



UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA
PEDRO AUGUSTO BOCCHESI

**BUSCADOR GOOGLE HUMMINGBIRD:
ANÁLISE DISCURSIVA DO PROCESSO DE INDIVIDUAÇÃO
A PARTIR DO CONCEITO DO FILTRO INVISÍVEL**



Palhoça
Fevereiro de 2019

PEDRO AUGUSTO BOCCHESI

**BUSCADOR GOOGLE HUMMINGBIRD:
ANÁLISE DISCURSIVA DO PROCESSO DE INDIVIDUAÇÃO
A PARTIR DO CONCEITO DO FILTRO INVISÍVEL**



Tese apresentada ao Curso de Doutorado em Ciências da Linguagem da Universidade do Sul de Santa Catarina como requisito parcial à obtenção do título de Doutor em Ciências da Linguagem.

Orientadora: Prof^ª. Dra. Giovanna Benedetto Flores

**Palhoça
2019**

B64 Bocchese, Pedro Augusto, 1979-
Buscador Google Hummingbird : análise discursiva do processo
de individuação a partir do conceito do filtro invisível / Pedro
Augusto Bocchese. – 2019.
129 f. ; 30 cm

Tese (Doutorado) – Universidade do Sul de Santa Catarina, Pós-
graduação em Ciências da Linguagem.
Orientação: Profa. Dra. Giovanna Benedetto Flores

1. Análise do discurso. I. Flores, Giovanna Benedetto. II.
Universidade do Sul de Santa Catarina. III. Título.

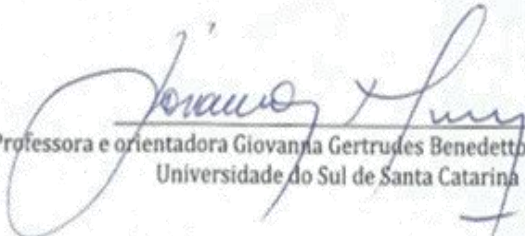
CDD (21. ed.) 401.41

PEDRO AUGUSTO BOCCHESI

**BUSCADOR GOOGLE HUMMINGBIRD: ANÁLISE DISCURSIVA DO PROCESSO DE
INDIVIDUAÇÃO A PARTIR DO CONCEITO DO FILTRO INVISÍVEL**

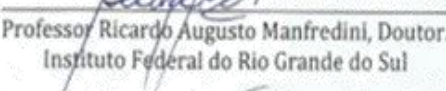
Esta Tese foi julgada adequada à obtenção do
título de Doutor em Ciências da Linguagem e
aprovada em sua forma final pelo Curso de
Doutorado em Ciências da Linguagem da
Universidade do Sul de Santa Catarina.

Palhoça, 13 de fevereiro de 2019.


Professora e orientadora Giovanna Gertrudes Benedetto Flores, Doutora.
Universidade do Sul de Santa Catarina

presente por videoconferência


Professor Rafael Evangelista, Doutor.
Universidade Estadual de Campinas


Professor Ricardo Augusto Manfredini, Doutor.
Instituto Federal do Rio Grande do Sul


Professora Nádia Régia Maffi Neckel, Doutora.
Universidade do Sul de Santa Catarina


Professora Solange Maria Leda Gallo, Doutora.
Universidade do Sul de Santa Catarina

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho aos meus pais, por sempre me motivarem e acreditarem em mim e à minha esposa e filho, que souberam compreender a minha ausência no período dedicado à pesquisa.

AGRADECIMENTOS

Agradeço especialmente à minha orientadora, Profa. Dra. Giovanna Benedetto Flores, pelo incentivo, paciência e dedicação, aos meus alunos pelo apoio na execução desta pesquisa e aos amigos pelas palavras de motivação.

RESUMO

Em um ambiente em que as relações estão sendo baseadas na internet, tanto no que tange à busca por conhecimento como nos processos de colaboração e relações humanas, as empresas estão utilizando mecanismos de busca para criar um novo universo de interesses. Para Ruiz (2010, p.16), “somos desafiados a selecionar e atribuir significação àquilo que identificamos como pertinente a nosso universo de interesses”. O objetivo geral desta pesquisa é analisar discursivamente a possível existência do processo de individuação a partir do conceito do Filtro Invisível no buscador Google versão *Hummingbird*, ou seja, até onde estamos submetidos a concordar com as formas de funcionamento dos buscadores que utilizamos. O Filtro Invisível foi um conceito apresentado no TED (acrônimo de *Technology, Entertainment, Design*; em português: Tecnologia, Entretenimento, Design) por Eli Pariser. O autor trouxe uma reflexão a respeito da forma que os algoritmos criados pelos buscadores e redes sociais retornam registros. Para ele, o processo de personalizar o indivíduo, gerado por esses mecanismos de busca faz com que as pessoas não tenham ciência do que não está retornado, e sim, que estejam sujeitas ao efeito de que tudo aquilo que está visível é o que existe. Esta pesquisa tem como sustentação teórica a Análise do Discurso, produzindo desse modo, gestos de interpretação e tendo como dispositivo teórico/analítico as noções de arquivo, formação discursiva, memória discursiva e metálica e o processo de individuação. Os principais autores utilizados nesta pesquisa são Pêcheux, Courtine, Foucault, Indursky e Orlandi.

Palavras-Chave: Individuação. Filtro Invisível. Análise do Discurso.

ABSTRACT

In a world where relations are based on the virtual world, both regarding the search for knowledge and in collaboration processes and human relations, society is using search engines to adapt to this new universe of interests. For Ruiz (2010, p.16), “we are challenged to select and assign meaning to what we identified as relevant to our universe of interests”. The general purpose of this research is to discursively analyze the individuation from the concept of the Invisible Filter in the Google search engine Hummingbird version, that is, to where we are submitted to agree with the ways of functioning of the search engines that we use. The Filter Bubble is a concept originated by Eli Pariser at TED. TED (acronym: Technology, Entertainment, Design) brings a series of conferences in Europe, Asia and Americas aimed at disseminating ideas. Its performances are limited to sixteen minutes and videos are released on the Internet. Eli Pariser has brought a reflection on how algorithms created by search engines and social networks return records. For him, the process of customizing the individual, generated by these search engines, makes people not aware of what is not returned, but that they are subject to the effect that everything that is visible is what exists. This research has as theoretical support the Discourse Analysis, producing, thus, interpretation gestures and having as theoretical/ analytical device notions of archive, discursive formation, discursive and metal memory and individuation process. The main authors used in this research are Pêcheux, Courtine, Baronas, Foucault, Indursky and Orlandi.

Keywords: Individuation. Filter Bubble. Discourse Analysis.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Representação gráfica do <i>The Filter Bubble</i>	20
Figura 2: Processo de Individuação.....	40
Figura 3: Sujeito e Mundo atravessados pela linguagem.	49
Figura 4: Buscador <i>Backrub</i> – Google Inc.	64
Figura 5: Página inicial do Google em 1997.	65
Figura 6: Buscador Google - Google Inc.	66
Figura 7: A história do Logotipo da Google.....	68
Figura 8: Google <i>Doodles</i> Crianças.	69
Figura 9: Portal Yahoo.	70
Figura 10: Top 10 Google <i>Doodles</i>	71
Figura 11: A Internet e suas fases.....	76
Figura 12: A evolução da internet.	78
Figura 13: Conversão Sistema Binário x Caracteres.	79
Figura 14: Funções <i>AND</i> , <i>OR</i> e <i>NOT</i>	80
Figura 15: Estrutura de Verdadeiro e Falso.....	81
Figura 16: Busca no Google utilizando o delimitador <i>AND</i>	81
Figura 17: Busca no Google utilizando o delimitador <i>OR</i>	82
Figura 18: Busca no Google utilizando o delimitador.....	83
Figura 19: Busca no Google utilizando a expressão com aspas.	84
Figura 20: Panda Algoritmo.	85
Figura 21: Pinguim Algoritmo.	88
Figura 22: <i>Hummingbird</i> Algoritmo.	89
Figura 23: Pombo Algoritmo.....	91
Figura 24: Busca por palavra-chave Hotel para visualizar Algoritmo <i>Pigeon</i>	92
Figura 25: Busca pela palavra “ <i>Gamification</i> ” no Página da Livraria Saraiva	97
Figura 26: Página Inicial Portal Terra – Bloco Livraria Saraiva	98
Figura 27: Página Inicial Portal Terra – Bloco Livraria Estante Virtual.....	98
Figura 28: Página do Google em Florianópolis - SC	105
Figura 29: Página do Google em Caxias do Sul - RS.....	106

Figura 30: Google busca de palavra-chave <i>Lucro</i> pelos alunos do Curso de Administração de Empresas.....	115
Figura 31: Google busca de palavra-chave <i>Lucro</i> pelos alunos do Curso de Ciências Contábeis.	116
Figura 32: Google busca de palavra-chave <i>Lucro</i> pelos alunos do Curso de Análise e Desenvolvimento de Sistemas.	117
Figura 33: Google busca de palavra-chave <i>Software</i> pelos alunos dos Cursos de Administração de Empresas, Ciências Contábeis e Análise e Desenvolvimento de Sistemas.	118
Figura 34: Google busca de palavra-chave <i>Planilha</i> pelos alunos dos Cursos de Administração de Empresas e Análise e Desenvolvimento de Sistemas.	119
Figura 35: Google busca de palavra-chave <i>Planilha</i> pelos alunos do curso de Ciências Contábeis.	120
Figura 36: Google busca de palavra-chave <i>Empresa</i> pelos alunos do curso de Administração de Empresas.....	121
Figura 37: Google busca de palavra-chave <i>Empresa</i> pelos alunos do curso de Ciências Contábeis.	122
Figura 38: Google busca de palavra-chave <i>Empresa</i> pelos alunos do curso de Análise e Desenvolvimento de Sistemas.	124
Figura 39: Google busca de palavra-chave <i>Filtro Invisível</i> pelos alunos dos Cursos de Administração de Empresas, Ciências Contábeis e Análise e Desenvolvimento de Sistemas.	125
Figura 40: Anúncios Hotéis Busca Hotel em Florianópolis - SC.....	133
Figura 41: Anúncios Hotéis Busca Hotel em Caxias do Sul - RS.....	133
Figura 42: Busca por “Hotel Significado” no Site da Google.	134
Figura 43: Busca por <i>Pousada</i> no Site da Google.	135
Figura 44: Google busca de palavra-chave <i>Empresa</i> pelos alunos do curso de Ciências Contábeis.	142
Figura 45: Retorno da busca do Google para a palavra-chave <i>Software</i> - Apagamento.	145
Figura 46: Retorno da busca do Google para a palavra-chave <i>Planilha</i> - Apagamento.	146
Figura 47: Resultados do algoritmo da palavra <i>Empresa</i> – Curso ADS – Movimentos parafrásticos.....	148
Figura 48: Resultados do algoritmo da palavra <i>Empresa</i> – Curso ADM – Movimentos parafrásticos.....	148
Figura 49: Resultados do Google SIMECS e Empresa Saccaro. – Curso ADM	150

Figura 50: Resultados do Google Exame e Empresa Mastercard – Curso ADS.....	150
Figura 51: Resultados do Google Notícia Lucro Flamengo.	152
Figura 52: Resultados do Google Empresas Caxias do Sul.....	153
Figura 53: Resultados do Google Empresas de Nova Petrópolis e Cervejaria.....	153
Figura 54: Retorno da busca por Lucro – Resultado Lucro Flamengo – Gênero Masculino e Feminino.....	160

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	13
2 EMBASAMENTO TEÓRICO	23
2.1 MATERIALIDADE DIGITAL	46
3 O GOOGLE	61
3.1 PAGERANK E A FORMA DE ORDENAÇÃO	73
3.2 A EVOLUÇÃO DOS BUSCADORES DA GOOGLE	84
3.3 OS CONTROLES DO GOOGLE	93
3.4 O FILTRO INVISÍVEL – <i>THE FILTER BUBBLE</i>	96
4 A CONSTRUÇÃO DO EXPERIMENTO INDIVIDUAL E COLETIVO	102
4.1 PREPARANDO A ANÁLISE	102
4.2 O EXPERIMENTO INDIVIDUAL	104
4.3 O EXPERIMENTO COLETIVO	110
5 O(S) ARQUIVO(S), O SILÊNCIO E A INDIVIDUAÇÃO: UMA PROPOSTA DE ANÁLISE	128
5.1 O SILENCIAMENTO NO DIGITAL	140
5.2 A INDIVIDUAÇÃO NO GOOGLE	154
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	171
7 REFERÊNCIAS	174

INTRODUÇÃO

Atualmente, os processos de mudança dos comportamentos sociais estão baseados, em sua maioria, nos adventos tecnológicos que estão deixando marcas na sociedade moderna. Com a solidificação da internet, os indivíduos estão mudando radicalmente seu modo de interagir entre eles e com empresas. Essa mudança é realizada porque as pessoas agora fazem parte da criação, alteração e compartilhamento das informações que são aplicadas. Assim, neste cenário, os programas de computador estão gradualmente utilizando essas interações para trazer resultados mais próximos.

Estamos vivenciando um momento diferente na sociedade em que as pessoas estão cada vez mais expostas e necessitam dessa visibilidade para se sentirem pertencentes a uma comunidade ou a um grupo. E é justamente nesse espaço da internet que elas se inscrevem, ou seja, em um espaço de significação que clama por interpretação e análise permanentemente. Reforçado por essas tecnologias contemporâneas, o indivíduo, segundo Haroche (2011), é compelido a representar não uma parte de si, mas sim, uma exposição total, ou seja, uma revelação contínua de si, a mostrar-se para ser valorizado, para existir.

De acordo com Haroche (2011), estamos passando por uma transformação radical, ou seja, vivenciando nos dias de hoje um momento em que quase todas as pessoas experimentam uma intensa visibilidade no que tange a sua própria interioridade. Dito de outra forma, o que mantínhamos oculto antes e pertencia somente a nossa esfera da intimidade, hoje fica exposto, e muitas vezes, à revelia de nós.

Sob o impacto da globalização, as sociedades contemporâneas tendem a se tornar em sociedades que se transformam de maneira contínua; sociedades flexíveis, sem fronteiras e sem limites; sociedades fluidas, líquidas. Tais condições têm consequências sobre os traços de personalidade, dos mais contingentes e superficiais aos mais profundos, sobre os tipos de personalidade que tendem a desenvolver, e mesmo encorajar, e também sobre a natureza das relações entre os indivíduos. (HAROCHE, 2008, p.123).

Toda essa transformação contou com o auxílio da evolução tecnológica, sobretudo, com a inserção da internet nos celulares; com a utilização de redes sociais que fomentam as possibilidades de uma intensa visibilidade de nós mesmos. Quando acessamos uma rede social, por exemplo, de certa forma estamos demonstrando nossos interesses a pessoas com as quais gostamos de nos relacionar, bem como publicando e comentando posts relacionados à nossa intimidade.

Outro exemplo do uso dessas tecnologias são os buscadores da internet, que procuram estabelecer relações de acordo com as palavras-chave informadas pelas pessoas.

Esses buscadores, como o Google, Baidu, Bing, Yahoo, Ask, entre outros, são utilizados para auxiliar nas consultas de dados e informações. O ambiente criado pela internet gera várias oportunidades de relacionamento entre os usuários dessa tecnologia, alavancando um imenso potencial nos processos de colaboração e relações humanas. Nesse contexto, temos acesso a diversas informações e precisamos eleger as mais relevantes. Para Ruiz (2010, p.16), “somos desafiados a selecionar e atribuir significação àquilo que identificamos como pertinente a nosso universo de interesses.”

Logo na introdução, queremos diferenciar os conceitos de internet e web, pois esses dois conceitos muitas vezes, por conveniência ou contexto, são confundidos. Vamos destacar aqui, no entendimento desta pesquisa, que a web é quem leva/levará uma pessoa a acessar a internet. Assim, utilizaremos o conceito de Moraes (2012) para distanciar esses conceitos. Segundo o autor, a web é um serviço da internet, sendo o segundo serviço mais utilizado em toda a internet (na sequência vem o e-mail). Ainda de acordo com o autor, muitas pessoas confundem a web com a internet, isto é, pensam que as páginas web são “a internet”, quando, na realidade, a web é apenas um dos serviços disponíveis por meio da internet. Com isso, podemos concluir que a internet é a rede que objetiva conectar computadores no mundo, a web é uma das ferramentas de acesso a essa rede. Dito de outra forma, a internet provê serviços como e-mail, FTP e troca de mensagens instantâneas, a web utiliza-se de um protocolo para promover essa transferência de informações.

Tecnicamente, cada computador conectado à rede representa alguém que, a partir do seu acesso, cria uma base de dados enorme de suas características pessoais e interesses que são utilizados pelos buscadores. Segundo Orlandi (2005), sem perceber, estamos nos relacionando cada vez mais nesses meios de informática, automação, linguagens digitais, por meio de rádio, jornal, televisão, revistas e tudo o mais que se encontra na internet. Com o surgimento das ferramentas de pesquisa, a informação está gradualmente mais acessível, porque os meios de comunicação se adaptaram e criaram novos produtos e serviços, que são os produtos on-line, rádios e televisões digitais, redes sociais, entre outros. A partir desse relacionamento, nossos dados estão sendo armazenados em grandes bancos de dados e estamos nos relacionando com programas de computador que foram desenvolvidos por meio de linhas de programação – algoritmos – que se constituem em um conjunto de regras e procedimentos lógicos que levam a uma resolução de tarefas, produzindo clivagens subterrâneas¹.

¹ O conceito de clivagens subterrâneas será desenvolvido no subcapítulo 2.1 intitulado Materialidade Digital.

Segundo pesquisa realizada pela Serasa Experian², no ano de 2015, o Google lidera o ranking com 94,3% no quesito buscadores mais utilizados no Brasil. Interpretando a leitura das dez filosofias³ da empresa Google, podemos destacar a número 1 que assegura: “Concentre-se no usuário e tudo mais virá”. Essa frase permite refletir sobre os efeitos de sentido, ao realizar uma busca no próprio Google, este, por meio de seus algoritmos, apresenta resultados muito próximos ou exatos aos que estamos buscando. Pelbart (2000) também possibilita pensar sobre os desdobramentos da internet. Ele afirma que a tecnologia é o meio ambiente, e a noção de lugar e corpo aí se encontram. (2000).

Nesse sentido, utilizando-se das próprias expressões do Google, progressivamente, estamos assujeitados por esses mesmos mecanismos. A partir da formação de conceitos em Foucault (1987), em Vigiar e Punir, que estabelece modos de subjetivação baseados na constituição do sujeito, podemos, nesta pesquisa, analisar os usuários que utilizam a internet, como sujeitos nessa perspectiva.

Para o autor, o sujeito não é uma substância, mas, sim, uma forma na qual se estabelece e se posiciona diferentemente dos demais. Os “jogos de poder”, como o próprio Foucault classifica, relacionam-se em como o sujeito constitui-se na sua sexualidade, desejo e assujeitando-se ao que seria a verdade do seu ser. Na Análise do Discurso (doravante AD), constituída no entremeio da Linguística, da Psicanálise e do Materialismo Histórico, o sujeito sempre está atravessado, assujeitado ideologicamente⁴ (PÊCHEUX, 1990). Assim, com base nessas formulações, estamos buscando compreender os modos de subjetivação como práticas de constituição dos sujeitos.

Ainda em Foucault (1987), os “jogos de poder” estão implícitos nas “relações de poder”, em que há um processo de dominação para que possam existir marcas para uma identidade social, como exemplos: gênero, raça, etnia, classe, preferências sexuais, nacionalidade, entre outros. Buscando compreender o conceito de ideologia ligado aos aspectos hierárquicos da organização social, com o objetivo de criação de um sistema de autoridade, Foucault identifica como função de dominação toda a autoridade que procura estabelecer uma

² Serasa Experian 2015. Ranking dos buscadores no Brasil Disponível em: <<http://olhardigital.uol.com.br/noticia/ranking-dos-buscadores-no-brasil/46539>>. Acesso em: 09 out. 2015.

³ Google Inc. Disponível em: <<https://www.google.com.br/intl/pt-BR/about/company/philosophy/>> Acesso em: 09 out. 2015.

⁴ Será desenvolvido no subcapítulo 2 intitulado Embasamento Teórico a partir da página 29.

legitimidade. Todo esse processo procura designar a maneira como os indivíduos podem ser individualizados.

Neste momento, faremos uma breve explanação sobre o modelo de sociedade de controle, trazendo a passagem da sociedade vista por Foucault como “Disciplinar”, para o modelo de sociedade identificada como de “controle” de Deleuze. Não iremos abordar com profundidade essa passagem, visto que, em nossa pesquisa, buscamos, a partir de Foucault, um entendimento em que o poder não se localiza somente no governo ou no Estado, mas, sim, em uma rede complexa de relações. Essa aproximação é o que trataremos no caso do buscador do Google, bem como a questão do conceito de Filtro Invisível, de Pariser. A ideia central foi realizada pelo poder disciplinar, controlando os sujeitos a partir de uma vigilância de seus próprios comportamentos/acessos; por isso, buscamos (de)monstrar o poder invisível. A aproximação com Foucault ocorreu também nos procedimentos de controle que implicavam o acesso aos discursos, ou seja, alguns discursos são acessados, enquanto outros não o são.

As mudanças sociais ocorridas no século XVIII e XIX, a partir das leituras de Foucault (1997), levaram a alterações do jogo do poder, que foi sendo gradativamente substituído pelo que Foucault denomina de sociedades disciplinares, as quais atingiram o seu apogeu no século XX. A passagem de uma forma de dominação a outra ocorreu quando a economia do poder percebeu ser mais eficaz e rentável “vigiar” do que “punir”.

Segundo Foucault (1997), coube às sociedades disciplinares organizar os grandes meios de confinamento, os quais tinham como objetivo concentrar e compor, no tempo e no espaço uma forma de produção cujo efeito deveria ser superior à soma das partes. O indivíduo, então, não cessava de passar de um espaço fechado a outro, a saber, a família, a escola, a fábrica, a universidade e eventualmente a prisão ou o hospital:

Duas imagens, portanto da disciplina. Num extremo, a disciplina - bloco, a instituição fechada, estabelecida à margem, e toda voltada para funções negativas: fazer parar o mal, romper as comunicações, suspender o tempo. No outro extremo, com o panoptismo, temos a disciplina - mecanismos: um dispositivo funcional que deve melhorar o exercício do poder tornando-o mais rápido, mais leve, mais eficaz, um desenho das coersões subtis para uma sociedade que está por vir. O movimento que vai de um projecto ao outro, de um esquema da disciplina de excepção ao de uma vigilância generalizada, repousa sobre uma transformação histórica: a extensão progressiva dos dispositivos de disciplina ao longo dos séculos XVII e XVIII, sua multiplicação através de todo o corpo social, a formação do que se poderia chamar, grosso modo, a sociedade disciplinar. (FOUCAULT, 1997, p.173).

A chamada sociedade de controle é um passo à frente da sociedade disciplinar. Não que esta tenha deixado de existir, mas foi expandida para o campo social de produção. Segundo Foucault (1997), a disciplina é interiorizada, com o colapso das antigas instituições imperialistas, os dispositivos disciplinares tornaram-se menos limitados. As instituições sociais

modernas produzem indivíduos sociais mais flexíveis que antes. Essa transição para a sociedade de controle envolve uma subjetividade que não está fixada na individualidade. O indivíduo não pertence a nenhuma identidade e pertence a todas.

Assim, enquanto a sociedade disciplinar constitui-se de poderes transversais que se dissimulam por meio das instituições modernas e de estratégias de disciplina, a sociedade de controle é caracterizada pela invisibilidade que se expande nas redes de informação. Se analisarmos sob a perspectiva de observação e vigilância, podemos dizer que a sociedade disciplinar implica o observador estar de corpo presente e em tempo real para observar e vigiar, já no caso da sociedade de controle, a vigilância torna-se virtual.

Deleuze (1992) afirma que a passagem de uma sociedade disciplinar a uma sociedade de controle tem como estratégia fundamental esvaziar a imagem da sua virtualidade, para torná-la pura informação, parte dos dispositivos de vigilância e monitorização. Ao atribuir à imagem a potencialidade da informação, deslocamos a abordagem do campo de representação, passando a compreendê-la como a própria expressão dos acontecimentos. O autor provoca uma reflexão sobre a questão dos acontecimentos, citando, “(...) não creio que os media tenham muitos recursos ou vocação para captar um acontecimento. Primeiro, eles mostram com frequência o começo e o fim, ao passo que um acontecimento, mesmo breve, mesmo instantâneo prolonga-se (...)” (DELEUZE, 1992; p. 198).

Com essa breve passagem, importa ressaltar as limitações desta pesquisa quanto aos aspectos do aprofundamento da biopolítica de Foucault (2009) e do capitalismo de vigilância de Zuboff (2015). No caso da biopolítica⁵, entendemos que nossa limitação está relacionada a entender que, mesmo considerando um instrumento de controle de poder de população do século XIX e XX, os biopoderes estão mais voltados à questão da saúde, alimentação, sexualidade, natalidade, entre outros, mais relacionados a preocupações políticas. Em nossa pesquisa, buscamos compreender o funcionamento das formas de silêncio e os procedimentos de controle dos discursos.

No que tange ao capitalismo de vigilância, proposto por Zuboff (2015), este está relacionado a um novo gênero de capitalismo que monetiza dados adquiridos por vigilância.

⁵ Biopolítica é o termo utilizado por Foucault (1978) para designar a forma em que o poder tende a se modificar no final do século XIX e início do século XX. As práticas disciplinares utilizadas antes visavam a governar o indivíduo. A biopolítica tem como alvo o conjunto dos indivíduos, a população. A biopolítica é a prática de biopoderes locais. No biopoder, a população é tanto alvo como instrumento em uma relação de poder. “Os instrumentos que o governo se dará para obter esses fins [atendimento as necessidades e desejos da população] que são, de algum modo, imanentes ao campo da população, serão essencialmente a população sobre o qual ele age.” (FOUCAULT, 2009, p. 277-293).

Esse novo modelo de produção e distribuição de dados gerados pelos usuários de tecnologia, posteriormente, comercializados por empresas de tecnologias, é o que a autora classificou como *Big Other*. A autora afirma que esse modelo de comercialização foi descoberto e consolidado pela Google, sendo o capitalismo de vigilância o que a Ford e General Motors foram para a produção em massa e capitalismo gerencial um século atrás, após adotado pelo Facebook e outros (...) usando mecanismos ilegítimos de extração e mercantilização e controle de comportamento para produzir novos mercados de predição de comportamento e modificação (ZUBOFF, 2015, p.75). A autora também aponta que o mundo on-line permite que, pela extração de dados, seja possível gerar valores monetários com a comercialização destes. Trabalharemos mais a questão da comercialização dos dados no capítulo 3.4 – Filtro Invisível (*The Filter Bubble*) utilizando como base o subcapítulo de “Personalização e Comunicação”, do artigo de Zuboff (2015) intitulado “*Big other: surveillance capitalism and the prospects of an information civilization.*”

Retomando a questão das formas identitárias e de subjetivação, estas materializam-se pela formação social correspondente que individualiza a forma sujeito-histórica, assim produzindo processos de identificação. Voltando para Pêcheux ([1969] 2014), a partir das leituras de Orlandi (2009, p.46), “o indivíduo é interpelado em sujeito pela ideologia”, é possível ler também como individualização do sujeito, a produção dos seus sentidos. De acordo com Orlandi (2012, p. 228), “as formas de individu(aliz)ação do sujeito, pelo Estado, estabelecidas pelas instituições e discursividades, resultam, assim, em um indivíduo ao mesmo tempo responsável e dono de sua vontade, com direitos e deveres e direito de ir e vir”. Assim, é possível estabelecer uma relação de identificação com uma ou outra formação discursiva⁶, podendo ser caracterizada como “um pré-requisito nos processos de identificação do sujeito” (ORLANDI, 2012, p. 228).

A partir dessas exposições e levando em consideração os processos de personalização, subjetivação e individualização na internet, propomos pensar algumas questões como:

- a. Um sujeito-usuário pode ser considerado individualizado na rede?
- b. Como ocorre o processo de personalização na internet?

⁶ A noção de formação discursiva, conforme desenvolvida por Pêcheux, será trabalhada no capítulo do referencial teórico.

Ainda partindo dessas questões, quando entendemos que é este indivíduo que acessa os buscadores e se utiliza desses resultados de busca, nos remetemos a outras perguntas: Será que este indivíduo conhece e aceita as regras de programação implementadas pelas empresas que disponibilizam os buscadores para navegação? Como este indivíduo pode ter a possibilidade de escolher, ou não, sua forma de utilizar a internet e os buscadores no que tange às regras de retorno das palavras-chave? Refletindo nisso, podemos mobilizar o conceito de Orlandi (2012) sobre individuação em que procuramos compreender como o comportamento dos buscadores intervém no processo de individuação.

Primeiro, é necessário entender que, para Orlandi (2005), temos dois movimentos que constituem o processo de subjetivação do sujeito, a saber: interpelação e individu(aliz)ação, que o indivíduo, conforme já descrito, é interpelado em sujeito pela ideologia, constituindo-se assim a forma-sujeito histórica. Já o Estado individua essa forma sujeito, e está neste ponto nosso questionamento: como a partir do uso da internet e posteriormente pelos buscadores, através dos algoritmos, se dá o processo de subjetivação e individuação do sujeito? Por conseguinte, refletimos sobre os buscadores e o conceito de individuação, questionando os mecanismos de busca e os conteúdos gerados a partir de uma palavra-chave.

Corroborando e respondendo a esse último questionamento, trazemos uma palestra que discute sobre os buscadores. Segundo a palestra, os algoritmos utilizados pelos buscadores da internet não trazem todos os resultados decorrentes da busca, ou seja, as programações realizadas pelos desenvolvedores desses buscadores fazem com que sejam omitidos registros sem a nossa permissão e concordância. Assim, somente são reproduzidos conteúdos relativos ao que essas regras entendem que gostaríamos de visualizar.

No TED⁷ de 2011, surgiu um novo conceito, criado por Eli Pariser, denominado “The Filter Bubble⁸” ou “A Bolha do Filtro”. Esse conceito reflete a respeito da forma que os algoritmos criados pelos buscadores e redes sociais retornam registros, destacando que isso se dá a partir de 57 filtros preestabelecidos. Para o autor, o processo de personalizar o indivíduo, gerado por esses mecanismos de busca, torna as pessoas não cientes do que não foi retornado, acreditando que tudo que está visível é o que existe.

⁷O TED (acrônimo de *Technology, Entertainment, Design*; em português: Tecnologia, Entretenimento, Design) traz uma série de conferências realizadas na Europa, na Ásia e nas Américas destinadas à disseminação de ideias. Suas apresentações são limitadas a dezesseis minutos, e os vídeos são amplamente divulgados na internet.

⁸*The Filter Bubble* (“A bolha do filtro” em inglês): Conceito criado por Eli Pariser no No TED de 2011. Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=B8ofWfx525s> > Acesso em: 09 out. 2015.

A Figura 1 é a representação gráfica da Bolha do Filtro, apresentada por Pariser. É possível visualizar onde se encontra o “você”, bem como as bolhas que fazem com que os filtros sejam processados para encontrar e trazer os conteúdos personalizados.

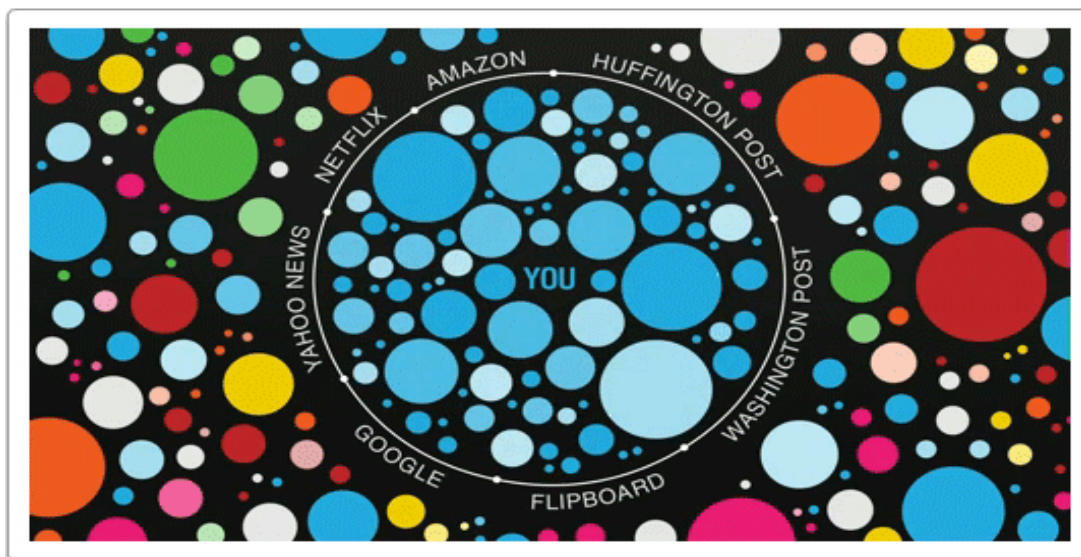


Figura 1: Representação gráfica do *The Filter Bubble*.
Fonte: TED 2011⁹.

A partir desse conceito, é possível notar como o buscador do Google, em sua última versão denominada *Hummingbird*¹⁰, está utilizando seus algoritmos para retornar registros para os usuários que o utilizam. O Google baseia-se em um mecanismo de busca que, a partir de palavras-chave, retorna conteúdos para serem lidos, tentando a partir de suas últimas versões estar mais próximo do que o usuário quer receber, sem necessidade de troca de paginação. Assim, os mais relevantes devem estar no topo de sua busca. Diante disso, surge o seguinte problema de pesquisa, que será respondido tendo como base teórica a AD: O processo de individuação pode ser observado pelo funcionamento do buscador do Google na versão *Hummingbird*?

⁹Disponível em: <<http://www.thefilterbubble.com/ted-talk>>. Acesso em: 01 jul. 2015.

¹⁰Segundo a Revista Exame (2013), em 27 de setembro de 2013, o Google lançou uma nova versão do buscador denominado *Hummingbird*. A ideia do nome baseou-se em um pássaro que é muito ágil e preciso nas suas ações (Beija-Flor), sendo assim, esse buscador analisa diferentes tipos de consultas pelos usuários que o utilizam procurando estabelecer relações associadas a cada termo pesquisado. Com base nessas relações associativas, o buscador retorna registros que entende que são os esperados pelos usuários que pesquisaram. A ideia central do buscador é retornar o que o usuário gostaria de receber e não todo o conteúdo que existe na internet com aquela palavra-chave. Essas relações baseiam-se no histórico de uso (cliques, curtidas, comentários, tempos de visualização, etc.) dos usuários na internet.

Para responder a essa pergunta, o objetivo principal desta pesquisa é analisar discursivamente a possível existência dos processos de individuação no buscador do Google, versão *Hummingbird*. Para isso, foram elencados os seguintes objetivos específicos: contextualizar o filtro invisível; descrever os processos de individu(aliz)ação no funcionamento da internet; e, identificar possíveis marcas discursivas dos processos de individu(aliz)ação no buscador do Google.

Primeiramente, será realizado um experimento individual para verificar a possível existência relativa ao funcionamento dos algoritmos de busca do Google, utilizando consultas com a palavra-chave “Hotel” em duas cidades diferentes. Espera-se a partir desse experimento visualizar os resultados retornados pelo buscador, quando são realizadas consultas em locais diferentes, isto é, verificar se os resultados aparecerem levando em consideração as proximidades das cidades. As localidades escolhidas foram Caxias do Sul e Florianópolis.

A segunda parte do experimento, denominada coletivo, será produzida dentro do espaço acadêmico, na Faculdade da Serra Gaúcha, com alunos dos Cursos de Administração de Empresas, Ciências Contábeis e Análise e Desenvolvimento de Sistemas. Serão feitas simulações relacionadas a palavras-chave que contêm e não contêm relação com as atividades profissionais/acadêmicas dos alunos dos cursos.

Foi definida também a utilização da versão *Hummingbird* em ambos os experimentos, em função de essa versão trabalhar com a ideia de contexto de conteúdo, visto que as versões *Penguin* e *Panda* não dispõem deste mecanismo. Esse contexto leva em consideração o que o usuário gostaria de buscar, relacionando três tipos de comportamentos: navegacionais, informativos e transacionais. As buscas navegacionais são caracterizadas pela intenção de encontrar um *site* específico, por exemplo, “*site* da Nike Brasil” ou apenas “Nike”. As buscas informativas caracterizam-se pela intenção de encontrar algo específico ou tirar uma dúvida, por exemplo, “dicas de maquiagem” ou “marcas de purificador de água”. Já as buscas transacionais ocorrem quando há a intenção de realizar alguma atividade, por exemplo, “alugar carro em SP” ou “onde fica o *Starbucks* mais próximo”.

Esta tese está estruturada em seis capítulos. No primeiro, encontra-se o embasamento teórico, em que se aprofunda os conceitos da Análise do Discurso e Materialidade Discursiva, tendo como principais autores consultados Pêcheux, Foucault, Orlandi e Gallo. O segundo capítulo compreende uma reflexão de leituras sobre a história do Google e o conceito de Filtro Invisível. No terceiro capítulo, são apresentados o *corpus* e o recorte de pesquisa utilizados neste trabalho. É empregada como sustentação teórica a Análise do Discurso, produzindo gestos de interpretação. Como dispositivo teórico/analítico, foram utilizadas

memória discursiva e metálica, clivagens subterrâneas e individuação como proposto por Orlandi.

O quarto capítulo apresenta a construção dos experimentos individuais e coletivos, baseados nas consultas realizadas pelos alunos. No quinto capítulo, são analisados discursivamente os experimentos com base nos conceitos de formações discursivas, noção de silêncio, clivagens subterrâneas e individu(aliz)ação. A pesquisa busca compreender a relação entre memória discursiva e o silêncio, abordando a questão do(s) apagamento(s) dos registros do Google quando da utilização dos alunos em suas consultas. Assim, busca-se observar os apagamentos/silenciamentos dos retornos das consultas, bem como analisar a inscrição dos alunos nesse novo espaço e o funcionamento das clivagens na memória metálica.

Ainda, nas análises dos experimentos, é destacado o processo de personalização de conteúdo, bem como o comportamento de aceitar os registros obtidos pelas consultas do buscador Google. Por fim, são apresentadas as considerações finais as quais trazem os resultados obtidos, limitações, desdobramentos e sugestões para pesquisas futuras.

2 EMBASAMENTO TEÓRICO

É necessário entender a AD como uma compreensão da língua fazendo sentido, ou seja, estando sempre em movimento, mas especificamente uma relação entre a realidade natural e social do homem (ORLANDI, 2005). Partindo dessa ideia, é preciso trabalhar a relação entre língua, discurso e ideologia. Assim, essa relação complementa-se com o fato de que, como afirma Michel Pêcheux em *Semântica e discurso* (2009), não há discurso sem sujeito e não há sujeito sem ideologia. Entendemos que o indivíduo é interpelado em sujeito pela ideologia e é assim que a língua faz sentido. “(...) o discurso é o lugar em que se pode observar essa relação entre língua e ideologia, compreendendo-se como a língua produz sentidos por/para os sujeitos”. (ORLANDI, 2005, p. 16-17).

Concordamos que o sujeito sempre é afetado pela história, demonstrando a relação de como a forma material é vista como acontecimento da língua. Uma simples analogia que podemos fazer é que todas as palavras de nosso cotidiano já chegam carregadas de sentidos, assim, “o sujeito discursivo funciona pelo inconsciente e pela ideologia” (ORLANDI, 2005, p.20).

Segundo Orlandi (2005), podemos pensar a constituição da AD em seu entremeio:

- a. A língua tem sua ordem própria, mas é só relativamente autônoma (distinguindo-se da Linguística, ela reintroduz a noção de sujeito e de situação na análise da linguagem);
- b. A história tem seu real afetado pelo simbólico (os fatos reclamam sentidos);
- c. O sujeito de linguagem é descentrado, pois é afetado pelo real da língua e também pelo real da história, não tendo o controle sobre o modo como elas o afetam. Isso redundaria em dizer que o sujeito discursivo funciona pelo inconsciente e pela ideologia. (ORLANDI, 2005, p.19-20).

Assim, podemos dizer que sujeito e sentidos são constituídos na relação língua, história e ideologia, ou seja, a ideologia está na constituição do sujeito e dos sentidos. Conforme Pêcheux (2009), podemos aprofundar o estudo das condições ideológicas da reprodução/transformação das relações de produção, dizendo que essas condições contraditórias são constituídas, em um momento histórico dado e para uma formação social dada, pelo conjunto complexo dos aparelhos ideológicos do Estado que essa formação social comporta (PÊCHEUX, 2009, p.131).

Todo dizer encontra-se na confluência da memória (constituição) e da atualidade (formulação); assim, baseando-se em Orlandi (2005), “o dizer não é propriedade particular. As palavras não são só nossas. Elas significam pela história e pela língua. O que é dito em outro lugar também significa nossas palavras” (ORLANDI, 2005, p. 32). Quando pensamos na

memória discursiva, pensamos o interdiscurso no nível da constituição e o intradiscurso do nível da formulação. No discurso, o efeito de sentido é dado pelos interlocutores, realizando assim o processo de interpretação. Pela noção de memória, é possível definir o que está dito em relação ao que não está dito, articulando pré-consciente e inconsciente.

Diferentemente do que tratamos de “lembranças pessoais”, essa memória, a memória discursiva, é concebida em uma esfera coletiva e social, sendo responsável pela produção das condições necessárias para um funcionamento discursivo. Nesse sentido, Pêcheux explica que a “memória deve ser entendida aqui não no sentido diretamente psicologista da ‘memória individual’, mas nos sentidos entrecruzados da memória mítica, da memória social inscrita em práticas, e da memória construída do historiador”. (PÊCHEUX, 2010, p. 50).

Ainda para o autor, a memória é considerada um espaço de retomadas de discursos anteriores; no entanto, não pode ser reduzida somente a esse conceito, visto que ela funciona como um componente balizador de embate entre forças ideológicas que objetivam restabelecer os implícitos¹¹ e forças antagônicas que lutam para desestabilizar e desregular os já-ditos.

Segundo Pêcheux (2010), pode-se pensar a constituição da AD em seu entremeio:

Haveria assim sempre um jogo de força na memória, sob o choque do acontecimento: um jogo de força que visa a manter uma regularização preexistente com os implícitos que ela veicula, confortá-la como ‘boa forma’, estabilização parafrástica negociando a integração do acontecimento, até absorvê-lo e eventualmente dissolvê-lo; – mas também, ao contrário, o jogo de força de uma ‘desregulação’ que vem perturbar a rede dos ‘implícitos’. (PÊCHEUX, 2010, p. 35).

Os estudos da língua serviram de base à AD, assim é possível situar também os autores Althusser, Lacan e Saussure. Althusser, com as questões do Materialismo Histórico, nas Ciências Sociais, Ciências Políticas e Marxismo. Lacan, com as noções da Psicanálise, e Saussure, com a Linguística.

