

# Redes reais: arte e ativismo na era da vigilância compartilhada

GISELLE BEIGUELMAN<sup>1</sup>

As redes se tornaram tão presentes no cotidiano e o processo de digitalização da cultura é de tal modo abrangente, que se tornou anacrônico pensar na dicotomia real/virtual. A rápida evolução das aplicações que envolvem sistemas computacionais interligados e integrados a objetos do cotidiano, como a computação em nuvem e a Internet das Coisas, e imagens que expandem informações do mundo físico, como a Realidade Aumentada, são algumas evidências que confirmam essa hipótese.

---

<sup>1</sup> Giselle Beiguelman é artista e professora Livre-Docente da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo (FAU-USP). Pesquisa preservação de arte digital, arte e ativismo na cidade em rede e as estéticas da memória no século 21. Desenvolve projetos de intervenções artísticas no espaço público e com mídias digitais. Foi coordenadora do curso de Design da FAU-USP de 2013 a 2015, onde leciona desde 2011. Entre seus projetos recentes destacam-se *Memória da Amnésia* (2015), *Odiolândia* (2017) e a curadoria de *Arquinterface: a cidade expandida pelas redes* (2015). É membro do Laboratório para OUTROS Urbanismos (FAUUSP) e do Interdisciplinary Laboratory Image Knowledge / Humboldt-Universität zu Berlin. Suas obras artísticas integram acervos de museus no Brasil e no exterior, como ZKM (Alemanha), MAC-USP e MAR (Rio de Janeiro), entre outros. Entre outros prêmios recebeu o Prêmio ABCA (Associação Brasileira dos Críticos de Arte) 2016, categoria Destaque, e o Prêmio Sergio Motta de Arte e Tecnologia em 2003. Em 2014, integrou o grupo de 10 net artistas internacionais convidados pelo The Webby Awards para participar da exposição comemorativa dos 25 anos da WWW (The Web at 25). Site pessoal: [desvirtual.com](http://desvirtual.com).

Estamos, como bem sintetizou André Lemos, na fase do *download* do ciberespaço, em contraposição aos primeiros anos da Internet em que se acreditava em seu poder de desmaterialização dos corpos, em sua vocação para o apagamento do “sentido de lugar”, e em que as ações se concentravam em um movimento de *upload* contínuo de processos e informações para fora do “mundo real”.<sup>2</sup>

No campo das disputas políticas, esse esmaecimento dos limites entre real e virtual revela-se com clareza. Impacta as formas de organização e de ação dos movimentos sociais e é impactado por processos de manipulação e controle inéditos. Articula os territórios informacionais aos espaços sociais e econômicos e dá corpo a uma nova modalidade de ativismo, que projeta outras formas de uso dos dados e dos meios. Operando nas intersecções do real expandido pelas redes, esse ativismo indica possibilidades de mudança cultural a partir da reprogramação dos meios e de sua reverberação na esfera pública. Suas ações são o nosso foco aqui.

## Para além dos *Likes*

Muito se falou sobre a importância das redes sociais em movimentos como a Revolução do Jasmim, na Tunísia em 2010-2011, as Manifestações de Junho de 2013 no Brasil, passando pela Primavera Árabe, 15-M espanhol e o Occupy Wall Street, que aconteceram em 2011.<sup>3</sup> No calor da hora, chegou-se a identificar a Primavera Árabe como a primeira revolução feita pelo Twitter.<sup>4</sup> Há um certo exagero nessas colocações, mas não há exagero algum em afirmar que sem os recursos do Facebook e do Twitter essas manifestações não ocorreriam da forma como ocorreram. Sua capacidade de divulgação global, alcance social e disseminação está diretamente relacionada a essas redes sociais.

---

<sup>2</sup> LEMOS, A. “Arte e mídia locativa no Brasil”. In: LEMOS, A.; JOSGRILBERG, F. *Comunicação e mobilidade: aspectos socioculturais das tecnologias móveis de comunicação no Brasil*. Salvador: Edufba, 2009, p. 89-90.

