficiente observar os atores agindo sozinhos nem as redes sociais já estabilizadas. O que deve ser observado são os atores-redes, ou seja, as configurações passageiras onde atores estão renegociando laços de antigas redes e a emergência de novas redes está redefinindo a identidade dos atores (VENTURINI, 2010, p. 11).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A breve análise até aqui empreendida nos levou a articulações interessantes entre visibilidade, vigilância e subjetivação no âmbito do mundo do trabalho. Reconhecemos o quanto o tema da vigilância permanece controverso, com diferentes pesquisadores buscando uma aproximação capaz de corresponder às dinâmicas mutantes da atualidade.

Há aqueles que sustentam, de modo bastante categórico, que as tecnologias de vigilância são hoje um dos modos privilegiados de exercício do poder e do controle, constituindo-se em dispositivos oniscientes e onipresentes, responsáveis pela configuração de uma era de visibilidade máxima, com conseqüente desaparecimento da esfera da privacidade. Há, no entanto, os que veem nessas tecnologias, não um poder que controla e viola a privacidade, mas um recurso através do qual nos visibilizamos com alguma garantia de segurança e controle de nossa privacidade, estando o risco articulado à existência de espaços não regulados – portanto, não vigiados.

Bauman e Lyon (2013), em diálogo recente, tratam do tema através do que chamam de “vigilância líquida”. Retomam o panóptico foucaultiano para descrever os empregados desse novo mundo do trabalho – descrito referido pelos autores como o admirável mundo líquido moderno – utilizando a metáfora dos caramujos que transportam suas casas. Da mesma forma, os trabalhadores contemporâneos transportam seus *smartphones*, carregando em seus próprios corpos seus panópticos pessoais, mantendo-se permanentemente ligados e tornando-os à disposição da empresa.

Nos termos da teoria ator-rede, diríamos que tais dispositivos participam da composição dos corpos desses “novos trabalhadores”, um corpo que não pode ser definido por “uma essência, mas [...] uma interface que se torna cada vez mais descritível quanto mais ele aprende a ser afetado por vários elementos” (LATOURETTE, 2004, p. 205). A partir daí, podemos compreender o que significa dizer que os sujeitos “internalizaram a vigilância”: ela passa a nos constituir, tornando-nos sujeitos vigiados e vigilantes.

Ainda sobre o tema, Lyon (BAUMAN; LYON, 2013) retoma os aspectos social e etimológico do termo vigilância, a saber: a observação, prática considerada comum em uma “sociedade espectadora” encorajada pela cultura da TV e do cinema, possibilitando o olhar de muitos por poucos, estimulando algumas interpretações muito específicas do mundo. Além disso, as narrativas aceitas tornam-se um meio de legitimação de outros tipos de “observação” oficial de muitos para poucos. Segundo o autor:

[...] as novas práticas de vigilância, baseadas no processamento de informações e não nos discursos que Foucault tinha em mente, permitem uma nova transparência, em que não somente os cidadãos, mas todos nós, por todo o espectro dos papéis que desempenhamos na vida cotidiana, somos permanentemente checados, monitorados, testados, avaliados, apreciados e julgados. Mas, claramente, o inverso não é verdadeiro. À medida que os detalhes de nossa vida diária se tornam mais transparentes às organizações de vigilância, suas próprias atividades são cada vez mais difíceis de discernir. À proporção que o poder se move à velocidade dos sinais eletrônicos na fluidez da modernidade líquida, a transparência simultaneamente aumenta para uns e diminui para outros (BAUMAN; LYON, 2013, p. 19).

Na mesma linha de argumentação, Pedro (2009) sustenta que a vigilância contemporânea estende os sentidos e tem pouca visibilidade para o sujeito, embora se fundamente na visibilidade do sujeito. É, em grande medida, involuntária e integrada à atividade cotidiana. Estrutura-se na conexão com várias tecnologias, sendo frequentemente mediada por meios remotos e estando disponível de forma contínua, em tempo real. Por meio dela, é fácil combinar dados, armazená-los, analisá-los e mesmo recuperá-los a qualquer instante, o que sinaliza seu potencial de expansão e refinamento.