Saussure tratou a língua como uma estrutura fechada, autônoma, baseada no sistema de signos linguísticos, a partir da relação do significado e significante, bem como o sincrônico e o diacrônico. Embora tenha postulado que a língua é social, não tratou de contradição entre o autônomo e o social.

Cabe perguntar: Mas como se pode relacionar tudo isso à estrutura tecnológica dos computadores? Iniciamos essa explicação voltando para a relação da língua e fala, em que Saussure conceitua signo, símbolo e signo-interpretação.

¹¹ Pré-construídos, elementos citados e relatados, discursos-transversos.

O que é para Saussure um signo linguístico? Pode-se descrever que é a união do conceito (significado) com a imagem acústica (significante). Entende-se, então, que a língua é um sistema de signos distintos correspondentes a ideias, no entanto, com a associação destes temos um valor. Para Saussure (1974), a língua é entendida como um sistema de signos linguísticos que funciona de acordo com leis internas e próprias que em nada se relacionam com o que lhes é exterior. Nesse sistema, não existe lugar para o estudo do sujeito, ou seja, Saussure pensa a língua sem pensar no sujeito.

De acordo com Ferigolo (2009), o linguista preocupou-se em dar aos estudos da linguagem um caráter objetivo, racional, metodológico, mas como poderia fazer isso, tratando de língua e fala, se esta é considerada por ele como subjetiva, individual e variável de indivíduo para indivíduo? Ainda segundo a autora, algumas perguntas como: como seria possível sistematizar e precisar dados sobre uma materialidade tão fluída como a fala?

Com base nessas indagações, o pesquisador optou por se dedicar ao estudo da língua em seu aspecto puramente formal, ou seja, concebê-la como um sistema no qual a regularidade e as relações de sentido são estabelecidas por leis internas, inerentes ao próprio sistema. Assim, Saussure (1974, p. 24) define que: “A língua é um sistema de signos que exprimem ideias, e é comparável, por isso, à escrita, ao alfabeto dos surdos-mudos, aos ritos simbólicos, às formas de polidez, aos sinais militares etc.”.

Para isso, elucidamos o conceito de signo linguístico, na visão autor, trata-se da combinação de duas partes, uma denominada significante e a outra, significado, ligadas por uma relação de arbitrariedade.

Para Saussure (1974), o signo linguístico:

(...) une não uma coisa e uma palavra, mas um conceito a uma imagem acústica. Esta não é o som material, coisa puramente física, mas a impressão (*empreinte*) psíquica desse som, a representação que dele nos dá o testemunho de nossos sentidos; tal imagem é sensorial e, se chegamos a chamá-la material, é somente neste sentido, e por oposição ao outro termo da associação, o conceito, geralmente mais abstrato. (SAUSSURE, 1974, p. 80).

Pêcheux ([1975] 2009), ao tratar da dicotomia entre língua e fala, entende que, para Saussure, a língua é o objeto. A partir dessa ruptura, ele constitui o objeto língua, sob o enfoque sincrônico, deixando de lado o enfoque diacrônico. Pêcheux consegue identificar que há falha quanto à questão semântica, pois ela sempre fica em desabrigo na teoria linguística. Saussure traz o conceito de subsistemas para descrever esses menores objetos dentro da língua. Na perspectiva formalista, não é tratada a questão do sujeito; entretanto, em uma visão subjetivista,

essa questão é incluída, ou seja, a partir dos estudos de Benveniste, Pêcheux incluiu a noção do sujeito nos estudos discursivos.

Quando há interpretação por um indivíduo, ela pode ser dada a partir de um sinal ou de um símbolo, todavia, ambos sendo interpretados pelo conceito signo.

Como falamos nesta tese sobre aspectos relacionados à tecnologia, deve contemplar a passagem à Teoria de Harris, em sua análise automática do discurso. Para o autor os eixos sintagmático e paradigmático da língua poderiam ser analisados por um algoritmo que pudesse responder e analisar todas as possibilidades de combinação. No entanto, contrariando essa reflexão, Pêcheux mostra que o intradiscurso localizado no eixo sintagmático e o interdiscurso dentro do eixo paradigmático, não se reduzem a dar sustentação a essa produção estatística. Podemos relacionar essa reflexão com a Análise Automática do Discurso, visto que na AAD-69, Michel Pêcheux inscreve-se nas perspectivas de definição de procedimentos repetíveis e comparáveis, mas não somente para formalizar um dispositivo da AAD, sendo que o principal objetivo de Pêcheux era o de fornecer um instrumento científico que buscasse auxiliar as Ciências Sociais na análise de seus objetos. Esse processo, entretanto, foi “falho” devido ao fato de não ter levado em consideração as contraditórias posições dos sujeitos.

Entendendo que Pêcheux, quando buscou desenvolver o método, estava sujeito a essas mesmas contradições, pois, de acordo com Rocha e Neckel (2014, p.13), “apesar de seus estudos sobre os métodos científicos apontarem para o modo de funcionamento da ideologia”, em uma (auto)análise sobre o mecanismo que desenvolveu, Pêcheux ([1969] 2014), relatou a falha de um “método automático” (estatístico), já que em seu entendimento, o tratamento da língua nos primeiros trabalhos da AAD, consideraram os textos que compunham o *corpus* discursivo como estando em “língua natural”, ou seja, com sentidos preestabelecidos e sem erro.

Para Mالدیدیر (2003, p. 20), “A elaboração de uma análise automática, a saber, de um dispositivo técnico complexo informatizado, inscreve-se em sua reflexão sobre as práticas e os instrumentos científicos”. Os procedimentos analíticos, identificados por Pêcheux, só eram possíveis porque, segundo ele, as máquinas discursivas seriam unidades fechadas sobre si mesmas e com capacidade de autodeterminação. Tal tomada de posição por Pêcheux, é definida como uma empreitada em que, por meio de fórmulas complexas, seria possível chegar a uma matriz de sentido. Tratava-se de uma máquina de leitura, como explica Mالدیدیر (2003, p.23). Essa máquina pode ser caracterizada como um dispositivo que comporta duas fases distintas: a “primeira, dita registro da superfície discursiva, é manual, ela é o prelúdio necessário à segunda, a única propriamente “automática”.

A AAD69 era tratada como uma máquina discursiva e um instrumento de reviravoltas que lançava questões fundamentais sobre os textos, a leitura e os sentidos. As condições de produção, para Pêcheux ([1969] 2014), designavam ao mesmo tempo o efeito das relações de lugar em que se achava inscrito o sujeito e a situação. Assim, o grande desafio da Teoria Materialista do Discurso foi comprometer a AD como processo ideológico da luta de classes¹².

Segundo Maldidier (2003, p.12), em seu livro *A inquietação do discurso*, “a máquina discursiva da AAD é a oficina em que se apreende o objeto novo”, este sendo definido como processo discursivo. De acordo ainda com a autora, esse discurso deve ser tomado pelas relações e procedimentos imaginados pela relação mecânico-teórica de Pêcheux ([1969] 2014). Esse procedimento tratava de uma análise linguística de sequências, a qual busca desfazer os encaixes da sintaxe, reduzindo-os a enunciados elementares de um número fixo.

É importante salientar que na AD o sujeito está sempre relacionado ao social, ou seja, é necessário um recorte pelo sujeito inscrito no social, que entendemos como uma teoria não subjetiva da subjetividade, por meio do papel da formação social. O sujeito da AD não é o indivíduo, sujeito empírico, mas sim, o sujeito do discurso que traz consigo marcas do social, ideológico e histórico. Para a AD, o sujeito tem a ilusão de ser a fonte do seu sentido. A Teoria do Discurso trabalha a ilusão do sujeito como origem, a partir dos processos discursivos, mostrando que linguagem e sentido não são transparentes.

Pêcheux (2009), em *Semântica e Discurso*, afirma que o lugar do sujeito não é vazio, ele é preenchido por aquilo que ele designa de forma-sujeito, ou sujeito do saber de uma determinada Formação Discursiva (doravante FD). É pela forma-sujeito que o sujeito do discurso se inscreve em uma determinada formação discursiva, onde ele se identifica e que o constitui como sujeito. Pêcheux (2009) descreve como posição-sujeito a relação de identificação entre o sujeito enunciator e o sujeito do saber (forma-sujeito). Já a língua, para a AD, funciona como sintaxe e a fala dentro do contexto de realização, constituindo suas condições de produção.

Pêcheux (2009), a partir das leituras de Althusser, considera que a noção de ideologia é importante no desenvolvimento do conceito de FD, pois descreve formação ideológica como um elemento constituído por um conjunto de atitudes e representações, que não são nem individuais nem universais, mas sim, relacionam-se a posições de classe, e é

¹²Nos próximos capítulos trabalharemos alguns aspectos da AAD-69 em uma aproximação com os algoritmos dos buscadores.

suscetível a intervir no confronto entre diferentes forças na conjuntura ideológica característica de uma formação social. As FDs intervêm nas formações ideológicas como componentes; assim, determinam o que pode e deve ser dito a partir de lugares no interior de um aparelho ideológico e inscrita numa relação de classes.

As formações ideológicas, de acordo com Brandão (2004), tem como um de seus principais componentes as FDs, pois os discursos são sempre relacionados pelas formações ideológicas. Para Brandão (2004, p. 46), o discurso é "uma das instâncias em que a materialidade se concretiza, ou seja, é um dos aspectos materiais da existência material das ideologias". Pensando por esse viés, podemos refletir sobre a reprodução das relações de produção, entendendo que é pela interpelação ou assujeitamento do sujeito como sujeito ideológico, uma das formas em que funciona a instância ideológica.

Além disso, recorrendo sobre o conceito de FD, compreendemos, conforme Brandão (2004, p. 49), que a FD funciona como um papel regulador no que tange à interpelação/ ao assujeitamento do indivíduo em sujeito de seu discurso, ou seja, é a "própria formação discursiva que possibilita dar conta do fato de que os sujeitos falantes, situados numa determinada conjuntura histórica, possam concordar ou não sobre o sentido a dar às palavras (falar diferentemente, falando a mesma língua)".

Então, pode-se concluir que uma FD não é apenas uma única linguagem para todos, mas sim, que em uma FD temos várias linguagens em uma única. Dessa forma, embora uma FD determine o que deve e pode ser dito, procurando uma homogeneidade discursiva, os efeitos das contradições ideológicas de classe são recuperáveis no interior mesmo da "unidade" dos conjuntos de discurso. Assim, cabe à AD trabalhar seu objeto (o discurso), inscrevendo-o na relação da língua com a história, conforme Brandão (2004, p. 50), "buscando na materialidade linguística as marcas das contradições ideológicas."

Para facilitar nossa interpretação quanto aos conceitos de formação ideológica e FD, vamos utilizar uma piada que Possenti (1998, p. 38) empregou em seu livro, *Os Humores da Língua – Análise Linguísticas de Piadas*, "*Perguntamos a um fulano se ele era racista. Ele disse que não, só não gostava muito de alemão. Mas logo alemão? Por quê? E ele respondeu: É que eles poderiam ter acabado com os judeus e fizeram um serviço de preto.*"

Nem sempre piadas detêm autores, no entanto, é sempre possível reconhecer nelas manifestação de posição ideológica, como nesta, o efeito de humor está na contradição entre a afirmação do personagem de que não é racista e das afirmações racistas que ele faz em seu comentário. Pode-se identificar uma retomada do enunciado que demonstra e reafirma a

superioridade dos brancos e discriminam os judeus e negros; assim, pode-se reconhecer a inserção em uma forma discursiva racista.

O livro *Análise Automática do Discurso*, afirmou que “um discurso é sempre pronunciado a partir de condições de produção dadas” (PÊCHEUX, [1969] 2014, p. 77), sendo que associa essa noção a um lugar socialmente delimitado. Ainda segundo o autor, essas formações imaginárias fazem parte das Condições de Produção (doravante CP), sendo que o que é dito por “A” modifica as CPs, possibilitando novas antecipações e permitindo a “continuação” do discurso.

Ainda em AAD-69, Pêcheux ([1969] 2014) reduziu o conceito de CP, ao considerá-lo como efeito das relações de lugar nas quais se acha inscrito o sujeito e a “situação” no sentido concreto do termo, e que é preciso reconhecer que há uma defasagem entre o imaginário e o real. O autor afirmou que o sentido de uma sequência somente é materialmente concebível na medida em que pertence a uma ou outra FD; assim, podemos compreender que os efeitos de sentido ocorrem no interior de uma FD na medida em que cada sequência deriva de uma matriz de sentido que se encontra no interior dessa FD.

Retomando aos conceitos, ao longo do tempo Pêcheux foi revisando a noção de FD, sendo que em 1975, o autor afirmou que toda FD deriva de condições de produção específicas.

Courtine (1981 apud BRANDÃO 2004) em sua tese de doutoramento não rompe totalmente a noção de CP de Pêcheux, no entanto, trabalha com a redefinição de condições de produção alinhada à análise histórica das contradições ideológicas presentes na materialidade dos discursos e articulada teoricamente com o conceito de FD. Para ele, as condições de produção do discurso são de três ordens, a saber:

1. Origina-se em primeiro lugar da análise do conteúdo tal como é praticada, sobretudo, na Psicologia Social;
2. Origina-se indiretamente da Sociolinguística na medida em que esta admite variáveis sociológicas (‘o estado social do emissor, o estado social do destinatário, as condições sociais da situação de comunicação...’) como responsáveis pelas CPs do discurso; e,
3. tem uma origem implícita no texto de Harris, *Discourse Analysis* (1952): nele não figura o termo CP, mas o termo ‘situação’, colocado em correlação com o de ‘discurso’ ao referir-se ao fato de se dever considerar como fazendo parte do discurso apenas as frases ‘que foram pronunciadas ou escritas umas em seguida das outras por uma ou várias pessoas em uma só situação’ ou de estabelecer uma correlação entre as características individuais de um enunciado e ‘as particularidades de personalidade que provêm da experiência do indivíduo em situações interpessoais condicionadas socialmente’. (COURTINE, 1981, p. 20 apud BRANDÃO, 2004, p. 42-43).

Tanto para Courtine (2009) como para Pêcheux, a concepção de CP tem um lugar importante nas discussões para a AD, isto se deve em entender que não é mais possível atribuir ao sujeito a produção de suas falas; portanto, não é mais possível afirmar que o sujeito é a fonte do discurso. Para Pêcheux ([1975] 2009), o sujeito é um efeito ideológico elementar, fruto de uma interpelação ideológica. Althusser (1992) em *Aparelhos Ideológicos do Estado* relaciona sujeito e ideologia entendendo que o sujeito é sempre resultado da interpelação de indivíduos concretos, ou seja, o sujeito é uma condição de existência da ideologia, ao mesmo tempo em que a ideologia interpela indivíduos para que se tornem sujeitos. Dessa forma, a inscrição do sujeito em um espaço sócio ideológico o coloca em um campo de posições que lhe dão possibilidades determinadas de fala, em que essas falas variam de acordo com a posição em relação às formações ideológicas. Portanto, podemos analisar que o atravessamento do sujeito por diferentes formações discursivas o coloca em relação ao que se pode ser dito, assim, as condições de produção envolvem o sujeito e suas contradições, sua posição social, sua posição em relação ao modo de produção marcadas no discurso.

Foucault ([1969] 2007), em sua *Arqueologia do Saber*, refletiu sobre as repartições dos saberes, como a Medicina, a Gramática e a Economia para buscar situar os enunciados pertencentes a cada um desses campos. Para o autor, as FDs são entendidas como um conjunto de saberes que definem o objeto, pois não é possível pensá-lo de forma estática, uma vez que tal objeto está sujeito ao acontecimento, à sistematização e à relação que esse objeto, como enunciação, estabelece com os domínios de memória e do acontecimento. Parafraseando Grangeiro, em seu artigo intitulado “A Propósito do Conceito de Formação Discursiva em Michel Foucault e Michel Pêcheux”, entende que, para Foucault “os discursos são uma dispersão, ou seja, são formados por elementos que não estão ligados por nenhum princípio de unidade *a priori*, cabendo à Análise do Discurso descrever essa dispersão, buscando as ‘regras de formação’ que regem a formação dos discursos” (GRANGEIRO, 2008, p. 2).

Para Foucault (1997) apud Grangeiro (2008, p.2-3) podemos apreender FD como:

(...) sempre que se puder descrever, entre certo número de enunciados, semelhante sistema de dispersão e se puder definir uma regularidade (uma ordem, correlações, posições, funcionamentos, transformações) entre os objetos, os tipos de enunciação, os conceitos, as escolhas temáticas, teremos uma formação discursiva. (FOUCAULT, 1997 apud GRAJEIRO, 2008, p. 2-3).

Por outro lado, mesmo que alguns autores identifiquem que Pêcheux trabalhe a partir do conceito de FDs de Foucault, ele utiliza a concepção althusseriana de ideologia. Portanto, para Pêcheux a definição de FD é: “aquilo que, numa conjuntura dada, determinada pelo estado de luta de classes, determina o que pode e deve ser dito (articulado sob a forma de

uma arenga, de um sermão, de um panfleto, de uma exposição, de um programa, etc. (PÊCHEUX, [1975] 2009, p. 167)”

Assim, notamos que Pêcheux faz uma leitura específica do conceito de FD relacionando o conceito à questão da ideologia e da luta de classes, mais que isso, uma predominância no sentido da interpelação do indivíduo em sujeito pela ideologia. Essa interpelação entendemos que sofre forças dentro de uma FD.

Retomando o conceito de formação ideológica, devemos falar sobre formação discursiva, na qual podemos definir que para a AD, é o meio que permite compreender o processo de produção de sentidos, a sua relação com a ideologia e, acima de tudo, permite ao analista a possibilidade de estabelecer regularidades no funcionamento do discurso. (ORLANDI, 2009, p. 43). Ainda para a autora, concordando com Pêcheux, “(...) é tudo aquilo que numa formação ideológica dada, a partir de uma posição dada em uma conjuntura sócio-histórica dada, determina o que pode e deve ser dito.

Dessa relação, pode-se perceber que as palavras não têm sentido nelas mesmas, elas derivam seus sentidos de FDs em que se inscrevem. As FDs são marcadas pelas formações ideológicas, assim, “tudo que dizemos tem um traço ideológico em relação a outros traços ideológicos” (ORLANDI, 2009, p. 43). Corroboramos com isso que é pela referência à FD que podemos compreender os diferentes sentidos, exemplificando, podemos ter as mesmas palavras significando diferentes ideias, pois se inscrevem em FDs diferentes.

Assim, pode-se afirmar que a FD é uma unidade dividida, ou seja, não una, e sim heterogênea, não de forma accidental, mas constitutiva. Essas vozes que habitam se aproximam e se distanciam existindo, conseqüentemente, um espaço para a divergência, para as diferenças, pois uma FD, conforme Pêcheux ([1975] 2009, p. 57), é “constitutivamente frequentada por seu outro”. Esse “outro”, da FD, é o interdiscurso, que estaremos abordando nos próximos parágrafos. Esse conceito é um ponto chave para a AD, pois está relacionado com diversos outros conceitos, por exemplo: a memória discursiva, que aprofunda a relação da linguagem com os processos sócio-históricos, a relação do interdiscurso com o intradiscurso e a posição do sujeito do/no discurso.

Courtine (1981) apud Brandão (2004) aproxima também essas abordagens, concebendo a FD como fronteiras que se deslocam, cujo movimento é impulsionado pela memória discursiva, tal como uma articulação entre dois modos de existência do discurso como objeto de análise. Nessa visão, o próprio autor concebe e articula as noções de interdiscurso e o intradiscurso. Courtine (1981) apud Brandão (2004) resgata o interdiscurso representado por um eixo vertical em que teríamos todos os dizeres já ditos e esquecidos, e o intradiscurso como

eixo horizontal das formulações, ou seja, aquilo que estamos dizendo naquele momento específico, em condições dadas.

Sobre o interdiscurso:

O interdiscurso é o lugar de formação do pré-construído, funcionando como um elemento regulador do deslocamento das fronteiras de uma formação discursiva, controlando a sua reconfiguração e permitindo a incorporação de pré-construídos que lhe são exteriores, provocando redefinições, apagamentos, esquecimentos ou denegações entre os elementos de saber da referida formação discursiva. (INDURSKY, 1997, p. 45).

Pêcheux ([1983] 2012) define o interdiscurso como um conjunto de formulações feitas e já esquecidas que determinam o que dizemos. Já o intradiscurso é o lugar de formulação, da sequencialização dos elementos de saber oriundos de uma FD, é nesse espaço que ocorre o desnivelamento interdiscursivo. Este é linearizado e colocado em uma única superfície articulada.

Ainda para Indursky (2007), em seu artigo intitulado, “Formação Discursiva: ela ainda merece que lutemos por ela?” É o interdiscurso que determina uma FD, a saber, é ele que contém os dizeres que podem ou não podem ser ditos no âmbito de uma dada FD. Trazendo Pêcheux, o “interdiscurso é o exterior específico de uma formação discursiva”, constitui-se de um complexo de FDs ligadas entre si. Indursky também descreve que (2007, p.81), a reconfiguração de uma FD acontece a partir do interdiscurso, isto é, “saberes que não fazem parte de uma determinada FD, em um determinado momento e em uma dada conjuntura, passam a integrá-lo, introduzindo a diferença e a divergência, o que está na origem da constituição heterogênea de qualquer FD”.

Vale ressaltar também que o interdiscurso é da ordem do saber discursivo, sendo a memória afetada pelo esquecimento (ORLANDI, 2009). Quando tratamos de esquecimento, devemos mobilizar a questão que “o sujeito se constitui pelo esquecimento daquilo que o determina”, conforme Pêcheux ([1975] 2009, p. 163). Assim, esse esquecimento ocorre no sentido do acobertamento daquilo que o causa no próprio interior de seu efeito, e não no sentido de algo que se tenha sabido um dia e se tenha esquecido. Pêcheux ([1975] 2009) trata os esquecimentos de duas formas diferentes. O primeiro esquecimento, o número um, é denominado de esquecimento ideológico, que trata do modo como somos afetados pela ideologia. Este nos atribui a ilusão de ser a origem do que dizemos, mas na realidade, são os sentidos pré-existentes que retomamos.

O esquecimento número dois é da ordem da enunciação; ou melhor, ao falarmos, identificamos de uma maneira ou de outra, e ao longo do nosso dizer, “formam-se famílias parafrásticas que indicam que o dizer sempre podia ser outro” (PÊCHEUX, [1975] 2009, p. 35). Do mesmo modo, vale ressaltar que a AD tem como objetivo compreender a forma que os objetos simbólicos produzem sentido, trabalhando nos limites.

Ainda conforme Pêcheux ([1975] 2009), quando pensamos discursivamente a linguagem, dispomos de alguns limites entre o mesmo e o diferente, em que todo o funcionamento da linguagem baseia-se nos processos parafrásticos e polissêmicos.

Estes processos são:

Os processos parafrásticos são aqueles pelos quais em todo dizer há sempre algo que se mantém, isto é, o dizível, a memória. A paráfrase representa assim o retorno aos mesmos espaços do dizer. (...) está do lado da estabilização. (...) na polissemia, o que temos é o deslocamento, ruptura de processos de significação. Ela joga com o equívoco (PÊCHEUX, [1975] 2009, p. 36).

Além desse funcionamento, Pêcheux descreve o pré-construído como sendo um dos principais pontos de articulação da teoria do discurso com a Linguística.

O pré-construído remete assim, às evidências a partir das quais o sujeito dá a conhecer os objetos do discurso: o que cada um sabe e simultaneamente o que cada um pode ver em uma situação dada. Isso equivale a dizer que se constitui, no seio de uma FD, um Sujeito Universal que garante o que cada um conhece, pode ver ou compreender e que determina também o que pode ser dito. (COURTINE, 2009, p.74-75).

Paul Henry (1993) propôs o conceito de pré-construído para dar sustentação à presença do outro e a fim de designar o que remete a uma construção anterior e exterior ao discurso do sujeito. Vamos identificar o pré-construído como alguma coisa que sempre fala antes, em outro lugar e independentemente, determinado materialmente no interdiscurso. Ele é um elemento do interdiscurso re-inscrito no intradiscurso.

A sustentação da interpretação sempre aciona a memória, para relacionar o pré-construído. Assim, em uma música da ditadura, caso o ouvinte não tenha na sua memória o fato, será realizada outra interpretação, não sendo pensado nas condições de produção em que ela foi criada, ou seja, um mesmo objeto disponibilizado em pontos diferentes detém diferentes interpretações. Pêcheux também abordou o discurso pela via do acontecimento, quando desenvolveu a análise do enunciado “*on a gagné*”, que pela incessante repetição apegou-se ao resultado das eleições francesas em 1981, em uma análise que a estrutura do enunciado, pelo jogo metafórico, busca estabelecer uma matriz de leitura. Desse exemplo, podemos refletir

sobre de que maneira marcou-se a metáfora em questão (jogo de futebol) ou de que modo isso se articulou com a estrutura do enunciado?

A noção de memória também foi trabalhada por Le Goff (1996, p. 29), que a entende a partir de duas histórias. A primeira produzida pela memória coletiva, na qual o autor trata como sendo essencialmente temática, deformada, anacrônica, mas em que a relação entre o presente e o passado nunca está acabada. A segunda é da história científica, ou seja, mesmo não dissociando diretamente memória e história, o faz indiretamente a partir da sua posição. Por isso, conclama para que o conhecimento histórico produzido pelos historiadores de ofício, posicione-se contra essa história tradicional falseada da memória coletiva. Podemos diferenciar a memória individual e coletiva da seguinte forma: na memória individual, as lembranças são organizadas a partir de uma visão da personalidade, da vida do indivíduo, considerando apenas as lembranças que lhe interessam. Já na memória coletiva, as lembranças são organizadas na medida em que interessam para o grupo (HALBWACHS, 1968, p. 53).

Segundo Halbwachs (1968), entende-se que a memória individual pode apoiar-se na memória coletiva, no entanto, a memória coletiva envolve as memórias individuais, mas não se confunde com elas. A memória coletiva evolui segundo suas leis e a partir de algumas lembranças individuais. Para o autor, é o grupo que pode fazer com que um indivíduo preste atenção a algum detalhe, ou que se lembre de uma ou outra situação, reiterando que o indivíduo se constrói em sociedade, mesmo que este faça escolhas diferentes da maioria dos que o cercam.

Le Goff (1996) afirma que:

Tornarem-se senhores da memória e do esquecimento é uma das grandes preocupações das classes, dos grupos, dos indivíduos que dominaram e dominam as sociedades históricas. Os esquecimentos e os silêncios da história são reveladores desses mecanismos de manipulação da memória coletiva. (LE GOFF, 1996, p. 426).

Diferente de Le Goff (1996), Pêcheux (1999) entende que a memória coletiva é constituída socialmente, ou seja, o sujeito acredita ser dono do seu discurso e de ter controle sobre ele; no entanto, não percebe que está inserido em um contínuo, que todo o discurso já foi dito antes. Concordamos que para a AD não há manipulação, há assujeitamento, ou seja, um sujeito não passa, ideológica, como passa fisicamente, de um ambiente para o outro. Ele assume posições no discurso e, ao assumi-lo, inscreve-se em determinada FD, cujas fronteiras não são físicas nem estanques, mas móveis. Ele é um sujeito assujeitado que apaga na memória outros dizeres possíveis e já ditos.

Por conseguinte, estamos em um lugar de constituição do sentido e da identificação do sujeito. É na FD que todo sujeito se reconhece, e quando este se identifica, ele adquire sua

identidade (ORLANDI, 1988). Além da FD, trabalhamos também formações ideológicas que, por definição baseiam-se nas posições de classes, concebendo o conjunto de atividades e de representações que não são nem individuais nem universais. Trata-se do complexo das FDs com dominantes.

Althusser (1992), em *Aparelhos Ideológicos do Estado*, afirma que para manter o processo de dominação, as classes dominantes geram mecanismos de perpetuação ou de reprodução das condições materiais, ideológicas e políticas de exploração. O sujeito atual apresenta muitas características que também se constituem em uma forma de submissão. Aqui não estamos falando somente em relação às leis da igreja ou da religião, mas de outra ordem, ou seja, as leis do Estado.

No mundo contemporâneo, o Estado opera com um poder sobre o sujeito. Nessa perspectiva, pode-se entender a noção de assujeitamento proposta por Althusser, como uma forma sujeito-histórica que corresponde à da sociedade atual e representa bem a contradição: “o indivíduo é interpelado em sujeito (livre) para livremente submeter-se às ordens do Sujeito, para aceitar, portanto (livremente) sua submissão para que ele realize por si mesmo os gestos e atos de sua submissão. Os sujeitos se constituem pela sua sujeição”. (ALTHUSSER, 1992, p. 104).

Refletiu-se sobre o que Pêcheux ([1975] 2009, p. 93), retomando Althusser, trouxe no subcapítulo 4, intitulado: “Sujeito, centro, sentido”, do livro *Semântica e Discurso*, em que cita que “toda ideologia interpela os indivíduos enquanto sujeitos”. O autor define a ideologia como uma prática, que por meio das interpelações, constituem sujeitos em uma relação imaginária com as condições reais de existência. Segundo Althusser (1992, p. 85), “é pela representação da relação imaginária com suas condições de existência que o sujeito se institui”. Ainda, para o autor, somos sujeitos interpelados pela ideologia de forma inconsciente.

Reiterando o que já foi dito anteriormente, entende-se que não existe sujeito sem ideologia nem ideologia sem sujeito, pois se um indivíduo detém crenças e ideais, eles estarão refletidos em suas atitudes e ações. Althusser (1992), em suas tratativas sobre a materialidade da ideologia no discurso, nos deixou várias reflexões, uma delas é que “o discurso é uma das formas de realização do ideológico”. Os sujeitos, frente à ideologia, sempre possuem uma relação imaginária com o mundo real, assim, os indivíduos “são invocados ou interpelados como sujeitos concretos pela ideologia”, isto porque são interpelados, pois aceitam seu papel no interior desse sistema de relações de produção.

Althusser (1992, p. 96) afirma que “toda ideologia interpela os indivíduos concretos enquanto sujeitos concretos”; assim, a ideologia, em seu funcionamento, transforma indivíduos

em sujeitos, sabendo que isso ocorre justamente pela interpelação. Pode-se entender, então, que os indivíduos (concretos) tornam-se sujeitos pelo resultado efetivo da interpelação, ou de forma mais simples, quando ocorre uma identificação do sujeito no discurso, sendo que essa identificação assume a forma-sujeito.

Conforme Orlandi (2004), deve-se cogitar quanto à relação entre o indivíduo e a sociedade, procurando estabelecer e compreender a forma e a necessidade dos movimentos sociais como articulações entre o sujeito histórico e o simbólico de praticar laços sociais. É possível estabelecer, como quadro de referência, uma teorização do sujeito em que refletimos sobre a interpelação do indivíduo em sujeito (forma histórica do sujeito capitalista, sustentado pelo jurídico) e sua individualização pelo Estado, resultando daí um sujeito ao mesmo tempo livre e responsável.

Aqui, faremos uma breve reflexão sobre o enfraquecimento do Estado e consequentemente o “mercado” ocupando seu lugar. Assim, trabalharemos com o que Morozov (2018) trouxe com o conceito de Big Tech, identificando a ascensão dos dados e a morte da política. Segundo Morozov (2018), Agambem discursou em Atenas, em 2013, esclarecendo sobre a transformação epocal da ideia de governo e controle, salientando que, nos dias de hoje, “essa transformação coloca de pernas para o ar a tradicional relação hierárquica entre causas e efeitos, já que governar as causas é difícil e caro, assim, é mais seguro e útil tentar governar somente os efeitos”. (MOROZOV, 2018, p. 89). Além disso, essa transformação é uma característica da modernidade, em que a liberalização da economia pode coexistir com a proliferação cada vez maior dos controles.

Essa aproximação entre a interpelação pelo Estado e a consequência da falta/enfraquecimento do Estado, correntemente, é um ponto de destaque do processo de personalização da nossa pesquisa, em que o mercado ocupa esse processo de individualização, com o objetivo de monetização por meio da comercialização dos dados. A nova formulação no programa político, agora em formato tecnológico, cria uma regularização algorítmica, na qual Morozov (2018, p. 89) identifica que: “se o governo aponta aos efeitos e não às causas, será obrigado a estender e a multiplicar o controle. (...) as causas exigem ser conhecidas, enquanto os efeitos apenas podem ser verificados e controlados”.

Com efeito, podemos entender que a verdadeira política de regulação algorítmica tornou-se visível no que tange à sua lógica, e é aplicada às redes de proteção do Estado de bem-estar social. Com isso, somos incitados a utilizar mais e mais produtos e serviços tecnológicos, como aplicativos de monitoramento e plataformas de compartilhamento de dados.

Ainda, na visão de Morozov (2018):

(...) uma política apolítica não significa uma política sem controle ou gerenciamento. Como observa O'Reilly em seu ensaio, 'as novas tecnologias permitem diminuir a quantidade de regulamentação, aumentando simultaneamente a quantidade de supervisão e a produção de resultados desejáveis'. (...) Seu Estado ideal não é o pequeno governo dos libertários – afinal, um Estado pequeno não precisa de aparelhos sofisticados nem de servidores de massa para o processamento de dados -, e sim um Estado obcecado pela acumulação de dados proposto pelos economistas comportamentais. (MOROZOV, 2018, p. 92).

Pelas reflexões do autor, podemos entender que o Estado investigador está utilizando a tecnologia da retroalimentação como um pilar, pois embora entenda que o comportamento seja irracional, tal irracionalidade pode ser corrigida, basta o ambiente conseguir atuar sobre nós, investigando e apontando para a direção correta. Algumas perguntas poderiam ser destacadas neste momento, como:

- a. Será que o Estado percebe esses aparatos tecnológicos como favoráveis?
- b. O mercado conseguirá ocupar o lugar do Estado somente com o controle desses dados?
- c. A comercialização dos dados trará somente benefícios para a sociedade?

Para Morozov (2018), os governos desfalcados entendem que essa colonização, por parte de tecnólogos, é muito positiva, sobretudo se essa plataforma ajudar a identificar e organizar conjuntos de dados que possam ser vendidos com lucros para empresas que utilizam para fins publicitários. Se fossemos refletir pelo viés do Estado disciplinador, em que trabalhamos anteriormente com Foucault, podemos deixar esse questionamento para outros desdobramentos, visto que nosso interesse é trazer as mudanças comportamentais do sujeito nesse ambiente tecnológico que utiliza o Google para buscar conteúdo. Vale destacar, por fim, que a regulação algorítmica, independentemente de seus benefícios imediatos, trará um “regime político no qual todas as decisões serão tomadas pelas empresas de tecnologia e pelos burocratas estatais”. (MOROZOV, 2018, p. 101)

Neste trabalho, visamos a compreender o sujeito da modernidade e os movimentos sociais da internet, mas, acima de tudo, no que tange aos efeitos desse sujeito quanto à individualização. Esses indivíduos encontram-se em uma formação social em que há uma sobredeterminação do social na internet. Diante disso, havendo necessidade de relacionar a conjuntura social e histórica dessa reflexão, encontramos um mundo globalizado e novas tecnologias de linguagem, neste caso, a internet, buscadores e algoritmos. Assim, é possível

articular os sentidos para uma migração histórica do sujeito individualizado para essas tecnologias.

Para Orlandi (2004), a mundialização é um processo geo-histórico de extensão progressiva do capitalismo em escala planetária e que é ao mesmo tempo uma ideologia (o liberalismo), uma moeda (o dólar), um instrumento (o capitalismo), um sistema político (a democracia), uma língua (o inglês). A forma-histórica do sujeito que estaremos analisando é a forma-histórica sujeito capitalista, já que estamos falando de empresas que desenvolvem algoritmos de busca para que, com base no uso, gerem receitas para elas. Mesmo havendo uma concepção entre o social e o capitalismo na internet, por meio do uso da tecnologia sem pagar por ela¹³, nas formas como o capitalismo se pratica e estabelece suas relações de poder, ainda assim, continuamos no domínio ideológico do capitalismo.

No caso de um sujeito do capitalismo, Orlandi (2004) ressalta sobre a interpelação do sujeito, na qual existem duas formas de evidência: a primeira pela constituição do sujeito e a segunda pelo sentido. O sujeito submete-se à língua mergulhado por sua experiência de mundo e determinado pela injunção a dar sentido, ou seja, a significar-se. Esse movimento sócio-historicamente reflete-se em sua interpelação pela ideologia.

Segundo Orlandi (2007), uma vez interpelado em sujeito pela ideologia em um processo simbólico, o indivíduo torna-se sujeito, assim determinado pelo modo como, na história, terá sua forma individual concreta (capitalismo). A partir daí, forma-se um indivíduo livre (para ser submisso) de coerções e responsável que deve, assim, responder como sujeito jurídico. Esse sujeito agora detém direitos e deveres diante do Estado e de outros homens. Com efeito, conforme a Orlandi (2007, p. 4) “temos o sujeito individualizado, caracterizado pelo percurso bio-psico-social.”

Ainda, na concepção de Orlandi (2007):

O que fica de fora quando se pensa o sujeito já individualizado é justamente o simbólico, o histórico e a ideologia, que tornam possível a interpelação do indivíduo em sujeito. É esta a interpretação a meu ver equivocada que fazem os adeptos da pragmática: tomam o sujeito individualizado como se fosse a unidade de origem. E o compreendem a partir de sua ilusão: a de ser origem, com/por sua vontade (ORLANDI, 2007, p. 4).

¹³ O uso dos buscadores, como por exemplo o Google, não há por parte do usuário que o utiliza um pagamento financeiro, sendo assim, podemos entender que existe um processo na construção do site e algoritmo(s) que se utiliza do nosso uso para transformar os dados em informações para posterior comercialização. Nesse caso, serviços prestados gratuitamente podem ser utilizados para retornos financeiros/lucro não vinculados somente a cobrança aos usuários que utilizam, mas sim, para outras empresas utilizarem esses dados para venda. Exemplo: quando pesquisamos uma televisão no site do Google e logo após recebemos vários anúncios de TVs em outras páginas que navegamos.

Assim, podemos compreender ainda, segundo Orlandi (2007), que o indivíduo é um sujeito ao mesmo tempo livre e submisso. Dito de outra forma, ele é capaz de uma liberdade sem limites e uma submissão sem falhas, ou seja, pode dizer tudo, contanto que se submeta à língua para dizer. Essa é a base do que chamamos assujeitamento” (ORLANDI, 2005, p. 50).

Ao pensar esse assujeitamento, Pêcheux ([1975] 2009) busca no marxismo a questão da luta de classes, que Althusser aponta em *Aparelhos Ideológicos de Estado*. A partir disso, também é possível identificar que as “ideologias não são feitas de ideias, mas sim de práticas”. (PÊCHEUX, [1975] 2009, p.130). As condições ideológicas da transformação das relações de produção estão diretamente ligadas aos Aparelhos Ideológicos do Estado tanto simultaneamente quanto contraditoriamente. Uma sociedade dispõe de várias formações ideológicas, assim, cada uma determina uma FD, o que podemos fazer e dizer em uma determinada época e em uma determinada sociedade. Desse modo, entendemos que os processos discursivos estão na fonte da produção dos sentidos. Quando assumimos uma posição, não podemos assumir outra ao mesmo tempo, ou seja, o discurso é um dos aspectos da materialidade ideológica, em que só existe sentido quando o sujeito se reconhece como pertencente a uma determinada FD, a saber, o sujeito e o sentido se constituem ao mesmo tempo.

Importa trazer o conceito de forma-sujeito para dar sustentação a essas implicações das FDs. A forma-sujeito contempla o sujeito como elemento sócio-histórico, que detém suas ações a partir de um posicionamento, um indivíduo que é sujeito de determinada sociedade, pois este é afetado pela ideologia que esteja imbricada nas formações históricas dessa forma-sujeito. Orlandi (2012) considera a relação entre a forma-sujeito-histórica e a individuação pelo Estado, trazendo o processo de identificação de um sujeito individuado com uma FD em sua vinculação com o interdiscurso. Baseando-se na conjuntura histórica do neocapitalismo e sob a ideologia contemporânea de mundialização, devemos entender a forma como este sujeito se relaciona com a sociedade, sendo individuado pelo Estado, ou pela falta dele.

No modo como consideramos o indivíduo sociopolítico, não é a sociedade em si que é individualista; o individualismo resulta da ideologia própria a certos modos de individuação do sujeito capitalista pelo Estado, que assim se identifica com uma, e não outra, formação discursiva, no caso, a do individualismo. O que temos são posições sujeitos individualistas que, certamente, produzem seus efeitos de sentidos na sociedade em que vivem, e que a sociedade sistematiza. (ORLANDI, 2012, p. 234).

Para procurar estabelecer melhor compreensão sobre a questão de subjetivação, é preciso compreender de que modo funciona a ideologia na sociedade. A partir de Pêcheux, a ideologia funciona pelo equívoco, estruturando-se na contradição (ORLANDI, 2009, p. 22). Assim, busca-se compreender como essa contradição faz parte da constituição do sujeito na

sociedade. Se analisarmos a relação do sujeito com a linguagem como parte de sua relação com o mundo (sociais e políticos), tem-se uma nova perspectiva que busca compreender o movimento em relação aos processos identitários e de subjetivação. O Estado é agora o centro dessa relação, pois é a partir de suas instituições e relações materializadas pela formação social que lhe corresponde que individualiza a forma-sujeito histórica, produzindo diferentes efeitos nos processos de identificação.

Vamos entender individualização do sujeito na produção dos sentidos, em que o indivíduo não é a unidade de origem, mas sim, o resultado de um processo, um constructo, referido pelo Estado. Se analisarmos a Figura 2, pode-se verificar a presença de dois movimentos na constituição da subjetividade no processo de individuação pelo Estado. Na primeira parte, tem-se a presença da identificação com uma determinada FD, em que o indivíduo constitui-se como sujeito de seu dizer, enunciado de uma posição-sujeito. A forma-sujeito é histórica, tem sua própria materialidade. Já na segunda parte, a partir do sujeito em sua forma-histórica, o sujeito deve identificar-se diante do Estado, assumindo uma posição social. Então, não basta mais ter um posicionamento ideológico, mas fazer parte de uma formação social. Por conseguinte, o sujeito sempre vai ser interpelado pela ideologia que o faz assumir uma posição em determinada FD.