<sup>3</sup> CASTELLS, M. *Redes de indignação e esperança*. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

<sup>4</sup> JENKINS, H. *Twitter Revolutions? Spreadable Media*, 2014. Disponível em: <<http://spreadablemedia.org/essays/jenkins/#.WPun5YnDFE4>>.

É verdade que matizes locais fazem com que determinados produtos se imponham em países de contingente populacional e mercado nada desprezíveis, como a China e a Rússia, onde se destacam, respectivamente, o Weibo e a V Kontakte. É verdade, também, que redes descentralizadas, como Diaspora e Friendica, sempre são lembradas como alternativas às grandes redes corporativas. Contudo, é ainda contando com os canais de multiplicação das redes de maior penetração global, como Facebook e Twitter, e também via YouTube, que se projetam as novas articulações culturais e políticas atuais. São a partir delas que se dá a imbricação entre redes e ruas e a distribuição de narrativas alternativas aos discursos veiculados nas mídias tradicionais de massa, como a grande imprensa e os canais de televisão.<sup>5</sup>

Mas não se pode ignorar a atenção para o uso das redes para finalidades de marketing e propaganda. Nesse sistema, sites comerciais organizam, dentro das redes, comunidades em torno de suas marcas e garantem a distribuição dos anúncios de forma segmentada, atrelando a sociabilidade ao consumo. Esse modelo de segmentação, que também é utilizado pelo Google e outros serviços, permite que informações associadas aos perfis de seus usuários sejam vinculadas a anúncios. No caso do Facebook, o combustível dessa máquina é formado pelos inúmeros aplicativos e plugins sociais que são oferecidos aos membros. Eles estimulam a publicação de dados relacionados aos gostos e comportamentos e permitem o mapeamento da distribuição dos anúncios das empresas que compram ali espaço publicitário, atrelando cada vez mais, como mostrou Douglas Rushkoff<sup>6</sup>, as identidades pessoais às identidades corporativas.

Não interessa aqui fazer uma discussão em profundidade sobre a publicidade nas redes sociais, mas retomar alguns aspectos abordados em outro artigo.<sup>7</sup> Nessa perspectiva, o que importa destacar neste espaço são as relações que o design de informação das redes sociais tem com a rarefação da experiência dos espaços cole-

---

<sup>5</sup> MALINI, F.; ANTOUN, H. *A internet e a rua: ciberativismo e mobilização política nas redes sociais*. Porto Alegre: Sulina, 2013; BENTES, I. *Mídia-multidão: estéticas da comunicação e biopolítica*. Rio de Janeiro: Mauad, 2015.

<sup>6</sup> RUSHKOFF, D. *Life.Inc.: How the World Became a Corporation and How to Take It Back*. Nova York: Random, 2009.

<sup>7</sup> BEIGUELMAN, G. "Espaços de subordinação e contestação nas redes sociais". In: *Revista USP*, n. 92. São Paulo: 2012, p. 20-31. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.11606/issn.2316-9036.voi92p20-31>>.

tivos como espaços de negociação. Isso porque implica também o esvaziamento da esfera pública, uma vez que depende de um regime de alianças entre amigos tão sólido, que suprime a possibilidade de conflito. Espaços de relacionamento protegidos, espécie de jardins murados de redes dentro das redes, levam-nos a perguntar: “Mas quem são seus inimigos? O que significam os amigos para a constituição do colaborativo? O que acontece à lógica criativa da tensão, que lhe é constitutiva, quando tudo o que se tem é uma afirmação sem fim?”.<sup>8</sup>

Nesse contexto, redes sociais nos moldes do Facebook aparecem como sistemas de trancamento de seus participantes nos limites de interação dos proprietários desses espaços, detonando a universalidade dos protocolos da web e tornando-se uma rede meramente “social” (em que apenas encontramos nossos sócias). Estamos diante do que chamo de capitalismo fofinho, um regime que se explicita na iconografia da Web 2.0.

Esse capitalismo fofinho celebra, por meio de ícones rechonchudos e arredondados, um mundo cor-de-rosa e azul-celeste, que se expressa a partir de onomatopeias e exclamações pueris, como Google e Yahoo. Um universo de corações, passarinhos azuis bochechudos e muitos *Likes*. Consolidam-se aí mundos planos, de comunidades cujos membros replicam os gostos uns dos outros e no qual entram apenas aqueles que são nossos semelhantes.