Indo mais além neste mesmo tema, o jornalista Pedro Dória, em sua coluna ao jornal *O Globo*, retomando o autor David Brin, alerta-nos para o quanto uma “sociedade transparente” pode colocar em risco a democracia, uma vez que põe em cena questões que terão ressonâncias jurídicas e políticas. Além disso, ressalta que o governo e as grandes corporações terão o monopólio de uma quantidade imensa de informação a respeito de todos nós, embora a recíproca não seja verdadeira. Cita como exemplo a quantidade de informações que as empresas de telefonia e de cartão de crédito dispõem atualmente sobre nossos hábitos, muito embora os recursos mobilizados para tanto permaneçam em segredo.

Muitos argumentam que tais dispositivos se constituem em uma ameaça à privacidade, porém, para Bauman e Lyon (2013), este não seria o ponto mais relevante, a maior perda. Para os autores, a privacidade, a confidencialidade e o anonimato não devem ser desconsiderados, mas associados à justiça, à imparcialidade, à liberdade civil e aos direitos humanos. Além disso, os autores destacam a importância de se atentar para a categorização social – ou “taxonomia social” (PEDRO, 2009) – operada a partir das práticas de vigilância. O potencial de exclusão e de homogeneização presente nessas práticas emerge como um efeito de poder que não pode certamente ser negligenciado.

David Brin parece concordar que a privacidade talvez não seja o “bem maior” que se deveria proteger ou, ao contrário, do qual se deveria abrir mão. Sustenta que os governos não deveriam ser proibidos de espionar, nem as empresas impedidas de utilizar informações de seus clientes para fins comerciais. Sugere, no entanto, que cidadãos e clientes devam saber o que está acontecendo, bem como ter acesso à tecnologia que lhes permita saber quando e como estão sendo espiados. Em outras palavras, não se trata de uma recusa da vigilância, mas de uma recusa do segredo.

A esse respeito, a colocação de Mitchell Gray (apud PEDRO, 2009) pode suscitar alguma reflexão:

Eu costumo ouvir que pessoas que não têm nada a esconder não precisam temer essa sufocante tecnologia de segurança. E onde estão elas, quem são essas pessoas que não tem nada a esconder? (GRAY apud PEDRO, 2009, p. 79).

O que podemos concluir a partir das cenas que apresentamos e brevemente analisamos é que, quanto mais aumentamos, com a ajuda de objetos técnicos, nossa capacidade de nos tornar visíveis, também aumentamos a visibilidade daquilo que antes estava em segredo, escondido no espaço da intimidade. A privacidade vai se tornando cada vez mais pública e a vida mais vigiada e controlada. Isso potencializa não apenas o desejo de espionar como também o de se expor. O problema se coloca à medida que vamos perdendo o controle sobre nossa própria imagem, que, por conta dos dispositivos tecnológicos disponíveis e dos humanos que os operam, torna-se alvo fácil de capturas e publicização. Não podemos responsabilizar somente a tecnologia nem os humanos, pois, como diria Latour (2012), a ação é partilhada. Os

dispositivos tecnológicos podem ter seus usos modificados e reapropriados pelos humanos, assim como os humanos são afetados em sua ação no mundo pela interação com tais dispositivos.

Nesse sentido, acompanhar as dinâmicas do LinkedIn e do Google, explorando o que parece haver de controverso nisso, apresenta-se como uma possibilidade de problematizar as temáticas do trabalho e da vigilância na atualidade. Retomando Venturini (2010), queremos enfatizar que, quando trabalhamos com controvérsias, buscamos apreender os fenômenos como magma, ou seja, em constante transformação e afetação dos seus estados, ora se solidificando e encontrando consensos, ora se liquefazendo, dissolvendo seus acordos e entrando em disputas e embates. Isso nos permite acompanhar de que modo esses (não tão) novos dispositivos tecnológicos estão transformando nossos modos de ser e existir na contemporaneidade.

Artigo recebido em 08/07/2016 e aprovado em 09/11/2016.