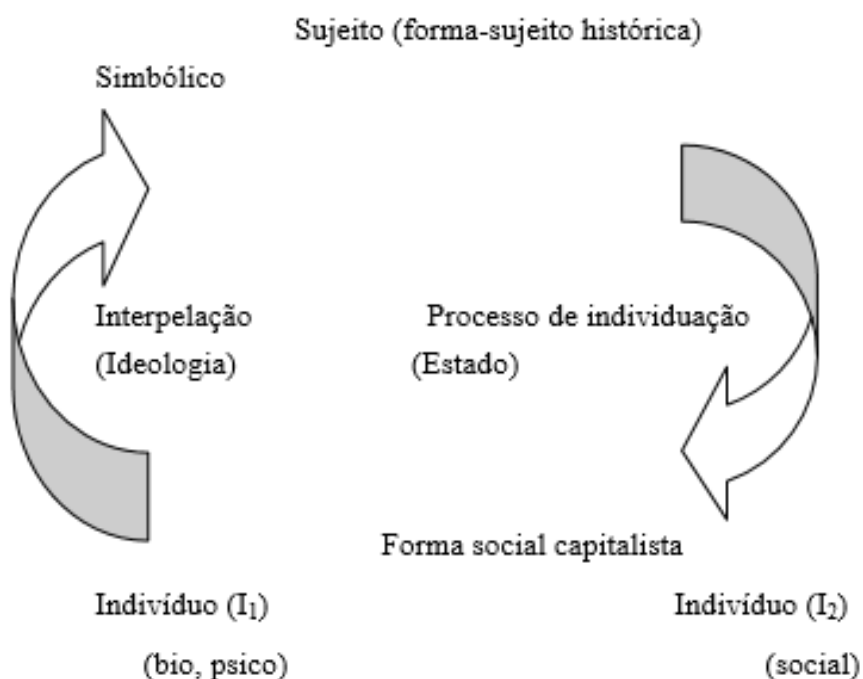


Figura 2: Processo de Individuação.
Fonte: Orlandi (2009, p. 104).

Ao tratar do processo de individuação, não podemos deixar de destacar o processo de mudança conhecido como “globalização” e seu impacto sobre as identidades culturais, já que as sociedades modernas são consideradas de mudança constante, rápida e permanente. Giddens (1990, p. 6) explica que o ritmo e o alcance da mudança “na medida em que áreas diferentes do globo são opostas em interconexão umas com as outras, ondas de transformação social atingem virtualmente toda a superfície da terra.”

Giddens assinala também que os modos de vida da modernidade nos livraram de vários tipos tradicionais de ordem social tanto em extensão quanto em intensidade. As transformações envolvidas da modernidade são mais profundas do que a maioria das mudanças características dos períodos anteriores. Para ele, no “plano da extensão, elas serviram para estabelecer formas de interconexão social que cobrem o globo; em termos de intensidade, elas alteram algumas das características mais íntimas e pessoais de nossa existência cotidiana”. (GIDDENS, 1990, p. 21). Se analisarmos sob o viés da tecnologia, citamos Barbook (2009), quando este destaca que com a convergência digital no que tange à Voz sobre IP, web televisão, música on-line, filmes em celulares, a internet retoma a posição de epítome da modernidade. Estamos aqui tratando a internet como uma rede eletrônica global, que, para o autor, também é um sistema político global.

McLuhan (1964), em seu livro, intitulado “Os meios de comunicação como extensões do Homem” destaca que:

Depois de três mil anos de explosão especializada, de especialização e alienação crescentes nas extensões tecnológicas de nosso corpo, nosso mundo tornou-se compressivo por uma dramática reversão. Eletricamente contraído, o globo já não é mais do que uma vila. A velocidade elétrica, aglutinando todas as funções sociais e políticas numa súbita implosão, elevou a consciência humana de responsabilidade a um grau dos mais intensos. (MCLUHAN, 1964, p. 5).

Essa visão de unidade mundial inspirou a frase de McLuhan: “a aldeia global” McLuhan (1964, p. 92). A convergência tecnológica da televisão, satélites e computadores na internet irá criar, ao mesmo tempo, um sistema social único para toda a humanidade e restaurar a intimidade de se viver em uma comunidade tribal. Para ele, seria como dizer que o melhor do novo seria combinado com o melhor do velho. Vale destacar aqui também que, pelas leituras, McLuhan era mais pessimista sobre as perspectivas da humanidade do que realmente ele escrevia em seus textos, pois ele acreditava que não existiam soluções tecnológicas para os problemas deste mundo.

Um aspecto imprescindível de análise é que a identidade cultural moderna é formada a partir do pertencimento a uma cultura compreendida no conceito de “globalização”, que está afetando tudo isso. Hall (2004) enfatiza, em seus textos, as questões relativas à

identidade cultural, fazendo a passagem do período moderno até o pós-moderno. Ao analisar pelo viés do Iluminismo, pode-se destacar, primeiramente, o sujeito dotado e centrado de capacidades de razão, passando por um sujeito sociológico, que não se estabelece a partir de outros, sendo totalmente independente.

Por fim, o pós-modernismo¹⁴, este sem uma identidade fixa em que buscar compreender como a identificação pode produzir transformações culturais nos sujeitos e nos espaços (HALL, 2004). Essa base torna-se referência para melhor conceber esse aperfeiçoamento do mundo globalizado, principalmente no que se refere a aspectos da internet, buscadores e redes sociais. Para aproximar os conceitos de identidade e cultura, tratamos a cultura, mais especificadamente nas características do marketing, como sendo um conjunto complexo de valores e comportamentos aprendidos e replicados à sociedade de geração em geração (HONORATO, 2004).

Corroborando este conceito, Samara e Morsch (2005) destacam que cultura ainda pode ser definida como a junção de valores, crenças, costumes, conhecimentos, conceitos, preferências e gostos, fatores essenciais para compreender o comportamento de um indivíduo ou sociedade como um todo. Essa compreensão, então, serve para divulgar, projetar e/ou fixar a imagem, nome ou produto de uma organização, projeto ou mesmo de uma marca. Assim, depreende-se que a eliminação ou inclusão de alguns traços da cultura não são isentos de historicidade; assim, os traços de uma cultura estão sujeitos à disputa de sentidos, podendo mobilizar a relação de sujeitos e seus dispositivos.

Agambem (2009) introduz em seus ensaios a relação dos sujeitos com seus dispositivos, alguns denominados como tradicionais (confissão, prisão, escolas, etc.) e os hodiernos (internet, telefones, televisão, câmeras, etc.). O autor estabelece três pontos a serem observados no que tange ao conceito de dispositivo:

1. Constitui-se em um conjunto heterogêneo linguístico e não linguístico;
2. Tem sempre a função estratégica concreta e inscreve-se sempre em uma relação de poder;
3. Resulta do cruzamento de relações de poder e do saber.

¹⁴ Frederic Jameson [1] “Pós-Modernismo” (1991, p.77), enumera como ícones desse movimento: na arte, Andy Warhol e a pop art, o fotorealismo e o neo-expressionismo; na música, John Cage, mas também a síntese dos estilos clássico e “popular” que se vê em compositores como Philip Glass e Terry Riley e, também, o punk rock e a new wave”; no cinema, Godard; na literatura, William Burroughs, Thomas Pynchon e Ishmael Reed, de um lado, “e o nouveau roman francês e sua sucessão”, do outro. Na arquitetura, entretanto, seus problemas teóricos são mais consistentemente articulados e as modificações da produção estética são mais visíveis.

Ainda, no âmbito do conceito de dispositivo, vale ressaltar o significado tecnológico dos dicionários franceses, que definem como um modo em que “estão dispostas as partes entre uma máquina ou dos mecanismos.” (AGAMBEM, 2009, p. 34). Por fim, questiona-se novamente: Será que estamos sendo “catalogados” como sujeitos pelas empresas que oferecem serviços de busca na internet? Dessa forma, podemos refletir sobre o internauta ou usuário da internet como sujeito-usuário desta tecnologia.

Retomando as questões de sujeito na AD, para Pêcheux ([1975] 2009), o sujeito se constitui pelo esquecimento daquilo que o determina: significação do fenômeno da interpelação do indivíduo em sujeito do seu próprio discurso. Na percepção de Althusser (1992, p.149): “só há prática através de e sob uma ideologia; só há ideologia pelo sujeito e para sujeitos”.

Althusser, em *Aparelhos Ideológicos do Estado*, sustenta a ideia de que o Estado se concebe como aparelho repressivo que permite às classes dominantes assegurar sua dominação sobre a classe operária, ou seja, o Estado só faz sentido em função do poder de Estado. Como exemplos de Aparelhos Ideológicos de Estado, pode-se citar as escolas, imprensa, igreja, entre outros, porém, se relacionarmos isso ao mundo digital, ou seja, à internet, teremos as empresas desenvolvedoras como as classes dominantes. Essas empresas codificam as páginas que utilizamos, definindo o que podemos ou não fazer dentro delas. As redes sociais e buscadores, como Facebook e Google respectivamente, adotam como característica uma organização centralizada e unificada, remetendo-nos a um processo de controle, poder e personalização do uso dessas ferramentas que utilizamos no nosso dia a dia.

Retomando o conceito de formação ideológica, que Haroche, Pêcheux e Henry (2007, p. 26) descrevem como um “elemento suscetível de intervir” e como sendo uma força confrontada a outras forças em uma conjuntura ideológica de uma formação social em um dado momento determinado de sua história, cada uma dessas formações ideológicas constitui-se desse modelo, um conjunto “complexo de atitudes e de representações” que não são nem individuais nem universais, mas que se relacionam mais ou menos diretamente a posições de classes em conflito, uma em relação às outras. Essa definição pode-se relacionar com a “Partilha do Sensível” de Rancière¹⁵, em que se identifica quem está ou não no poder e a luta por classes.

¹⁵A partilha do Sensível é uma introdução ao pensamento do autor. Em cinco breves capítulos, Rancière explicita conceitos-chave de seu pensamento, como o vínculo indissolúvel entre arte e política, e a pouca eficácia dos conceitos de modernidade, vanguarda e pós-modernidade para iluminar esse vínculo no presente. Partilha do Sensível. Disponível em: <<https://we.riseup.net/assets/94208/partilha+do+sensivel+ranciere.pdf>> Acesso em: 25 mar. 2017.

A expressão “Partilha do Sensível” refere-se a um “sistema de evidências que dá a ver ao mesmo tempo à existência de um comum e às divisões que definem os lugares e as partes respectivas” (RANCIÈRE, 2009, p.15). A luta de poder mobiliza a relação com a partilha da sensível fixa que, ao mesmo tempo, é um comum partilhado e partes exclusivas. Essa repartição das partes e dos lugares funda-se sobre “uma partilha dos espaços, dos tempos e das formas de atividades que determinam a maneira mesma na qual um comum se presta a participação e como uns e outros tomam parte nesta partilha.”.

Assim, o termo “partilha” implica tanto um “comum” (a cultura, os direitos, a liberdade, entre outros) quanto um “lugar de disputas” que, baseadas na diversidade das atividades humanas, definem competências e incompetências para tomar parte nessa partilha. O conceito de “comum” designa não exatamente a ideia de público/estatal em oposição a um particular/individual, mas primeiramente, um espaço onde constituímos nossa subjetividade, sempre por meio de relações sociais e tomadas de posição.

Retomando as questões discursivas, é possível refletir e relacionar sobre arquivo, recorrendo à noção de arquivo que, em Pêcheux (2010, p. 54), diz respeito “à relação da nossa sociedade com sua própria memória histórica”. Este é um ponto chave desta pesquisa, pois introduziremos a questão de arquivo com base nas navegações e históricos que usuários da internet deixam a partir de seus rastros. A partir disso, cria um arquivo contendo toda a história de navegação desses usuários na internet, seja por meio de consultas em buscadores, *posts* em redes sociais seja mesmo visualizando conteúdos diversos em *sites* e portais.

Aqui, neste capítulo abordamos a noção teórica de arquivo, entendendo arquivo não como um simples objeto de estudo, mas sim, algo dinâmico que:

Especifica-se na medida em que diversas instâncias e práticas correlacionadas organizam-se formando um complexo e heterogêneo campo de saberes-dizeres-sentidos, que se constitui sob contínuos processos de reformulação-transformação, sempre atravessados por determinações históricas e ideológicas que, por meio da língua(gem), se materializam no discurso. (SILVA¹⁶, 2018, p. 54).

Assim, é possível pensar arquivo, no sentido amplo, como um lugar em que se organizam determinados documentos sobre uma determinada questão. A noção de arquivo, segundo Pêcheux (2010, p. 51), é um grupo de documentos relacionado a determinado tema, sendo este grupo de documentos pertinente e estando disponível, é porque, de alguma maneira,

¹⁶Marcio José Da Silva, em sua tese intitulada: “Repositórios institucionais brasileiros: entre público e privado nos processos de produção e circulação do conhecimento científico”, apresentada no mês de agosto de 2018.

este arquivo já admite certa organização. Esse arquivo, então, é organizado por uma leitura, ou seja, não se trata de uma leitura analítica propriamente dita, mas sim, de uma leitura que busca revelar se determinados documentos são referentes a um tema ou outro. Quando tratamos da leitura desse arquivo, o analista não deve ficar “preso” a uma leitura tradicional, é necessário que sejam mobilizados os processos de arquivamento de dados discursivos.

Em vista disso, o papel do analista de discurso é trabalhar com o processo pelo qual passou o discurso até que fosse afastado das práticas discursivas, transformando-se em elemento de arquivo. Corroborando, Nunes (2007, p. 374) destaca que “o material de arquivo está sujeito à interpretação e, mais do que isso, à confrontação entre diferentes formas de interpretação, portanto, não corresponde a um espaço de ‘comprovação’, onde se suporia uma interpretação unívoca.”

De acordo com Pêcheux (2010, p. 58), as máquinas podem gerar conexões entre os dados; no entanto, os dados fornecidos pela máquina ao sujeito não estão em relação com o que este se propõe a partir deles. Dias (2015) refere-se, como exemplo, ao Google, dizendo que é preciso atentar para isso e não subestimar o “fato da língua” na leitura do arquivo, a saber, não podemos tomar como uma evidência do arquivo, o resultado da busca, pois ela não é mais do que dados gerados por algoritmos numa memória metálica. Assim, é necessário atentar para os resultados que esses “dados” engendram em nós, que já ocorre a partir de uma associação à memória histórica, de um trabalho do arquivo; é isso que devemos considerar: o digital em sua materialidade.

Na perspectiva discursiva, quanto à noção de arquivo, Pêcheux (2010) considera a existência das relações materiais entre o arquivo e a língua(gem). Dessa maneira, o autor reflete sobre a noção de arquivo a partir dos gestos de leitura e interpretação que se instituem nele e por meio dele. A partir de Pêcheux, Nunes (2007, p. 374) apresenta uma concepção materialista da noção de arquivo, em que arquivo não é visto como um conjunto de dados objetivos dos quais estaria excluída a espessura histórica, mas como uma materialidade discursiva que traz as marcas da constituição dos sentidos.

Assim, do ponto de vista discursivo, o arquivo deve ser pensado a partir das diversas materialidades existentes, abrangendo situações que podem ir muito além daquilo que entendemos por “documentos”. Além de textos, imagens, sons, vídeos e objetos em geral, há múltiplas e heterogêneas materialidades que podem servir de suporte para um arquivo. Segundo Silva (2018, p. 66), “admitir a existência de uma exterioridade constitutiva do/no arquivo implica dizer que, discursivamente, o arquivo extrapola a dimensão empírico-objetiva.”

A internet permite aos usuários esse novo espaço de dizer, bem como um lugar onde tudo pode, tudo cabe e qualquer um pode fazer o que quer. A *web* “mantém-se sob o imaginário da completude”. (MARIANI; MEDEIROS; DELA-SILVA, 2011, p.15). Essa completude pode-se entender como esses bancos de dados que contêm todos os conteúdos disponíveis na internet. Todos esses dados ficam armazenados digitalmente nesses repositórios para que, no momento necessário, possamos buscar e utilizar esses conteúdos, surgindo, assim, um novo conceito de memória na internet.

2.1 MATERIALIDADE DIGITAL

No caso de um buscador, como por exemplo, o Google, precisamos, em uma primeira análise, atentar para os resultados que retornam, quando consultamos e não subestimar o “fato da língua” na leitura do arquivo, conforme trabalhamos anteriormente, utilizando Dias (2015). Em outras palavras, deve-se refletir sobre as evidências do arquivo nos resultados de buscas, pois isso não é mais do que dados em uma relação algorítmica com a própria memória metálica. Vamos mais além, necessitamos entender as correspondências que esses “dados” engendram sobre nós, ou seja, o que já ocorre a partir de uma filiação à nossa memória histórica (arquivo). Assim, devemos considerar o digital em sua materialidade.

Na internet, pelas leituras anteriores do Filtro Invisível, notamos uma centralização do nosso “eu”, em que os algoritmos produzidos na internet retornam uma ilusão de tudo para todos e de tudo para “eu”. Romão (2012) descreve essa centralização do “eu” a fim de impor um recorte do todo. Esse recorte é possibilitado pelos recursos atuais de personalização de conteúdo que filtram páginas e informações, mostrando assim somente os resultados que o usuário teria interesse de visualizar. Esses recursos analisam os interesses a partir dos históricos, escolhem e fornecem o que os usuários teriam interesse, ou seja, a tecnologia está definindo resultados sem que se tenha conhecimento dos critérios e do próprio fato (PARISER, 2012).

Vivemos em um ambiente de imersão tecnológica, decorrente de um processo evolutivo do mundo contemporâneo. Analisando o nosso dia a dia, passamos grande parte do nosso tempo ligados à essa era digital, muitas vezes, não conseguimos desvincular nossa vida do ciberespaço. O ciberespaço é um local onde, a partir do uso de um navegador, podemos nos conectar a qualquer lugar da internet, este local permite efetivas explorações (SANTAELLA, 2004). A partir dessa concepção, nota-se que existe uma relação muito forte entre a linguagem, pensamento e mundo, pois tudo isso está mais próximo agora a partir da tecnologia, consequentemente, da internet.

Ao mesmo tempo, o ciberespaço, um espaço novo, não concreto, sugere uma reconfiguração dos espaços já conhecidos, das relações entre as pessoas e da própria estrutura de poder. Como meio de comunicação, a rede veio preencher o coração da sociedade da informação, imaginada e criticada por pensadores como Castells (1999), em que a informação passa a constituir-se a matéria-prima de nossa sociedade, fonte não apenas de capital, mas também de poder.

Pensando na internet, mais especificamente nas páginas de internet fornecidas por empresas, buscadores e redes sociais, quando acessamos, podemos identificar que muitas delas possuem *links* para outras páginas, trazendo novos conjuntos de informação. Esses conjuntos podem encontrar-se em formato de blocos de textos, palavras, imagens, vídeos ou sons. Essa tecnologia, que busca (re)ligar essas ideias e dados, evidencia, segundo Theodore Nelson¹⁷, o conceito de hipertexto, dentro da área de tecnologia. Para Negroponte (1995, p. 66), os hipertextos são uma “expressão de uma ideia ou linha de pensamento que pode incluir uma rede multidimensional de indicadores, apontando para novas formulações ou argumentos, os quais podem ser evocados ou ignorados”.

O que estamos buscando e refletindo neste momento, é sobre o fenômeno da intertextualidade no hipertexto, como tecnologia enunciativa, que se atualiza por meio do digital e se (inter)conecta com outros hipertextos. A inter-relação entre os dizeres é uma condição de existência de qualquer texto ou discurso, visto que nada acontece ou surge do “nada”. Na AD, refletimos o processo em que todo o discurso remete a outros anteriores e alude a já-ditos escritos e textualizados. Esses já-ditos mobilizam a memória discursiva que, conseqüentemente, irão gerar ditos futuros, sendo estes modificados; no entanto, não totalmente novos ou inéditos, perpetuando a cadeia de dizeres realizados e realizáveis por textos ou hipertextos em qualquer suporte de leitura.

Diante disso, questiona-se, será que conseguiríamos imaginar a quantidade de conteúdos (páginas, *links*, blocos de textos, palavras, imagens, vídeos ou sons) que temos na internet? Se pensarmos em como podemos buscar o que queremos? Quais mecanismos poderíamos utilizar? De acordo com Gebran (2009, p. 94), a quantidade de informações armazenadas na internet é imensa “(...) pode-se imaginar a internet como uma grande biblioteca,

¹⁷ Theodore Nelson, cunhador do termo “Hipertexto”, descreve-o em *Literary Machine* (1993) como uma tecnologia com a qual se pode religar as ideias e os dados, evidenciando uma dupla vocação do hipertexto: um sistema de organização de dados e um modo de pensar.

na qual os usuários são agentes ativos do processo de armazenamento, indexação, recuperação e disseminação de documentos virtuais.”

Com tantas informações disponíveis, foi necessário criar ferramentas de buscas na internet. Gebran (2009) descreve as ferramentas de busca como programas desenvolvidos com o intuito de recuperar documentos ou informações disponíveis na *web*, com base em critérios e estratégias de busca determinados pelo usuário. Um dos buscadores mais utilizados no mundo foi desenvolvido pela empresa Google *Inc*.

O Google, fundado em 1998, por dois estudantes de computação da Universidade de Stanford, tornou-se a ferramenta de busca líder absoluta no mercado. Em 2012, as buscas realizadas no *site* chegavam a 1,8 trilhões (FELIPINI, 2013). A ideia dos fundadores, Larry Page e Sergey Brin, era construir um *site* de busca avançado e com qualidade. Além de conseguir seus objetivos, eles também lograram apresentar um sistema completo, em um ambiente inovador. A proposta inicial dos criadores do Google era conseguir que o usuário não perdesse tempo. Da busca até a amostragem dos dados, tudo deveria ser feito do modo mais rápido e eficiente possível. (GOMES, 2009, p. 6).

Trazendo para a perspectiva discursiva, Orlandi (2005) identifica que as Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) instalam outros modos de produção, constituição e circulação dos sentidos. Vamos avançar com mais questionamentos:

1. O que é um sujeito na internet?
2. Como o sujeito é afetado no ambiente digital?

Após indagar sobre essas questões, podemos introduzir a imagem elaborada por Cristiane Dias, em seu trabalho intitulado “A escrita como tecnologia da linguagem¹⁸” que participa do grupo de pesquisa DiCiT – Discurso, Ciência e Tecnologia, do Laboratório de Estudos Urbanos, da Unicamp.

¹⁸ DIAS, Cristiane. A escrita como tecnologia da linguagem. Tecnologias de linguagem e produção do conhecimento. Coleção Hiper Saberes. Volume II, Santa Maria – Dezembro, 2009.

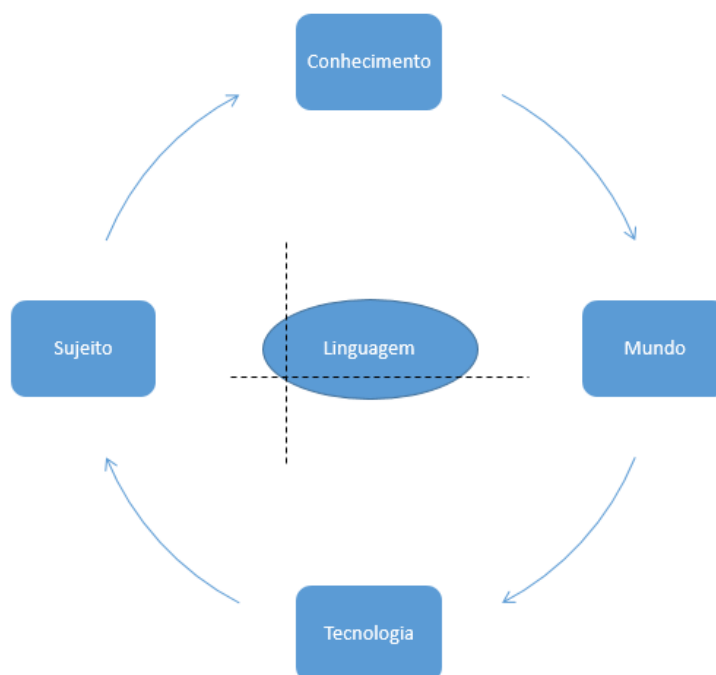


Figura 3: Sujeito e Mundo atravessados pela linguagem.
 Fonte: Adaptado de Cristiane Dias (2009, p. 9).

Analisando a Figura 3, observamos que, interligados pela linguagem, o sujeito e o mundo têm relação direta com o conhecimento e com a tecnologia, já que são também interligados por ambos, sendo a linguagem o ponto central que se relaciona diretamente para a produção de todo e qualquer conhecimento por meio da tecnologia. Logo, é importante entender a relação sujeito/conhecimento e tecnologia a partir da linguagem, para assim construir um saber a respeito de nossa sociedade.

Para Dias (2009), os estudos apontam que o conhecimento a respeito da linguagem vem da compreensão do sujeito sobre si mesmo e do mundo e na relação com o outro, no sentido de que a língua e cultura não se separam e o sujeito é um ser cultural. A autora trata a relação do sujeito com a tecnologia da seguinte forma:

Não há centro, nem identidade fixa nas redes de relações da Internet, e falo de identidade no sentido de construções sociais de pertencimento a categorias identitárias (nome, sobrenome, RG, CPF, estado civil, filiação etc.). No ciberespaço, o sujeito é indeterminado, artigo indefinido, e se constitui na própria velocidade do acontecimento (DIAS, 2008, p. 37).

A partir da relação do sujeito com a tecnologia, proposta por Dias, nossa hipótese é a de que os recursos de personalização de conteúdos na *web* constituem o sujeito ao inscrevê-lo em redes parafrásticas de sentidos, atribuindo a ele um número que o identifica, o seu IP, e os conteúdos que conclui como pertinentes. Vale destacar que o sujeito é afetado pelo esquecimento, noção proposta por Pêcheux (2009) em *Semântica e Discurso*, que produz efeitos

de sentidos de origem e clareza, ou seja, torna “óbvia” a ilusória relação direta entre o pensamento, as palavras e as coisas do mundo por ela representadas (esquecimento nº 2) e a pretensa originalidade dos dizeres (esquecimento nº 1). Processos, tais, sedimentados pelo trabalho atuante da ideologia. Além disso, acredita-se que tudo isso traz à tona a relação do sujeito com o arquivo, premissa que se pretende corroborar ou refutar ao cabo desta pesquisa.

Assim, mobilizamos a noção de arquivo:

(...) não visto como um conjunto de ‘dados’ objetivos dos quais estaria excluída a espessura histórica; mas sim como tecelagem de materialidade discursiva sujeita à interpretação e, mais do que isso, à confrontação entre diferentes formas de ler o arquivo, o que não corresponde a um espaço de ‘comprovação, onde se suporia uma interpretação unívoca’. (ROMÃO, 2011, p. 109).

Vamos tentar exemplificar aqui esse processo com a utilização dos buscadores, ou seja, quando um internauta realiza uma pesquisa na internet, os resultados são decorrentes das próprias regras dos algoritmos. Pensemos nas redes sociais, estas também responsáveis por deixar rastros de nossas ações, pois quando compartilhamos conteúdos criamos uma linha histórica (navegações pessoais), a saber, o quê, quando, onde, por quê, de quem. Assim, embora não havendo interlocução, quando nos inscrevemos como sujeitos por meio dos nossos enunciados nos buscadores ou redes sociais, deixamos marcas de nossa territorialidade (GALLO, 2012).

Uma das principais características do “cuidado de si” é a técnica da escrita colocada também como uma “forma de relação social”, esclarece Orlandi (2005). A escrita é, portanto, uma das primeiras e mais antigas tecnologias para o sujeito se conhecer, demonstrando a importância da sua historicidade para se compreender as diferentes formas de relação social. A historicidade da escrita está ligada a uma tecnologia e conhecimento, que também tem a ver com essa tecnologia. Por conseguinte, as diferentes tecnologias provocaram uma mudança na cultura e na memória da sociedade, visto que falar, escrever, digitar, teclar irá produzir diferentes conhecimentos no mundo e no modo como se relacionam com o conhecimento, mudando assim a relação do sujeito com a linguagem.

Segundo Dias (2009), a escrita pensada em sua história, mostra que a relação do sujeito com a linguagem passou sempre pela técnica, pela invenção de uma tecnologia que permitisse a manifestação simbólica do sentido do mundo. A invenção dessa tecnologia da escrita passou pela utilização de distintos instrumentos que constituíam uma imagem sempre diferenciada da linguagem humana. A autora descreve que a oralidade foi a nossa primeira via linguageira. A escritura é o que colocou a linguagem na ordem do visual, do olhar, o que antes

era da ordem da escuta. Desse modo, da escuta à escrita tivemos uma história da produção de sentidos do mundo; a saber, da relação do sujeito com o conhecimento e deste com a tecnologia.

Com isso, Dias (2009) assinala que a tecnologia atualmente detém:

(...) um efeito sobre a escrita e sobre a língua, pois com o passar dos anos, não se escreve no computador da mesma maneira que se escrevia no papiro ou na pedra, assim, não são apenas os instrumentos que mudam, mas a relação do sujeito com a linguagem, com a escrita, com o conhecimento sobre a língua; mudam as relações sociais, as relações imaginárias. (DIAS, 2009, p. 16).

Podemos, enfim, perguntar sobre quais implicações essas mudanças têm para o conhecimento? Hoje, o que é mobilizado em termos sociais, linguísticos, pedagógicos, educacionais, históricos, ideológicos? Como entendemos hoje o mundo digital em relação as formas de pensamento do sujeito contemporâneo? Que relação de poder existe em um clique? Que relações com o sujeito isso implica?

Percebemos que a influência das tecnologias nas técnicas da escritura, ao longo do tempo, interferiu na forma como a escrita assumiu diferentes aspectos, de acordo com cada tecnologia que estava relacionada, também recebendo significativa influência do sujeito. Nesse contexto, temos a possibilidade de analisar os efeitos das diferentes formas como a tecnologia utiliza as técnicas de escrita, ou seja, hoje a internet, a partir das redes sociais, *blogs* e portais, permite que sujeitos publiquem conteúdo(s) que serão utilizados posteriormente, permitindo que algoritmos criados pelos desenvolvedores das páginas possam utilizar esses rastros como histórico, criando efeitos de sentido para novas navegações.

Desse modo, podemos concordar com Gallo (2008), que se deve considerar esse texto como um efeito de textualização, visto que não há texto enquanto uma materialidade discursiva que tenha uma existência independente da prática de sua produção. Esse objeto, na internet, pode ser uma postagem, uma imagem, um vídeo, um texto grafado, entre outros. Assim, o texto é definido “pela sua inscrição, pela sua escritura”. (GALLO, 2008, p. 45).

Para Orlandi (2009), o texto é uma peça significativa, isto é, o texto é que detém significado. Importa ressaltar que a AD pensa a textualidade sobre a questão da exterioridade no discurso, já que se devem analisar as condições de produção. Para Marcushi (2012, p.28) apud Halliday e Hasan (1976), “o texto é uma unidade em uso, não uma unidade gramatical. (...) um texto é uma unidade semântica: não uma unidade de forma e sim de sentido.”. Já para a AD, sentido está ligado à historicidade que constitui o texto, que nunca são transparentes.

Para Orlandi (2009):

Os textos individualizam – como unidade – um conjunto de relações significativas. Eles são assim unidades complexas, constituem um todo que resulta de uma articulação de natureza linguístico-histórica. Todo texto é heterogêneo: quanto à natureza dos diferentes materiais simbólicos (imagem, som, grafia, etc.); quanto à natureza das linguagens (oral, escrita, científica, literária, narrativa, descrição, etc.); quanto às posições do sujeito. (...) o discurso é uma dispersão de textos e o texto é uma dispersão do sujeito. O sujeito se subjetiva de maneiras diferentes ao longo de um texto. Há pontos de subjetivação ao longo de toda a textualidade. (ORLANDI, 2009, p.70).

Para o discurso, o texto não é uma unidade fechada, pois ele tem relação com outros textos que podem ser existentes, possíveis ou imaginários a partir de suas condições de produção (sujeito e sentido). O texto não apresenta um centro, nem um começo ou um fim, ele é plural, sem um centro discursivo, sem margens, não é produzido por um único autor. Isso conduz a analisar, nas páginas da internet, a dinâmica existente entre as novas tecnologias e a sociedade contemporânea, procurando investigar as práticas de leitura e escritura que emergem com o surgimento dos textos nesse ambiente.

Relacionando texto e hipertexto, a abordagem mais simples do hipertexto o descreve, em oposição a um texto linear, como um texto estruturado em rede. O que materializa uma rede de textos em hipertexto são os *links* e sua função de elementos apontadores de caminhos para navegação na rede. Na perspectiva da conectividade, tudo pode entrar em relação com tudo. Isso implica o reconhecimento de uma transformação na relação do homem com as formas de comunicação. Não há linearidade, nem caminhos estáticos a seguir; logo, os sentidos passam da esfera do fixo para a do fluxo contínuo, ou seja, os sentidos podem ser muitos e estão sempre à deriva, em devir, conforme Lévy (2000).

Já na perspectiva discursiva, pode-se analisar o hipertexto apontando para a intertextualidade. Tratamos isso como uma característica inerente, no sentido de levar um texto a um novo texto. Esse acesso é dado pelos *hiperlinks*. Estamos considerando aqui a intertextualidade como um fenômeno linguístico-discursivo, que detém como objetivo relacionar os dizeres e se manifestar em sentido amplo e irrestrito. Esse fenômeno intertextual está sendo tratado em função da justaposição de textos pelos *hiperlinks*, desconsiderando as relações de sentido entre eles, conseqüentemente, as diferenças existentes entre o que ocorre com o mesmo fenômeno no âmbito do texto.

Com efeito, caracterizado por uma complexidade que transpõe os limites da tecnologia impressa, o texto eletrônico perturba noções tão fundamentais como linearidade, autoria e leitura, bem como implica abdicar do controle sobre o texto, aceitando a dispersão da noção de unidade centrada na materialidade linguística, para comportá-la como um efeito

discursivo. A noção de efeito traduz teoricamente a problemática da existência de uma materialidade textual que, ao mesmo tempo em que existe na forma e no conteúdo, dissipa-se no momento mesmo do trajeto de leitura para reorganizar-se em novas sequências a partir dos gestos de leitura do sujeito leitor.

Podemos entender, assim, que as condições de produção compreendem estruturalmente o sujeito e a situação, assim como a memória que faz parte da produção dos sentidos. O saber discursivo torna possível tudo dizer, que retorna na forma do pré-construído, sustentado por cada tomada da palavra, denominado como interdiscurso ou memória discursiva. Em uma perspectiva discursiva, o texto é que organiza sua discursividade a partir da relação com a ordem da língua e das coisas, constituindo assim, sua materialidade. Na AD, o analista trabalha nas bases da ordem da língua e da história. O conceito de memória pode ser entendido como o movimento contínuo entre a descrição e a interpretação. A memória discursiva, então, trabalha nesses eixos, estando o dado descrevendo a organização, situado no eixo horizontal e o fato no eixo vertical.

A memória trata das dimensões social e histórica estruturadas na materialidade discursiva que reconstrói-se na forma do pré-construído. É uma condição do legível em relação ao próprio legível. Ademais, constitui-se no eixo paradigmático e, por acúmulo, sofre interações dos acontecimentos discursivos que se deslocam para o eixo sintagmático e se estabiliza. Em vista disso, visamos a compreender que a discursividade trabalha o acontecimento em seu contexto de atualidade e o espaço de memória que ele convoca e que diferentes maneiras de falar sobre isso constituirão diferentes significações para o que refere ao mesmo fato. Assim, podemos entender que a AD trabalha entre a estrutura e o acontecimento. A primeira está relacionada à estabilidade, à repetição e à regularidade; já o segundo com o rompimento disso tudo, ou seja, o acontecimento discursivo é o “encontro de uma memória com uma atualidade”. (PÊCHEUX, 2012, p.17).

Entretanto, nossos textos são produzidos utilizando-se das mesmas formas de escrita? Acreditamos que passamos por várias fases diferentes de produção de escrita. A escrita trabalha sob os aspectos da grafia, fornecendo limites e sentidos, enquanto a textualização foca-se nos fragmentos, dando limites e organizando os sentidos. Aqui poderíamos pensar em como Aouroux (1992, p. 65) inscreve a gramatização. Para o autor, a gramatização é um “processo que conduz a descrever e a instrumentalizar uma língua”, constituem-se espaços e tempos de comunicação.

Utilizando-se da analogia de Aouroux (1992, p. 69), “a gramática prolonga a fala natural como um martelo prolongando o gesto da mão.” Assim, podemos conceber que a

gramática “não é uma simples descrição da linguagem natural, é preciso concebê-la também como um instrumento linguístico”. Relacionando com a internet, temos a possibilidade de publicar diversos conteúdos, seja em nossas páginas pessoais, seja em redes sociais concebendo também o “gesto da mão.”

Gallo permite atentar ao *on-line* comparando ao “ao vivo”, este *on-line* tomado como discurso, como efeito de sentido entre interlocutores presentes nos espaços da internet, efeito este que se espalha nesse espaço completamente dilacerado pelo excesso.

A partir dessas constatações de Gallo (2011), pode-se destacar hoje a linha do tempo do Facebook, que acreditamos estar em um espaço em tempo real (ao vivo), identificando que todas as postagens estão lá sendo atualizadas agora; no entanto, essas postagens só produzem esse efeito.

Esse efeito, entre o que está acontecendo na nossa linha do tempo, mostra que além de estarmos conectados (*on-line*) dentro da rede social, temos o sentimento que tudo que está aparecendo para nós é o que está acontecendo nesse exato momento (ao vivo). Gallo (2011) afirma que: “O que é curioso, no entanto, é que nessa discursividade *on-line*, mesmo quando o sujeito não está se relacionando com um seu interlocutor, seu *status* pode estar/ser presente.”

Segundo Kirkpatrick (2011, p. 216-217), “muitos usuários fornecem voluntariamente diversos detalhes sobre sua carreira, seus relacionamentos e interesses, sua história pessoal. Se você é amigo de alguém no Facebook, pode saber mais sobre essa pessoa do que em dez anos de amizade *off-line*”. Isto só é possível quando são armazenadas todas as informações de cada atividade do usuário na internet, seja utilizando uma rede social, seja um buscador ou mesmo navegando em uma página de internet.

Tratamos aqui sobre as noções de arquivo e materialidade digital, assim, atentando sobre arquivo, e recorrendo a Pêcheux (2010, p. 54), “à relação da nossa sociedade com sua própria memória histórica”. A partir daí, pode-se indagar sobre: quais seriam as consequências das formas de leitura de arquivo que se estabelecem com o digital sobre a relação da sociedade com sua memória histórica? Assim como, levando em consideração a materialidade digital, como ficaria a questão do arquivo e com ela a da leitura e da constituição do *corpus*?

Importa perceber que o Google é utilizado a partir da internet, esta é uma plataforma tecnológica, disponibilizada para quem dela queira usufruir, conseqüentemente, há repercussão de sua presença na história contemporânea. Tudo isso está produzindo rupturas e deslocamentos na cultura atual, ou seja, no modo de pensar e na vida de cada um de nós. Nossa reflexão está baseada no modo como o funcionamento da língua na materialidade digital também produz um lugar de subjetivação do sujeito e de sua identificação com uma FD determinada dominante.

De acordo com Dias (2011, p. 40), em seu artigo intitulado *O discurso sobre a língua na materialidade digital*, é a partir da subjetivação do sujeito e de sua identificação em uma FD que “a materialidade, o real da língua, vai fazer sentido para pensar o modo de escrita que se produz a partir da linguagem do computador, e que não se reduz apenas ao linguístico”. Com base em todo esse aparato tecnológico da internet, sendo possível utilizar buscadores, redes sociais, fóruns, *blogs*, entre outros, deve-se pensar sobre o caráter desejante de cada clique na internet, que constitui o sujeito. Logo, é esse sujeito que age sobre páginas da internet que são construções e algoritmos que fornecem modificações suscetíveis a partir de cada clique. Nesse momento, o real da língua intervém na sua relação com o real da história.

Levando em consideração que as páginas fornecidas na internet são decorrentes de desenvolvimento prévio por parte de desenvolvedores das empresas que a fornecem, uma das características da materialidade digital é a normatização que ela encerra, uma vez que sem essa normatização não seria possível, segundo Gallo e Silveira (2017), nem ao programador fazer a programação, nem ao usuário poder “interagir” nas páginas.

A normatização no que tange ao digital, de acordo com as autoras, acontece em todos os níveis, inclusive e principalmente no nível semântico. Assim, toda e qualquer produção de sentido baseada no material digital, está determinada por parâmetros formais normatizadores (próprios do digital), que resultam em determinações do sentido e do sujeito. Pode-se verificar isso em várias páginas da internet, seja no buscador Google, que apresenta as formas pré-definidas para realizar a pesquisa por palavra-chave ou imagem, seja no Facebook, que por meio de um *login* e senha é possível utilizar algumas funções pré-definidas para postar conteúdos (limite de caracteres), classificar uma postagem com as opções de “Curtir” de diversas formas representadas por imagens de coração, choro, positivo, entre outros. A partir disso, temos desdobramentos originados pelas formas de se relacionar com as páginas da internet.

A partir do conceito de Discurso da Escritorialidade desenvolvido por Gallo em 2011, Gallo e Silveira (2017, p.172) identificam que o “discurso normatiza o sentido e o sujeito, por meio de sua condição material específica”. É importante entender as correspondências que esses “dados” causam em nós, o que já ocorre a partir de uma ligação com a memória histórica, de um trabalho do arquivo, por isso se deve considerar o digital em sua materialidade. Assim, com esses entendimentos da rede, introduzimos a memória metálica, estabelecendo-se entre os sujeitos, e a memória histórica (ORLANDI, 2004). A memória metálica caracteriza-se por não deter esquecimento, realizando a catalogação de tudo que está no meio digital, como mencionado no parágrafo anterior, todos os rastros que deixamos nas redes sociais e na internet.

Orlandi (2005) ressalta que a memória metálica apaga os efeitos da história e da ideologia, mas nem por isso elas estão menos presentes. Em constante mudança está a relação do sujeito com esta memória, assim, hoje este sujeito está totalmente entrelaçado à oferta imediata e ilimitada feita pela internet, em seus vários gestos de leitura submetido a determinações históricas, ideológicas e sociais (GALLO, 2011).

Então, pode-se indagar sobre uma possível existência de determinações históricas, ideológicas e sociais na internet, principalmente, se levarmos em consideração os sites de buscas, em que, frequentemente, temos a sensação que há tudo que está disponível hoje; ou seja, tudo a nosso alcance. Essa imaginação acontece pela impossibilidade de quantificar o que existe.

Baseando-se nisso, é possível relacionar esse conteúdo da memória novamente com o processo de algoritmos produzidos por essas empresas, cujo conteúdo é retornado aos internautas, que não têm noção do que foi escondido. Em uma reportagem da revista Superinteressante, na edição de novembro de 2011, intitulada “O que a internet esconde de você”, Gravatá (2011) destaca que o Google está manipulando os resultados das buscas e que a rede social Facebook decide quem vai ser nossos amigos, descartando pessoas que entende que não queremos ter relacionamento na rede social. O autor ressalta que estamos presos em um “buraco negro digital maior que a própria internet”, conforme vamos utilizando a rede, ela vai se personalizando para nós.