Mas são em grande parte os mecanismos disponíveis nas redes sociais e no seu imaginário o que permite as infiltrações artísticas mais radicais. Um jogo que se acirra conforme a economia da atenção se configura como um dos pilares da vida nas redes sociais, transformando em paradigma de sobrevivência uma velha hipótese do economista Herbert A. Simon: “a riqueza de informação cria pobreza de atenção”.<sup>9</sup>

De certa forma, as redes confirmaram a hipótese de Simon. Não que a abundância de informação em si seja ruim. O problema é a forma como é distribuída, dominada por um regime de darwinismo social dos dados, no qual, por seleção

---

<sup>8</sup> ROSSITER, N. “Your Space is MyTime, or, What is the Lurking Dog Going to Do – Leave a Comment?”. In: *Institute of Network Cultures*. 5 Nov 2007. Disponível em: <<https://networkcultures.org/blog/2007/11/05/yourspace-is-mytime-by-ned-rossiter/>>.

<sup>9</sup> SIMON, H. A. *Designing Organizations for and Information-Rich World*. Carnegie Mellon University, 1971. Disponível em: <<http://doi.library.cmu.edu/10.1184/pmc/simon/box00065/fldo5029/bdlo001/doc0001>>.

natural, vence sempre o mais forte (o mais acessado). Em um mundo dividido em dezenas de abas do navegador e *inputs* das redes sociais e chamados das redes interpessoais, como o Whats App, a atenção torna-se um capital simbólico precioso. Para os analistas de mercado, a atenção que conseguimos atrair é associada ao número de seguidores que conseguimos mobilizar. “No contexto das redes sociais, quanto mais atenção você tem, mais valioso você se torna. A atenção se converteu na nova moeda forte, e os ‘amigos’ se transformaram nos agentes dessa economia”, escreveu a curadora Inke Arns<sup>10</sup>, comentando *High Retention, Slow Delivery*, uma obra do artista holandês Constant Dullaart<sup>11</sup> que ironiza exatamente essa situação, desde o seu título.

Nessa obra, Dullaart<sup>12</sup> apropria-se do *slogan* de venda de pacotes de seguidores na Internet. As empresas asseguram a permanência desses seguidores pelo método de entrega escalonada, a fim de parecer que eles “naturalmente” foram atraídos por determinada pessoa e não comprados em pacotes. O que essas empresas não revelam é que muitas comercializam perfis falsos, gerados algoritmicamente.

Em *High Retention, Slow Delivery*, Dullaart<sup>13</sup> partiu para a compra desse tipo de pacotes de seguidores e colocou à prova a fórmula do “*It’s not who you know, it’s who follows you*”. Adquiriu 2,5 milhões de perfis falsos, comercializados por empresas que prometem “turbinar” seu Instagram. Esses seguidores foram distribuídos, em doses de 100 mil, entre alguns artistas, em um movimento que ele definiu como uma “economia socialista da atenção”. Afinal, se todos tivessem o mesmo número de seguidores, qual seria o valor do número de seguidores?

Ironias à parte, projetos artísticos como o de Dullaart constituem mais que atos performáticos online. São verdadeiras Zonas Autônomas Temporárias – uma conceituação de Hakim Bey<sup>14</sup> para dar conta de espaços fluidos, que se articulam em torno de objetivos comuns, em formatos não hierárquicos, como

---

<sup>10</sup> ARNS, I. *Constant Dullaart: High Retention, Slow Delivery*. 2014. Disponível em: <<http://espacevirtuel.jeudepaume.org/constant-dullaart-high-retention-slow-delivery-2474/>>.

<sup>11</sup> DULLAART, C. *High Retention, Slow Delivery*, 2014. Disponível em: <<https://vimeo.com/107035478>>.

<sup>12</sup> Idem.

<sup>13</sup> Idem.