REFERÊNCIAS

ALLTHINGS.D. *Linkedin accused of hacking users email accounts heres the complaint*. Disponível em: <<http://allthingsd.com/20130921/linkedin-accused-of-hacking-users-email-accounts-heres-the-complaint/>>. Acesso em: 31 ago. 2014.

BAUMAN, Z. ; LYON, D. *Vigilância líquida: diálogos com David Lyon*. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2013.

CAMAREZ, R. P. *Como ter sucesso no LinkedIn*. Lisboa: Lidel, 2013.

CAMARGO, S. Considerações sobre o conceito de trabalho imaterial. *Pensamento Plural*, v. 9, p. 37-56, 2011.

DEUTSCHE WELLE. *Justiça europeia defende "direito de ser esquecido"*. Disponível em: <<http://www.dw.de/justi%C3%A7a-europeia-defende-direito-de-ser-esquecido-no-google/a-17631638>>. Acesso em: 14 jun. 2014.

DOSSE, F. *O império do sentido: a humanização das ciências humanas*. São Paulo: Edusc, 2003.

FERREIRA, A. Psicologia, produção subjetivante e modos políticos: pistas conceituais da teoria ator-rede. *Cadernos de Pesquisa*, v. 4, n.156, p. 300-313, 2015.

GORZ, A. *Metamorfoses do trabalho: crítica da razão econômica*. São Paulo: Annablume, 2003.

LATOUR, B. *Reagregando o social: uma introdução à teoria do ator rede*. São Paulo: Edusc, 2012.

_____. How to talk about the body. *Body & Society*, v. 10, n. 2-3, p. 205-229, 2004.

LAZZARATO, M. *Trabalho imaterial: formas de vida e produção de subjetividade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

LAW, J. Notas sobre a teoria do ator-rede: ordenamento, estratégia e heterogeneidade. 2009. Disponível em: <<http://www.necso.ufrj.br/Trads/Notas%20sobre%20a%20teoria%20Ator-Rede.htm>>. Acesso em: 27 out. 2016.

MOL, A. Política ontológica: algumas ideias e várias perguntas. In: NUNES, J. ; ROQUE, R. (Org.). *Objectos impuros: experiências em estudos sobre a ciência*. Porto: Afrontamento, 2008. p. 63-75.

OLHAR DIGITAL. *LinkedIn ultrapassa a marca de 400 milhões de usuários*. 2016. Disponível em: <<http://olhardigital.uol.com.br/noticia/linkedin-ultrapassa-a-marca-de-400-milhoes-de-usuarios/54962>>. Acesso em: 15 maio 2016.

PEDRO, R. Dispositivos tecnológicos de vigilância: o futuro é agora? In: AMARAL, M. T. (Org.). *As ideias no lugar: tecnologia, mística e alteridade na cultura contemporânea*. Rio de Janeiro: E-papers, 2009.

PEDRO, R. et al. Tecnologias de vigilância e visibilidade em cena: algumas controvérsias. *Polis e Psique*, v. 4, p. 51-79, 2014.

REDE GLOBO. Google exclui só 53% dos links de pedidos ao “direito de ser esquecido”. G1, 2014. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2014/07/google-exclui-so-53-dos-links-de-pedidos-ao-direito-de-ser-esquecido.html>>. Acesso em: 31 ago. 2014.

_____. LinkedIn tem crescimento de 25% em base de usuários no Brasil. G1, 2016. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2016/05/linkedin-tem-crescimento-de-25-em-base-de-usuarios-no-brasil-20160505175013345050.html>>. Acesso em: 8 jul. 2016.

RESENDE, E. *O livro das competências: desenvolvimento das competências: a melhor autoajuda para pessoas, organizações e sociedade*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2000.

RODRIGUES, A.P.C. *Trabalho, logo existo: o sentido do trabalho para os executivos e as práticas corporativas contemporâneas*. Rio de Janeiro, 2013. Dissertação (Mestrado, em Psicologia Social) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro.

VENTURINI, T. Diving in magma: how to explore controversies with actor-network theory. *Public Understanding of Science*, v. 19, n. 3, p. 258-273, 2010.