Conforme o autor, foi realizada uma pesquisa na Universidade de Londres, em que foram criados três personagens na rede, batizados de Immanuel Kant¹⁹, Friedrich Nietzsche²⁰ e Michel Foucault²¹, referenciando aos filósofos já falecidos. Cada personagem utilizava o

¹⁹ Immanuel Kant: nasceu em Königsberg no dia 23 de abril de 1727 e faleceu em Königsberg no dia 12 de fevereiro de 1804. Foi um filósofo prussiano. Amplamente considerado como o principal filósofo da era moderna, Kant operou, na epistemologia, uma síntese entre o racionalismo continental (de René Descartes e Gottfried Wilhelm Leibniz, onde impera a forma de raciocínio dedutivo), e a tradição empírica inglesa (de David Hume, John Locke, ou George Berkeley, que valoriza a indução). Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Immanuel_Kant> Acesso em: 20 mai. 2017.

²⁰ Friedrich Wilhelm Nietzsche: nasceu em Röcken no dia 15 de outubro de 1844 e faleceu em Weimar no dia 25 de agosto de 1900. Foi um filósofo, crítico cultural, poeta e compositor alemão do século XIX. Ele escreveu vários textos críticos sobre a religião, a moral, a cultura contemporânea, filosofia e ciência, exibindo uma predileção por metáfora, ironia e aforismo. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Friedrich_Nietzsche>. Acesso em: 20 mai. 2017.

²¹ Michel Foucault: nasceu na província francesa de Poitiers no dia 15 de outubro de 1926 e faleceu em Paris no dia 25 de junho de 1984. Foi um filósofo, historiador das ideias, teórico social, filólogo e crítico literário. Suas teorias abordam a relação entre poder e conhecimento e como eles são usados como uma forma de controle social por meio de instituições sociais. Embora muitas vezes seja citado como um pós-estruturalista e pós-modernista, Foucault acabou rejeitando esses rótulos, preferindo classificar seu pensamento como uma história crítica da modernidade. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Michel_Foucault>. Acesso em: 20 mai. 2017.

buscador Google para realizar pesquisas sobre seus próprios livros. O objetivo era induzir o Google a traçar um perfil individual de cada um deles. O resultado foi satisfatório, ou seja, após um período, o Google começou a gerar resultados diferentes para as mesmas buscas.

Esse funcionamento gera limites do desconhecido, não temos mais certeza do que estamos fazendo nem por que estamos fazendo, pois, se a cada clique que damos em um lugar, geramos nossa própria história, como sairemos desses filtros?

Mariani, Medeiros e Dela-Silva (2011) ressaltam esses limites da internet:

(...) a *web* ‘esconde’ os seus limites; as suas bordas não se dão a conhecer enquanto gestos de catalogação, não se sabem os critérios que permitem ou não que uma página na *web* seja disponibilizada como resultado em uma pesquisa na internet. (...) na *web* sabe-se que há filtros, mas nada mais há que pistas sobre o modo de funcionamento de tais filtros em *sites* de buscas. (MARIANI; MEDEIROS; DELA-SILVA, 2011, p.15).

Estamos sempre em um mundo de incertezas, acreditando estar em um ciberespaço não controlado por nós. Vagamos livremente na internet, mas não temos consciência do que ela nos apresenta, do que ela nos controla. Tratando desse contexto, mais especificadamente o de acúmulo desses dados armazenados nesses amplos repositórios de conteúdo, retorna-se ao conceito de memória metálica, fundamental para a compreensão do funcionamento discursivo da tecnologia da informação na constituição do sujeito e do mundo moderno (ORLANDI, 2004). Ainda segundo Orlandi (2006), o efeito de completude fica visível nesse processo de relação em que o sujeito estabelece com a memória. Essa memória acumula sem parar, estoca e encontra a informação que desejar.

Se, por um lado, a memória discursiva constitui-se pelo esquecimento e pela memória de arquivo do processo de significação; por outro lado, a memória metálica constitui-se pelo excesso e pela quantidade (ORLANDI, 2006). Concorde-se que a memória discursiva materializa-se em diferentes ordens discursivas, já a memória metálica organiza-se segundo parâmetros não materiais (NECKEL; GALLO, 2012). Esses parâmetros não materiais baseiam-se em formas estruturadas, por exemplo, os algoritmos, codificados e programados para realizar buscas e consultas com o intuito de retornar conteúdo para os internautas. Essas programações são realizadas em diferentes tecnologias e linguagens de programação.

O funcionamento da memória metálica, diferentemente da memória de arquivo, não exige de seus usuários conhecimentos prévios sobre os conteúdos a serem pesquisados. Levando em consideração esse processo automatizado, trazemos juntamente para essa análise, o conceito de “clivagens subterrâneas” proposta por Pêcheux (2010) descrever as diferentes

maneiras de ler o arquivo. Essas clivagens são resultantes de gestos de interpretação em que os algoritmos transformam as possibilidades e impossibilidades para os sujeitos/internautas.

A partir do conceito de Pêcheux, Pequeno (2016), em sua publicação no artigo “*A demanda pelo avatar e a forma-discurso do digital: construções iniciais e notas para um futuro trabalho*”, desenvolve novas formulações que auxiliam a melhor compreender esse conceito. Assim, o autor (2016, p.56) esclarece que parece seguro afirmar que as “(...) clivagens subterrâneas são produtos técnicos digitais atravessados como redes de relacionamentos, produzindo produtos de caráter discursivo”.

Em uma de suas análises no buscador Google, Neckel e Gallo (2012) identificaram que sem a inscrição discursiva, a memória metálica não se constitui; no entanto, os objetos de busca são encontrados pela clivagem subterrânea.

Esses objetos são encontrados pelo instrumento a partir de programações (clivagem subterrâneas) que estabelecem um modo de interpretação que tem por base o reconhecimento de elementos significantes análogos. (...) o buscador também abrange a leitura de imagens, e nesse caso, tornam-se elementos da composição da imagem, como cor, textura e forma, como elementos significantes para o reconhecimento (leitura). (NECKEL; GALLO, 2012, p. 21-22).

Desse modo, é possível classificar como efeito ideológico dos instrumentos tecnológicos, o efeito de eficiência, neutralidade, objetividade e absolutismo produzido pelos buscadores, onde tudo está aparecendo e em uma ordenação definida (NECKEL; GALLO, 2012).

Wanderley (2012, p. 45-50) afirma que o ciberespaço configura-se como espaço de produção (cultural e tecnológica) coletiva e propõe “estabelecer uma rede de trabalho de pesquisa (portanto de produção de conhecimento) no mundo digital em língua portuguesa”, que, a partir dessa rede, promovam-se “escutas conjuntas e pesquisas colaborativas, dentro de um espírito de investigação independente e consistente”. Corroborando com Wanderley (2012), várias publicações constataam que as redes de pesquisa já são uma realidade em todo mundo.

Hoje, pode-se dizer que o corpo se virtualiza, ou seja, o texto, voz e imagem chegam a outros lugares por meio da internet, em tempo real.

Segundo Lévy (1996), o virtual contém a futura existência, que se atualizará. Assim, podemos questionar se o virtual é oposto ao real, ou se o virtual é atual. Para ilustrar essa questão, utilizaremos um exemplo que o próprio autor considera pertinente: “A árvore está virtualmente contida na semente” (LÉVY, 1996, p. 15). Da mesma forma, como visto anteriormente, pensando na prática da leitura eletrônica, um hipertexto está contido virtualmente em um *link*, que se atualiza no momento em que o internauta clicar/selecionar.

Todos os internautas, quando conectados, compõem uma grande rede de onde provém todas as informações desse ambiente virtual. É uma rede de colaboração e cooperação em que muitos indivíduos conectados contribuem para mantê-la funcionando, compartilhando dados indefinidamente. Assim, é inevitável a aproximação do “real” e “virtual”. Tudo pode se virtualizar. Por conseguinte, o ciberespaço está crescendo exponencialmente, pois possibilita novas práticas e novas praticidades, incluindo a noção de “tempo”. O tempo altera-se quando estamos conectados, somos envolvidos pelo tempo da máquina, que gradualmente nos influencia.

Pêcheux (2010) já alertava sobre a necessidade de pesquisas multidisciplinares. Consoante demonstra Silveira (2002), esta multidisciplinaridade proposta por Pêcheux é algo viável e necessário para o avanço das pesquisas na área de Ciências da Linguagem, pois:

(...) é no estabelecimento de relações entre diferentes áreas que se enriquecem as discussões teóricas e metodológicas, não só no interior das Letras como também na relação que se estabelece entre as Letras e as outras Ciências de Formação Social, como é o caso da Filosofia e da Sociologia, por exemplo. (SILVEIRA, 2002, p.121).

Além disso, Pêcheux (2010, p. 56-57) apontava para a importância de se constituir “um espaço polêmico das maneiras de ler” e “práticas diversificadas de trabalho sobre o arquivo textual”. Conforme evidencia Gallo (2011), a internet tem ensejado acontecimentos discursivos e vem instaurando novas discursividades típicas do ciberespaço. Essas novas formas de textualização e autoria no ciberespaço vêm sendo constatadas/estudadas também por diversos pesquisadores-autores que realizam suas pesquisas/produções fora do campo das Ciências da Linguagem.

Lemos (2009) afirma tratar-se de um fenômeno/processo de “Liberação da Palavra” ou “Liberação do polo de emissão”, que vem promovendo diversas transformações nos modos de se produzir e publicar/disseminar informações. Em consonância com Lemos (2009), Porto e Palácios (2012) consideram que essa liberação vem possibilitando a “autopublicação”²² e redimensionando, inclusive no meio acadêmico-científico, a figura do autor e também a do leitor, desafiando todo processo legitimador do texto e reconfigurando a indústria cultural.

Em termos discursivos, pode-se dizer que essa liberação somente pode ser afirmada se levarmos em consideração as clivagens subterrâneas determinantes das textualidades digitais

²² Termo utilizado para designar as novas práticas de ‘publicar por conta própria’. Possibilidade oferecida pela internet, que *desafia as modalidades hierárquicas da indústria cultural* e vem sendo amplamente adotada inclusive no meio acadêmico-científico.

e das discursividades *on-line*. De acordo com Gallo (2015), essas clivagens são como instâncias de mediação e de determinação. Em relação à questão da autoria, a pesquisadora tem relacionado o discurso na/da internet, como macro categoria discursiva, ao que denomina Discurso de Escritorialidade, em oposição ao Discurso de Escrita e ao Discurso de Oralidade.

Gallo (2015) apresentou vários trabalhos nesta área:

Fora do âmbito da discursividade *on-line*, a forma discursiva que tem a publicação como condição da produção de sua textualidade, é a da Escrita. Ou seja, a publicação não é uma condição dos textos que se inscrevem no Discurso de Oralidade. É importante ressaltar que estamos tomando essas noções (Escrita, Oralidade e Escritorialidade) na sua dimensão material (histórica, social e ideológica) e não na dimensão empírica (escrita não é grafia e oralidade não é produção sonora). (...). Há textos que embora inscritos em um discurso de Oralidade, tornam-se públicos, o que não significa que tenham sido publicados. Nesse caso, passam a inscrever-se no discurso de ESCRITORALIDADE, pois se caracterizam pela provisoriedade própria do discurso de Oralidade, ao mesmo tempo que passam a circular como textos do discurso de Escrita. (GALLO, 2015, p. 3).

Nessa perspectiva, indaga-se sobre como os buscadores e conteúdos produzidos na internet estão sendo atravessados e analisados pela AD. Para Gallo (2015), a autoria na Escritorialidade não tem o mesmo estatuto da autoria no Discurso de Escrita. Os fatores que impedem essa aproximação são de ordem histórica, ideológica e social. A legitimação de textos do Discurso de Escrita é resultante de um longo processo e de incessante luta pelo poder (dizer). A autoria possibilitada pelo dispositivo técnico, que é a internet, não tem essa mesma materialidade, consequentemente, também não tem a mesma legitimidade.

Para essa produção, partimos da premissa que a memória discursiva, quando mobilizada na produção textual da internet, tanto como escritura quanto como leitura, relaciona-se, necessariamente, com a memória metálica, a memória do dispositivo técnico. Segundo Orlandi (2005), trata-se de uma memória seriada, em que não há esquecimento, uma memória achatada, sem profundidade, que não se produz pela historicidade, e sim, por acúmulo, pela quantidade de informação. Essa memória metálica, característica da cultura científico-tecnológica compõe arquivos que se organizam não por sua inscrição literária (autores, épocas, áreas, etc.), mas de acordo com seus significantes, organizados como palavras-chave, enumerados em bancos de dados informatizados.

3 O GOOGLE

Podemos iniciar este capítulo perguntando se as pessoas que contam com acesso à internet nunca utilizaram o buscador do Google. Será que isso é possível? Será que existe alguém que não conhece este buscador ou esta empresa? Acreditamos que hoje isso não é mais possível, se compararmos, por exemplo, o Google a um negócio comum, seria como comparar um “foguetete” a um “carro antigo”. Além dessa analogia, poderíamos pensar o Google como um marco da internet, ou seja, algo que aconteceu e que conectou diversas pessoas em um só lugar.

Mas como isso é possível? Vamos classificar aquela página do Google²³ como simples e fácil de utilizar, pelo menos é o que escutamos de pessoas que costumam usá-la. Bem, talvez esteja aí um segredo muito importante para que o Google tenha se tornado uma das maiores empresas de tecnologia do mundo nos dias de hoje.

Se voltarmos um pouco para o ano 2000, os principais *sites* de busca utilizados eram o Yahoo, AltaVista, AOL e MSN, que realizavam, em média, meio bilhão de visitas a páginas por dia (EDWARDS, 2012). Segundo o autor, o Yahoo era considerado o *site* mais poderoso do “espaço de busca”, mesmo não sendo totalmente uma ferramenta de busca, ou seja, o Yahoo era um portal de *e-mails*, notícias, tipos de serviços estruturados por categorias, mesmo assim, detinha em torno de 30 milhões de usuários ativos, para o serviço de buscas para *sites* e intranet, utilizava o fornecedor Inktomi. A partir dessas informações, questiona-se: Como o Google conseguiria desbancar empresas tão poderosas como essas?

Para quem desenvolve *sites*, um dos principais objetivos é criar um que seja rápido, sem muitas imagens sendo carregadas; isso garante que o desempenho para trazer os dados em tela se torne rápido. Assim, pensando que a internet em meados de 2000 não era a que temos hoje, qualquer estratégia para ser mais rápido, poderia ser válida para se diferenciar no mercado. Se analisarmos o Yahoo, contando com milhares de usuários, certamente o processo torna-se mais moroso, como resultado, mais lento. Utilizar gradativamente mais textos em páginas, mesmo que exista rolagem de página, facilita muito o desempenho de um portal de busca.

Extrapolando isso, os buscadores convencionais consideravam apenas o conteúdo das próprias páginas, baseando seus resultados na frequência que a palavra procurada aparecia. Já o Google levava em consideração também todos os *hiperlinks* que apontavam para determinada página vindas de outros *sites*. Outro fator muito importante destacado pelo

²³ Buscador Google – <http://www.google.com>

buscador é a captura de tudo que as pessoas faziam dentro do *site*, a saber, todas as atividades e tempo que cada usuário permanecia nas buscas, assim, todas essas informações eram armazenadas em *logs*. Entende-se *logs* como um arquivo ou local onde ficam hospedados dados da internet sobre determinada(s) pessoa(s).

O buscador Google foi o primeiro a desenvolver tais estratégias para determinar pontuações para cada *website* a partir desses dados da internet.

O mecanismo de busca Google foi o primeiro a desenvolver um algoritmo denominado 'Pagerank' que calcula o valor de um *site* levando-se em conta aquelas páginas que para ele apontem. Esta estratégia já é implementada na prática em mecanismos de buscas chamados de terceira geração como o Google, Yahoo, etc. A análise de *links* consiste ainda em analisar, para fins de determinação do assunto do documento, os conceitos que descrevem o documento em páginas que apontam para este, o que poderia ser descrito pelo mote 'diga-me o que dizem de você, que te direi que és'. (SOUZA, 2006, p.10).

Partindo da organização desse arquivo para leitura, percebe-se o processo como a computação cria esses *logs*, ou seja, vai incluindo registros de forma organizada para sua posterior leitura. Desse modo, esse funcionamento trata de entender como um usuário interage com um *site*, gerando um valor para classificar as páginas mais acessadas do Google, semelhante a um *ranking* interno. Esses métodos fazem com que desde o início, quando entramos na internet, já exista um processo de personalização, mais que isso, buscando uma forma de individualizar o internauta na rede.

Podemos agora pensar em dois grandes processos utilizados pelo Google, que são o "rastreamento" e a "indexação". A grande proposta dessa empresa no mercado de buscas na internet é ser cada vez "mais inteligente" nesse processo de responder perguntas com respostas precisas. Como se pode ver no próprio *site*, a missão do Google, o principal objetivo do seu buscador é apresentar o resultado, que o algoritmo mostra como mais importante, para as buscas; seguindo o processo de personalização, é a resposta para aquilo que perguntamos ou pesquisamos. O resultado mais relevante é aquele que retorna mais informações de maneira mais precisa sobre o termo pesquisado.

Sempre que realizamos uma pesquisa, aguardamos que o resultado seja uma página somente sobre aquilo que estamos procurando. Esses mecanismos utilizam-se, então, de um processo de indexação, referido como uma etapa de dados armazenados e busca em um banco de dados. Para que o buscador possa tratar das informações, é necessário organizá-las para que a consulta consiga de maneira rápida fazer uma busca em todo o banco de dados para retornar à informação.

Para que isso tudo aconteça, as informações devem estar segmentadas e agrupadas por uma série de critérios, por exemplo: país, assunto, idioma, entre outros. Tudo isso faz com que, quando digitamos uma palavra no Google, os algoritmos possam buscar pistas para retornar o que queremos buscar, denominados de motor de busca. “Os algoritmos são os processos e fórmulas de computador que transformam as perguntas em respostas. (...) os algoritmos do Google utilizam mais de 200 sinais ou rastros diferentes para adivinhar o que você realmente procura. Esses sinais incluem coisas como os termos em *websites*, a atualização do conteúdo, a região do usuário e a ordem dos resultados na internet.” (GOOGLE²⁴, 2015).

Ao mencionar motor de busca, vem à mente algo como uma espécie de catálogo mágico, ou seja, ao realizar uma busca, aguardamos poucos segundos e surgem inúmeras ocorrências sobre o assunto que pesquisamos. Isso ocorre, pois um conjunto de softwares conhecidos como spiders (aranhas) vasculham toda a internet em busca de resultados, a partir de um assunto determinado. Esses spiders embrenham-se nas páginas da web e nos links, refinando seus mecanismos de busca até encontrar os conteúdos que necessitam; além disso, vários motores de busca são capazes de saber as atualizações que são feitas em cada site, utilizando um método de escaneamento (CARMONA, 2006). O conceito de software, segundo Evangelista (2010, p. 41), é um “conjunto de instruções escritas em formato de texto necessário ao funcionamento dos computadores. Este é, ao mesmo tempo, produto e processo, ou seja, pode ser utilizado diretamente ou pode constituir a matéria-prima para a construção de um novo software”.

No entanto, como isso tudo começou? Voltemos à década de 1980 quando os serviços *on-line* já eram mais ou menos conhecidos. A internet iniciava sua ascensão em projetos militares e em algumas universidades da Europa, onde os principais serviços disponíveis eram o acesso a contas telefônicas, acervo de bibliotecas e *downloads* de arquivos. Assim, quem quisesse trabalhar nessa área deveria estar inserido nesses segmentos. Portanto, foi em um ambiente acadêmico que, em 1995, dois estudantes, Sergey Brin e Larry Page conheceram-se na Universidade de Stanford.

Segundo Carmona (2006), Sergey Brin tinha 23 anos em 1995, era especialista em desenho de aplicativos WEB e graduado em Engenharia Eletrônica. Já Larry Page contava com 24 anos, era um *expert* em tratamento de dados, licenciado em Informática e Ciências Matemáticas. Ambos tinham interesse em ingressar no doutorado e desenvolveram um

²⁴ Google Inc. Como a pesquisa funciona. Disponível em: <https://www.google.com/intl/pt-br/insidesearch/howsearchworks/algorithms.html>. Acesso em: 10 nov. 2015.

algoritmo de extração de dados que possibilitava a extração de grandes volumes de informação. Primeiramente, era um projeto restrito aos *sites* e bancos de dados da Biblioteca Digital da Universidade de Stanford. Entretanto, para que o motor de busca funcionasse fora da rede da Universidade, era necessário construir um novo motor com capacidade de ler páginas de toda a internet e mostrar uma lista de *links* associativos acompanhados de um contexto para cada página encontrada.

Um ano depois, em 1996, Larry e Sergey lançaram o *Backrub*, motor de busca capaz de buscar *links* listados dentro das páginas pesquisadas, aumentando o número de resultados. O nome Google somente foi adotado em 1997, deixando de utilizar as máquinas da Universidade de Stanford, rodando em máquinas próprias instaladas na casa de Larry. Em agosto de 1998, a *Google Inc.* foi fundada oficialmente utilizando como capital 100 mil dólares oferecidos por Andy Bechtolsheim – um dos fundadores da Sun – mais um milhão de dólares, doados por amigos e parentes (CARMONA, 2006). A tela inicial do Google apresentava-se conforme a Figura 4:

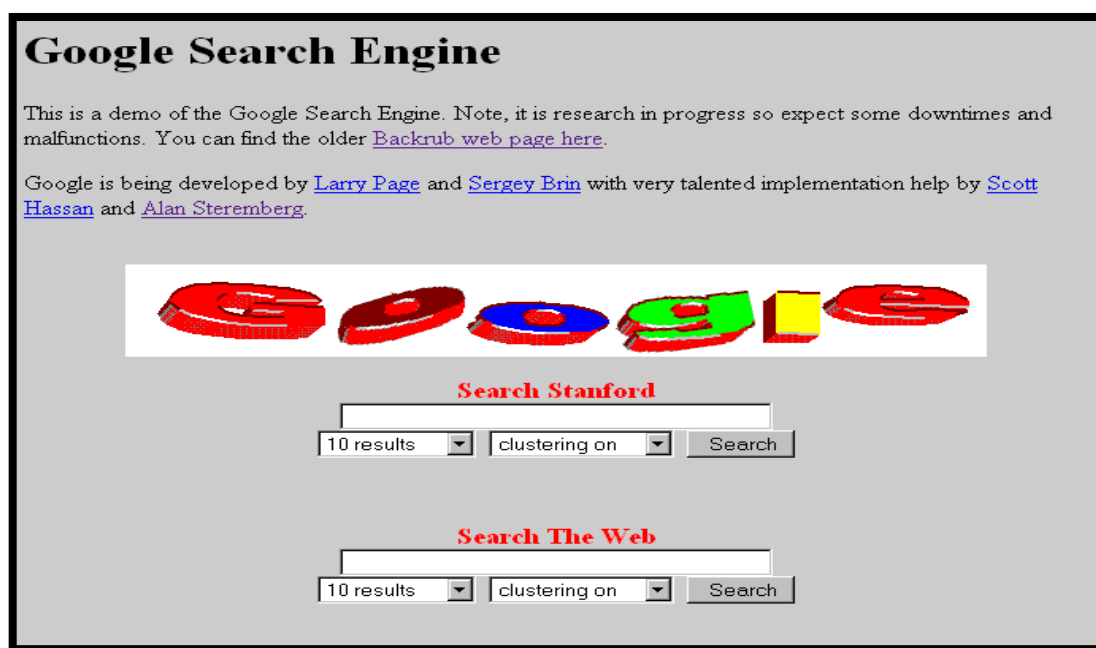


Figura 4: Buscador *Backrub* – Google Inc.
Fonte: Google²⁵.

Pode-se notar nesta imagem que existem duas buscas, uma na base de dados de Stanford e outra na *WEB* (internet). Essa versão era de uso exclusivo de alunos e professores

²⁵Disponível em: <<http://blogoscoped.com/archive/2007-12-28-n47.html>>. Acesso em: 06 nov. 2016.

da Universidade de Stanford que, em pouco tempo, deixaram de utilizar outros buscadores para utilizar apenas o da Google, localizado nos próprios servidores da universidade (google.stanford.edu), conforme esclarece Ocanã (2013).

A partir disso, o Google foi sempre se remodelando, como se percebe na Figura 5, já trazendo o logotipo em branco com o mesmo fundo, uma única opção de busca na tela inicial, com um *slogan* “Pesquise na internet, utilizando o Google!”.



Figura 5: Página inicial do Google em 1997.
Fonte: Ocanã (2013, p. 21).

Se pensarmos sobre o que realmente fez ou faz o Google um buscador de palavras e *links* diferente dos demais, talvez a explicação permaneça na questão da *interface* utilizada por ele, ou seja, o Google é composto somente por texto e *links* em HTML, que tornam as páginas mais ágeis e rápidas, mesmo combinando com *hardwares* e *softwares* mais antigos. Isso tudo cria uma estratégia de atingir o maior número de usuários possível que, segundo a

própria Google²⁶, existem por dia, mais de três bilhões de consultas, sendo que 15%, cerca de 450 milhões, consistem em combinações de palavras inéditas.

Retomando a relação entre sujeito e internet, cabe ponderar o funcionamento do discurso quando estamos tratando do conceito da internet, bem como delimitar o processo de individualização do sujeito dentro do seu comportamento na WEB. Compreende-se aqui a internet serve de base para a construção de uma nova fase de interação entre o meio digital e a sociedade contemporânea, exercendo um papel fundamental no dia a dia das pessoas.

Observando a tela do *Backrub* e a tela atual ilustrada na Figura 6, nota-se que as duas mantêm a mesma estrutura limpa, ou seja, sem imagens ou animações, somente texto e *links*.

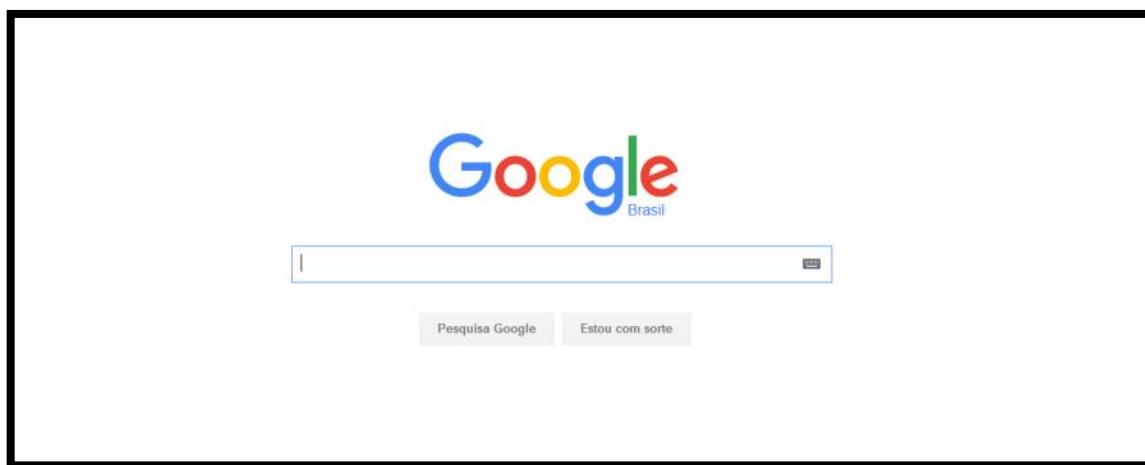


Figura 6: Buscador Google - Google Inc.
Fonte: Google²⁷.

A história do Google pode ser verificada de várias formas, nesse momento, mostrar-se-á o significado da palavra. Ao buscar diretamente no Google, utilizando o nome próprio, encontra-se talvez mais de 50 milhões de ocorrências do termo; contudo, nenhum deles explica o que significa a palavra. Para Carmona (2006, p.11), o termo Google é “forjado”, retirado a partir do termo *googol*, criado por Edward Kesner, na Universidade de Columbia, destinado a ser a “centésima potência do número 10, ou o número 1 seguido de 100 zeros”. Ainda não satisfeito, Kesner intitulou o termo *googol-plex*, que equivale “a um *googol* seguido de um *googol* de zeros”. Essa definição remete à ideia de um número inesgotável e da elasticidade dos limites da *web*, visto que não existe nada no mundo que sequer chegue perto de um *googol*.

²⁶ Portal TECMUNDO. Google Search. Disponível em: <<http://www.tecmundo.com.br/google-search/44963-google-450-milhoes-de-buscas-ineditas-sao-feitas-diariamente-pelo-buscador.htm>> Acesso em: 07 nov. 2016.

²⁷Disponível em: <<http://blogscoped.com/archive/2007-12-28-n47.html>>. Acesso em: 06 nov. 2016.

Portanto, percebe-se que a ideia de Larry e Page, na concepção do nome Google, era de utilizar essa escala para pensar em um nome que não tivesse limites de acessos/combinções que, talvez, nunca pudessem chegar a isso. Segundo Edwards (2012), eles escolheram essa variante ortográfica por dois motivos; o primeiro, devido ao termo “*googol.com*” já nominado e registrado como domínio na internet; a segunda razão, por Larry imaginar que eles dois juntos nunca conseguiriam o domínio de um número como sua marca registrada.

É possível, também, buscar outros significados para a palavra Google, ou mesmo separar estruturas para buscar relações, um exemplo seria separar o “GO” de “ir” e o “OGLE”, no sentido de comer com os olhos, traduzindo do inglês para o português. Se assim o fizermos, cria-se uma relação com o efeito de procurar palavras-chave; após, selecionarmos com nossos olhos as respostas que queremos. Nesse primeiro exemplo, utilizamos duas estruturas de verbos, porém, se utilizarmos um substantivo para isso?

Nesse caso, utilizaremos o “OGLE”, como um olhar amoroso ou terno, desse modo, tem-se o mesmo efeito de avançar para realizar a pesquisa, obtendo como resultado, um sentido de olhar com carinho os *links* que retornam, a partir das consultas pelas palavras-chave. Por mais incrível que pareça, o Google utilizou-se de abreviaturas para dar origem a diversos outros significados, como aponta Lowe (2009), com as palavras *Googly*, *Googleplex*, *Googlers*, *Googlian* e *Googlicious*. A primeira palavra descreve qualquer coisa compatível com a cultura da empresa; já a segunda refere-se à sede da Google em *Mountain View* (Califórnia). A terceira identifica os profissionais que trabalham na empresa; e, a quarta define qualquer coisa derivada de um conceito da Google. Por fim, a última, criada somente por diversão, representa o jeito da Google.

Pode-se olhar para esse processo de formação de palavras sem surpresa, este aponta para diversos traços dessa empresa. Esse mesmo procedimento aconteceu com a logomarca da Google, que se relaciona à escrita de lápis de cor e letras em brinquedos para crianças. A responsável pelo desenvolvimento dessa logotipia foi uma brasileira chamada Ruth Kedar²⁸, uma designer gráfica e professora assistente da Universidade de Stanford.

Segundo Lowe (2009), Ruth Kedar destaca que a logomarca, tanto as letras quanto as cores passam uma ideia de que o processo de busca na internet com o Google é simples, forte e acima de tudo divertido. A autora da logomarca afirma que, quando se fala de Google, logo

²⁸ Portal Kedar Design. Disponível em: <<http://kedardesigns.com/google/>> Acesso em: 10 mar. 2017.

vem a imagem colorida da palavra. Ruth Kedar utilizou cores primárias e fonte *Catull*²⁹, buscando criar relações entre pesquisa, internet e simplicidade. As cores primárias são as cores puras, ou seja, que não podem ser criadas a partir de combinações de outras cores, a saber, amarelo, vermelho e azul. Acessando as bases de imagens da Google, foi possível encontrar os rascunhos, criados por Ruth Kedar para a Google, ilustrados abaixo na Figura 7.

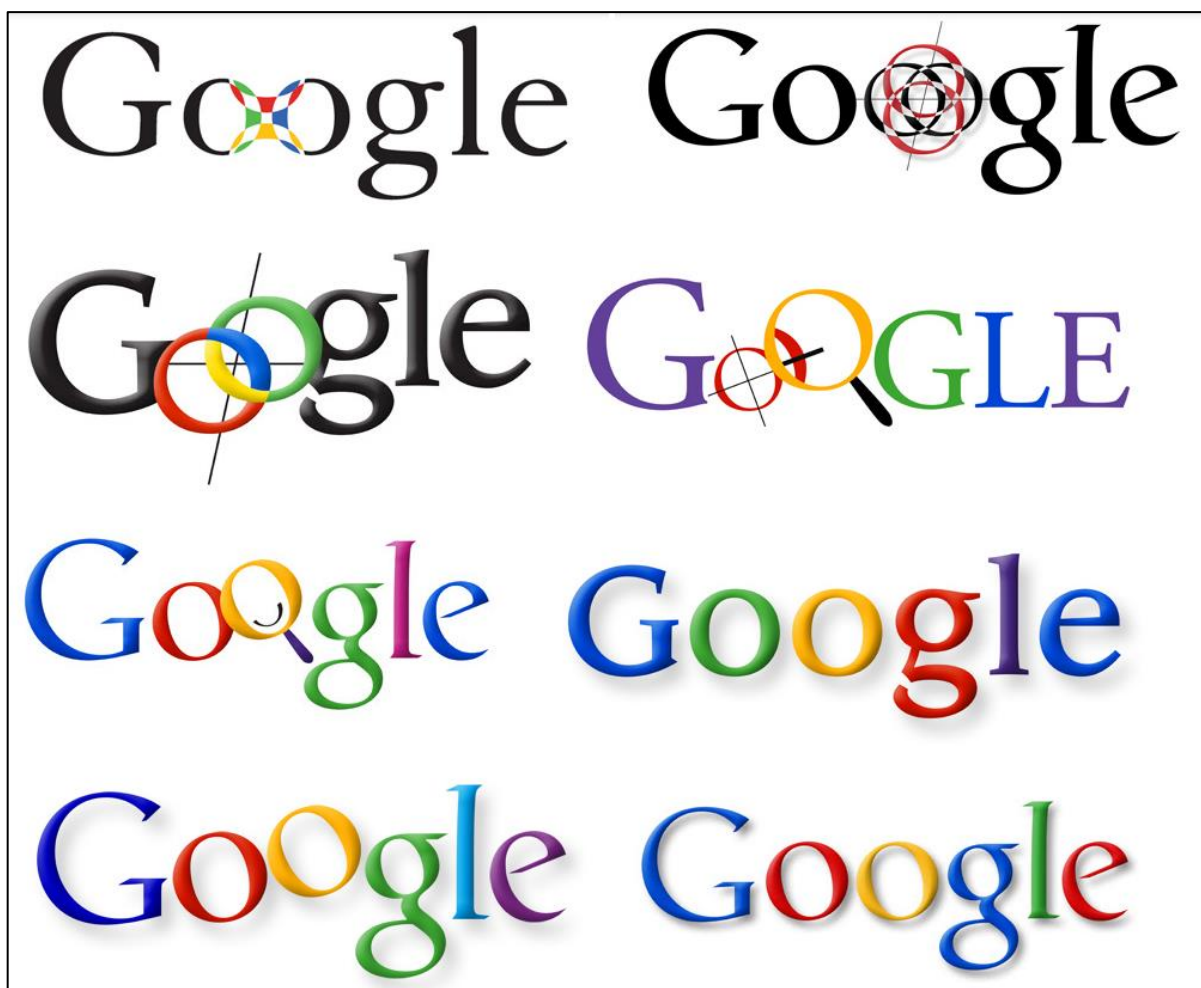


Figura 7: A história do Logotipo da Google.
Fonte: Google Discovery³⁰.

Na construção do logotipo até a versão final, Ruth Kedar utilizou diversas simbologias, por exemplo, a relação com o infinito e simbologia do poder na pesquisa para superar quaisquer culturas do mundo, utilizando um jogo de lupa. Contam na história do

²⁹ Fonte de texto elaborada por Gustav Jaeger no ano de 1982. Disponível em: <<http://www.identifont.com/find?font=catull&q=Go>> Acesso em: 08 mar. 2017.

³⁰ Disponível em: <https://googlediscovery.com/2008/02/13/descubra-a-historia-do-logotipo-do-google/>. Acesso em: 09 mar. 2017.

Google, por Zjawinski, na Revista Wired³¹ (2008), que ao retirar a lupa, o logotipo passou a significar que a empresa poderia ser muito mais do que simplesmente um serviço de pesquisa na internet.

Pensando discursivamente sobre a influência do logotipo da Google no imaginário infantil, que utiliza cores primárias, mas acima de tudo, um estilo entre letras e fontes que lembram a infância, crianças, diversão, lápis de cor, números, destaca-se algo semelhante a um “jardim de infância”. Nesse ponto, pesquisamos imagens do logotipo da Google vinculadas às crianças, pois, conforme Foucault (1986, p. 56), “não devemos mais tratar os discursos como conjunto de signos (elementos significantes que remetem a conteúdos ou a representações), mas como práticas que formam sistematicamente os objetos de que falam.”

O lúdico remete ao imaginário, neste momento, direcionamos à educação infantil, reportando a ação de brincar como processo educacional. Se utilizarmos a teoria de Jean Piaget, teremos como foco a motivação para aprendizagem e uma análise do entendimento sobre o lúdico no processo educativo. O lúdico, está sendo tratado aqui como qualquer atividade em que as crianças realizem e que tenham prazer em realizá-la.

Assim, fazer um logotipo para o Google, conforme a Figura 8, tornou-se algo atrativo para as pessoas, além de oferecer possibilidades culturais de aprendizado. Pode-se concluir aqui que a ação de brincar também reflete no efeito de viver, em que as crianças brincam por ser uma atividade básica, natural, assim como se alimentar.



Figura 8: Google *Doodles* Crianças.
Fonte: Google Imagens³².

³¹How Google Go Its Colorful Logo. Disponível em: < <https://www.wired.com/2008/03/gallery-google-logos/>>
Acesso em: 10 mar. 2017.

³²Disponível em: <<https://www.google.com/>>. Acesso em: 09 mar. 2017.

Neste ponto, iremos trazer o logotipo e o *site* do Yahoo para fazer outras análises. A Figura 9 ilustra o logotipo do Yahoo, no canto superior esquerdo, a caixa de texto para pesquisa no topo da tela, menus de acesso no lado esquerdo e conteúdos no lado esquerdo.

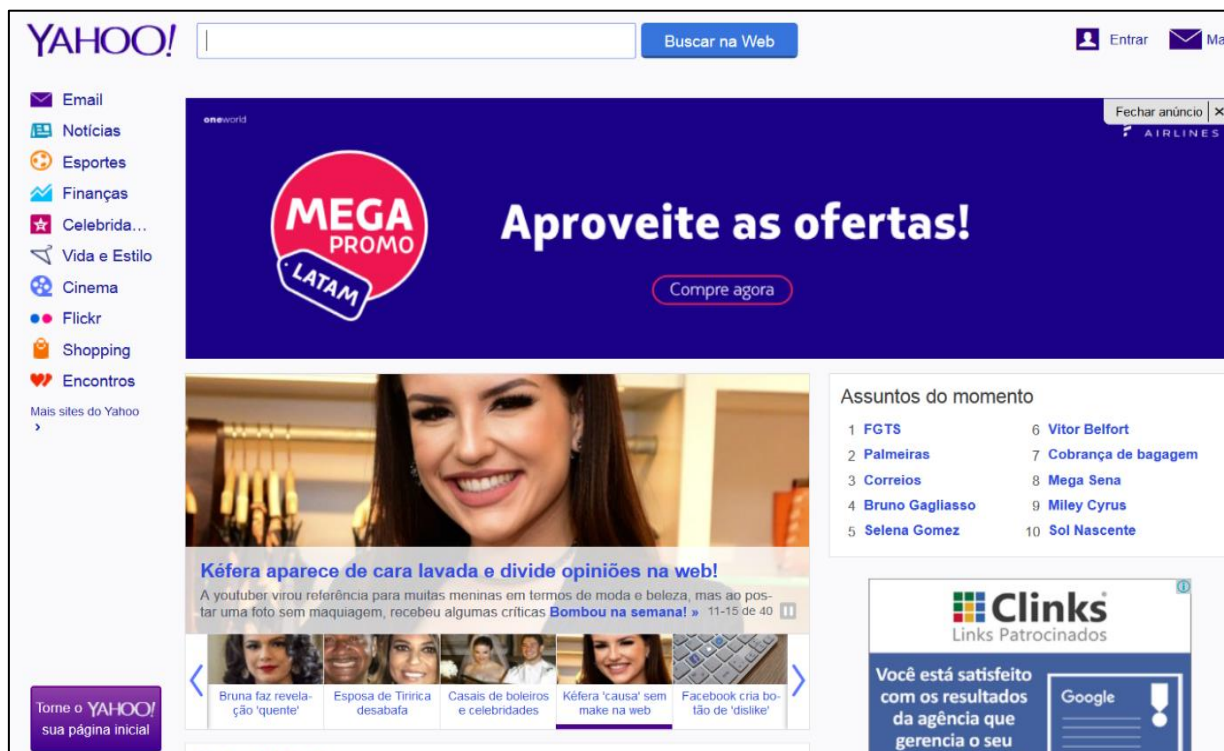


Figura 9: Portal Yahoo.

Fonte: Yahoo³³.

Iniciamos nossa análise quanto ao ponto de exclamação, utilizado pelo Yahoo, também inserido por Sergey no logotipo da Google, como forma de copiar a mesma estratégia de sua concorrente. Utilizando como referência a Wikipedia, o ponto de exclamação é também “conhecido como ponto de admiração”, ou seja, um sinal normalmente utilizado após alguma interjeição ou em um fim de frase. Esse símbolo funciona como um mecanismo gramatical para destacar um sentimento forte ou mesmo um volume alto. Além disso, faz a entonação de uma exclamação de um enunciado.

Como a palavra Yahoo³⁴ não conta com nenhum significado próprio, ou mesmo uma tradução, ela classifica-se como um nome próprio, mas a entonação parece algo positivo, vencedor, como se tivesse festejando, nesse caso, poder-se-ia substituir por um “Iupi”, “É isso

³³Disponível em: <<https://www.yahoo.com/>>. Acesso em: 09 mar. 2017.

³⁴ No ano 2017, após a venda da empresa Yahoo para o Grupo Verizon, esta trocará seu nome para “Altaba”. Portal Veja.com. Yahoo, um dos ícones da rede, vai mudar de nome. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/economia/yahoo-anuncia-troca-de-nome-e-saida-de-marissa-mayer-e-cofundador/>> Acesso em: 10 mar. 2017.

aí”, ou algo do gênero, assim, a inclusão do ponto de exclamação não poderia ser substituída por um ponto de interrogação. Se fosse alterado, teríamos outro sentido, de questionamento ou dúvida. Portanto, é possível a análise para a substituição do ponto de exclamação do Google por um ponto de interrogação.

Voltando para a situação da substituição do ponto de interrogação no logotipo do Google, teríamos a percepção de que o Google é um local onde se repõe a perguntas e esclarecem-se dúvidas, mas será que isso é o que o Google gostaria? Levando em consideração que nem todos os serviços realizados pelo Google são necessariamente mecanismos de busca, por exemplo, o Gmail³⁵, o Google+³⁶ ou o Google Earth³⁷, teríamos um fechamento de objetos, retratando que a estrutura é focada em fornecer somente respostas; por outro lado, o processo de fornecer soluções baseado em problemas poderia ser agregado a esse conjunto de signos.