<sup>14</sup> BEY, H. *TAZ: Zona Autônoma Temporária*. Tradução de Renato Rezende e Patricia Decia. São Paulo: Conrad, 2001.

bandos efêmeros. Eles se justificam pelas suas ações pontuais e locais, como o #SOPABlackout (*Stop Online Piracy Act*) e PIPA (*PROTECT IP*), que uniu ativistas, Wikipedia e sites de corporações, como Google, e de vários países (inclusive o Brasil), contra a votação da lei antipirataria norte-americana, no dia de sua apresentação à Câmara dos Deputados nos EUA (18 de janeiro de 2012). A conjunção, inédita, confluiu na retirada de mais de 100 mil sites do ar por um dia.

É esse quadro de possibilidades em aberto que mobiliza artistas e ativistas a confrontarem as bolhas corporativas das redes sociais e o nosso comportamento dentro delas. Em contraposição aos seus meandros publicitários, redes alternativas, como Diaspora, apostam em uma estética menos infantilizada e em políticas de preservação da privacidade de seus membros. Comprometidos com agendas transformadoras, buscam, acima de tudo, parâmetros de sociabilidade que não redundem em uma abordagem quantitativa das afetividades balizada pela competição por números de amigos e seguidores.

Na mesma direção, com plataformas menos ambiciosas, porém não menos críticas, merecem destaque projetos irônicos como o *Hatebook*<sup>15</sup> e o *My Frienemies*<sup>16</sup>. No primeiro, parte-se do pressuposto de que “os inimigos dos seus inimigos são seus amigos”. Por isso, somos convidados a participar, divulgando segredos e mentiras de outras pessoas. Já *My Frienemies* é uma rede “que permite que você se conecte com pessoas que fingem gostar das mesmas pessoas que você. Em vez de pensar no negativo, convidamos você a promover novas amizades com base em aversões, aborrecimentos e desapontamentos compartilhados”.<sup>17</sup> Redes antissociais por excelência, *Hatebook* e *MyFrienemies* funcionam como um alterego das formas de afetividade que vinga nos espaços corporativos. Em conjunto, guardando-se suas especificidades, apontam para as ambiguidades das redes sociais e da Web 2.0: seu potencial de domesticação e de tensionamento da esfera pública.

---

<sup>15</sup> HATEBOOK. *Hatebook*, 2007. Disponível em: <<http://www.hatebook.org/>>.

<sup>16</sup> WALLER, A. *My Frienemies*, 2007. Disponível em: <<http://angiewaller.com/myfriemies/>>.

<sup>17</sup> Idem.

## De nuvens a cidadelas

O que chamamos de Web 2.0 não remete à emergência de um novo protocolo de Internet, mas a uma nova arquitetura de informação que viabiliza outro uso da Internet. Ao invés de ser apenas um gigantesco arquivo de páginas, ou seja, de conteúdo disponível para consumo, a Internet passa a funcionar como plataforma, baseada em bancos de dados, para desenvolvimento e criação, a partir de sistemas de gerenciamento de conteúdos (*Content Management Systems*) sem demandar grandes repertórios tecnológicos dos usuários.

O sistema, que promete a era do conteúdo gerado pelo consumidor (CGC, *Consumer Generated Content*), entrega uma concentração sem precedentes nas mãos de algumas poucas empresas. Se é fato que “os bancos de dados facilitam o acesso por muitos”, é fato também “que a conexão de tantos sites, como existem hoje na WWW, só é possível através de centros altamente conectados e operados automaticamente”, que apenas empresas de grande porte têm capacidade de manter.<sup>18</sup>

Nessa arquitetura, consolida-se o modelo da computação em nuvem, baseado no compartilhamento de servidores interligados via Internet. Operam nas nuvens desde redes sociais, como Facebook e Twitter, a empresas de software, como Microsoft, lojas como Amazon, iTunes, Google Play, serviços, como email e armazenamento em drives virtuais, do tipo do Gmail, Outlook e Dropbox, além de programas governamentais de dados abertos.

A facilidade de uso é a razão de ser de seu sucesso, mas é também o que converteu a Internet num espaço povoado de “cidadelas” fortificadas, onde as pessoas vivem dentro de alguns poucos sites e serviços populares dominantes. Neles, qualquer um pode tomar parte, porém apenas de acordo com as regras prescritas pelos algoritmos previamente programados. O uso é gratuito (não livre). O pagamento são nossos dados pessoais que disponibilizamos “em troca do direito de uso dos serviços dos bancos de dados”.<sup>19</sup>

---

<sup>18</sup> WARNKE, M. “Databases as Citadels in the Web 2.0”. In: LOVINK, G.; RASCH, M. *Unlike Us Reader: Social Media Monopolies and Their Alternatives*. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2012, p. 86.