O Google é considerado uma empresa inovadora, para corroborar com isso, em 2008, criaram-se formas de utilizar a palavra “Google”, no buscador de diferentes formas, iniciando assim uma tradição de “brincar” com a marca em ocasiões especiais, como se pode ver na Figura 10.



Figura 10: Top 10 Google *Doodles*.
Fonte: Metro.uk³⁸.

³⁵O Gmail é serviço gratuito de e-mail intuitivo, eficiente e útil mantido pelo Google Inc.. São 15 GB de armazenamento, com acesso em dispositivos móveis e menos spam. Disponível em: <<https://accounts.google.com/ServiceLogin?hl=pt-BR&service=mail#identifier>> Acesso em: 10 mar. 2017

³⁶ O Google Plus é uma rede social e serviço de identidade mantido pelo Google Inc. Disponível em: <<https://plus.google.com/>> Acesso em: 10 mar. 2017.

³⁷ O Google Earth é um programa gratuito do Google Inc. que permite “voar” sobre um globo virtual a partir de gráficos de alta resolução e imagens de satélite. Disponível em: <<https://earth.google.com/>> Acesso em: 10 mar. 2017.

³⁸Disponível em: < <http://metro.co.uk/2009/09/21/top-10-google-doodles-435226/>>. Acesso em: 26 fev. 2017.

Esse processo de “brincar” com o logotipo do Google em ocasiões especiais ficou denominado “Google Doodle”, que significa “rabisco”. Como curiosidade, Lowe (2009) destaca que, quando houve uma pesquisa realizada em 2008 com os britânicos, obtiveram como resultado que: mais de 75% destes, disseram que não poderiam viver sem internet; 50% identificaram que esta era mais importante que a religião. Assim, no Reino Unido foi realizado o primeiro concurso de *Doodle* sob a temática “*My Britain*”³⁹. A vencedora foi uma menina de 13 anos de idade, chamada Katherine Chisnall, cujo desenho está apresentado na Figura 10, representando cinco maravilhas da Grã-Bretanha, por exemplo, Shakespeare e um castelo. A partir daí, tornou-se cada vez mais uma tradição adequar a logomarca da empresa em ocasiões especiais.

Observa-se que isso pode ser utilizado como estratégia de marketing para que os usuários cada vez mais utilizassem o Google; entretanto, será que isso tudo estava nos planos estratégicos? Segundo Edwards (2012, p.70), “o objetivo final do Google é se tornar a solução de busca do grande mercado, servindo diretamente ao usuário final, assim como suprir tecnologia de busca a outros *sites* de destino”. Em vista disso, é preciso pensar, então, o Google como um componente invisível em cada tomada de decisão do usuário, não somente como uma ferramenta para se encontrar algo em particular.

Estamos falando de uma empresa peculiar, antes de aprofundar no mundo do Google, questiona-se os seguintes aspectos: Será que o Google é um buscador da internet? Ou será que o Google é o buscador por antonomásia⁴⁰? Ocanã (2013, p.10) identifica que, para ele, o Google é uma das empresas mais ambiciosas, enormes e poderosas do mundo. Ela pode ser caracterizada como uma empresa gigante ocasionalmente descontrolada que, além de dominar a seu bel-prazer a rede das redes, tem interesse também em muitos outros setores. O autor ainda reitera que isso, por si, poderia não ser ruim, ou talvez seja muito ruim devido à questão de controlar tudo que está acontecendo, como também as pessoas que utilizam os serviços e produtos oferecidos pela empresa. Validando o exposto, o CEO da Intel, Andy Grove declarou que, para ele, a Google é “uma empresa bombada com esteroides, com um dedo em cada setor” (OCANÃ, 2013, p.10).

³⁹ Tradução literal: Minha Grã-Bretanha.

⁴⁰ Segundo a Wikipedia, antonomásia é um tipo de metonímia em que há substituição do nome de um objeto, entidade, pessoa etc. por outro nome (ou perífrase) alusivo a uma característica conhecida e capaz de identificar tal objeto, entidade, pessoa etc

Se entendermos isso como um discurso institucional, apropriando-nos desse discurso, utilizando-o a partir das regras preexistentes, ou seja, será que estávamos assujeitados nesse novo ambiente? Não estamos assumindo só o vocabulário e as estruturas desse ambiente, mas, sim, as estratégias comunicativas pertencentes à internet e ao buscador.

Adicionando mais questões: Alguém já se perguntou como realmente funcionam os critérios dos algoritmos de busca? Para Goldman (2011), todos têm medo do Google, tanto as pessoas que nele trabalham quanto as pessoas que o utilizam quanto as pessoas que compram anúncios ou ações da empresa. Segundo o autor, o Google construiu um negócio com opacidade suficiente para que ninguém saiba realmente o que está acontecendo, isto é, nunca será revelado totalmente como tudo funciona. O autor ainda destaca que o Google tornou-se um hábito para as pessoas, há situações de pessoas saindo de casa sem endereço, nem orientações, para chegar a algum lugar, indo “*googlando*” até lá.

O termo “Google” foi admitido em 2006 pelo *Merriam-Webster's Collegiate Dictionary*⁴¹, incluído como verbo na publicação. O significado descrito foi o de utilizar a ferramenta de busca do Google para obter informações. O Google tornou-se um sinônimo de “buscar”, ou seja, quando queremos tomar uma decisão recorremos ao buscador, segundo Goldman (2011, p. 26), existem “estudos que demonstram que quando as pessoas não encontram o que estão procurando no Google, elas culpam a si mesmas e a seus critérios de consulta, não ao Google”. Este último parágrafo permite questionar: Como isso é possível? Qual mecanismo é utilizado?

Como isso, podemos pensar em uma aproximação desses bancos de dados com a memória metálica pois entendermos que esse(s) banco(s) de dados também não possui(em) esquecimento, sendo que todas as nossas navegações e ações de/na internet estão sendo armazenadas por ele(s). No capítulo de análise trabalharemos discursivamente esta aproximação.

3.1 PAGERANK E A FORMA DE ORDENAÇÃO

Pois bem, mas como o Google funciona? Se entendermos que ele é basicamente um mecanismo de busca de palavras-chave e *links*, que utiliza diversos recursos de filtragem e

⁴¹Portal Terra Tecnologia “Google” vira verbo e vai parar no dicionário. Disponível em: <<http://tecnologia.terra.com.br/noticias/0,,OI1063402-EI12884,00-Google+vira+verbo+e+vai+parar+no+dicionario.html>> Acesso em: 26 fev. 2017.

catalogação de resultados, parece simples; mesmo assim, ele se diferenciou de todos os outros inúmeros buscadores que tínhamos. Podemos analisar que, além dos algoritmos de busca de extração de conteúdo, ele tornou a busca simples e rápida, para os desenvolvedores de *software* a palavra *front-end* significa muito; ou seja, a tela que o usuário utiliza para realizar suas ações, esta dispõe basicamente de textos e *links*, fazendo com que o uso de *hardware* e *software* tenha um ótimo desempenho.

Quando mencionamos de mecanismos de busca, referimos fórmulas matemáticas e regras de negócio. De acordo com Carmona (2006), o comportamento desses algoritmos reproduz uma lei matemática, aparentada à teoria dos conjuntos; a saber:

quanto menos delimitadores há em uma consulta, a um conjunto de elementos, maior será o número de elementos presentes no resultado final. (...) ao ser menos seletivos ao montar uma lista de convidados para festa (gordos, magros, pode trazer um amigo, não precisa trazer presente) acabássemos convidando a cidade inteira”. (CARMONA, 2006, p. 12).

Diante disso, reflete-se sobre a capacidade de um buscador adicionar sem muita dificuldade diversos filtros, tanto a novas consultas como depurando buscas já existentes. Larry e Sergey trabalhavam com esses conceitos na Universidade de Stanford, assim criaram essa abordagem para tentar se diferenciar das outras páginas que levavam em consideração somente o conteúdo das próprias páginas, baseando-se na frequência que a palavra era procurada para retornar os registros.

Segundo Edwards (2012), o algoritmo dos estudantes levava em consideração todos os *hiperlinks* que apontavam para determinadas páginas na *web*, oriundas de outros *sites* ou portais, tratando, assim, um conceito de relevância, considerando que se existissem relações entre *sites*, estes eram considerados mais importantes.

Todo esse processo descrito foi denominado “*PageRank*”, em homenagem a Larry, buscando medir a importância de uma página, levando em consideração a qualidade e quantidade de *links* apontando para ela. Por conseguinte, ele é utilizado como motor de busca para classificar a relevância ou a importância de uma página, priorizando os resultados.

Segundo o Laboratório de Informática de Stanford⁴², o *PageRank* é um caminho para priorizar os resultados das buscas de palavras-chave da internet.

The citation (link) graph of the web is an important resource that has largely gone unused in existing web search engines. We have created maps containing as many as 518 million of these hyperlinks, a significant sample of the total. These maps allow rapid calculation of a web page's 'PageRank', an objective measure of its citation importance that corresponds well with people's subjective idea of importance. Because of this correspondence, PageRank is an excellent way to prioritize the results of web keyword searches. For most popular subjects, a simple text matching search that is restricted to web page titles performs admirably when PageRank prioritizes the results (google.stanford.edu). For the type of full text searches in the main Google system, PageRank also helps a great deal.⁴³

Como anteriormente referido, o primeiro nome dado ao algoritmo de Larry e Sergey antes de "*PageRank*" foi "*BackRub*", fazendo uma analogia às buscas que procuravam resultados por trás dos acontecimentos. Conforme Goldman (2011), originalmente Page e Brin batizaram a ferramenta de busca, que eles desenvolveram, de "*Backrub*" para representar antropomorficamente a ideia de um *webmaster* coçando as costas dos outros por meio de *links*, que, na visão dos estudantes, era para representar a versão da internet das citações acadêmicas.

Portanto, percebe-se que o Google considera o número de *links* que conduzem a cada página da internet indexada como uma medida de importância para cada página, isto é, criou-se um processo de avaliação de qualidade, calculando o número de *links* como se fossem votos para uma página. Em sua origem, o Google nasceu no que se denomina de *WEB 2.0*, para esclarecer essa fase da internet, devemos entender todas as etapas por onde passou a internet. Primeiramente, vamos ilustrar as características distintas dessas fases, conforme Figura 11.

⁴²Universidade de Stanford. The Anatomy of a Large-Scale Hypertextual Web Search Engine. Disponível em: <http://infolab.stanford.edu/~backrub/google.html>. Acesso em: 10 nov. 2015.

⁴³ A citação (*links*) da *web* é um recurso importante que em grande parte não são utilizados nos motores de busca da Web existentes. Nós criamos mapas contendo cerca de 518 milhões desses *hyperlinks*, uma amostra significativa do total. Estes mapas permitem o cálculo rápido de uma página da *web PageRank*, uma medida objetiva de sua importância a partir da citação que corresponde bem com a ideia subjetiva de pessoas sobre sua importância. Devido a esta correspondência, o *PageRank* é uma excelente maneira de priorizar os resultados de pesquisas de palavras-chave *web*. Para assuntos mais populares, uma busca de harmonização de texto simples está limitada a títulos de páginas *web* desempenho admirável quando o *PageRank* prioriza os resultados (google.stanford.edu). Para o tipo de pesquisas de texto, busca-se dentro do sistema do Google, o *PageRank* também ajuda muito. (GOLDMAN, 2011, p. 39).

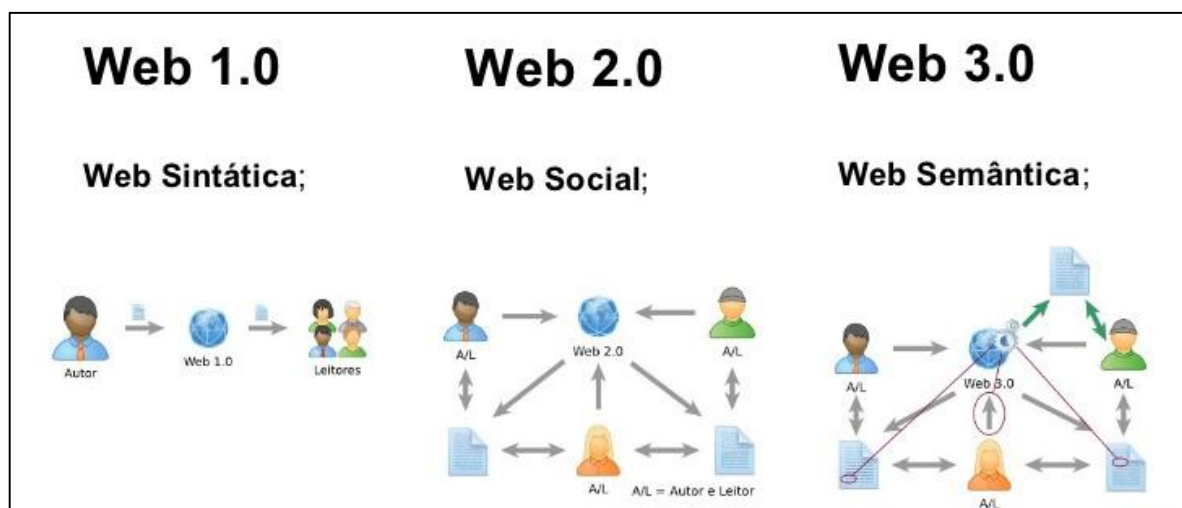


Figura 11: A Internet e suas fases.

Fonte: Latino Ware 2011 - Otávio Calaça Xavier⁴⁴.

Schmidt e Rosenberg (2015) afirmam que a internet está estruturada em três fases distintas. A primeira, denominada *WEB 1.0* iniciou nos anos 1990 com o advento dos navegadores de computador, a linguagem HTML e os *sites* oferecidos pela internet. Nessa fase, os usuários poderiam somente ler textos, visualizar pequenas imagens e completar transações básicas. Existia uma grande quantidade de informações disponíveis com pouco ou quase nenhum grau de interação; assim, o internauta ou usuário da internet era apenas um espectador que navegava nos *sites* em que ele gostaria de visitar, ou seja, uma *web* sintática.

Ao passar para a fase da *WEB 2.0*, a partir de 2004, confrontaremos com uma quebra de paradigma, o usuário começa a interagir mais diretamente com a própria internet, quer dizer, ele inicia um processo para se tornar o ator principal. Pode-se conceber que o principal objetivo era a participação do internauta como gerador de conteúdo. Nessa nova etapa, o usuário passou a fazer parte da internet, podendo colaborar no fornecimento de informações, por exemplo, incluindo, alterando ou excluindo conteúdos dos sites. Certamente, tudo isso foi possível devido ao aparecimento de ferramentas intuitivas e de fácil utilização.

Evangelista (2010) trabalhou em sua tese de doutorado a política, cultura, ideologia e trabalho no Software Livre e relacionou essa citação a esse cenário de software livre, podemos trazer também para a nossa análise no que se refere ao uso do Google, que cada vez mais que utilizamos, mais iremos utilizar, ou seja, “uma vez que o usuário já esteja habituado a utilizar certo programa, deverá oferecer resistência ao uso de um programa diferente ou a uma nova versão do mesmo.” (EVANGELISTA, 2010, p.43). Dentre essas

⁴⁴Disponível em: < <https://pt.slideshare.net/otaviocx/websemanticaphp/>>. Acesso em: 26 fev. 2017.

ferramentas, pode-se destacar as *wikis*, *blogs* e redes sociais como o MySpace, Wikipedia, Orkut, Twitter e Facebook. Com efeito, a internet passou a ser um caminho de duas mãos, podendo o usuário tanto receber como fazer parte dos conteúdos.

Aparentemente, parece ser muito simples classificar os sites em sua etapa atual; no entanto, é necessário reconhecer que para um site enquadrar-se na WEB 2.0 necessita fornecer caminhos para que o usuário participe do processo de construção de conteúdo. Ou melhor, colocar o internauta como ponto-chave no processo de entrega e recebimento de conteúdo, sobretudo, fugir do que muitos sites hoje têm, grandes volumes de textos que atrapalham a dinâmica da participação na internet.

Quando se trata da dinâmica na internet, devemos analisar como uma plataforma colaborativa, deixando a internet mais participativa, independentemente de onde estão as pessoas ou a que classes sociais pertencem, pois, nesse ponto, o que mais vale é o conceito de coletivo ou coletividade na internet. É óbvio que com toda essa mudança da WEB 1.0 para a WEB 2.0, houve vários fatos bons e ruins. O bom consistiu na explosão de informação; o ruim, com o excesso de informações, pode haver muitas delas falsas ou inúteis.

Finalmente, onde estamos situados neste momento, tratamos a fase da internet como a WEB 3.0. Sem dúvida, esta fase é a classificada como a internet que incluiu a inteligência para organizar o volume de informações e conteúdos gerados pela WEB. Ela está com o foco principal nas estruturas dos *sites*, visto que busca organizar tudo que está disponível na rede. Nesse instante, o Filtro Invisível chega para participar desse novo conceito, analisando conteúdos e fornecendo resultados mais precisos. O grande desafio da WEB 3.0 é a compreensão dos internautas, suas perguntas e desejos que eles querem que sejam respondidos pelos próprios *sites*, na sua navegação.

Conforme o vídeo de Pariser, sobre o Filtro Invisível, considera-se que a internet está oferecendo resultados mais customizados, levando em consideração a real necessidade do usuário. Para fazê-lo, o resultado tem em vista experiências, histórico, relacionamento, associando informações e agregando as demais fases, WEB 1.0 e WEB 2.0.

Após essa explanação, poderíamos pensar a evolução da internet como descreveu Júnior Gonçalves (2013), autor do livro intitulado *Diário de um Blogueiro*, quando trata desses movimentos da WEB, acrescentando ainda nesse movimento de inteligência na internet, tecnologias como *web* criativa, 3D, avatares e mundo virtual ilustrados na Figura 12.

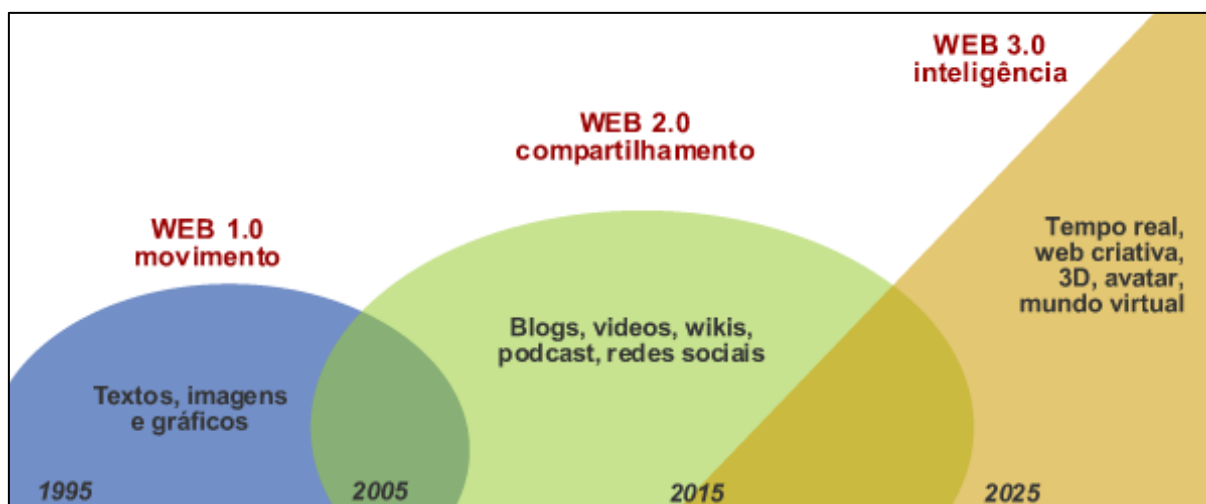


Figura 12: A evolução da internet.
Fonte: WEB 2.0, Júnior Gonçalves⁴⁵.

Corroborando, Schmidt e Rosenberg (2015) contam que em uma tarde de sexta-feira, em maio de 2002, enquanto Larry brincava pesquisando palavras no Google, deparou-se com uma situação muito inusitada. Os autores identificaram que Larry não ficou contente com os resultados que o buscador estava trazendo e o fez repensar a forma com que o algoritmo trabalhava. Para entender os mecanismos de busca do Google geram dois tipos de resultados; os primeiros, denominados orgânicos, são os resultados coletados a partir dos mecanismos de busca. Já os segundos, são os pagos. Esses são dados pelo motor dos anúncios que são vendidos pela empresa.

Voltando para a situação do caso de Page, este procurava a palavra “Kawasaki H1B”, e encontrou anúncios de advogados oferecendo ajuda para imigrantes conseguirem visto americano do tipo H1B. Evidente que dentre os resultados houve também o retorno de coisas relacionadas à motocicleta. No entanto, ainda conforme os autores Schmidt e Rosenberg (2015, p.43), isso “o horrorizou” o fato do mecanismo do *AdWords* trazer anúncios inúteis para o usuário. Nesse momento, Larry percebeu que as propagandas deveriam aparecer com base na relevância com relação ao assunto pesquisado, e não apenas com base em quanto os anunciantes estavam dispostos a pagar, ou ao número de cliques que recebiam, muito menos pelo relacionamento entre páginas relevantes.

⁴⁵Disponível em: <<http://hiperbytes.com.br/geral/web-2-0-a-primeira-evolucao-da-internet/>>. Acesso em: 26 fev. 2017.

Segundo o próprio *site* da Google, o mecanismo *AdWords*⁴⁶ é um sistema de *Links* patrocinados que objetiva tornar as buscas mais segmentadas. A ideia central do motor de busca é identificar e relacionar a busca do internauta por palavra-chave, perfil e localização geográfica, trazendo respostas mais precisas. Pode-se notar, nesse passar dos tempos, a mudança de comportamento da internet, bem como dos buscadores, uma evolução que se encontrará com o Filtro Invisível de Pariser.

Ainda aqui é utilizada a Lógica *Booleana*, que é uma engrenagem que utiliza um sistema numérico binário, em que o (0) zero representa falso e o (1) um representa verdadeiro.

De acordo com Carmona (2006), a Lógica *Booleana* pode ser chamada de Lógica de *Boole*, isto porque é uma homenagem ao matemático britânico George Boole, que estruturou esse sistema.

Com o surgimento dos computadores e do desenvolvimento de sistemas, o sistema binário tornou-se indispensável, visto que é composto somente por uns e zeros. Com esse mecanismo, é possível inclusive identificar letras, tabela hexadecimal⁴⁷ e decimal. Por exemplo, a letra “A” no sistema binário é representada pela sequência de zeros e uns da seguinte forma: 0100 0001. A Figura 13 apresenta as conversões entre os sistemas binário e caracteres.

0	0011 0000	O	0100 1111	m	0110 1101
1	0011 0001	P	0101 0000	n	0110 1110
2	0011 0010	Q	0101 0001	o	0110 1111
3	0011 0011	R	0101 0010	p	0111 0000
4	0011 0100	S	0101 0011	q	0111 0001
5	0011 0101	T	0101 0100	r	0111 0010
6	0011 0110	U	0101 0101	s	0111 0011
7	0011 0111	V	0101 0110	t	0111 0100
8	0011 1000	W	0101 0111	u	0111 0101
9	0011 1001	X	0101 1000	v	0111 0110
A	0100 0001	Y	0101 1001	w	0111 0111
B	0100 0010	Z	0101 1010	x	0111 1000
C	0100 0011	a	0110 0001	y	0111 1001
D	0100 0100	b	0110 0010	z	0111 1010
E	0100 0101	c	0110 0011	.	0010 1110
F	0100 0110	d	0110 0100	,	0010 0111
G	0100 0111	e	0110 0101	:	0011 1010
H	0100 1000	f	0110 0110	;	0011 1011
I	0100 1001	g	0110 0111	?	0011 1111
J	0100 1010	h	0110 1000	!	0010 0001
K	0100 1011	I	0110 1001	'	0010 1100
L	0100 1100	j	0110 1010	"	0010 0010
M	0100 1101	k	0110 1011	(	0010 1000
N	0100 1110	l	0110 1100	)	0010 1001

Figura 13: Conversão Sistema Binário x Caracteres.

Fonte: Autor (2017).

⁴⁶ Google *AdWords* – Disponível em: <<https://adwords.google.com>> Acesso em: 04 mar. 2017.

⁴⁷ O sistema hexadecimal é um sistema de numeração posicional que representa os números em base 16, portanto empregando 16 símbolos

Para o algoritmo do Google, a Lógica *Booleana* possibilita a busca de palavras em um texto, condicionando a exibição dos resultados aos valores lógicos. Pode-se destacar como princípios dessa lógica, segundo Carmona (2006, p.13):

- Um valor deve ser sempre verdadeiro ou falso;
- Um valor não pode ser verdadeiro e falso ao mesmo tempo; e,
- Matematicamente verdadeiro pode ser definido como “1” e falso pode ser definido como “0”.

Sabe-se que também são utilizados elementos para incrementar as funções *Booleanas*, entre esses elementos, pode-se salientar, ainda de acordo com Carmona (2006):

- AND* (E);
- OR* (OU);
- NOT* (NÃO);
- ASPAS.

Para explicar mais perfeitamente essas questões, trazemos nas Figuras 14 e 15 a estrutura lógica para relacionar os valores advindos das consultas, para melhor entender como funcionam os motores de busca.

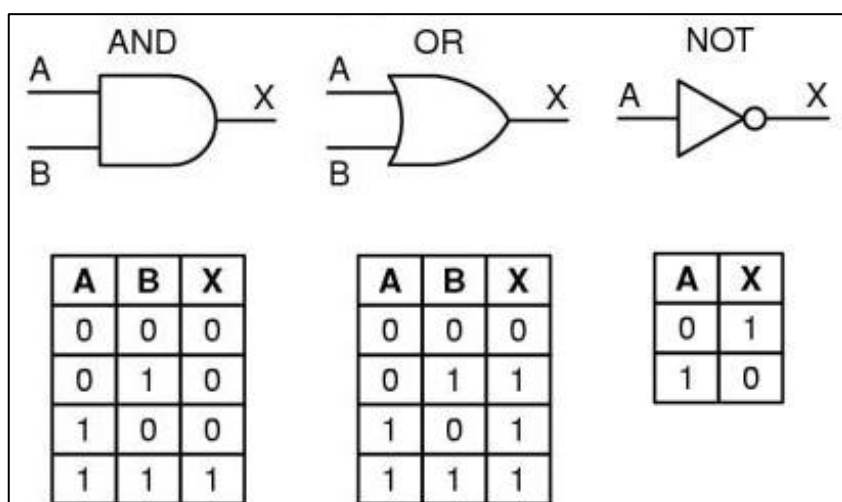


Figura 14: Funções *AND*, *OR* e *NOT*.
Fonte: Adaptado do Portal TechMundo⁴⁸.

⁴⁸Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/programacao/1527-logica-booleana-saiba-um-pouco-mais-sobre-esta-logica-e-como-ela-funciona.htm>>. Acesso em: 10 mar. 2017.

V	V	V
V	F	F
F	V	F
F	F	F

Figura 15: Estrutura de Verdadeiro e Falso.
Fonte: Autor (2017).

Iniciamos com o “AND”, traduzido como “E”, assim, quando recebemos duas entradas, elas obrigatoriamente deverão ser iguais para que a regra de saída seja igual. Como para essa situação não há necessidade de colocar algum delimitador, pois se digitar dois termos separados por um espaço, o algoritmo vai entender; no entanto, ao colocar o delimitador “AND” teremos resultados, agregando os termos. Utilizaremos o nome “Pedro Bocchese” para mostrar cada um desses comportamentos, sendo assim, a Figura 17 apresenta os resultados utilizando o termo “AND”.

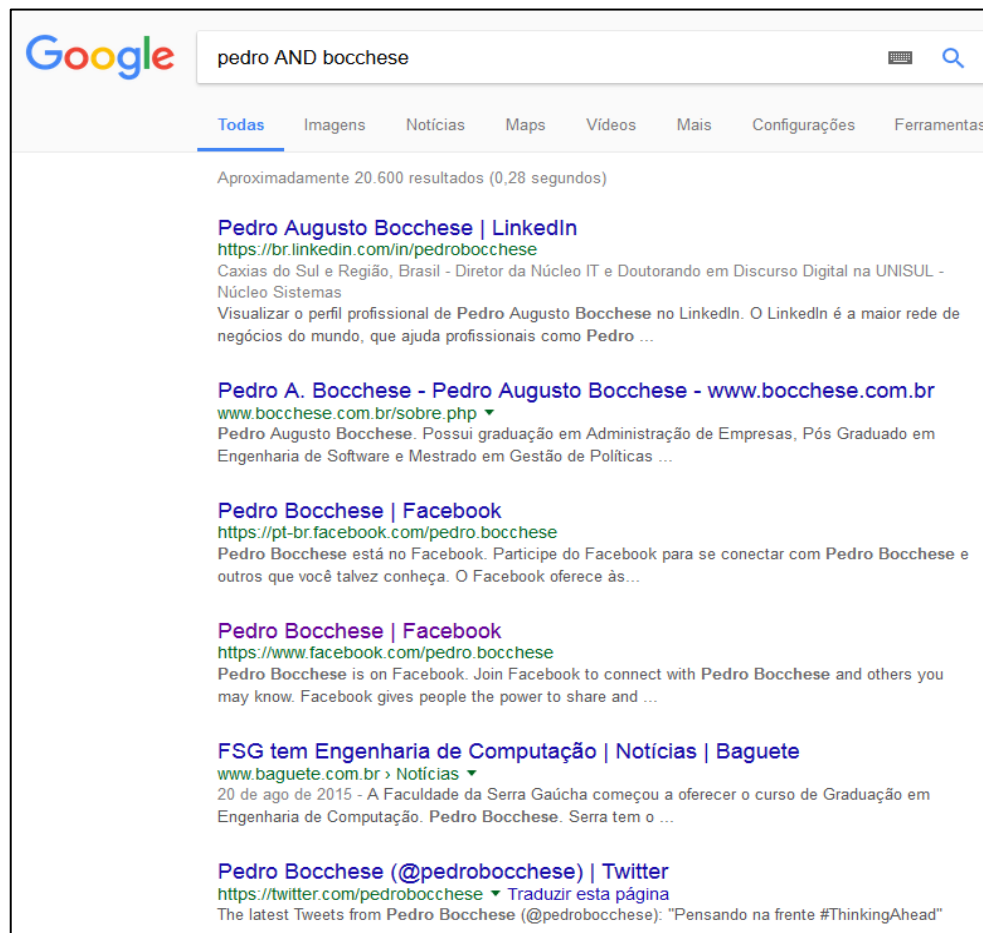


Figura 16: Busca no Google utilizando o delimitador AND.
Fonte: Autor (2017).

Passamos agora para o termo “OR”, traduzido como “OU”. Essa função no algoritmo indica uma escolha que na Lógica *Booleana* é quase a mesma coisa. Dessa forma, para que tenhamos uma saída verdadeira, devemos ter uma das entradas sendo verdadeira. Para demonstrar esse comportamento, realizamos uma busca no Google, adicionando o delimitador “OR” no meio da palavra “Pedro Bocchese”, conforme apresentado na Figura 17.

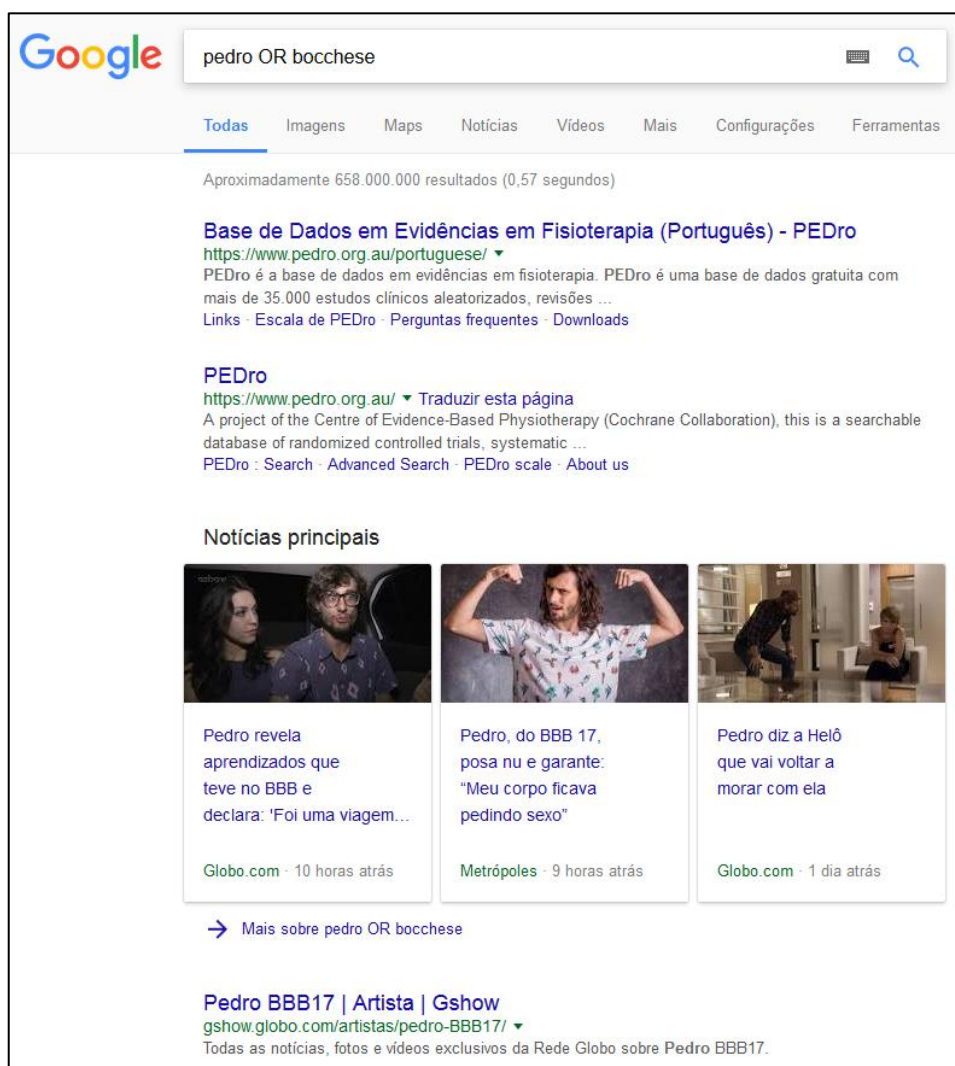


Figura 17: Busca no Google utilizando o delimitador OR.
 Fonte: Autor (2017).

Com os exemplos realizados, percebeu-se vários comportamentos diferentes do algoritmo de busca; então, agora vamos verificar o operador “NOT”, representado por um “NÃO” ou negação. Na Lógica *Booleana*, considerado um inversor da entrada, ou seja, se a entrada for um, a saída será zero, e vice-versa.

Nessa posição, quando realizamos a pesquisa no Google ele exclui a associação dos termos, ou seja, se procurarmos por “pedro” menos “bocchese”, ele buscará as referências que tem pedro e que não tem bocchese. O delimitador utilizado pelo Google é o caractere “-”. Podemos notar esse comportamento, conforme visualizamos na Figura 18.

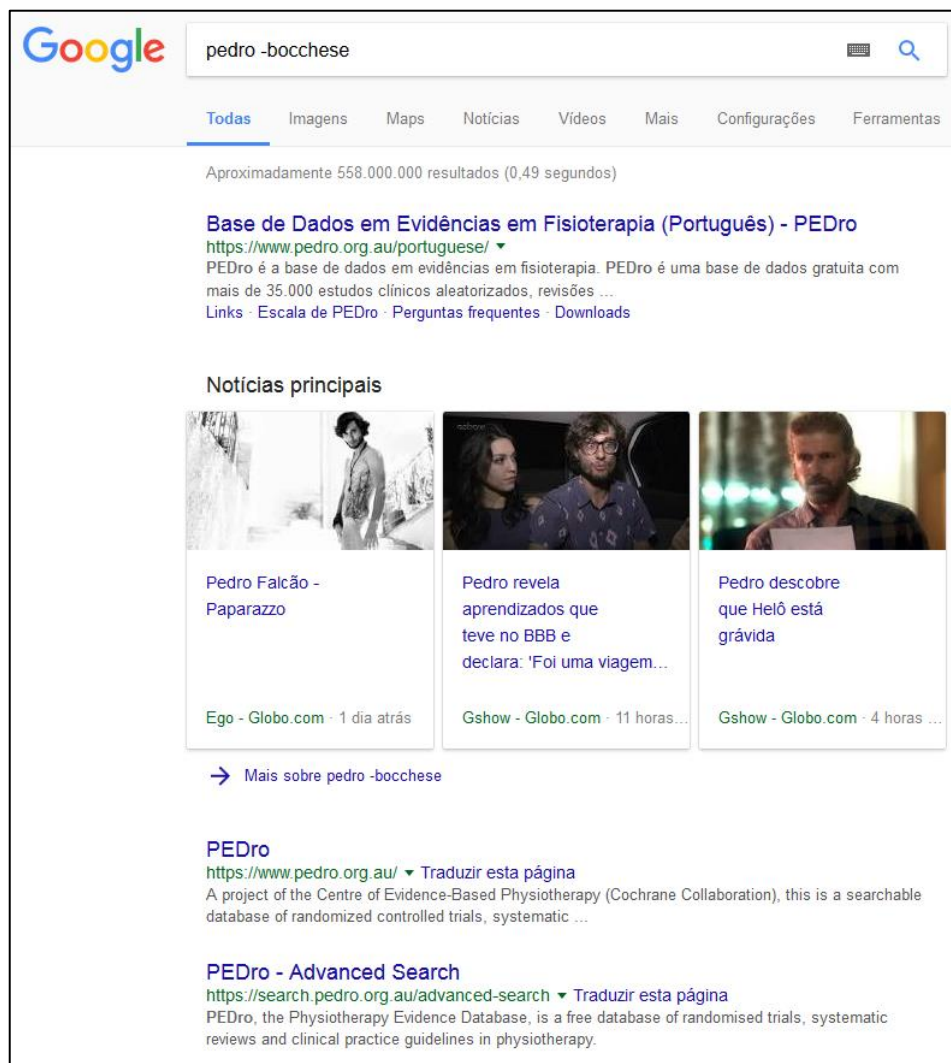


Figura 18: Busca no Google utilizando o delimitador.
Fonte: Autor (2017).

Por fim, ainda na perspectiva de Carmona (2006), temos as “Aspas” que são utilizadas para garantir que seja encontrada uma expressão completa, ou seja, todo o conjunto de termos recebidos. Esse processo é utilizado quando queremos uma expressão exata, em que a entrada é verdadeira e a saída também é verdadeira. Nesse último caso, realizaremos uma busca pela expressão “pedrobocchese” com o uso das aspas, sendo que recebemos em retorno somente as páginas que contam exatamente com esse termo, de acordo com a Figura 19.

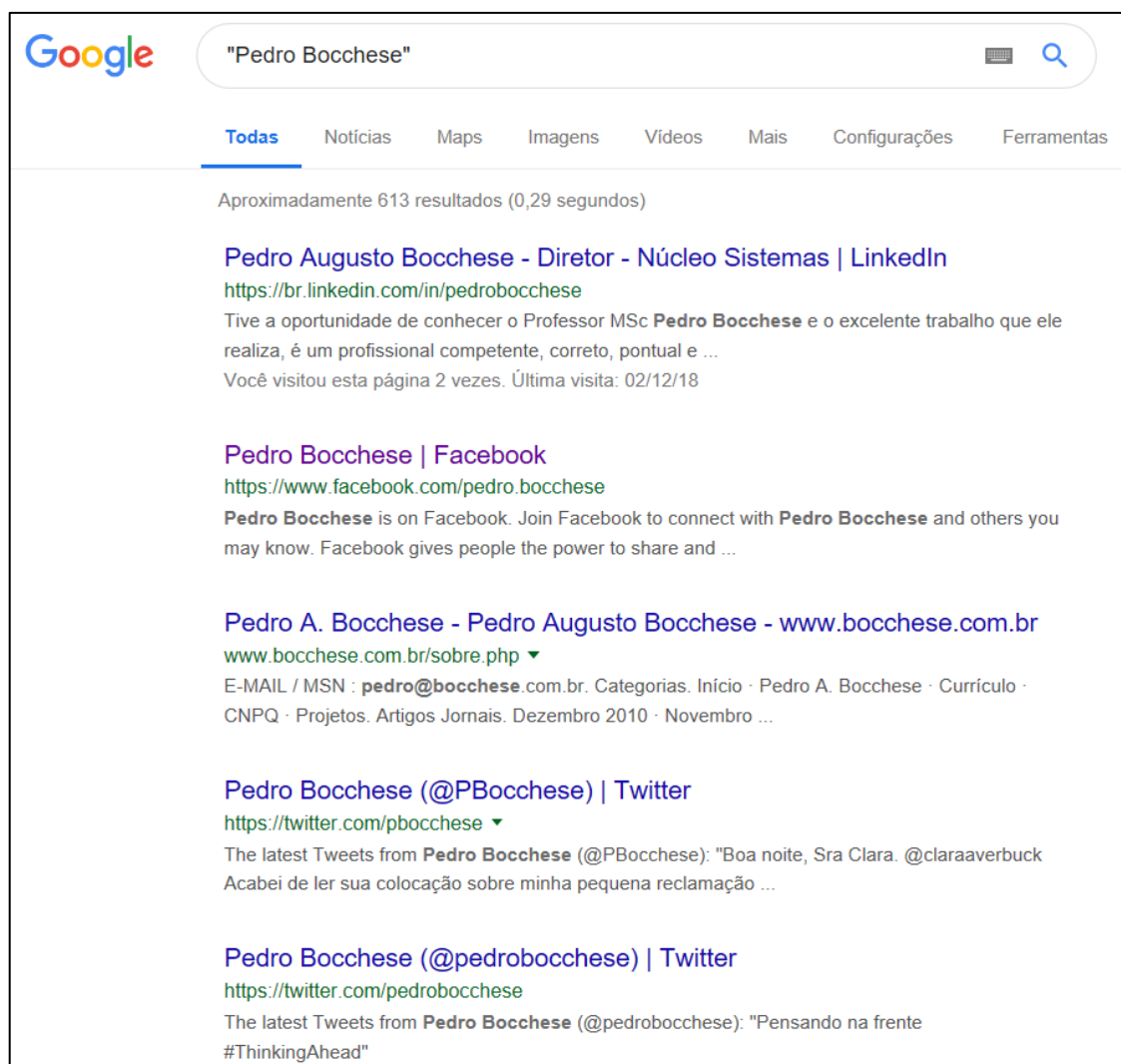


Figura 19: Busca no Google utilizando a expressão com aspas.
 Fonte: Autor (2017).