<sup>19</sup> *Ibidem*, p. 87.

Esses dados favorecem não apenas dinâmicas publicitárias e de marketing, como vimos, mas também operações de um novo “Estado-plataforma” com performance de “megamáquina de busca”<sup>20</sup> que alimenta novos dispositivos de vigilância como, por exemplo, os que foram embutidos no polêmico *Patriot Act* de 2001 (Lei Patriótica dos EUA), publicado um mês depois do atentado de 11 de setembro de 2001. Em nome do antiterrorismo, essa lei proclamava o direito do governo dos EUA de ter acesso aos dados armazenados em empresas americanas e suas subsidiárias, em centros de dados. Apesar de reformulada em 2015, mudanças introduzidas em janeiro de 2018 pelo Congresso norte-americano renovaram os direitos de acesso da NSA (*National Security Agency*, Agência Nacional de Segurança) a dados de elementos considerados suspeitos no exterior, sem necessidade de autorização prévia de empresas que operam globalmente, o que inclui Amazon, Apple, Microsoft, Google e Facebook, entre outros.

Com implicações geopolíticas que reverberam até hoje, o ataque às Torres Gêmeas impactou profundamente o imaginário coletivo. No âmbito da Internet, revelou “a faca de dois gumes” das redes, fazendo desabar um discurso até então recorrente sobre sua existência como algo “bom em si”.<sup>21</sup> Por outro lado, criou as condições para que a lógica da ameaça se expandisse rapidamente, impondo um estado de paranoia em todas as instâncias da vida cotidiana, infiltrando-se, também, nas rotinas mais elementares da experiência online, conforme analisou Alex Galloway.<sup>22</sup> Essas condições de vulnerabilidade e alarme pós-2001 iluminam não só o contexto da aprovação de leis como o *Patriot Act*, mas também o da aceitação generalizada dos ambientes seguros que a Web 2.0 oferta aos seus usuários, ainda que em regime de jardins murados.

---

<sup>20</sup> BRATTON, B. H. *The Stack: On Software and Sovereignty*. Cambridge: MIT Press, 2016, p. 120-121.

<sup>21</sup> CHUN, W. H. K. “The Enduring Ephemeral, or the Future Is a Memory”. In: *Critical Inquiry*, n. 35. Autumn 2008, p. 149.

<sup>22</sup> GALLOWAY, “A. Warcraft and Utopia”. In: *C-Theory*. 16 Fev. 2006. Disponível em: <[www.ctheory.net/articles.aspx?id=507](http://www.ctheory.net/articles.aspx?id=507)>.



## Espaços ambivalentes

As novas políticas de vigilância não operam apenas via Estado-plataforma como “megamáquina de busca”, por meio de programas oficiais, como o PRISM, da Agência de Segurança dos EUA, denunciado por Edward Snowden em 2013.<sup>23</sup> Nos circuitos rastreados e cada vez mais algoritmicamente manipulados das redes sociais, seus usuários transformam-se em bancos de dados ambulantes que doam informações, a partir das suas rotinas mais elementares. Nesse sentido, as redes são fenômenos e peças essenciais de um regime que Clare Birchall<sup>24</sup> denomina *shareveillance*, uma forma de vigilância que opera pelas práticas de compartilhamento.

O escândalo da Cambridge Analytica, em março de 2018, esclarece com precisão a definição de Birchall. Recapitulando o caso que foi amplamente noticiado: informações de cerca de 50 milhões de usuários do Facebook foram obtidas pela empresa de pesquisa Cambridge Analytica, a partir de um aplicativo que oferecia um teste psicológico aos usuários, chamado “*this is your digital life*” (essa é sua vida digital). Com esse aplicativo, foram capturadas não só informações dos participantes do teste, mas também de todos os amigos relacionados àquele perfil no Facebook. Os dados do teste foram tabulados e mais de 500 mil perfis, considerados potencialmente receptivos a mensagens pró-Donald Trump, foram selecionados. Ninguém sabia que isso aconteceria, nem tinha ideia que essa massa de dados seria usada para eleger o candidato republicano.