Após esses exemplos de consultas por palavras-chaves para identificar os resultados do buscador, analisaremos a evolução do buscador Google em suas diversas versões.

3.2 A EVOLUÇÃO DOS BUSCADORES DA GOOGLE

Até os dias de hoje, foram lançados quatro algoritmos do Google, segundo seu próprio site, denominados pela empresa cronologicamente de *Panda*, *Penguin*, *Hummingbird* e *Pigeon*. Com o passar dos anos, muitas mudanças foram realizadas, para conseguir trazer a resposta certa para o usuário o mais rápido possível. Conforme o Vice-Presidente de

Engenharia do Google, Ben Gomes, relatou em seu vídeo⁴⁹ postado em 27 de novembro de 2011: “nosso objetivo é entregar a resposta exata para o que você perguntou, o mais rápido”.

Com a mudança do Google, passando a ter o foco no usuário, a saber, encontrar mecanismos no algoritmo de busca no intuito de ajudar cada internauta a encontrar a informação correta do que está procurando, o mais rápido possível, gradativamente, o desafio dos engenheiros era melhorar os resultados de busca, trazendo cada vez mais resultados, mais relevantes na primeira página do buscador a partir das palavras-chave digitadas.

Iniciaremos este subcapítulo fazendo uma análise da versão do buscador Panda, consoante Figura 20.



Figura 20: Panda Algoritmo.

Fonte: Google *Panda 4.2 Algorithm Update Has Arrived*⁵⁰.

No início de 2011, a versão do algoritmo Panda foi disponibilizada no *site* da Google objetivando buscar maior qualidade nos resultados, muito por conta de impedir *sites* menores e de baixa qualidade de aparecer em níveis maiores de *ranking* nas páginas de retorno aos internautas. Outro fator muito importante destacado nessa atualização foi mapear as visitas nos *sites*, porque os internautas acessavam o *site* uma única vez e não retornavam mais. O Google entendia que o *site* não era tão relevante ou útil aos usuários. Cabe destacar o motivo do nome dado ao algoritmo, uma homenagem a um engenheiro do Google chamado Biswanath Panda.

Se trouxermos as características de um Panda para fazer uma análise semântica, procurando uma semelhança com as vantagens do algoritmo, poderíamos destacar que o Panda é um animal com comportamento dócil, tranquilo e tímido, podendo ser tratado como uma

⁴⁹*The Evolution of Search* – Disponível em: < <https://youtu.be/mTBSHtwCnD4> > Acesso em: 08 mar. 2017.

⁵⁰Disponível em: <<https://www.webservicesct.com/blog/google-panda-4-2-algorithm-update/>>. Acesso em: 26 fev. 2017.

forma, como as regras dos algoritmos foram construídas. Primeiro, por buscar um equilíbrio entre o *ranking* dos *sites*, sobretudo, por passar uma visão peculiar de mudança suave em que somente partes dos *sites* foram afetadas. Outra característica é que os Pandas não hibernam no inverno e o *site* do Google não tem indícios de paradas, ou seja, sempre disponível para as pessoas que o utilizam.

Enfim, os Pandas têm dentes e mandíbulas muito fortes, assim podem triturar os brotos de bambu, podendo ser relacionados à força e à competência com que o algoritmo do Google funciona, garantindo melhores resultados para os internautas que buscam conteúdo a partir de palavras-chave.

No ano de 2014, a Google lançou uma nova versão do seu algoritmo, denominado *Penguin*. Se, por um lado, o Panda trabalhava mais nos conteúdos pequenos e de pouca qualidade, o Penguin veio com o objetivo de colocar mais controle em *links* recebidos, principalmente, nos *sites* de grande porte. Pode-se classificar essa atualização em quatro grandes inovações, a saber:

1. *Link Schemes* (Esquema de *links*): todos os *links* das páginas são importantes, no entanto, os *links* com maior qualidade serão mais importantes que os demais;
2. *Keyword Stuffing* (Excesso de Palavras): na construção de *sites* foi possível colocar palavras de referência, para que o Google pudesse buscar e criar relações entre buscas e conteúdo; todavia, muitos dos *sites* estavam colocando um volume enorme de palavras, assim, o novo buscador agora irá penalizá-los. A partir de agora, o Google preocupa-se com conteúdos que buscam trabalhar as emoções e a solução de problemas dos internautas;
3. *Over Optimization*: (Excesso de Otimização): como um dos principais atributos de *ranking* são *links* entre as páginas/*sites*, muitos dos desenvolvedores elaboravam *links* entre as próprias páginas, utilizando o conceito tecnológico (textos âncora)⁵¹. A melhor estratégia para os *sites*, a partir deste momento,

⁵¹ Segundo a Fundação Bradesco, o uso de âncoras em *sites* permite a inserção de marcações em determinados pontos de um documento, possibilitando o deslocamento direto para estes pontos, a partir da criação de referências. É possível criar referências para marcações existentes dentro de uma mesma página, para um ponto dentro de outra página interna do *site*, ou ainda, para uma marcação presente em uma página de outro *site* qualquer, disponível na Internet. Disponível em: <http://www.fundacaobradesco.org.br/vv-apostilas/cursoHTML/Âncoras_marcação_para_documentosHTML.html>. Acesso em: 05 mar. 2017.

seria a de incorporar componentes de marketing em mídias sociais, ganhando, desse modo, *links* naturais ou orgânicos⁵²;

4. *Unnatural Links* (*Links* não naturais): mecanismo para não trazer, no *ranking* de resultados, *sites* que tentam burlar o algoritmo do Google, ou seja, tentando impulsionar o *site* para ficar entre os primeiros. Esse quesito está muito relacionado à forma de construção dos *links* dentro das páginas. Em julho de 2015, o Google publicou no seu *Blog* Oficial para Desenvolvedores as diretrizes para que os *sites* não sejam prejudicados com relação aos *links* não naturais⁵³. Para quem não é da área de desenvolvimento de *sites*, *links* não naturais são aqueles criados simplesmente para fazer com que o *site* ganhe popularidade, ou seja, o conteúdo não tem relevância, e sim, fazer com que apareça nos melhores *rankings* do Google.

Analisando o Pinguim, para buscarmos relações entre as mudanças do novo algoritmo do Google com as características do animal, podemos identificar que seus principais predadores são as orcas, tubarões e as focas-leopardo, todos animais de grande porte. Se trocarmos a relação de tamanho, pode-se afirmar que o Pinguim será o predador dos *sites* maiores que buscam burlar os mecanismos do algoritmo.

Como são ótimos nadadores, eles conseguem se movimentar rapidamente, semelhante ao novo mecanismo de busca, mas vamos além, eles podem viver em temperaturas abaixo de 40 graus, assim também os Pinguins podem ir a determinados lugares nos *sites* para buscar possíveis outros *sites* que querem se beneficiar, tentando encontrar brechas no algoritmo do Google. A Figura 21 apresenta o logotipo do Google, com a inclusão de um Pinguim substituindo a letra L.

⁵² Os *links* naturais são parte natural da *web*, ganham espaço quando outros *sites* reconhecem valor no seu conteúdo e fazem indicação a ele, e quando seu número de acessos e procura são elevados em comparação a outros. Ou seja, eles vêm de forma natural por terem um conteúdo de valor, tornam-se uma referência na *web*, assim, conseguindo acessos. São os *links* naturais que garantem uma boa classificação e indexação. Portal Linha de Código. Disponível em: <<http://www.linhadecodigo.com.br/artigo/3560/o-que-sao-e-como-entender-os-links-naturais.aspx>>. Acesso em: 09 mar. 2017.

⁵³ Blog Oficial do Google para Webmasters - Links não naturais em websites e pedidos de reconsideração. Disponível em: <<https://webmaster-pt.googleblog.com/2015/07/links-nao-naturais-em-websites-e.html?m=1>> Acesso em: 09 mar. 2017.

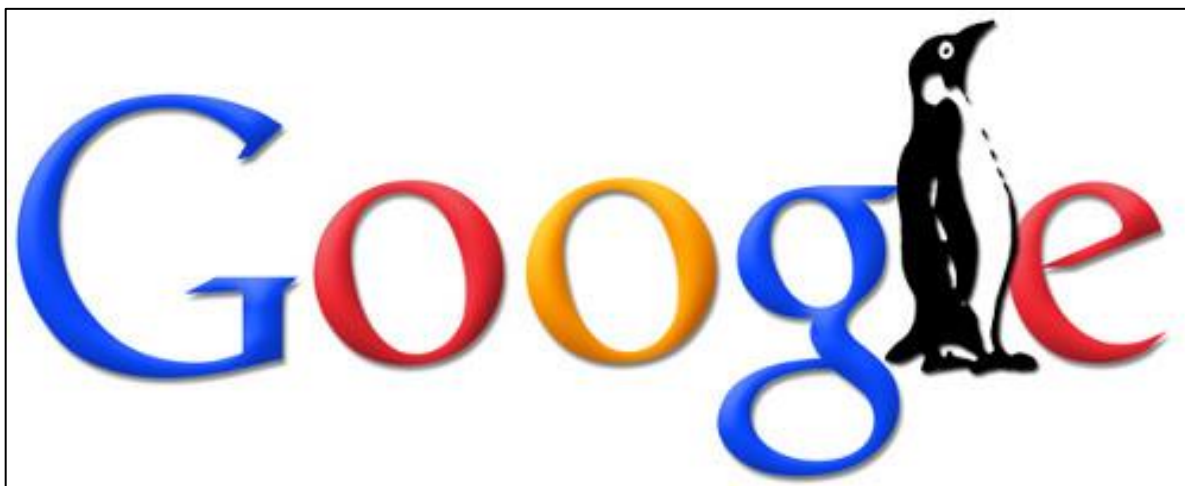


Figura 21: Pinguim Algoritmo.
Fonte: Techlila.com⁵⁴.

O Google *Hummingbird*, ou simplesmente Beija-Flor, procura uma forma eficiente de realizar as buscas, sendo assim, todo o marketing relacionado a esse novo mecanismo buscava criar uma relação de precisão e rapidez para vincular com o beija-flor. Todo esse processo ocorreu no segundo semestre de 2013, quando alguns internautas perceberam uma mudança muito produtiva, pois, conforme as pessoas iam escrevendo as palavras, o próprio Google já retornava relações para ajudar nas consulta(s) dos usuário(s).

Conforme o Portal Globo⁵⁵, datado em 26 de setembro de 2013, o Google apresentou o novo algoritmo de buscas na semana que marcou o 15º aniversário da empresa. O novo recurso busca se “*adaptar aos novos tempos da internet, com muito mais usuários e pesquisas mais complexas.*”

Além dessa mudança no processo, o algoritmo trabalhava um conceito totalmente inovador, também relacionado ao Filtro Invisível, denominado pelo Google como “a intenção da busca”. Notamos, assim, que, em vez do Google focar as palavras-chave, começou a se focar no usuário, não deixando de lado a relevância das palavras, mas agora o usuário torna-se o centro das atenções para o buscador.

⁵⁴Disponível em: <<https://www.techlila.com/how-to-recover-from-google-panda-penguin-update/>>. Acesso em: 09 mar. 2017.

⁵⁵ Portal O Globo. Google apresenta novo algoritmo de buscas “*Hummingbird*”. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/sociedade/tecnologia/google-apresenta-novo-algoritmo-de-buscas-hummingbird-2-10167981>> Acesso em: 09 mar. 2017.

A Figura 22 apresenta o logotipo da Google, com o logotipo do novo mecanismo de busca denominado “*Hummingbird*” - Beija-Flor.

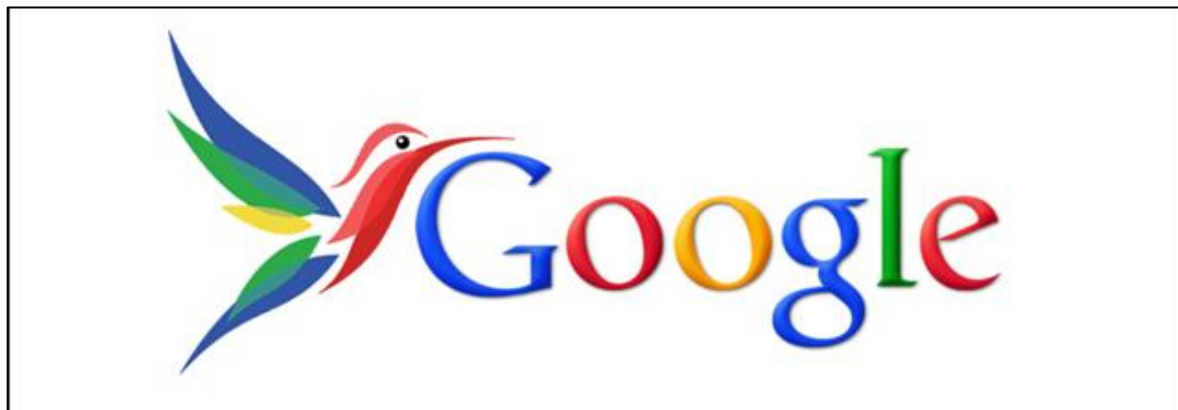


Figura 22: *Hummingbird* Algoritmo.

Fonte: Portal Dealer.com - *A Guide to Google's Newest Search Algorithm, Hummingbird*⁵⁶.

Desse modo, entramos na era do contexto da internet, em que tudo que fazemos é interpretado como tendo alguma intenção e os buscadores, mais propriamente a versão *Hummingbird* do Google, responde de forma precisa e rápida, como colocado anteriormente (como o Beija-Flor).

Quando acessamos o Google, fazemos perguntas e obtemos respostas, por exemplo: Como fazer um bolo de chocolate? Onde se situa o restaurante mais próximo? Onde posso comprar um tênis? Entre outros. Logo, qual é o desafio do buscador? Obviamente é fornecer respostas diferentes para cada uma de nossas perguntas, baseando-se no contexto, localização e dispositivo que estamos utilizando.

Para que tudo isso ocorra de forma precisa, necessitamos identificar para o buscador, a intenção da busca. De tal sorte, o *Hummingbird* dividiu seu mecanismo de busca em três categorias: navegacionais, informativas e transacionais. De acordo com Macedo (2013)⁵⁷, as buscas navegacionais são caracterizadas pela intenção de encontrar um *site* específico. A título de exemplo, encontrar o *site* Terra⁵⁸. As buscas informativas são aquelas

⁵⁶Disponível em: < <http://www.dealer.com/insights/articles/a-guide-to-googles-newest-search-algorithm-hummingbird/>>. Acesso em: 09 mar. 2017.

⁵⁷ Portal Exame.com - Gustavo Macedo. Google *Hummingbird*: o impacto do novo buscador para seu negócio. Disponível em:<<http://exame.abril.com.br/rede-de-blogs/performance-digital/2013/11/01/google-hummingbird-o-impacto-do-novo-buscador-para-seu-negocio/>> Acesso em: 20 mai. 2015.

⁵⁸ Portal Terra. Disponível em: <<http://www.terra.com.br>> Acesso em: 09 abr. 2017.

que buscam entender a intenção de encontrar algo específico ou tirar uma dúvida. Outro exemplo: encontrar dicas de emagrecimento; já as buscas transacionais são aquelas que ocorrem quando o usuário tem a intenção de realizar alguma atividade, exemplificando: encontrar um hotel.

Além desses mecanismos, o Google iniciou o processo de identificação da localização do usuário, quando este está realizando a busca. Este cuidado é importante para conseguir identificar quando o internauta escreve “encontrar um hotel”, estando na cidade de Palhoça, em Santa Catarina. O mecanismo de busca coloca nas primeiras posições os hotéis próximos a ele, nesse processo, o usuário acredita que o Google está pensando por ele. O que realmente acontece é que o Google entende a intenção do usuário, localizando onde ele se encontra no exato momento.

Outro fator importante é o tipo de dispositivo que o usuário está utilizando, já que ainda existem *sites* que não estão adequados a serem visualizados em todos os dispositivos móveis. Por conseguinte, o próprio algoritmo de busca verifica o dispositivo e os *sites* que estão adequados e classifica-os, de forma que o usuário, quando clicar em um *site*, este já esteja adaptado ao dispositivo de uso.

Enfim, trataremos da versão *Pigeon*, segundo Figura 23, traduzido como Pombo. A atualização denominada Google *Pigeon* muda novamente a forma do buscador se relacionar, uma vez que acrescenta agora uma visão mais comercial, visto que se dedica às buscas feitas por negócios locais e passa a interagir com quem vende. Nota-se que após entender o contexto da busca, o Google começa a buscar mecanismos para ajudar na parte comercial das empresas. Lançado na metade de 2014, o algoritmo interage com o Google *Maps* e *Local Search* para detalhar informações sobre locais próximos.

Outro ponto importante são as marcações de endereço, integrado com outros serviços do Google, como Google *Plus* e Google Meu Negócio. Diante disso, dará mais abrangência para fomentar negócios financeiros, utilizando localizações e cadastros de *sites* mais relevantes e confiáveis.

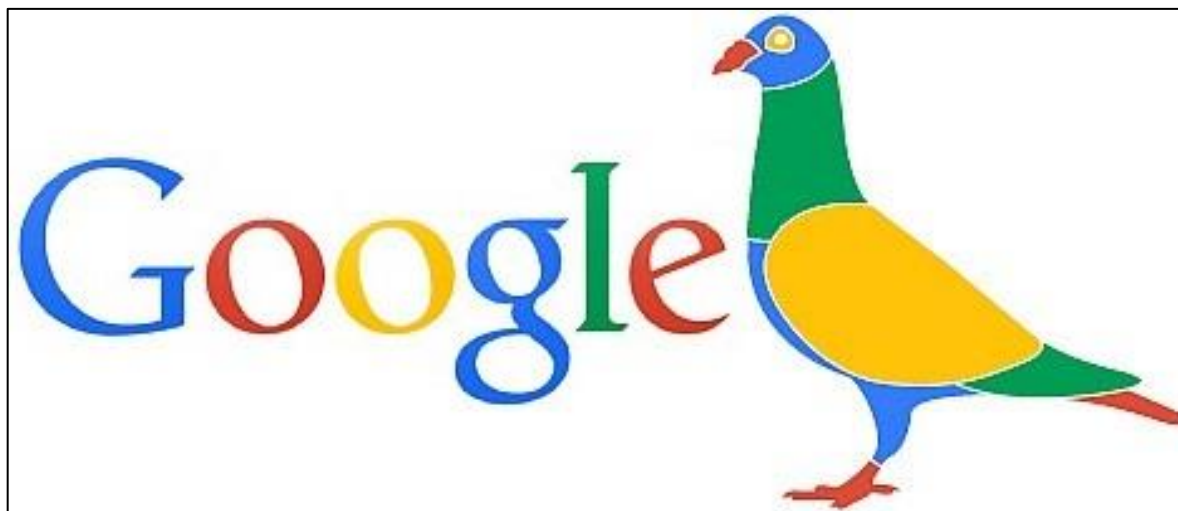


Figura 23: Pombo Algoritmo.

Fonte: *Latest Google SEO Updates & Algorithm Changes in 2017*⁵⁹.

Para o Google, segundo a Agência Google *Partner Web Estratégica*⁶⁰, este novo algoritmo melhora a distância e os parâmetros de rastreamento de localização de maneira mais orientada a resultados. As alterações feitas a partir da atualização do Google *Pigeon* também afetarão os resultados da(s) consulta(s) mostrados no Google *Maps*, já que essa atualização permite que o Google forneça resultados com base na localização do usuário e na listagem disponível no diretório local.

Ainda, conforme a Agência certificada da Google no Brasil, o novo mecanismo de busca fornecerá aos internautas resultados da localização das empresas sempre observando a localização atual; ademais, fornecendo comentários, fotos, preços e distância. Quando se menciona os demais serviços do Google, para contribuir para esses resultados, as empresas, para se destacar no *ranking*, deverão também incluir-se nesses demais serviços ofertados pela companhia, a fim de melhorar sua colocação, conseqüentemente, aumentar suas vendas.

Ao questionar o porquê do nome Pombo, deve-se remeter ao motivo que levou a empresa a essa denominação. A questão geográfica foi destacada nesse novo algoritmo, visto que o Google trabalhou a questão de localizações e concentrou-se em locais específicos para que possamos marcar com atividade empresarial; horários de funcionamento; endereço com localização geográfica; telefone; *site*; fotos; comentários de pessoas que já passaram nesse

⁵⁹Disponível em: < <http://www.digitalvidya.com/blog/google-seo-updates/>>. Acesso em: 10 mar. 2017.

⁶⁰ Agência Web Estratégia. Google *Pigeon*, o algoritmo das buscas locais. Disponível em: < <http://www.webestrategica.com.br/blog/seo/google-pigeon-o-algoritmo-das-buscas-locais/>> Acesso em: 10 mar. 2017.

lugar, entre outros pontos. Os Pombos são pássaros muito resistentes, além disso, podem voar centenas de quilômetros. Um exemplo que sempre lembramos quando se refere Pombo é o Pombo-Correio, que pode ser domesticado para levar correspondências a grandes distâncias.

Para tentar comprovar a presença dessas regras na página da Google, realizamos uma busca palavra-chave “hotel”, esta, ilustrada na Figura 24.

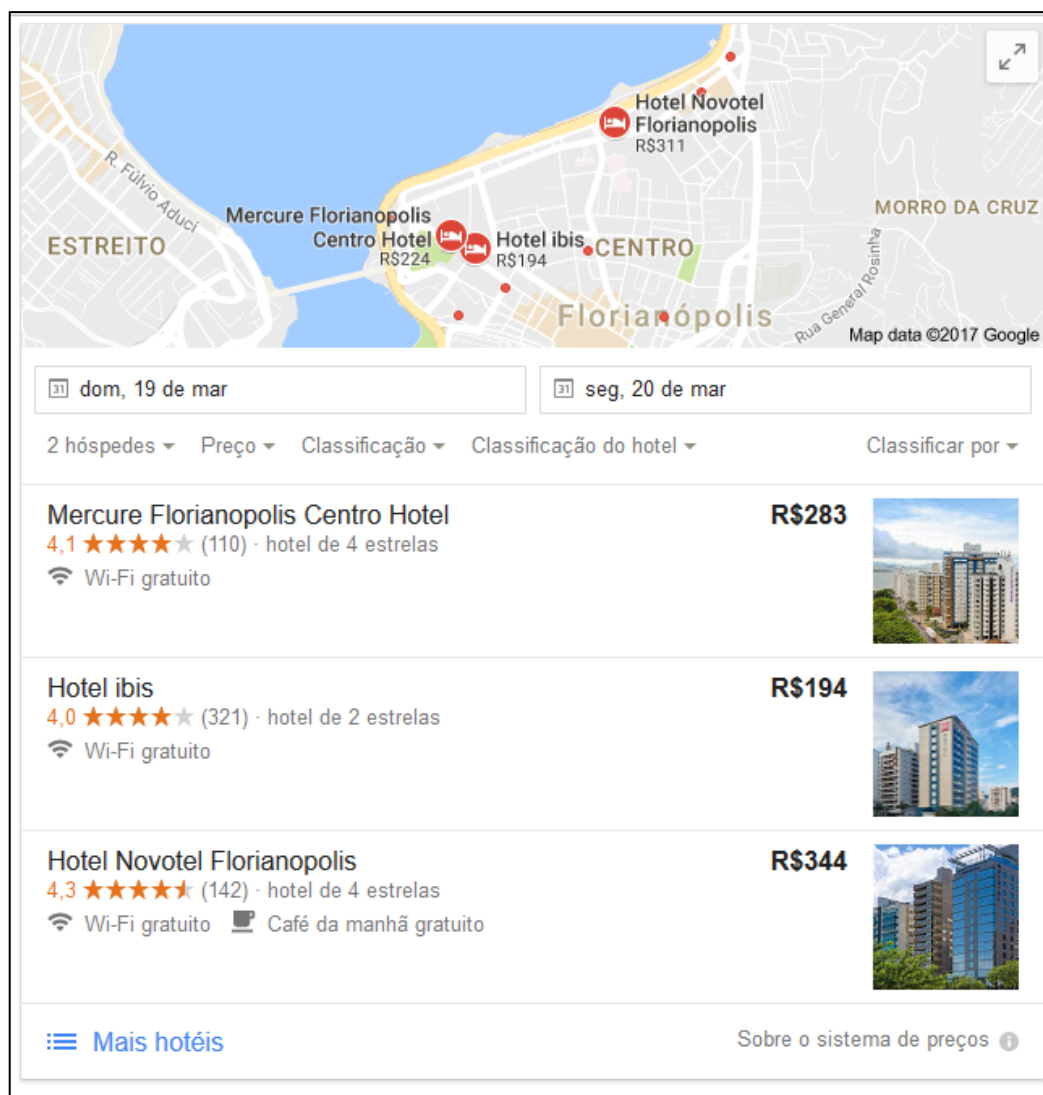


Figura 24: Busca por palavra-chave Hotel para visualizar Algoritmo *Pigeon*.
Fonte: Google⁶¹.

⁶¹Disponível em: <<http://www.google.com/>>. Acesso em: 10 mar. 2017.

Foi possível perceber, conforme nossa busca, a presença do *Pigeon*, onde apareceu em destaque a localização a partir de um mapa. Além disso, é possível também visualizar informações como valores, fotos, classificação por meio de estrelas, serviços prestados, entre outras informações interessantes.

3.3 OS CONTROLES DO GOOGLE

Podemos iniciar este subcapítulo questionando se a internet é o Google ou o Google é a internet, pois parece estranho, mas muitos internautas imaginam que o Google é a internet hoje. Gostemos, ou não, o Google é responsável por nos inserir na internet todos os dias, fornecendo notícias; imagens; livros; dicionários; restaurantes; locais, entre outros. Se levarmos em consideração tudo que lemos sobre a empresa até agora, incluindo todos os tipos de serviços ofertados, à nossa disposição, sem dúvida, haverá um elevado grau de submissão e, de alguma maneira, nos perceberemos reféns, presos na rede.

De acordo com Ocanã (2013), em seu livro intitulado, “*A verdade por trás do Google*”, nós não conhecemos a história oculta dessa multinacional, pior ainda, o que eles pretendem fazer com todas as informações que têm a respeito de nós. Norberto Gallego, do *La Vanguardia*, afirma que “O Google nos acompanha durante todos os dias de nossa vida, e não há maneira de evitar isso, gostemos ou não. Mas, muitos se sentem incomodados com essa invasão persistente, para a qual não se vê uma solução, nem um antídoto [...]”⁶²

Pariser (2012) destaca que, atualmente, o Google consegue monitorar tudo sobre nós e que não devemos subestimar a força desses dados, (...) “se o Google souber que eu me conectei em Nova York, depois São Francisco e depois de Nova York outra vez, saberá que sou um viajante frequente e irá ajustar seus resultados a partir daí”. (PARISER, 2012, p. 36). O Google pode examinar meu navegador e identificar características pessoais minhas; dito de outra forma, ao buscar algo e clicar no resultado, isso revela traços de nossa personalidade e de nossos interesses.

Corroborando, Ocanã (2013) compara o McDonald’s e o Google, a primeira empresa vende hambúrgueres, mas não somente, ela é a maior companhia imobiliária do mundo. Já a segunda detém a maior fonte de informações do mundo, para consegui-las, entregamos produtos e serviços para utilizarmos frequentemente; desse modo, consegue armazenar dados necessários para reter a maior fonte de informações. (OCANÃ, 2013).

⁶² Sem página

Cabe ressaltar que não é mais o número de usuários o mais importante, mas sim, as informações produzidas por eles; sendo assim, somos produtos de nós mesmos. Utilizamos produtos e serviços na internet, produzimos informações de nós mesmos para que as empresas possam deter um patrimônio que não consiste em dinheiro, senão, informação.

Ocanã (2013), ratificando, questiona sobre nosso nível de conhecimento a respeito do que o Google sabe sobre nós, provavelmente, a resposta a essa pergunta identifica que a maioria de nós não sabe a quantidade de informações que podemos produzir sobre nós na internet não somente nas buscas, mas em todos os serviços que utilizamos. Um documento confidencial vazado pela Google, em 2010, foi publicado pelo *Wall Street Journal*, denominado “interno e confidencial”. Esse documento apresentava um relatório elaborado por um gerente de produtos sênior do Google, que analisava até que ponto o Google deveria utilizar a informação que conhecia de cada um de nós para aumentar o faturamento de seus produtos publicitários.

Após isso vir a público, o Google qualificou-o como um “documento de reflexão” para diminuir a importância dele na sociedade e no meio empresarial; além disso, a empresa divulgou que nem apresentou esse documento a todos os seus diretores. O documento abalou e mostrou como o Google é na realidade, “sem máscaras”. Ocanã (2013, p. 277) aponta isso como: “A maior e melhor fonte de dados de informação de centenas de milhões de pessoas do mundo (...) elabora ideias de como explorar essa informação da maneira mais lucrativa possível e as qualifica em seguras e inseguras”. Essa última classificação é para criar uma alternativa para tentar diminuir os problemas que poderia ocasionar ao Google sobre o que continha de propostas o documento vazado.

Isso tudo pode parecer exagerado, no entanto, se buscarmos o que Larry Page e Sergey Brin escreveram em sua tese intitulada, “*The Anatomy of a Large Scale Hypertextual Web Search Engine*”⁶³, em 1998, que definia o projeto inicial do *BackRub*:

O modelo de negócio dos buscadores baseia-se na publicidade, e isso não atende ao desejo de qualidade da busca por parte dos usuários. Vamos dar como demonstração a história dos meios de comunicação. Os buscadores financiados pela publicidade estarão, por natureza, desviados em detrimento das necessidades dos usuários (...), por isso, é crucial a existência de um motor de busca como este, competitivo e transparente, situado no mundo universitário. (OCANÃ, 2013, p. 279-280).

⁶³ Tradução nossa: A Anatomia do Mecanismo de Busca na *Web Hipertextual* em Grande Escala.

Verifica-se que a geração disso tudo não foi em vão, criaram, no início, um projeto universitário, e com a mesma base, transformaram-na em uma das maiores empresas comerciais do mundo. Eric Schmidt, um dos executivos do Google, sempre destacou que, para ganhar dinheiro, é preciso criar uma plataforma e fazer com que milhões de pessoas utilizem e façam algo nela, assim surgirão várias ideias de como tirar proveito disso. É evidente que ele tem razão quando fala isso.

Em vista disso, evidencia-se o que Ocanã (2013, p.281) diz que “a privacidade é inimiga da inovação”. É realmente assustador, pois, nesse caso, um projeto que foi criado no âmbito universitário, virou totalmente comercial e mercadológico com base em informações de usuários. Estamos falando do Google, a empresa que detém o domínio do mercado e controla a internet como bem deseja. De acordo com uma pesquisa do *The Wall Street Journal*, dos 50 sites mais importantes dos Estados Unidos, 45 têm código do Google que compila informações pessoais de usuários (OCANÃ, 2013).

Todos os nossos gostos e interesses, nossas faixas etárias e renda, nossas amizades e parentescos fazem parte do que o Google quer de nós. Steve Jobs, fundador da *Apple*, teve seu comentário mencionado no Filme “Piratas do Vale do Silício⁶⁴”, afirmando que “Quem tem a Informação detém o Poder!”

Para Orlandi (2009, p. 59), a ligação entre silêncio e memória permite perceber que a memória discursiva é feita de esquecimentos, de silêncios e silenciamentos.

No entendimento de Orlandi (2009), a forma do silêncio fundante é o alicerce sobre a qual se cria a dimensão da política do silêncio. Como lemos anteriormente, o silêncio existe como matéria significativa, entendendo que o dizer se povoa com alguns sentidos para que outros não sejam ditos e, assim, não signifiquem. O silêncio está sempre a irromper os limites do dizer de modo a fazer com que o não-dito signifique. Por fim, nesse subcapítulo, vamos refletir sobre esses “esquecimentos e silêncios” exprimindo a (re)organização do tempo nas lembranças e revelando os acontecimentos do passado, e, por conseguinte buscar compreender as situações frente ao presente.

⁶⁴ 1999 – EUA. Direção: Martyn Burke. O filme, Piratas do Vale do Silício, aborda a história do surgimento das empresas Microsoft e Apple, na década de 1970. O filme tem como protagonista Bill Gates, Paul Allen, Steve Jobs e Steve Wozniak, à época apenas jovens estudantes da Califórnia.

3.4 O FILTRO INVISÍVEL – *THE FILTER BUBBLE*

Houve um tempo em que a internet era um meio anônimo, qualquer pessoa poderia navegar sem identificação, ou seja, um local no qual não éramos totalmente monitorados, somente quando realmente nos identificávamos. Nos dias atuais, isso é quase uma utopia, a navegação na internet está dedicada cada vez mais a solicitar dados e analisar dados pessoais sem a nossa permissão⁶⁵.

Para a AD, o sujeito é concebido como efeito ideológico elementar, conforme descrito por Pêcheux, no momento em que escreve a Análise Automática do Discurso, para explicar que é como sujeito que qualquer pessoa é “interpelada” a ocupar um lugar determinado no sistema de produção (2014, p. 31). Nesse contexto, “elementar” significa que tal “efeito” não é consequência de alguma coisa, a saber, nada se torna um sujeito, mas aquele que é denominado sujeito é sempre um já-sujeito. Utiliza-se essa afirmação para identificar que, os sujeitos, diante dos sentidos existentes, filiam-se e são afetados pela identificação ideológica, por alguns sentidos e não por outros. Assim, uma posição discursiva ocupada por um sujeito é constituída em formações sociais.

Segundo um estudo do *Wall Street Journal*, os cinquenta *sites* mais visitados na internet, sejam eles CNN, Yahoo, Google, Facebook, instalam cada um, em média, 65 *cookies*⁶⁶ repletos de dados de rastreamento pessoal. Segundo Pariser (2012, p. 11), “Se buscarmos uma palavra como ‘depressão’ no *Dictionary.com*, o *site* instalará 233 *cookies* de rastreamento em nosso computador para que outros *sites* possam nos apresentar anúncios de antidepressivos.”

Diante disso, podemos ter a noção de que nossos dados estão sendo comercializados, talvez entendendo um pouco mais sobre o mercado das empresas da TIC⁶⁷, quando fornecem serviços gratuitamente. Como explicou Chris Palmer apud PARISER, 2012, p.12), da *Electronic Frontier Foundation*: “Recebemos um serviço gratuito, e o custo são

⁶⁵ Fazemos aqui uma ressalva para os leitores que identificarão que atualmente é possível utilizar o Projeto TOR (*The Onion Routing*) para navegar sem identificação. Realmente esse roteador permite que o usuário não seja identificado, no entanto, para nossa pesquisa, estamos buscando aproximar o processo de individuação com o processo de personalização do buscador Google, assim, estamos desconsiderando o TOR nesta pesquisa. Como esclarecimento, de acordo com a pesquisa realizada pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, o *Onion routing* é uma técnica de comunicação anônima por meio de uma rede de computadores. Com essa técnica, as mensagens são repetidamente criptografadas e enviadas a partir de diversos nós de rede. A técnica de *Onion routing* foi criada pelos pesquisadores Michael G. Reed, Paul F. Syverson e David M. Goldschlag, após patentada pela Marinha dos Estados Unidos da América, em 1998.

⁶⁶ Arquivos de textos que têm como principal função armazenar as preferências dos usuários sobre um determinado *site* na internet.

⁶⁷ Tecnologia da Informação e Comunicação.

informações sobre nós mesmos”. Se analisarmos sob o enfoque de produtos, por exemplo, um par de tênis, as empresas buscam entender o nosso comportamento como compradores, saber as cores que gostamos, número que calçamos, estilo de tênis, entre outros.

Esse exemplo é possível reproduzir de forma muito simples, quando pesquisado algo na internet, por exemplo, livros sobre o assunto “*Gamification*”⁶⁸, na Loja Saraiva, teremos como resultados a lista de livros que a Loja dispõe. Podemos notar que existem vários livros relacionados a esse assunto, conforme Figura 25.

Outro aspecto muito interessante, que corrobora com a pesquisa do *Wall Street Journal*, é que não foi realizada a identificação de um usuário e senha na página, como podemos verificar no topo direito da imagem, não há identificação do usuário. O que a página mostra é uma mensagem de atendimento “Oi, tudo bem? :) Entre ou cadastre-se”, para que o usuário que está pesquisando esses livros, no momento em que for realizar a compra, possa ser identificado através das informações cadastrais e financeiras do comprador.

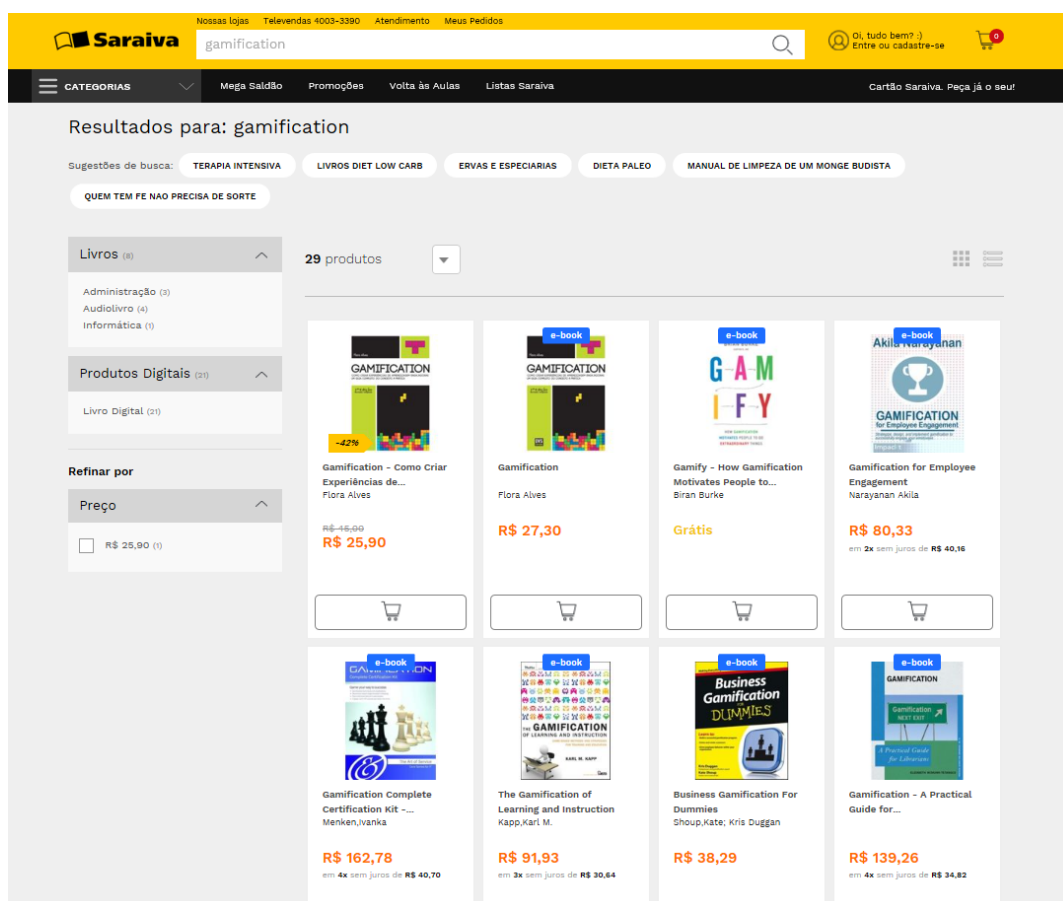


Figura 25: Busca pela palavra “*Gamification*” no Página da Livraria Saraiva

Fonte: Página Livraria Saraiva Disponível em: <<https://busca.saraiva.com.br/busca?q=gamification>>.

⁶⁸*Gamification* é a estratégia de interação entre pessoas e empresas com base no oferecimento de incentivos que estimulem o engajamento do público com as marcas de maneira lúdica. Fonte: Portal Exame 2011. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/pme/o-que-e-gamification/>>. Acesso em: 05jan. 2018.

A partir dessa consulta, nota-se que outros portais e sites iniciam um processo de disponibilizar conteúdos relativos a livros sobre “*Gamification*”, conforme vamos navegando na internet. Um dos sites onde, após a consulta na Livraria Saraiva, já apareceram os livros, foi o Portal Terra, surgindo entre as notícias dois locais que referenciavam livros com a palavra “*Gamification*”. Logo que acessado o Portal Terra, apontou, conforme Figura 26, para uma área onde continha a relação com a Livraria Saraiva, mostrando livros sobre o assunto. Em seguida, aguardando alguns segundos, apareceram outros livros relativos ao mesmo assunto, porém, referenciando o Portal da Livraria da Estante Virtual, como apresentado na Figura 27.

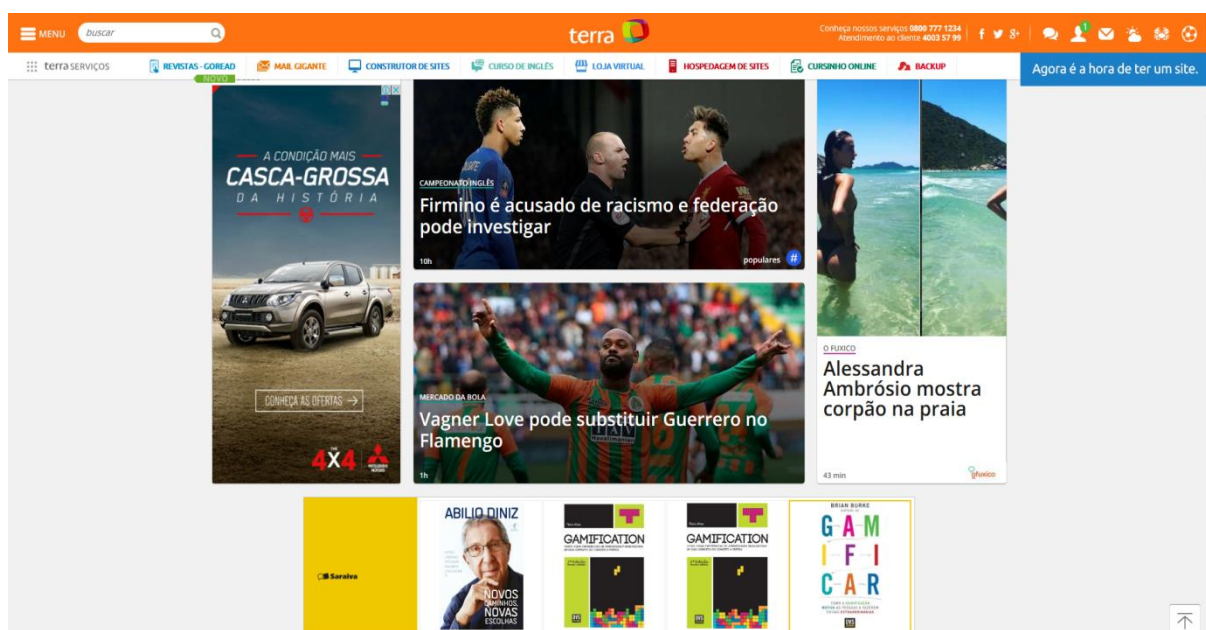


Figura 26: Página Inicial Portal Terra – Bloco Livraria Saraiva

Fonte: Portal Terra. Disponível em: <<http://www.terra.com.br>>. Acesso em: 05 jan. 2018.

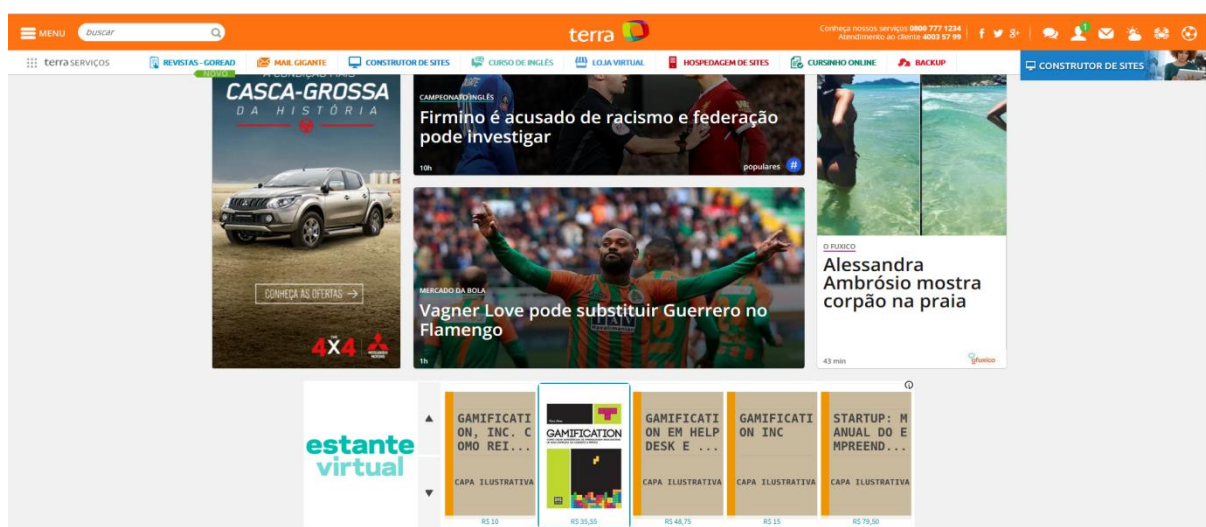


Figura 27: Página Inicial Portal Terra – Bloco Livraria Estante Virtual

Fonte: Portal Terra. Disponível em: <<http://www.terra.com.br>>. Acesso em: 05 jan. 2018.

Notamos, assim, que cada ação realizada em algumas páginas, reflete em outras. Nesse caso do livro, particularmente, estamos sendo direcionados ao ato de compra, pois como não a realizamos, somente pesquisamos, outras páginas trazem novamente os itens que sondamos já pré-filtrados, para que possamos realizar operações mais rápidas sem a necessidade de trocar de páginas. Samara e Morsch (2005) constataam que nós, como consumidores, somos uma entidade compradora que detém necessidades e desejos e que buscamos satisfazê-las. Conhecer as pessoas, seus desejos, necessidades e hábitos de compra fazem parte dos preceitos da administração mercadológica, que busca compreender o comportamento do consumidor para analisar se os produtos ou serviços oferecidos pela empresa estão efetivamente contribuindo para satisfazer a necessidade e desejos dos consumidores, afirmam os autores.

Pensando sobre essas práticas de consumo, entendemos discursivamente que todo sujeito humano, social, somente pode ser agente de uma prática social enquanto sujeitos assujeitados a uma forma histórica que no nosso caso é a forma histórica capitalista. Assim, esse desejo de consumo do sujeito social é medido pelas consultas que realizamos na internet e que influenciam as nossas ações como pessoas. Kotler e Keller (2012, p.164) definem que as pessoas dispõem de características que as analisam como sendo, “o estudo de como indivíduos, grupos e organizações selecionam, compram, usam e descartam bens, serviços, ideias ou experiências para satisfazer suas necessidades e desejos.”

No caso da personalização, interpretamos que as condições de produção de sentido dos internautas refletem no seu próprio contexto sociocultural. Retornando ao processo de personalização de conteúdo na internet, fica visível os efeitos de silenciamentos dos registros decorrente do nosso uso, isto é, por sinalizadores que deixamos em todas as nossas ações na internet. Assim, cabe sempre questionar o motivo de a empresa Google ser uma das maiores do mundo. De acordo com Ocaña (2013), se pensamos que o Google é somente um buscador da internet, estamos totalmente enganados, pois o Google é, na realidade, uma das empresas mais ambiciosas, enormes e poderosas do mundo. Fazendo uma analogia é um “(...) gigante descontrolado, que não só domina a seu bel-prazer a rede das redes, como também tem interesse em muitos outros setores.” (OCAÑA, 2013, p.10). Corroborando Ocanã, Lowe (2009, p. 86) descreve o Google como um “canivete suíço para a informação”. O buscador serve de assistente de busca para respostas rápidas.

Diante dessas citações e descrições sobre o Google, relembremos o que foi escrito na introdução no que se refere a abordarmos o capitalismo de vigilância, consequentemente, o artigo de Zuboff intitulado “Big Other” em seu subcapítulo “Personalização e Comunicação”.

De acordo com Zuboff, o Economista Chefe da Google, Hal Ronald Varian afirma que, hoje em dia, as pessoas esperam resultados personalizados, quando utilizam o buscador da Google, cita também que o Google quer fazer ainda mais, ou seja, ir além de somente fornecer respostas. Em vez de perguntar ao Google, este quer saber o que você quer e dizer-lhe antes que você pergunte; assim, Varian esclarece que, para isso, o Google precisa saber muito sobre você e seu ambiente para fornecer esses tipos de serviços.

Como estamos trabalhando, neste momento, com a questão do capitalismo de vigilância, é de extrema importância salientar que os modelos de relações baseadas em confiança estão mudando. Se fizermos uma análise quanto aos serviços prestados de médicos ou advogados em relação aos serviços prestados pelo Google, temos que, no primeiro caso, existe uma responsabilidade no fornecimento dos serviços, inclusive pela força de sanção profissional e direito público. Já no caso do Google, a liberdade de regulação e a não responsabilização direta faz com que seja muito mais invisível esse controle, é neste momento que há as novas abordagens quanto a poder e conhecimento. Segundo Zuboff (2015, p. 84), Varian destaca que “o Google sabe muito mais sobre suas populações do que eles sabem sobre si mesmos”.

Ainda conforme a autora (2015), o capitalismo de vigilância está e continua prosperando com a ignorância do público. Isso se deve, pois, com a retenção desses dados capturados dos usuários que utilizam o buscador, esses dados são instrumentalizados e monetizados. Como consequência, temos o conhecimento (dados) sendo transformados em poder (informação/comercialização). A dependência de utilizar as ferramentas, como o Google, está no centro deste projeto de vigilância. Então, a dependência e as consequências gradativamente estão presentes nos dias de hoje, como podemos observar do texto da *Los Angeles Times* (2014):

As ferramentas oferecidas pelo Google e outras formas de vigilância, firmas capitalistas respondem às necessidades, segundo os indivíduos da modernidade - como a maçã no jardim, uma vez provei que são impossíveis viver sem. Quando o Facebook ficou indisponibilizado em algumas cidades dos EUA por algumas horas, durante o verão de 2014, muitos americanos chamaram seus serviços de emergência locais no 911 (L.A TIMES⁶⁹, 2014).

Varian finaliza seus comentários identificando que considera que os mecanismos de uso e dependência de ferramentas funcionarão como uma força inevitável que vai impelir as

⁶⁹ LA Times, A. T. S (2014, August 1). 911 calls about Facebook outage angers L.A. County sheriff's officials, Los Angeles Times. [WWW document] Disponível em: <<http://www.latimes.com/local/lanow/la-me-ln-911-calls-about-facebook-outage-angers-lasheriffs-officials-20140801-htmstory.html>> Acesso em: 01 abr. 2018.

pessoas à nova ferramenta denominada *Google Now*⁷⁰ em troca de seus ativos de vigilância (dados). Os assistentes digitais serão tão úteis que todos vão querer um, desse modo, as declarações que possamos ler serão e aparecerão irrelevantes ou mesmo antiquadas. Toda essa reflexão está diretamente ligada à nossa pesquisa, quando tratamos da forma-sujeito, posição-sujeito e as formações discursivas.

Courtine (1982), retomando Pêcheux sobre forma-sujeito e posição-sujeito, propõe, a partir da noção de FD heterogênea, que consiste na “descrição de um conjunto de diferentes posições de sujeito em uma FD, como modalidades particulares de identificação do sujeito da enunciação com o sujeito do saber, considerados os efeitos discursivos específicos que aí se relacionam.” (COURTINE, 1982, p. 252).

O sujeito do discurso quando se inscrever em um determinado lugar discursivo, se relacionar com a forma-sujeito histórica, mostrará seus saberes que ele abriga e com a posição-sujeito. Desse modo, a relação do sujeito enunciador com o sujeito do saber, por conseguinte, com a posição-sujeito, é deslocada para as relações de identificação/determinação do lugar discursivo tanto com a forma-sujeito histórica quanto com a posição-sujeito.

Indursky (2000, p. 77), ao caracterizar a forma-sujeito como dispersa e fragmentada, afirma que “cada posição-sujeito representa diferentes modos de se relacionar com a forma-sujeito”. Seguindo essa reflexão e considerando o modo como entendemos a função do lugar discursivo, pode-se dizer que cada lugar discursivo representa diferentes modos de se relacionar não só com a forma-sujeito, mas também com as diferentes posições-sujeito que ele pode abrigar.

⁷⁰ Google Now é um assistente pessoal inteligente, disponível para o sistema operacional Android. Uma extensão do aplicativo Google Search, com uma interface de linguagem natural, para responder perguntas, fazer recomendações, e agir, delegando pedidos a um conjunto de serviços na web, atualmente o Google Assistente desenvolve a inteligência e a fala. O software fornece informações passivamente, que prevê o que determinado usuário vai precisar, com base em seus hábitos de navegação.

4 A CONSTRUÇÃO DO EXPERIMENTO INDIVIDUAL E COLETIVO

4.1 PREPARANDO A ANÁLISE

A AD tem como objeto de estudo o próprio discurso que, segundo Pêcheux (1990), é o efeito de sentido entre locutores. O discurso abarca a linguagem, a história e a ideologia, noções fundantes para a compreensão dos sentidos. Uma parte na interpretação está relacionada ao analista e a outra, segundo os preceitos da AD, da sua sustentação no rigor do método e no alcance teórico da AD.

Orlandi (2003) apresenta as diferenças entre inteligibilidade, interpretação e compreensão. Para a autora, a inteligibilidade dá sentido à língua, a interpretação é o sentido, pensando-se o cotexto e o contexto imediato. Ainda para a autora, a ação de compreender está ligada ao ato de saber como um objeto simbólico produz sentido. Portanto, podemos entender que a compreensão busca explicitar os processos de significação presentes no texto, compreendendo como os sentidos constituem-se; assim, é possível concluir que não há sentido sem interpretação, e não há interpretação sem a presença da ideologia. Entende-se aqui ideologia como condição básica para a constituição dos sujeitos e dos sentidos

Quando se trata da interpretação como dispositivo de análise, Orlandi (2003) ressalta que uma parte é de responsabilidade do analista e a outra deriva da sua sustentação no rigor do método e no alcance teórico da AD. Desse modo, o analista está sempre envolvido na interpretação, a partir de vários conceitos que podem ser mobilizados pelo próprio analista. Por consequência, é possível fazer distintos recortes conceituais; logo, pode-se dizer que nenhuma análise é igual à outra.

O procedimento da AD, segundo Orlandi (2009), está relacionado à descrição dos processos que levam à identificação do sujeito, com a interpretação dessas condições, em que o sentido é constituído no discurso. Por conseguinte, a AD não pretende construir verdades absolutas; senão, criar possibilidades de interpretação frente a um *corpus* específico.

Conforme Orlandi (2009), o dispositivo teórico deve ser diferenciado do dispositivo analítico, sendo que o último é constituído pelo analista durante cada análise. Além disso, de acordo com a autora, pode-se dizer que o dispositivo teórico determina o dispositivo analítico, que orienta o analista em como observar o funcionamento discursivo. O dispositivo teórico é constituído pelos conceitos e noções que estabelecem o princípio da AD.

Para a AD há uma diferença entre recortar e segmentar um texto, sendo esta primeira uma noção importante para se fazer uma análise. Orlandi (1981, p.14) identifica que

o “recorte é uma unidade discursiva”. Deve-se entender que essa unidade está relacionada à situação discursiva, à exterioridade do texto. É importante destacar, então, essa diferença entre recortar e segmentar, pois, para a AD, segmentar está relacionado “a uma unidade da frase ou do sintagma. No caso da segmentação, o linguista busca a relação entre unidades dispostas linearmente”. Já o recorte tem a ver com a posição do analista frente ao seu *corpus*, com sua pergunta discursiva.

Portanto, o recorte ocorrerá pelo dispositivo teórico/analítico, mobilizando as noções de memória discursiva e metálica, clivagens subterrâneas e a individuação, como proposto por Orlandi. Dessa maneira, buscar-se-á refletir sobre o comportamento da linguagem dentro desse contexto de produção do dizer. Estamos tratando a internet, mais especificadamente o buscador do Google, como um novo espaço cujo efeito de sentido mais imediato é de que tudo pode ser facilmente acessado. Por conseguinte será mobilizada a noção de memória metálica acessada pelos algoritmos do buscador, de forma a entender que ela acumula sem parar; ou seja, armazena aparentemente tudo que acontece nas páginas da internet. Como visto anteriormente, esse acúmulo de interações – dados da navegação dos usuários – ficam armazenados nos bancos de dados para que os algoritmos codificados pelos programadores/desenvolvedores consigam criar um processo de personalização do usuário, quando este acessa a internet.

Isso remete novamente à pergunta sobre a possibilidade do processo de individuação ser aproximado ao processo de personalização do buscador do Google. As formas como trabalham as produções de sentido dentro desse algoritmo denominado *Hummingbird* é o que estamos analisando. Orlandi (1996) aponta a memória metálica como uma materialidade formal, distintamente da histórica, linearizando o interdiscurso; desse modo, a partir das noções das clivagens subterrâneas, buscar-se-á analisar os gestos de interpretação dos sujeitos/alunos que utilizam a internet, baseados nos resultados dos algoritmos do buscador Google.

Realizou-se, em um primeiro momento, um experimento de forma individual, algumas consultas por palavras-chave, ainda na fase de estudo do buscador, dentro do projeto “Metarede⁷¹”, ambiente colaborativo que pretende funcionar como um “espaço polêmico das

⁷¹O Metarede constituindo-se como um espaço-tempo de fronteiras permeáveis, aberto a professores-pesquisadores e estudantes na área de AD interessados em discutir sobre discursividades *online* e textualidades digitais. É um espaço no qual os diversos grupos de pesquisa na área compartilham suas experiências e trabalham colaborativamente, exercitando novas formas de textualização e autoria. A colaboração tanto pode acontecer a partir do compartilhamento no METAREDE de postagens, que podem interessar à área de AD na medida em que tem algo produtivo para reflexão, quanto se pode colaborar propondo reflexões sobre algo trazido ao *site*. Disponível em: < <https://metarede.wordpress.com/pagina-inicial/>> Acesso em: 10 jan. 2019.

maneiras de ler”, potencialmente capaz de promover “práticas diversificadas de trabalho sobre o arquivo textual”, conforme propunha Pêcheux (2010) em ‘Ler o Arquivo Hoje’.

Após o experimento individual dentro do projeto Metarede, foi realizado um novo experimento, utilizando o espaço acadêmico da Faculdade da Serra Gaúcha, com alunos dos Cursos de Administração de Empresas, Ciências Contábeis e Análise e Desenvolvimento de Sistemas, para realização das simulações com palavras-chave, sem relação com as atividades profissionais/acadêmicas dos alunos dos cursos. As palavras-chave selecionadas foram relacionadas a conteúdos e atividades dos estudos dos alunos.

O conceito Filtro Invisível é utilizado como efeito de sentido para que se possa entender o comportamento dos algoritmos, visto que, após o experimento, foi possível identificar situações diferentes entre os alunos nos resultados de busca, como veremos mais adiante. O Filtro Invisível, que detém regras em formato de algoritmos, filtra as informações que as pessoas recebem por meio de suas buscas e por meio dos históricos da/na internet. A partir desses históricos, são construídos perfis de cada usuário. No nosso caso, além desses perfis, também se buscou a formação dos perfis dos grupos, a fim de entender essa relação de ditos e não ditos dentro do buscador. Então, utilizaram-se as seguintes palavras-chave: filtro invisível, lucro, planilha, software e empresa. Como descrito acima, as palavras foram definidas levando em consideração que elas teriam alguma relação com os cursos, exceto a palavra “filtro invisível”, utilizada sabendo que dificilmente os alunos iriam realizar essa consulta em algum momento. A palavra “empresa” foi definida levando em consideração que todos os alunos, em síntese, trabalhavam em alguma empresa, e esta seria uma palavra comum. A palavra “lucro” está mais relacionada aos cursos de Administração de Empresas e Ciências Contábeis, já a palavra “planilha”, estaria mais relacionada aos cursos de Ciências Contábeis e Análise e Desenvolvimento de Sistemas. Por fim, a palavra “software”, por ser um termo técnico, está mais relacionada ao curso de Análise e Desenvolvimento de Sistemas, no entanto, atualmente, todos os cursos utilizam softwares para suas atividades rotineiras de trabalho.

4.2 O EXPERIMENTO INDIVIDUAL

Diante do exposto, foram realizadas algumas consultas ainda no projeto Metarede, para analisar os resultados obtidos pelo buscador, quanto ao efeito do Filtro Invisível no Google. Para isso, efetuou-se uma busca utilizando a palavra-chave “hotel”, com o mesmo computador, no entanto, em locais diferentes.

No primeiro exemplo, estávamos situados na cidade de Florianópolis, Santa Catarina; no segundo exemplo, localizados na cidade de Caxias do Sul, Rio Grande do Sul.

Google

hotel

Web Mapas Imagens Notícias Shopping Mais Ferramentas de pesquisa

Aproximadamente 2.860.000.000 resultados (0,47 segundos)

Hotéis: Booking.com - Melhor Preço Garantido! Reserve Ja
 Anúncio www.booking.com/Hotéis
 Reserve agora o seu hotel
 Hotéis · Apartamentos de férias · Pousadas · Villas
 Booking.com tem 3.986.493 seguidores no Google+

Hotéis em São Paulo Hotéis Buenos Aires
 Hotéis em Rio de Janeiro Hotéis em Paris

Hotel - Temos Hotéis Perfeitos para Você - Decolar.com
 Anúncio www.decolar.com/Hotel
 Acesse Agora e Reserve em até 12X.
 Férias, Natal e Réveillon · Os Melhores Hotéis · Pagamento Parcelado
 O Site de Turismo Líder em Audiência no País – Época Negócios
 Viagens de Cruzeiro · Melhores Resorts - Brasil - Oferta de Pacotes

Hotéis no HotelUrbano.com
 Anúncio hotel.hotelurbano.com/
 Os Hotéis mais bem Localizados Estão no Hotel Urbano, Confirml

Hoteis.com - Reservas em 435.000 mil hotéis. Hotéis ...
www.hoteles.com/
 Vai viajar de férias? Faça sua reserva na Hoteis.com. Encontre um hotel barato na fazenda ou uma pousada. Temos hotéis baratos com cupons de desconto!
 Hotéis baratos, descontos - Oferta do Dia - Ofertas de Hotéis - Hoteis.com Rewards

Hotel Urbano: Pacotes de Viagens, Cruzeiros, Hotéis e ...
www.hotelurbano.com/
 Pacotes de Viagens, Cruzeiros, Pousadas, Hotéis +azenda e Hotéis pelo mundo!
 Promoções em até 10X S/Juros - A Melhor Agência de Viagens!
 Hotéis - Rio de Janeiro - Login - Pacotes Internacionais

Hotéis, pousadas, hostels e hotel fazenda | Decolar.com
www.decolar.com/hoteis/
 Encontre mais de 150 mil hotéis no Decolar.com. Reserve hotéis, pousadas, hostels, resorts ou um hotel fazenda com o melhor preço. Aproveite!

trivago.com.br - Compare preços de mais de 775848 hotéis ...
www.trivago.com.br/
 Pesquise e compare preços em mais de 269 sites de hotéis. A maior oferta de hotéis pelo menor preço. Hotéis baratos? - trivago.com.br.
 Rio de Janeiro - São Paulo - Balneário Camboriú - Maceió

Hotéis Accor
www.accorhotels.com/
 Reserve Hotéis A Partir de R\$88.
 Pesquise +700.000 hotéis no mundo.

Hotel
www.hoteles.com/
 0800 762 5385
 Hotéis em Mais de 25.000 Destinos
 Em Todo o Mundo. Reserve Agora!

Hotel em Florianópolis
reservations.omnibeas.com/SaibaMais
 Tarifas Promocionais o ano Inteiro.
 Diária a Partir de R\$ 98. Reserve!
 Florianópolis - SC

Hotel na Praia Campeche
www.tamarindo.com.br/
 Pousada Vencedora do TRIP Advisor de Excelência 2014 em Florianópolis

No Cambirela Hotel
www.cambirela.com.br/
 você pode fazer sua reserva online, acesse o site e conheça.
 Florianópolis - SC
 4,0 ★★★★★ 19 comentários

Promoção Pousada Floripa
www.pousadardourado.com.br/Promocao
 Apto com Ar Cond. a partir de R\$ 80
 Garanta sua Reserva em Floripa

Hotéis Baratos
www.jetcost.com.br/Hotéis-Baratos
 Compare Preços de Hotéis Baratos
 Economize até 80% em Jetcost!

Veja seu anúncio aqui »

Hotel próximos a Florianópolis - SC

dom, 12 de jul seg, 13 de jul

Al Mare Palace Hotel 4,0 ★★★★★ 22 comentários - hotel de 3 estrelas R. Jorge Mussi	R\$109	
Oscar Hotel 4,1 ★★★★★ 5 comentários - hotel de 3 estrelas Avenida Hercílio Luz, 760 - Centro	R\$190	
Morro das Pedras Praia Hotel 3,9 ★★★★★ 35 comentários - hotel de 3 estrelas Rua Manoel Pedro Vieira	R\$187	

Mais hotel

Figura 28: Página do Google em Florianópolis - SC

Fonte: Google Disponível em:

<https://www.google.com.br/?gfe_rd=cr&ei=NZxHVenjHYGq8wf70oHQBA&gws_rd=ssl#q=hotel>.

A Figura 28 ilustra o retorno do buscador Google, quando se utilizou a palavra-chave “hotel”. O processo de busca ocorreu na cidade de Florianópolis, dentro da Unisul no dia 05 de abril de 2016. Nota-se que, além dos *links* patrocinados, o buscador já identificou a localização, mostrando os hotéis com respectivos preços, nas cidades próximas a Florianópolis.

Google hotel

Todas Mapas Imagens Notícias Shopping Mais Ferramentas de pesquisa

Aproximadamente 3.280.000.000 resultados (0,67 segundos)

Oferta de Hotéis até -78%
 Anúncio www.trivago.com.br/Hotel
 Reserve Hotéis com o melhor preço. Pesquise +700.000 hotéis no mundo.
 NY a partir de R\$163 - Miami a partir de R\$101 - Recife a partir de R\$100

Hotel: Booking.com - Melhor preço. Sem custos reserva
 Anúncio www.booking.com/Hotéis
 Avaliação de 4,5 ★★★★★ para booking.com
 Reserve em 877.000 + hotéis on-line
 Pousadas - Villas - Hotéis - Motéis
 Reserve Já - Reserve Para Amanhã - Reserve Para Esta Noite - Reserva Segura

dom, 15 de mai seg, 16 de mai

Preço Classificação Classificação do hotel Classificar por

Natur Hotel Balneário 4,3 ★★★★★ - hotel de 3 estrelas Avenida Borges de Medeiros, 3600 - Centro	R\$253	
Hotel Laghetto Gramado 4,2 ★★★★★ - hotel de 4 estrelas Av. Borges de Medeiros, 1700	R\$280	
Hotel Alpestre Gramado 4,5 ★★★★★ - hotel de 4 estrelas R. Leopoldo Rosenfeld, 67	R\$404	

Hotéis.com - Reservas em milhares de hotéis. Hotéis ...
www.hotels.com/
 Vai viajar de férias? Faça sua reserva na Hotels.com. Encontre um hotel barato na fazenda ou uma pousada. Temos hotéis baratos com cupons de desconto!
 Hotéis baratos, descontos ... - Oferta do Dia - Ofertas de Hotéis - Hotéis em Brasília

Hotéis - Reserve Pelo Menor Preço do Brasil! | Hotel Urbano
www.hotelurbano.com/hotéis
 A Maior Variedade em Hotéis! Hotéis baratos em até 10X S/Juros - Faça sua reserva agora e viaje para o Rio de Janeiro, Curitiba, Foz do Iguaçu, Buenos Aires, ...
 Hotéis no Rio de Janeiro - Hotéis em Fortaleza - Hotéis em Buenos Aires - Cancún

Hotéis em promoção, pousadas e hotel fazenda | Decolar.com
www.decolar.com/hotéis/
 Mais de 150 mil hotéis com parcelas de até 6x sem juros! Reserve hotéis, pousadas, hostels ou um hotel fazenda com o melhor preço no Decolar.com!
 Hotéis em Rio de Janeiro - Hotéis em Gramado - Hotéis em Natal - Pousadas

Figura 29: Página do Google em Caxias do Sul - RS

Fonte: Google Disponível em:

<https://www.google.com.br/?gfe_rd=cr&ei=NZxHVenjHYGq8wf70oHQBA&gws_rd=ssl#q=hotel>.

Na Figura 29, é possível visualizar os registros que o buscador Google retornou. O primeiro trazendo hotéis próximos a Florianópolis; o segundo, com hotéis próximos a Caxias do Sul. Vamos analisar esses dois cenários de duas formas distintas: primeiramente, essas diferenças estão relacionadas à localização física da consulta, a saber, o lugar onde se faz a busca. Como no primeiro caso é Florianópolis, logo, os resultados de hotéis são de Florianópolis. Já como a outra consulta foi realizada na cidade de Caxias do Sul, apareceram os hotéis de Caxias do Sul. Além disso, notamos que ambos os resultados trouxeram opções de estada com valores. Isso demonstra que o buscador está tentando entender o ato do usuário em se hospedar; por conseguinte, traz os valores para que se possa tomar uma decisão de compra. Antigamente, quando realizávamos uma busca de hotéis, vinham os *sites* dos hotéis para podermos visualizar seu conteúdo.

Analisando esses conteúdos retornados, identificamos que existem funcionamentos internos dos buscadores que realizam gestos de interpretação do sujeito, do que pode realizar, quando está pesquisando algo. Essas interpretações podem ser corretas ou não, semelhante ao que Pêcheux (2014), em AAD, chamou de problemas de apropriação dos instrumentos; no caso, sendo os instrumentos linguísticos e da informática. Mesmo com poucas interações na ferramenta é possível observar comportamentos diferentes, seja pela localização geográfica advinda do local onde foi realizada a busca, seja pela sequência de significantes trazendo possibilidades de compra. Em outros casos, conforme estudamos, o buscador, sem as buscas personalizadas *Hummingbird*, traria resultados como a explicação do que é um hotel.

A partir do texto sobre as clivagens subterrâneas/contemporâneas da rede, pensado por Gallo e Neckel (2012), é possível discorrer sobre o buscador como instrumento tecnológico, buscando apenas pela base signifiante, em que para entender o lugar discursivo é preciso ter havido a inscrição do sujeito, mobilizando sua memória. Nossa colaboração aqui é apresentada tratando o processo linear do algoritmo, como se fosse uma inteligência artificial que articula e relaciona o sujeito-usuário que está realizando a busca. Toda a construção da regra para retornar os registros é realizada em tempo real, identificando onde o usuário está no momento, históricos, equipamento, entre outros. Isso está relacionado ao conceito, visto anteriormente, em que o buscador utiliza-se do contexto das buscas para compreender o que o usuário está tentando encontrar, para que o algoritmo já traga o resultado “ideal” ou “exato” de retorno.

De acordo com a entrevista da Revista Época, realizada com Eli Pariser, em 2012, quando perguntado sobre o funcionamento dos algoritmos, Pariser respondeu que a personalização de conteúdo surgiu a partir de uma forma de tentar adivinhar o que o usuário, que utiliza os buscadores da internet, queria procurar, quando fornecida uma palavra-chave para

buscar, mesmo esta palavra-chave sendo incompleta. O autor do livro “Filtro Invisível” descreveu que se, “você buscar por ‘Egito’, e suas informações pessoais armazenadas no banco de dados do Google indicarem que você costuma viajar com frequência, é mais provável que os primeiros resultados sejam *sites* de companhias aéreas que vendam passagens para lá.”

Nesse momento, não se está analisando se isso é positivo ou negativo para nossas vidas, estamos tentando entender o funcionamento do buscador, como ele está nos analisando e trazendo o que queremos receber. Por outro lado, está deixando ocultas outras informações, como Pariser destaca no mesmo exemplo: “Se a situação interna no Egito estiver tensa e houver algum tipo de revolta naquele dia, essa informação é tão importante para você quanto para um amigo seu interessado em política internacional.”

Levando em consideração essas diferenças e comportamentos que existem na internet, o buscador vai mostrando alguns conteúdos e omitindo outros, produzindo um efeito de sentido de que tudo que retornou do buscador é o que realmente existe, e não há mais nada. Além disso, identificou-se um efeito de sentido, criado pelo próprio buscador. Esse efeito está baseado na ordenação do algoritmo do Google e na lista de resultados que o buscador retorna. Como mencionado, com o exemplo da busca associativa dos aspectos geográficos.

Buscando leituras sobre efeitos na internet, chegamos aos estudos da discursividade *on-line*, mais especificadamente, da análise do trabalho de Solange Gallo (2008), quando discorre sobre o efeito de sentido “*on-line*”, em oposição ao “ao vivo”. Entendendo também que as redes sociais trabalham na condição de parecerem /serem /estarem *on-line*, sobretudo, quando utilizamos algumas redes sociais como Orkut⁷², Facebook, Youtube e Twitter.

Nesses casos, sempre temos a sensação de que as pessoas estão publicando conteúdos diversos; no entanto, muitas dessas pessoas não estão conectadas na internet. Contudo, quando acessamos nossa linha do tempo, aparecem conteúdos postados por elas, representando um sentido de *on-line*, constituindo acontecimentos discursivos, na medida em que mobilizam as memórias discursivas.

Como no efeito *on-line*, descrito por Gallo (2008), o efeito que estamos analisando utiliza a posição-sujeito usuário, para absorver as determinações específicas e produzir um efeito de sentido determinado, isto é, um efeito de homogeneidade, silenciando / esquecendo as

⁷² Orkut foi uma rede social filiada ao Google, criada em 24 de janeiro de 2004 e desativada em 30 de setembro de 2014. Seu nome é originado no projetista chefe, Orkut Büyükkökten, engenheiro turco do Google. O alvo inicial do orkut era os Estados Unidos, mas a maioria dos usuários foram do Brasil e da Índia. Fonte: Wikipédia. Acesso em: 26 nov. 2018.

ambiguidades. Entende-se por ambiguidades, os possíveis rastros deixados pelo sujeito usuário ao acessar os *links* disponíveis na internet.

Esse sujeito internauta é identificado a partir de um processo de autenticação por meio de seu *login*, para que possa realizar o apagamento de suas ambiguidades. Esse esquecimento, conforme a autora (2008, p. 68), está relacionado ao “processo de autenticação e, ao mesmo tempo relacionando-se ao processo de legitimação, há memória, no nível do sócio-histórico, que posiciona o sujeito no discurso.”

Magno Junior (2007)⁷³ esclarece sobre esses mecanismos de busca e os atravessamentos discursivos em sua dissertação de Mestrado:

Um dos elementos que chamaram nossa atenção, quando analisamos os resultados obtidos a partir da ferramenta Google, foi a maneira como os atravessamentos discursivos afetaram a geração de sentidos a partir dos contextos de busca. O discurso político, midiático, assim como o discurso econômico afetaram de tal maneira a interferência dos sentidos a partir dos mecanismos de busca, que se tornaram mais importantes na filtragem dos resultados que a própria demografia dos significantes. Essa constatação unicamente já seria suficiente para um novo estudo dos atravessamentos relacionados à produção dos sentidos para o sujeito. (MAGNO JUNIOR, 2007, p. 96).

Nesse contexto, utilizaremos a denominação de espaços cambiáveis (GALLO, 2011) para entender o efeito de realidade, apresentado pela autora. Os espaços cambiáveis, descritos por Gallo, utilizados no efeito *on-line*, trabalham como fendas por onde o efeito de atualidade penetra. No entanto, para o efeito que estamos analisando, este está diretamente ligado ao processo de interpretação, que o algoritmo do Google tenta compreender, quando colocamos uma ou mais palavras no campo de texto para busca, para apresentar *links* relacionados a essa(s) busca(s). Dito de outra forma, quando acionamos o buscador para que ele realize uma busca, estamos, ao mesmo tempo deixando que o buscador articule dados de nossa localização geográfica do dispositivo na qual estamos utilizando e também pelo nosso histórico de buscas. Podemos refletir que o buscador procede como um sujeito interlocutor em determinada situação de enunciação, ou seja, não é somente com a máquina que estamos interagindo, mas sim, com um reflexo de nós mesmos que a máquina/computador/*smartphone*.

⁷³ Mario Gerson Miranda Magno Junior, em sua dissertação intitulada: “Instrumentos de busca da web e memória discursiva”, apresentada 2007. Disponível em: <
http://www.leffa.pro.br/tela4/Textos/Textos/Dissertacoes/disserta_141_160/Mario_Junior.pdf> Acesso em:
 11 nov. 2018.

Finalmente, com a identificação do nosso perfil, temos o efeito de que tudo o que está ali é o que queremos ver, pelo menos é isso que o Google justifica, quando silencia outros registros, demonstrando que esses arquivos podem parecer “fechados” e determinados por condições de produção. Diante disso, há uma duplicação da identificação, ou seja, a forma específica de individuação por/pela internet.

4.3 O EXPERIMENTO COLETIVO

Segundo a Revista Exame (2013), na medida em que a internet evolui e que as consultas ficam mais complexas, os antigos sistemas, denominados sistemas tradicionais “*Boolean*”, ou sistemas baseados em palavras-chave, começam a não atender mais às necessidades do dia a dia. Assim, a Google buscou uma evolução em seu buscador para melhor lidar com consultas mais longas e complexas. O buscador *Hummingbird* tem como objetivo combinar o significado das consultas com o de documentos na internet. Essa atualização, de acordo com Diego Ivo, CEO da *Conversion*⁷⁴, empresa especialista em otimização de *sites* para buscadores, deve impactar em cerca de 90% das buscas atualmente utilizadas.

Conforme Amit Singhal, VP sênior de *search* do Google, essa atualização deve afetar 90% das consultas realizadas no buscador em todo o mundo.

Em entrevista para a BBC, Amit, deixou claro que os computadores do Google ainda estão longe de entender, com exatidão, a linguagem da forma como nós humanos entendemos; porém, há um tremendo avanço nessa direção. Amit também ressaltou que o Google vem avançando constantemente no desenvolvimento e aperfeiçoamento da sonhada Inteligência Artificial, fundamental para as ambições do buscador de deixar seu algoritmo cada vez mais humano. (SEO Marketing, 2013).⁷⁵

Pode-se entender, pelas leituras até agora, que a principal mudança do algoritmo do buscador Google *Hummingbird* foi criar uma forma de interpretar as pesquisas realizadas pelos usuários, a partir de uma busca mais articulada. Segundo o Portal Olhar Digital (2012), a busca semântica é a tentativa de fornecer, de forma imediata, para o usuário o que ele deseja, e o *Hummingbird* tem como objetivo deixar as consultas “mais parecidas com o pensamento das pessoas”, dito na AD, como um efeito que é produzido na medida que se simula uma enunciação.

⁷⁴ Portal *Conversion*. A *Conversion* é uma empresa de SEO Estratégico fundada em 2011. Disponível em: <<http://www.conversion.com.br/>>. Acesso em: 03 abr. 2017.

⁷⁵ SEO Marketing. *Hummingbird*, o novo algoritmo de buscas do Google. Disponível em: <<http://blog.seomarketing.com.br/2013/09/hummingbird-novo-algoritmo-buscas-google.html>>. Acesso em: 03 abr. 2017.

Já para a AD, o funcionamento desse processo ocorre por meio de uma memória de seriação, ou seja, a memória metálica que vai acumulando os rastros fornecidos pelos usuários, produzindo objetos culturais de uso. Isso é resultante das inscrições do sujeito pelo acúmulo de um todo armazenado. De acordo com Gallo e Neckel (2012, p. 21), o fato de o buscador não contar com um critério semântico, não significa que o que aparece seja isento, ou neutro ou sem marcas discursivas. O buscador cria um efeito de neutralidade por utilizar, em um primeiro momento, uma seleção de caracteres / palavras de significantes. Nesse caso, isso é só uma parte do processo como um todo; pois, acrescentam-se, posteriormente, elementos relativos às condições de produção das aparições dos retornos fornecidos pelo buscador, a partir da inscrição de sujeitos.

Quando pensamos que o sujeito produz suas marcas na internet, a partir de suas navegações, logo acontece, como o Google consegue, a cada consulta que realizamos, trazer o que queremos ver. Entretanto, isso só acontece devido ao fato de ele levar em consideração as marcas que deixamos, ao utilizar o buscador e/ou navegar nos *sites* da internet. Por conseguinte, este cria um perfil pessoal, que estamos tratando como um cadastro de dados pessoais e preferenciais de um determinado usuário na internet.

De acordo com o Google, o perfil de um usuário pode ser descrito como:

Um perfil do Google é simplesmente o modo como você se apresenta nos produtos Google aos outros usuários do Google. Ele permite que você controle como aparece no Google e mostre aos outros um pouco mais sobre quem você é. Com um perfil do Google, você pode compartilhar facilmente seu conteúdo da *web* em um local central. Você pode incluir, por exemplo, links para o seu *blog*, fotos *on-line* e outros perfis como Facebook, LinkedIn e muito mais. Você tem controle sobre o que as outras pessoas veem. Seu perfil não exibirá informações privadas a menos que você as adicione explicitamente. Você também pode permitir que as pessoas o encontrem com mais facilidade permitindo que seu perfil seja localizado pelo seu nome. Simplesmente, configure seu perfil existente para mostrar seu nome completo publicamente. (GOOGLE, 2010).⁷⁶

Assim, o internauta tem a possibilidade de criar uma imagem de um “eu” ou um novo “eu” projetado como ideal para aquele que o cria. No entanto, como visto, os buscadores criam por si só esse “eu”, não havendo a necessidade de intervirmos nisso. Importante salientar que, a partir das nossas marcas na internet, esse “eu” se torna um *avatar* da internet, não sendo

⁷⁶ Google via Wikipedia. Perfil (comunidade). Disponível em: < [https://pt.wikipedia.org/wiki/Perfil_\(comunidade\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Perfil_(comunidade))>. Acesso em: 30 set. 2017.

criado propriamente por nós, mas sim, pela própria internet. Esta criação estrutura-se por um jogo de poder, em que somos interpretados e recebemos os conteúdos, de acordo com as marcas que deixamos na internet.

Trata-se aqui o conceito *avatar* como: “efeito de uma representação do sujeito na rede”. (PEQUENO, 2015, p. 27). Essa simulação dada pelo algoritmo do Google representa uma simulação do “eu”, a partir de algoritmos interpelando esse sujeito na / da rede. O *avatar* individualizado aqui se refere, segundo Pequeno (2015), ao perfil de nós mesmos, ou seja, uma forma baseada nas nossas preferências, interesses e histórico de acessos.

Em vista disso, pode-se entender que tudo gera um histórico, ou por meio das páginas visitadas, dos *clicks*, ou mesmo pelo tempo que o internauta fica visualizando um conteúdo na internet. De acordo com Pariser (2012, p. 36), o buscador Google “monitora todo e qualquer sinal que consiga obter de nós”; destacando ainda que “os termos que pesquisamos trazem grandes revelações sobre nossos interesses”. No entanto, será que se utilizarmos um grupo de pessoas que detém a mesma atividade, o buscador conseguirá entender? Qual será o comportamento do buscador nesta situação? Como ocorre o processo de personalização, quando utilizado por um grupo?

Para o experimento coletivo, visando a identificar o comportamento do buscador no uso de grupos afins, utilizamos o espaço acadêmico, gerando análises de cada curso. Como cada curso tem suas particularidades, fizemos um estudo sobre as profissões de Administrador de Empresas, Contador e Analista e Desenvolvedor de Sistemas⁷⁷. A disciplina escolhida foi a de Sistemas de Informações Gerenciais, pelo motivo de conter alunos de diversos cursos. A disciplina foi planejada com 19 encontros de três horas/aulas, totalizando 57 horas no primeiro semestre de 2017, todas essas horas realizadas em laboratório de informática com um número máximo de um computador para dois alunos. A metodologia de ensino utilizada centrou-se na atividade reflexiva e interativa do aluno, resgatando suas vivências e experiências sobre o objeto

⁷⁷ Administrador de Empresas: segundo o Guia de Carreiras (2016), tem como principal função planejar, organizar e gerenciar o uso dos recursos pessoais e financeiros de uma organização. Seu principal desafio é elaborar estratégias para melhorar o desempenho das empresas, maximizar os lucros, evitar desperdícios e reduzir os custos. O administrador de empresas acompanha o andamento das atividades da empresa e toma decisões relacionadas a todas as áreas da empresa.

Contador: administra as questões financeiras, tributárias, econômicas e patrimoniais de uma empresa. Em seu cotidiano, trabalha com planilhas, demonstrativos de resultados, contas a pagar e a receber, guias de impostos e muitos números (GUIA DE CARREIRAS, 2016).

Analistas e Desenvolvedores de Sistemas: têm a função de trabalhar principalmente com *software*, podendo atuar em diversas fases de um ciclo de um sistema computacional, como por exemplo, levantamento de requisitos, projeto, especificação, documentação, implantação, testes e manutenção.

do conhecimento. As atividades propostas foram pautadas pela articulação entre o campo do saber e situações relacionadas ao campo profissional.

A turma era formada por 18 alunos do Curso de Administração de Empresas, 14 alunos do Curso de Ciências Contábeis e oito alunos do Curso de Análise e Desenvolvimento de Sistemas, totalizando 40 alunos. Após a explanação no primeiro dia de aula, foram disponibilizados a todos os alunos material de estudo, postado no Portal da Faculdade, sobre assuntos relacionados à disciplina, para que todos realizassem consultas relativas às palavras que desconheciam. O buscador definido foi o Google. Os alunos se reuniram em grupos de quatro e cinco alunos, sendo obrigatoriamente do mesmo curso, ou seja, os alunos deveriam estar cursando o mesmo curso na formação dos grupos.