Várias reportagens e análises foram publicadas e esmiuçaram o caso sob diferentes aspectos. O que é importante frisar aqui é que ninguém foi coagido a fornecer esses dados. Não houve vazamento de informações, nem roubo de identidades ou assalto a perfis. Mas o que ficou claro é que espaços de compartilhamento, como o Facebook, são também máquinas de registro de todos os nossos passos e atividades, e que ganham mais força pelo seu caráter relacional,

---

<sup>23</sup> THE WASHINGTON POST. “NSA slides explain the PRISM data-collection program”. In: *The Washington Post*, 6 Jun. 2013. Disponível em: <<http://www.washingtonpost.com/wp-srv/special/politics/prism-collection-documents/>>.

<sup>24</sup> BIRCHALL, C. *Shareveillance: The Dangers of Openly Sharing and Covertly Collecting Data*. Edição Kindle. Minnesota: University of Minnesota Press, 2017.

pela forma como essas informações estão integradas aos dados de nossos amigos e às páginas que acessamos.

Uma série de artistas e ativistas da rede discutem essas questões em suas obras e projetos há quase 10 anos (muito antes, portanto, das denúncias de Snowden e do escândalo da Cambridge Analytica tornarem-se públicos). A obra *Face to Facebook*<sup>25</sup>, dos artistas ativistas italianos Paolo Cirio e Alessandro Ludovico, realizada em 2011, é um marco histórico nesse processo. Para a realização do projeto, que levou o prêmio máximo do festival Transmediale e o cobiçado prêmio de distinção do Ars Electronica, em 2011, “haquearam” mais de 1 milhão de perfis do Facebook. O objetivo era colocar a nu a fragilidade do seu sistema de privacidade e questionar seus protocolos de relacionamento.

Para tanto, além de roubar os perfis do Facebook, os artistas os filtraram com um programa de reconhecimento facial, a fim de promover “casamentos” entre esses perfis. Isso resultou em 200 mil pares, cujas faces e os dados mantinham certa coerência para formar um casal. Depois, os transferiram para um novo site de relacionamento – o lovely-faces.com – de sua propriedade, disponibilizando publicamente pares baseados nas semelhanças de dados e faces.

O sucesso da empreitada foi tamanho que não conseguiu ficar mais que uma semana no ar. Nesse meio tempo, foram divulgadas reportagens, protestos de indivíduos que tiveram seus perfis saqueados e também um grande número de pessoas que queriam inscrever-se no *Lovely Faces*. O projeto foi alvo de um processo por parte do Facebook e finalizado por ordem judicial. Contudo, sua eficiência e suas teses saíram comprovadas: os protocolos de segurança do Facebook não são confiáveis e sua política de segurança da privacidade dos dados é frágil.

Mais recentemente, em 2016, Hang Duc e Regina Mir criaram o *Data Selfie*<sup>26</sup>, um programa que permite visualizar as informações que são registradas enquanto se está no Facebook. A partir do registro de nossas interações nessa rede social, contabiliza, em tempo real, quantos *Likes* distribuímos, quanto tempo dispensamos em cada perfil visitado, o que escrevemos, e quais links acessamos. Tudo isso aparece em um gráfico que revela um curioso mapa de nossos hábitos. As autoras

---

<sup>25</sup> LUDOVICO, A.; CIRIO, P. *Face to Facebook*, 2011. Disponível em: <<http://www.face-to-facebook.net/>>.

<sup>26</sup> MIR, R. F.; DUC, H. D. T. *Data Selfie*, 2016. Disponível em: <<https://dataselfie.it>>.

explicam as motivações do projeto:

Na era da informação os dados ditam a economia. Pode-se esperar que o *Big Data* resolverá todos os problemas da humanidade ou temer um futuro como *Minority Report* de Steven Spielberg à nossa frente. *Data Selfie* nasce da crença de que ambos são possíveis. Uma coisa é certa: os dados estão definindo cada vez mais nossas vidas. Portanto, é importante, especialmente para aqueles que não são esperançosos ou temerosos, que são indiferentes a este tópico, estarem conscientes do poder e influência dos nossos dados sobre nós.<sup>27</sup>

Dito de outra forma, a pergunta que esse “autorretrato em dados” nos faz é: como esses dados serão usados para prever nossas ações e comportamentos? E é justamente para esse tema – futuros usos da mineração de dados associados ao comportamento – que chama a atenção *Go Rando*<sup>28</sup>. O programa desenvolvido pelo artista norte-americano Ben Grosser é uma extensão para o navegador que funciona quando se está conectado ao Facebook. Seu foco são os ícones de reações que o Facebook nos fornece para expressar nossos sentimentos sobre posts, links e fotos. Além de individualizar nossas respostas, essas reações permitem um mapeamento mais preciso dos perfis e, portanto, direcionamento de publicidade e de mensagens.

O *Go Rando* interfere na seleção. Uma vez instalado, passa a confundir as reações emocionais que associamos aos posts de nossos amigos no Facebook. Você seleciona o ícone para dizer que “curtiu”, o programa substitui randomicamente por outra reação, como por exemplo, espanto, ou raiva, pretendendo, com isso, complicar o processo de registro dos dados dos usuários no sistema. Grosser explica:

---

<sup>27</sup> MIR, Regina; DUC, Hang. *Data Selfie – Regina Flores Mir*, 2016. Disponível em: <<http://www.reginafloresmir.com/data-selfie/>>.

<sup>28</sup> GROSSER, B. “Obfuscates your feelings on Facebook and defeat its algorithms in the process” [Entrevista a Regine Debatty]. In: *We Make Money Not Art*, 17 Fev. 2017. Disponível em: <<http://we-make-money-not-art.com/obfuscates-your-feelings-on-facebook-and-defeat-its-algorithms-in-the-process/>>.

[...] Espero que *Go Rando* faça as pessoas pensarem sobre como a maneira que elas se sentem é usada para alterar sua visão do mundo. Isso muda o que se vê no seu *Feed* de Notícias. Suas “reações” possibilitam uma publicidade mais direcionada e a manipulação emocional. E, como vimos com os recentes acontecimentos na Inglaterra e nos EUA, nossos dados de mídia social podem ser usados para promover as agendas de máquinas políticas corporativas, com o objetivo de orientar a opinião pública para seus próprios fins.<sup>29</sup>

Ao tratar criticamente a vivência nas redes sociais, os artistas aqui citados promovem seu desenraizamento da cultura do marketing, a que originariamente elas pertencem, e do processo de vigilância distribuída do cotidiano com o qual se relacionam. Nessa perspectiva, politizam as formas de ocupação da Internet ao mesmo tempo em que tornam menos opacos os processos de adestramento das redes sociais.

Permitem, dessa forma, entrever uma das ambivalências políticas mais marcantes da contemporaneidade: na Internet, os espaços de articulação das resistências coincidem com os dos dispositivos de captura. Dar às redes novas dimensões, propondo modelos de construção coletiva de novas agendas comuns, é por isso hoje fundamental. Afinal, é partindo dos interstícios das redes corporativas e da contestação da economia neoliberal dos *Likes* que se pode pensar outras formas de ocupação da web e de outras confluências entre as mídias e a política, as redes e as ruas.

## Referências bibliográficas

ARNS, I. *Constant Dullaart: High Retention, Slow Delivery*. 2014. Disponível em: <<http://espacevirtuel.jeudepaume.org/constant-dullaart-high-retention-slow-delivery-2474/>>.

BEIGUELMAN, G. “Espaços de subordinação e contestação nas redes sociais”. In: *Revista USP*, n. 92. São Paulo: 2012, p. 20-31. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.11606/issn.2316-9036.voi92p20-31>>.

<sup>29</sup> Idem.

- BENTES, I. *Mídia-multidão: estéticas da comunicação e biopolítica*. Rio de Janeiro: Mauad, 2015.
- BEY, H. *TAZ: Zona Autônoma Temporária*. Tradução de Renato Rezende e Patricia Decia. São Paulo: Conrad, 2001.
- BIRCHALL, C. *Shareveillance: The Dangers of Openly Sharing and Covertly Collecting Data*. Edição Kindle. Minnesota: University of Minnesota Press, 2017.
- BRATTON, B. H. *The Stack: On Software and Sovereignty*. Cambridge: MIT Press, 2016.
- CASTELLS, M. *Redes de indignação e esperança*. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.
- CHUN, W. H. K. “The Enduring Ephemeral, or the Future Is a Memory”. In: *Critical Inquiry*, n. 35. Autumn 2008, p. 148-171.
- DIASPORA. *The diaspora\* Project*. Disponível em: <<https://diasporafoundation.org/>>.
- DULLAART, C. *High Retention, Slow Delivery*, 2014. Disponível em: <<https://vimeo.com/107035478>>.
- GALLOWAY, A. *Warcraft and Utopia. C-Theory*. 16 Fev. 2006. Disponível em: <[www.ctheory.net/articles.aspx?id=507](http://www.ctheory.net/articles.aspx?id=507)>.
- GROSSER, B. “Obfuscates your feelings on Facebook and defeat its algorithms in the process” [Entrevista a Regine Debatty]. In: *We Make Money Not Art*, 17 Fev. 2017. Disponível em: <<http://we-make-money-not-art.com/obfuscates-your-feelings-on-facebook-and-defeat-its-algorithms-in-the-process/>>.
- HATEBOOK. *Hatebook*, 2007. Disponível em: <<http://www.hatebook.org/>>.
- JENKINS, H. *Twitter Revolutions? Spreadable Media*, 2014. Disponível em: <<http://spreadablemedia.org/essays/jenkins/#.WPun5YnDFE4>>.
- LEMOES, A. “Arte e mídia locativa no Brasil”. In: LEMOS, A.; JOSGRILBERG, F. *Comunicação e mobilidade: aspectos socioculturais das tecnologias móveis de comunicação no Brasil*. Salvador: Edufba, 2009.
- LUDOVICO, A.; CIRIO, P. *Face to Facebook*, 2011. Disponível em: <<http://www.face-to-facebook.net/>>.
- MALINI, F.; ANTOUN, H. *A internet e a rua: ciberativismo e mobilização política nas redes sociais*. Porto Alegre: Sulina, 2013.

- METAHAVEN. “Captives of the Cloud (Part I)”. In: *e-flux Journal*, n. 37. Set. 2012, p. 1-14. Disponível em: <[http://worker01.e-flux.com/pdf/article\\_8957400.pdf](http://worker01.e-flux.com/pdf/article_8957400.pdf)>.
- MIR, R. F.; DUC, H. D. T. *Data Selfie*, 2016. Disponível em: <<https://dataselfie.it>>.
- O'REILLY, T. *What Is Web 2.0*. Disponível em: <<http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>>.
- ROSSITER, N. *Your Space is MyTime, or, What is the Lurking Dog Going to Do – Leave a Comment?* *Institute of Network Cultures*. 5 Nov 2007. Disponível em: <<https://networkcultures.org/blog/2007/11/05/your-space-is-mytime-by-ned-rossiter/>>.
- RUSHKOFF, D. *Life.Inc.: How the World Became a Corporation and How to Take It Back*. Nova York: Random, 2009.
- SIMON, H. A. *Designing Organizations for and Information-Rich World*. Carnegie Mellon University, 1971. Disponível em: <<http://doi.library.cmu.edu/10.1184/pmc/simon/box00065/fld05029/bdl0001/doc0001>>.
- THE WASHINGTON POST. “NSA slides explain the PRISM data-collection program”. In: *The Washington Post*. 6 June 2013. Disponível em: <<http://www.washingtonpost.com/wp-srv/special/politics/prism-collection-documents/>>.
- WALLER, A. *My Frienemies*, 2007. Disponível em: <<http://angiewaller.com/myfrienemies/>>.
- WARNKE, M. “Databases as Citadels in the Web 2.0”. In: LOVINK, G.; RASCH, M. *Unlike Us Reader: Social Media Monopolies and Their Alternatives*. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2012, p. 76-88.