Para o experimento, os grupos utilizaram sempre as máquinas que haviam escolhido no primeiro dia. Antes de fazer alguma atividade na internet, os alunos deveriam se identificar com seu usuário e senha, tanto no GMAIL (para que o Google identifique quem é o usuário), como nas redes sociais que utiliza. Assim, nos 19 encontros, os alunos obrigatoriamente deveriam realizar suas consultas, independente do assunto abordado na disciplina, a fim de que o buscador criasse uma base de rastros individuais, para posterior utilização do buscador sem a identificação de alunos, mas sim, pelo armazenamento de rastros de todos os alunos que faziam parte do grupo, estes sim, identificados.

Não foi criado nenhum perfil de grupo, o objetivo nesse experimento foi utilizar máquinas iguais, em que cada aluno se identificasse com seu usuário e senha, quando fosse realizar uma busca ou navegar na internet. Após realizar as consultas do experimento sem que fosse identificado nenhum aluno, ou seja, após o computador ligado, foram realizadas as consultas para entender o comportamento do algoritmo. Nossa dúvida e questão eram se o buscador conseguiria armazenar todos os rastros dos alunos, e se não havia utilização de um usuário e senha, qual seria o comportamento deste⁷⁸.

Na segunda parte, foi solicitado aos alunos que, quando quisessem realizar consultas, poderiam utilizar os computadores para buscar conteúdo no Google, mesmo que fosse para outras disciplinas, sendo essas disciplinas específicas ou comuns aos cursos. As palavras utilizadas para o experimento foram: *lucro, software, planilha, empresa e filtro*

⁷⁸Todas as máquinas do laboratório continham as mesmas configurações e antes de iniciar o semestre, todas foram formatadas e instaladas de forma igualitária. Outro detalhe foi que todos os grupos de usuários utilizaram a mesma máquina sempre até o final do semestre, consequentemente, até o término do processo de coleta de dados para este trabalho.

invisível. Salientamos aqui que todos os alunos utilizaram os mesmos computadores desde o início do semestre, ou seja, cada computador foi identificado com o nome do grupo.

Cada palavra foi utilizada em um encontro para a coleta, como havia 19 encontros e nas quatro primeiras aulas os alunos utilizaram para trabalhar e realizaram buscas por diversos assuntos, na quinta aula, foi pesquisado, para este trabalho, a palavra lucro; seguindo, na sétima aula, a palavra *software*; na décima, a palavra planilha; na décima terceira, a palavra empresa; e, por fim, na décima sétima, a palavra filtro invisível. Cada grupo de alunos realizou as pesquisas pelas palavras-chave. Foram agrupados os resultados por cursos com o intuito de observar possíveis relações entre os cursos específicos.

A partir de agora, estaremos descrevendo as consultas realizadas pelos grupos com as palavras *lucro*, *software*, *planilha*, *empresa* e *filtro invisível*, separando por cada curso. No primeiro caso, quando foi pesquisada a palavra *lucro*, obtivemos um resultado semelhante entre os grupos (cursos). Pode-se perceber esse processo, conforme as Figuras 30, 31 e 32 que ilustram respectivamente os Cursos de Administração de Empresas, Ciências Contábeis e Análise e Desenvolvimento de Sistemas.

As ilustrações levam em consideração os resultados relativos aos grupos, caso houvesse uma diferença entre os grupos do mesmo curso, seriam apresentados os resultados diferentes.

lucro

substantivo masculino

1. qualquer vantagem, benefício (material, intelectual ou moral) que se pode tirar de alguma coisa.
2. econ. ganho auferido durante uma operação comercial ou no exercício de uma atividade econômica.

Traduições, origem das palavras e mais definições

Feedback

Lucro – Wikipédia, a enciclopédia livre
<https://pt.wikipedia.org/wiki/Lucro>

Lucro é o retorno positivo de um investimento. Na economia, o termo lucro tem dois significados distintos, mas relacionados. O lucro normal representa o custo ...

História · Lucro normal · Lucro econômico · Categorias de Lucro

Significado de Lucro - O que é, Conceito e Definição
<https://www.significados.com.br/lucro/>

O que é Lucro, Conceito e Significado de Lucro: Lucro é o que se ganha a partir de algo ou alguém; o rendimento; um privilégio ou...

Notícias principais



Ocechi estima distribuir cerca de R\$ 7 bilhões do lucro do FGTS ao trabalhador

G1 - Globo.com · 1 dia atrás



Lucro da Monsanto salta 28,7% no trimestre

G1 - Globo.com · 1 dia atrás



Flamengo tem R\$ 153 milhões de lucro em 2016 e reduz dívida

Coluna do Flamengo · 22 hor...

→ Mais sobre lucro

O QUE É LUCRO REAL - Portal Tributário
www.portatributario.com.br/artigos/o-que-e-lucro-real.htm

Lucro Real é a regra geral para a apuração do Imposto de Renda e da Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL) da pessoa jurídica. Ao mesmo tempo ...

Sinônimo de Lucro - Sinônimos
<https://www.sinonimos.com.br/lucro/>

Sinônimos de Lucro no Dicionário de Sinônimos. Lucro é sinônimo de: rendimento, ganho, juro, renda, produto, provento, dividendo ...

Figura 30: Google busca de palavra-chave *Lucro* pelos alunos do Curso de Administração de Empresas.
Fonte: Dados da pesquisa.

Já é possível verificar, neste primeiro momento, um resultado distinto: como é uma palavra que necessita de explicação, o próprio buscador já traz nos primeiros três resultados uma breve descrição da palavra, somente após, esses retornos informam notícias contendo a palavra *lucro*.

lucro

substantivo masculino

1. qualquer vantagem, benefício (material, intelectual ou moral) que se pode tirar de alguma coisa.
2. econ ganho auferido durante uma operação comercial ou no exercício de uma atividade econômica.

Traduções, origem das palavras e mais definições

Feedback

Lucro – Wikipédia, a enciclopédia livre
<https://pt.wikipedia.org/wiki/Lucro> ▼
 Lucro é o retorno positivo de um investimento. Na economia, o termo lucro tem dois significados distintos, mas relacionados. O lucro normal representa o custo ...
 História · Lucro normal · Lucro econômico · Categorias de Lucro

Significado de Lucro - O que é, Conceito e Definição
<https://www.significados.com.br/lucro/> ▼
 O que é Lucro, Conceito e Significado de Lucro: Lucro é o que se ganha a partir de algo ou alguém; o rendimento; um privilégio ou...

Notícias principais



Occhi estima distribuir cerca de R\$ 7 bilhões do lucro do FGTS ao trabalhador

G1 - Globo.com · 1 dia atrás



Lucro da Monsanto salta 28,7% no trimestre

G1 - Globo.com · 1 dia atrás



FURNAS comemora 60 anos e lucro recorde de R\$ 9,4 bilhões

Ambiente Energia · 7 horas a...

→ Mais sobre lucro

O QUE E LUCRO REAL - Portal Tributário
www.portaltributario.com.br/artigos/o-que-e-lucro-real.htm ▼
 Lucro Real é a regra geral para a apuração do Imposto de Renda e da Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL) da pessoa jurídica. Ao mesmo tempo ...

Sinônimo de Lucro - Sinônimos
<https://www.sinonimos.com.br/lucro/> ▼
 Sinônimos de Lucro no Dicionário de Sinônimos. Lucro é sinônimo de: rendimento, ganho, juro, renda, produto, provento, dividendo ...

Figura 31: Google busca de palavra-chave *Lucro* pelos alunos do Curso de Ciências Contábeis.
 Fonte: Dados da pesquisa.

Observando as Figuras 31 e 32, percebe-se que estas apresentam quase todos os resultados iguais, no entanto, na Figura 32, uma das notícias que aparece na seção “Notícias Principais” é diferente, é relacionada a um time de futebol do Rio de Janeiro, ao Clube de Regatas Flamengo.

Mesmo parecendo suposição do comportamento do algoritmo, é possível pensar que isso pode ter ocorrido devido aos alunos do Curso de Análise e Desenvolvimento de Sistemas serem do gênero masculino; enquanto que no Curso de Ciências Contábeis, há doze alunas do gênero feminino e dois alunos do gênero masculino, mostrando uma total predominância do gênero feminino nestes cursos.

lucro

substantivo masculino

1. qualquer vantagem, benefício (material, intelectual ou moral) que se pode tirar de alguma coisa.
2. econ ganho auferido durante uma operação comercial ou no exercício de uma atividade econômica.

Traduções, origem das palavras e mais definições

Feedback

Lucro – Wikipédia, a enciclopédia livre
<https://pt.wikipedia.org/wiki/Lucro> ▼
 Lucro é o retorno positivo de um investimento. Na economia, o termo lucro tem dois significados distintos, mas relacionados. O lucro normal representa o custo ...
 História · Lucro normal · Lucro econômico · Categorias de Lucro

Significado de Lucro - O que é, Conceito e Definição
<https://www.significados.com.br/lucro/> ▼
 O que é Lucro. Conceito e Significado de Lucro: Lucro é o que se ganha a partir de algo ou alguém; o rendimento; um privilégio ou...

Notícias principais



Oochi estima distribuir cerca de R\$ 7 bilhões do lucro do FGTS ao trabalhador

G1 - Globo.com · 1 dia atrás



Lucro da Monsanto salta 28,7% no trimestre

G1 - Globo.com · 1 dia atrás



Flamengo tem R\$ 153 milhões de lucro em 2016 e reduz dívida

Coluna do Flamengo · 22 hor...

➔ Mais sobre lucro

O QUE É LUCRO REAL - Portal Tributário
www.portaltributario.com.br/artigos/o-que-e-lucro-real.htm ▼
 Lucro Real é a regra geral para a apuração do Imposto de Renda e da Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL) da pessoa jurídica. Ao mesmo tempo ...

Sinônimo de Lucro - Sinônimos
<https://www.sinonimos.com.br/lucro/> ▼
 Sinônimos de Lucro no Dicionário de Sinônimos. Lucro é sinônimo de: rendimento, ganho, juro, renda, produto, provento, dividendo ...

Figura 32: Google busca de palavra-chave *Lucro* pelos alunos do Curso de Análise e Desenvolvimento de Sistemas.

Fonte: Dados da pesquisa.

Quando realizada a consulta pela palavra-chave *software*, todos os resultados foram iguais para os três cursos; inclusive, foi utilizado, conforme a primeira busca, a estrutura de introduzir e descrever o que é o conceito *software*, e após fornecendo serviços para baixar *softwares*.

Observemos também, conforme Figura 33, que os *links* para realizar *download* de *softwares* são de propriedade da Microsoft, isso pode ter ocorrido porque os sistemas operacionais das máquinas utilizadas para a busca são iguais ao do *software*. Ou seja, tecnicamente, para realizar um *download* ou instalar um programa no computador, é necessário que esse programa seja compatível com este sistema operacional. Já discursivamente, pode-se analisar que os dados fornecidos pelo buscador foram silenciados / apagados para programas compatíveis de outros sistemas operacionais, por exemplo, o IOS da Apple.

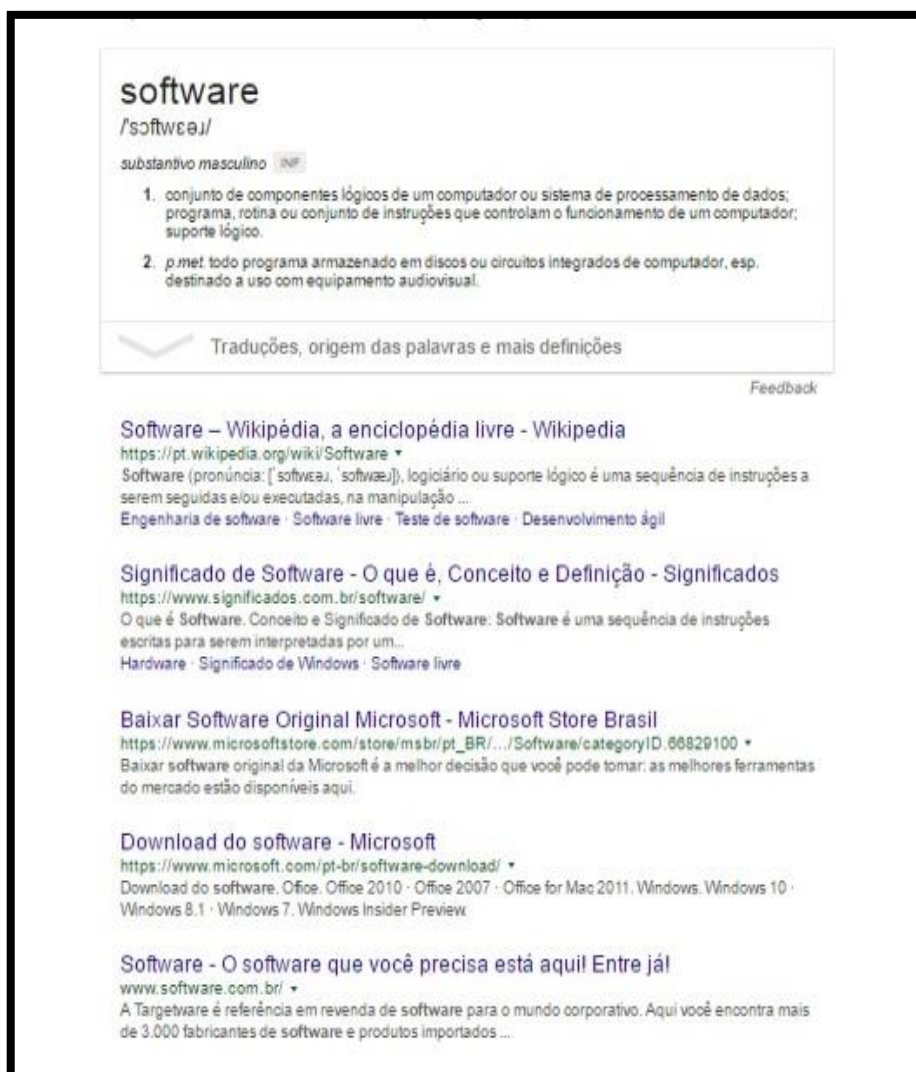


Figura 33: Google busca de palavra-chave *Software* pelos alunos dos Cursos de Administração de Empresas, Ciências Contábeis e Análise e Desenvolvimento de Sistemas.
Fonte: Dados da pesquisa.

A partir da busca pela palavra-chave *planilha*, obteve-se para os Cursos de Administração de Empresas e Análise e Desenvolvimento de Sistemas os mesmos resultados, notando, primeiramente, a opção fornecida pela Google para criar e editar planilhas gratuitamente. Além disso, podemos observar que, diferentemente das palavras *lucro* e *software* traziam inicialmente uma explicação do significado, nesse processo forneciam opções de modelos de planilhas, conforme Figura 34.



Figura 34: Google busca de palavra-chave *Planilha* pelos alunos dos Cursos de Administração de Empresas e Análise e Desenvolvimento de Sistemas.

Fonte: Dados da pesquisa.

Diferentemente da Figura 34, a Figura 35 apresenta uma opção de Anúncio. Os grupos de alunos do Curso de Ciências Contábeis disseram que utilizam muitas planilhas para realizar suas atividades, assim, é possível notar uma opção de propaganda. Observamos, inclusive, na seção de notícias principais, que o primeiro caso abordou modelos de planilhas eletrônicas para gerenciar uma empresa; no entanto, o segundo abordou conteúdos relativos à prestação de serviço.



Figura 35: Google busca de palavra-chave *Planilha* pelos alunos do curso de Ciências Contábeis.
 Fonte: Dados da pesquisa.

Quando utilizada a palavra *empresa*, o comportamento do buscador mostrou que leva em consideração o histórico de cada indivíduo/grupo de pessoas, pois todos os resultados foram diferentes. Percebe-se que, quando a busca relaciona-se a uma localização geográfica ou ao contexto que queremos buscar, o algoritmo já mostra o Mapa no topo, retira os anúncios pagos e mostra qualificações, endereço, telefone e como chegar. De acordo com a Figura 36, os primeiros endereços que apareceram foram de empresas localizadas nas proximidades da Faculdade onde estava sendo realizada a consulta.

Logo em seguida, depois do *link* da Wikipédia, houve notícias do Sindicato das Indústrias Metalúrgicas Mecânicas e de Material Elétrico de Caxias do Sul (SIMECS), todas as empresas citadas nos resultados pertencem a esse Sindicato. O *link* para a empresa Saccaro Móveis, empresa de Caxias do Sul especializada na fabricação de móveis para a classe alta, em seguida, notícias relacionadas a empresas em geral.

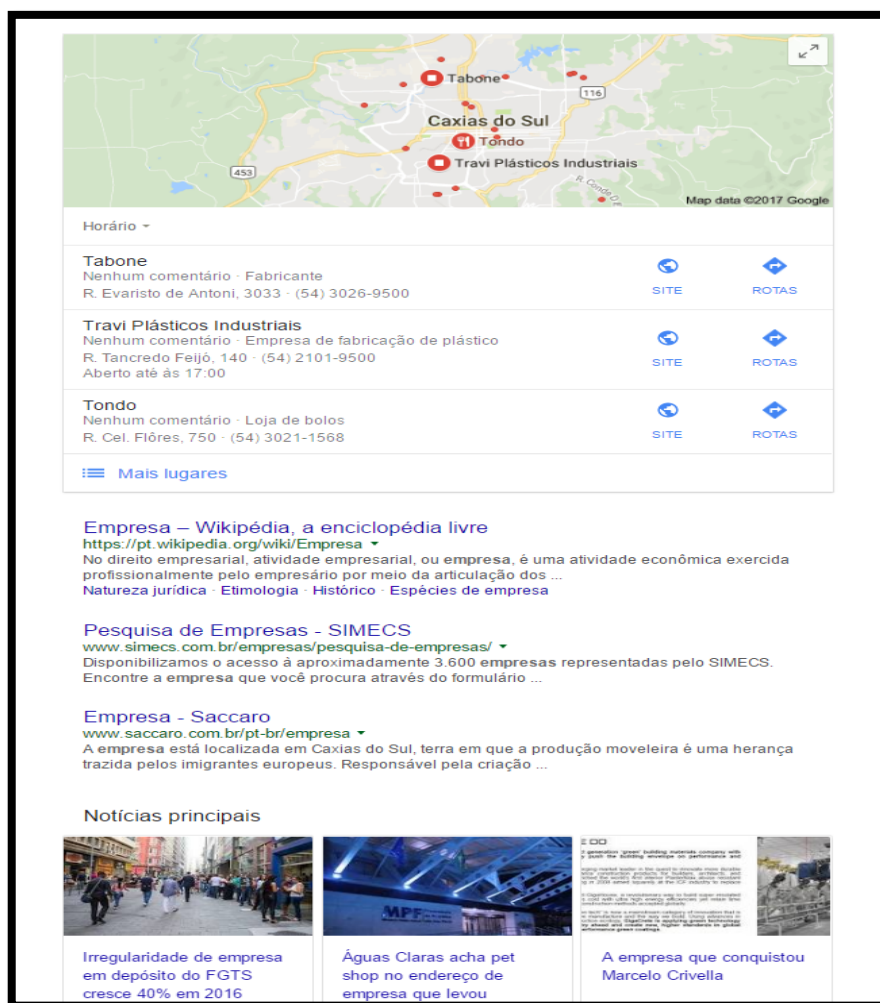


Figura 36: Google busca de palavra-chave *Empresa* pelos alunos do curso de Administração de Empresas.
 Fonte: Dados da pesquisa.

Analisando as Figuras 37 e 38, podemos notar rapidamente a questão de localização, isso porque um grupo de alunos do Curso de Ciências Contábeis residia em Nova Petrópolis. A distância entre as duas cidades é 34km. Quando entrevistado o grupo, um dos integrantes trabalhava na Cooperativa Piá e todos já haviam ido, no mínimo, uma vez à Cervejaria Edelbrau. Além disso, não apareceram os *links* do SIMECS e da empresa Saccaro Móveis, estes substituídos por notícias do Portal Exame.com e Mastercard. Nesse exemplo da cervejaria, pode-se entender que a memória discursiva criou um espaço polêmico, baseando-se a partir das consultas, estabelecendo interpretações de que o sujeito, a partir de suas marcas, tivesse condições de fazer. Em nossa análise, isso ocorreu pela recorrência dos dizeres, ou seja, como foram enunciados, considerando os enunciadores em cada situação específica.

As posições que os alunos ocuparam nas suas enunciações determinaram as condições necessárias para que eles fossem interpretados, definindo e demarcando o lugar por

eles ocupado. Diante disso, investigamos a descrição dos enunciados e as regularidades pelas quais passa sua formação, integrados à história de cada aluno, a saber, sua história decorrente de suas navegações na internet.

A memória discursiva é concebida numa esfera coletiva e social, responsável por produzir as condições necessárias de um funcionamento discursivo, consequentemente, para a interpretação de textos. Nesse aspecto, Pêcheux argumentou que “memória deve ser entendida aqui não no sentido diretamente psicologista da “memória individual”, mas nos sentidos entrecruzados da memória mítica, da memória social inscrita em práticas, e da memória construída do historiador (PÊCHEUX, 2010, p.50). São as redes de memória que possibilitam a retomada de discursos já ditos, atualizando-os à historicidade do acontecimento discursivo. A estruturação da discursividade constitui, por conseguinte, a materialidade de uma memória social determinada historicamente

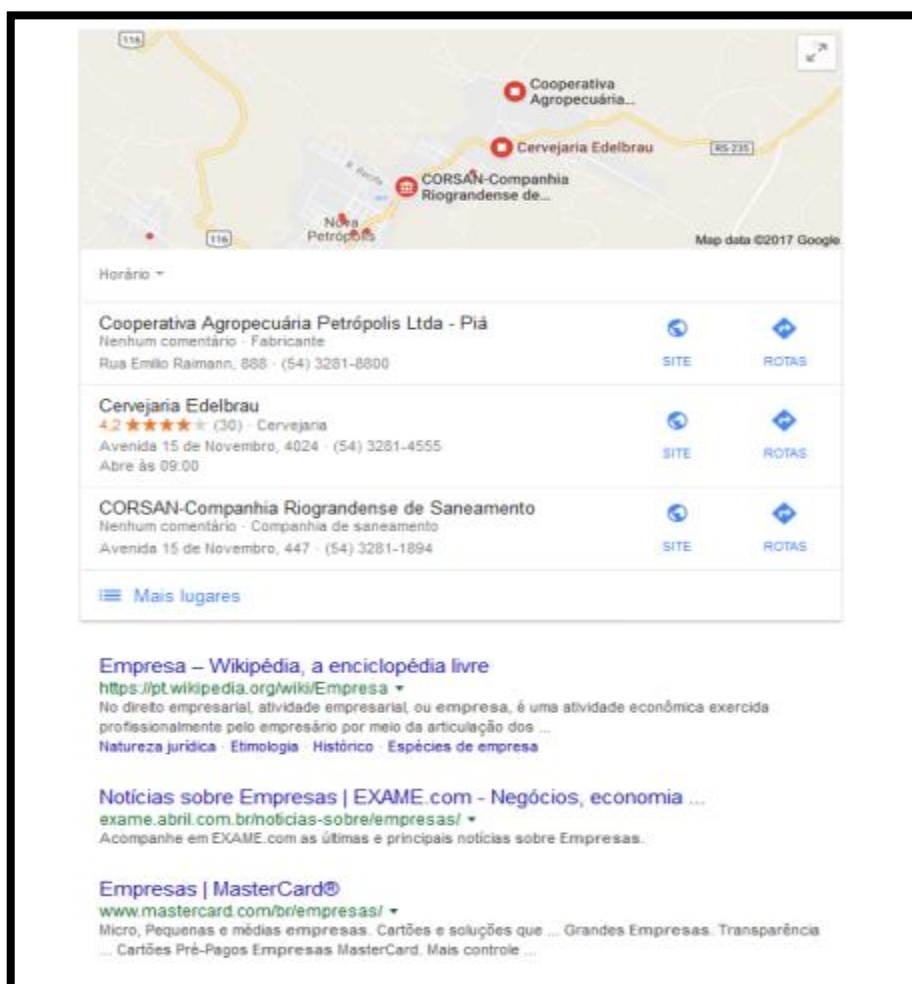


Figura 37: Google busca de palavra-chave *Empresa* pelos alunos do curso de Ciências Contábeis.
 Fonte: Dados da pesquisa.

Contrariamente às Figuras 36 e 37, a Figura 38 apresenta empresas localizadas na cidade de Antônio Prado, já que no Curso de Análise e Desenvolvimento de Sistemas há um aluno desta cidade. Além de visualizar as empresas localizadas no município de Antônio Prado, notamos que existe após o *link* do Portal Exame.com, um *link* para financiamentos e créditos no Portal da Caixa Econômica Federal e um *link* para o Portal Empresa Fácil Paraná, *site* destinado à abertura de empresas.

Outro aluno do curso dispõe de uma Microempresa Individual (MEI) para manutenção e formatação de computadores. Nesse sentido, o algoritmo utilizou a relação com localização geográfica, como no caso da cervejaria, e por isso o buscador retornou empresas situadas na cidade onde parte do grupo morava, ou seja, o algoritmo utilizou-se da relação sócio-histórica para trazer os resultados.

As regras do algoritmo criaram um espaço de retomadas de enunciados anteriores, isso fez com que houvesse um reconhecimento do contexto com base em enunciados passados. A disseminação desses enunciados elaborados permitiu a construção de significados compartilhados. Diante disso, nosso entendimento é que estamos frente a um acontecimento enunciativo, que saberes e sentidos se movimentaram e se (re)organizam, provocando novos efeitos de sentido, mas não a ponto de instaurar uma ruptura. Indursky (2008), a partir da concepção de Guimarães, define acontecimento enunciativo como:

(...) o acontecimento enunciativo implica apenas a instauração de uma nova posição-sujeito no interior de uma mesma FD. Dito de outra maneira: surge aí uma nova fragmentação em relação à forma-sujeito, ou seja, surge aí um novo modo de enunciar os sentidos desta formação discursiva, mas este novo modo não opera pelo viés da ruptura com a formação discursiva e com a forma-sujeito. (...) Surgem novos saberes no interior da mesma FD. Enquanto o acontecimento discursivo remete para fora, é externo à FD que lhe dá origem, instaurando um novo sujeito histórico, o acontecimento enunciativo provoca a fragmentação da forma-sujeito e se dá, por conseguinte, no interior da própria formação discursiva. (INDURSKY, 2008, p. 28-29).

Em suma, a partir do escrito por Indursky (2008), entendemos que nesse nosso experimento não houve uma ruptura capaz de instaurar uma nova discursividade, nem mesmo fez com que o sujeito/aluno/grupo migrasse para outra FD, assim o acontecimento enunciativo reorganizou/reestruturou a discursividade interna da FD, instituindo, conforme conceituou Indursky (2008, p. 25), um “novo modo de lidar com a ideologia, sem que haja o rompimento com o domínio de saber”. Neste exemplo da palavra-chave *Empresa*, é isso que estamos concebendo como acontecimento enunciativo. A diversidade dentro de uma mesma FD.

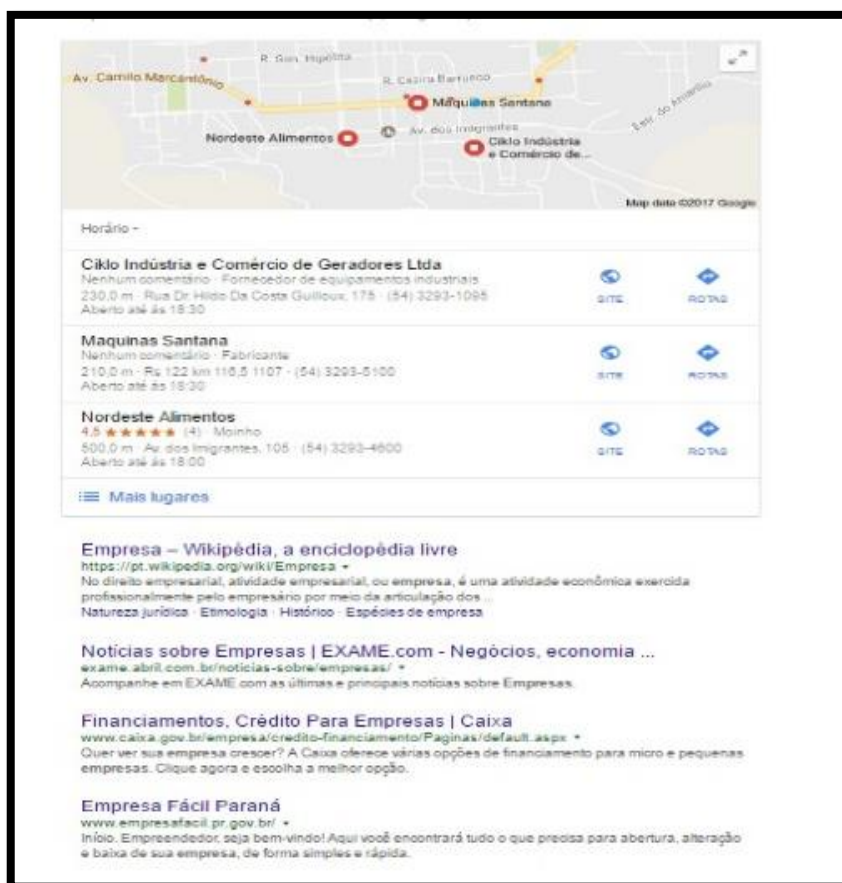


Figura 38: Google busca de palavra-chave *Empresa* pelos alunos do curso de Análise e Desenvolvimento de Sistemas.

Fonte: Dados da pesquisa.

Por fim, realizamos a busca pela palavra-chave *filtro invisível*, em que se obteve como resultados os mesmos *links* para todos os cursos que efetuaram esta busca. Importante salientar aqui que o algoritmo detém dois comportamentos, um de buscar produtos associados de acordo com as palavras “filtro” e “invisível”, separadamente, com o objetivo de fornecer produtos para comercialização, por meio da seção Google Shopping. O outro é relacionado à busca associativa, isto é, com as palavras sem separação, assim os resultados são relativos ao livro “Filtro Invisível”, do autor Eli Pariser à venda nas Lojas Saraiva, Amazon, Submarino, Cultura e Americanas, consoante Figura 39.

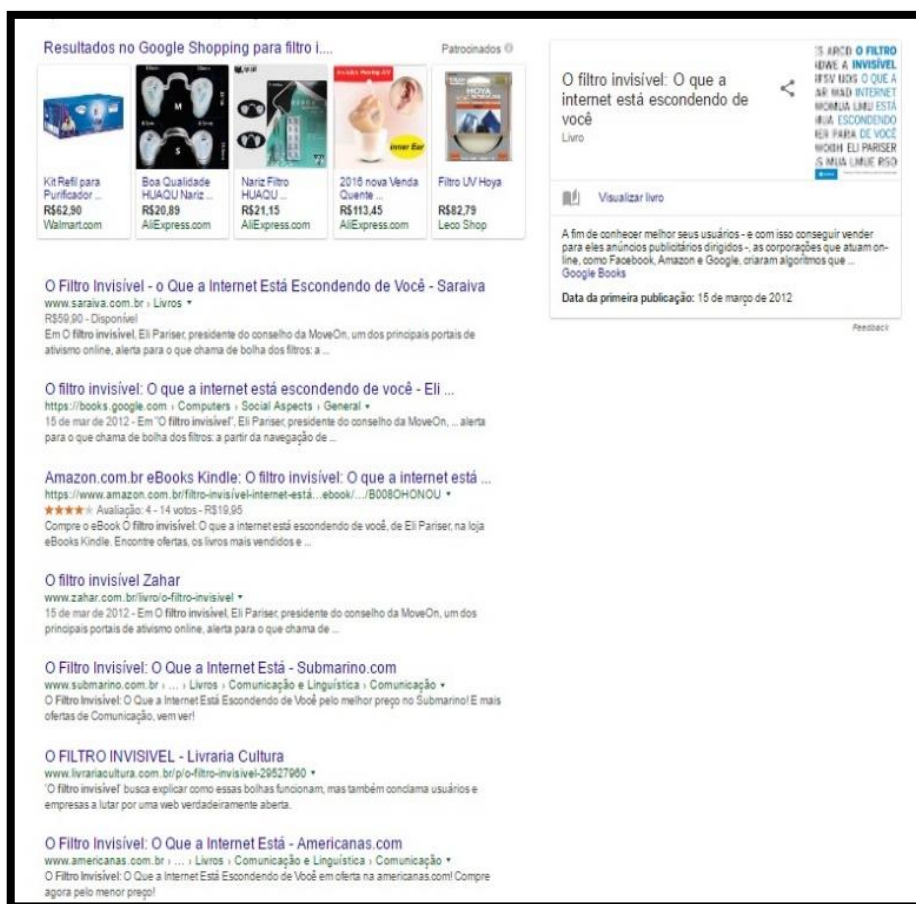


Figura 39: Google busca de palavra-chave *Filtro Invisível* pelos alunos dos Cursos de Administração de Empresas, Ciências Contábeis e Análise e Desenvolvimento de Sistemas.

Fonte: Dados da pesquisa.

Percebemos que, com esses exemplos, é possível visualizar diferentes resultados do algoritmo do Google. O fator principal, para a (re)configuração dos resultados, foi os grupos dos cursos que realizaram tais buscas. A partir disso, deixamos de tratar somente as consultas vinculadas aos alunos de forma individualizada e passamos a tratar um grupo de alunos que se constituiu em uma identidade, considerando todos os alunos desses grupos, conforme sua navegação, isso fez com que os algoritmos trouxessem também resultados diferentes dentro do Google utilizando a mesma palavra-chave.

Mesmo que os alunos utilizassem seus usuários pessoais nas buscas anteriores, quando as buscas foram realizadas sem usuário, mas na máquina do grupo, houve outras conexões. Observou-se resultados diferentes do Google, a saber, a forma de interlocução dos grupos por cursos que influenciou os resultados do buscador. Nesse sentido, podemos concluir que as buscas dos usuários dos grupos, a partir de seus *logins*, levaram em conta as características individuais e o histórico na internet que, nesse caso, foram trabalhadas na relação de uma internet colaborativa. Essa *web* colaborativa está também relacionada à etapa da WEB

2.0, que além de podermos interagir dentro da *web*, podemos incluir vários usuários dentro de um grupo e visualizar comportamentos diferentes da internet, não somente tendo em conta um usuário (*login*) sozinho, mas sim, um grupo de *logins*.

Nesse contexto, em nosso experimento, todos os alunos criaram um perfil a partir de seus *logins*, que não contam, obrigatoriamente, com características pessoais. Eles serviram para navegação dentro da internet com o objetivo de criar marcas (consultas, postagens e visualizações). Os alunos utilizaram esse perfil/login para acessar redes sociais, bem como realizar consultas em buscadores e na internet. Os perfis consideraram, no nosso experimento, os cursos de graduação de cada aluno. As interações com as redes sociais e os buscadores serviram de base para que os algoritmos criassem um novo perfil de grupo, ao não serem identificados os *logins* pessoais na internet. Entendendo que é possível criar *logins* dentro da internet independentemente da origem geográfica ou mesmo social, cada aluno, com seu *login*, foi produtor de suas informações. Na AD, entendemos que as navegações e postagens na internet não são suficientes para que haja uma democratização da informação, é necessário que haja uma circulação na rede e uma proliferação de navegações/buscas/postagens graduais para que possa gerar efeitos de sentido, quando houver um acesso na internet.

A partir deste experimento, concordamos com Foucault (2013) que os procedimentos de controle implicam que nem todos têm acesso a todos os discursos, no nosso caso, isto é muito importante; pois, com a realização das buscas pelos alunos a partir de seus *logins*, foi possível visualizar que existem discursos excluídos, ou seja, cada sujeito-internauta, conforme sua consulta, vai excluindo outras possibilidades. O mais interessante nisso tudo é que por iniciativa pessoal e à medida que vai se clicando nos *links* disponíveis, teremos acesso a diferentes conteúdos que estão atravessados por diferentes discursos.

Também é possível entender que todo esse processo de busca, envolvendo os sujeitos, internet e grupos, ocorre em um primeiro momento em uma FD, com dominante que é a Academia (Faculdade). Esses sujeitos-internautas são atravessados por outras FDs que correspondem às suas posições na sociedade (alunos, profissionais das áreas, etc.). Percebe-se que essas posições são marcadas pelos hipertextos acessados por esses sujeitos, de acordo com a relação de busca produzida por determinados interesses.

Nota-se que o Filtro Invisível, nos exemplos acima, obteve resultados diferentes, como na notícia do time do Flamengo, que aparece para os alunos da Área de Tecnologia, suprimido para os demais. Isso pode ter ocorrido pelo fato de que todos os alunos que formavam o grupo de Tecnologia têm um perfil masculino, o que não ocorre em sua totalidade nos outros grupos. É importante salientar que gostar de futebol não é um atributo somente dos homens;

no entanto, com a junção de perfis individuais, tem-se a ideia de que os mecanismos de busca interpretaram esse aspecto social.

A modificação dos resultados do Google é marcada pela filiação a determinados sentidos e não a outros, ou seja, o futebol muitas vezes está ligado ao gênero masculino, talvez por isso o comportamento do algoritmo levou em consideração, para os resultados de futebol o grupo formado somente por homens. Baseado neste experimento, pode-se, em uma primeira análise, identificar que o acesso à internet seria o mesmo para todos, como se todos os sujeitos da tecnologia tivessem acesso aos mesmos arquivos, inclusive sobre as mesmas regiões de memória. Entretanto, é possível identificar as ausências dos conteúdos, comprovando, assim, essa diferença.

Tanto os alunos como os internautas, na condição de sujeitos, podem ocupar determinada posição discursiva quando estão na internet, visto que eles dispõem de condições de relacionar-se com os discursos e inscrever-se nos sentidos, sobretudo, os que os cercam. A repetição de consultas e cliques mobiliza a constituição da memória metálica, que é sempre já discursiva, produzindo evidências sobre si mesmos, relacionando a alguns sentidos e a outros não.

5 O(S) ARQUIVO(S), O SILÊNCIO E A INDIVIDUAÇÃO: UMA PROPOSTA DE ANÁLISE

A partir dos experimentos, individual e coletivo, apresentados no capítulo anterior, analisar-se-á discursivamente o processo realizado pelo buscador do Google na versão *Hummingbird*. Para tanto, mobiliza-se as noções de silenciamento, arquivo(s), individuação, clivagens subterrâneas e formações discursivas. Para isso, inicia-se este capítulo retomando nosso problema de pesquisa que se refere à pergunta sobre se o processo de individuação pode ser aproximado ao trabalho do buscador do Google, bem como nosso objetivo geral que é analisar discursivamente a possível existência do processo de individuação no buscador.

Consoante visto anteriormente, os alunos acessaram diversas páginas da internet, englobando temáticas diferentes, isso ocorreu ao utilizar seus *logins* e senhas para navegar de forma aleatória; posteriormente, foram propostas as palavras-chave para a realização de buscas no experimento coletivo. Pudemos observar que o buscador caracterizado como automático (elaborado por regras de computação), não produziu algo igual, ou seja, sempre houve uma interpretação da relação histórica de navegação do aluno. A equiparação entre relações dos alunos, quando de suas navegações, possibilitou novas inscrições em diferentes FDs de acordo com cada palavra-chave buscada. As buscas sem *login*, isto é, a consulta a partir dos grupos, produziu para nossa análise novas condições de produção sobre as buscas retornadas. A partir daí, foi possível mobilizar outros sentidos, apagando e silenciando outros, referentes às palavras-chave que serão demonstradas no decorrer deste capítulo.

Esse jogo entre dizer e silenciar aconteceu pelos movimentos das FDs e da memória discursiva, como observamos quando os alunos buscaram pelas palavras *lucro*, *planilha* e *empresa* no experimento coletivo. Já no experimento individual, a palavra *hotel* relacionou-se, especificamente, com a relação geográfica por meio da localização física das consultas.

A identificação dos alunos, isto é, o *login* realizado por eles, foi de extrema importância para a análise. Isso se deve ao fato de que cada aluno, em suas consultas, identificou-se como sujeito da/na internet. Para entender melhor esse processo de identificação, vamos tratar esse ponto como uma identidade individual na internet, a partir do fornecimento de um usuário e senha no próprio *site* do Google pelos alunos.

Aqui, utilizamos dois processos distintos nos nossos experimentos, o primeiro baseando-se no fornecimento de um *login* e senha para que fosse identificado quem era o usuário navegando na internet, em consequência, realizando buscas no Google. No que diz respeito ao segundo processo, destinou-se a não identificação de um usuário, mas sim, do grupo

e a relação histórica de navegações dos alunos que utilizaram aquele equipamento, identificado no semestre.

Então, como é possível aos algoritmos do Google analisar nosso histórico de navegações da internet sem nos identificarmos? O mapeamento que a internet está produzindo de um acesso individual/único, quando de nossas navegações, está cada vez mais presente, mesmo não nos identificando por meios de nossos *logins* e senhas.

Nesse contexto, considerando a noção de arquivo, ao refletir sobre a constituição de cada *login* e senha; Silva (2018, p. 55) apresenta como “um conjunto de materiais que são reunidos, (re)organizados, armazenados fisicamente e/ou em formato digital (...) de domínio de alguém ou de uma instituição que pode gerenciar este arquivo (...) e que exerce sobre ele o poder de decidir sobre sua disponibilidade (ou não) a um possível leitor”. Mesmo sabendo que tecnicamente os bancos de dados são *softwares*, sendo possível visualizar seu conteúdo, discursivamente, pondera-se que a materialidade do arquivo não é restrita àquilo efetivamente visível. É necessário trabalhar na produção de gestos de leitura-interpretação sobre o arquivo que considerem sua dimensão institucional, bem como suas relações materiais com o discurso, lembrando que nesse processo há sempre o atravessamento da ideologia.

Silva (2018) destaca sobre essa questão que:

(...) transitar entre o empírico e o discursivo do arquivo exige que consideremos tanto questões que dizem respeito ao modo como o arquivo institui e administra ‘técnicas’ de classificação, organização e circulação dos documentos e dos saberes-dizeres-sentidos, quanto os aspectos políticos, que perpassam a dimensão institucional inerente ao seu funcionamento, não porque todo arquivo seja necessariamente fundado a partir de uma instituição, mas porque seus processos de constituição, formulação e circulação se estabelecem por meio de uma institucionalização do poder dizer-fazer, do poder significar e, portanto, dos gestos de leitura. (SILVA, 2018, p. 56).

Deve-se considerar que esses arquivos gerados pelas nossas buscas, relacionaram-se às memórias que os constituíram, pois existiu uma retroalimentação. Sendo assim, entendemos que a reprodução-transformação dos complexos e heterogêneos conjuntos de dizeres-fazer-sentidos inerentes às práticas que especificaram os arquivos, levou em consideração os próprios arquivos que regulamentaram na condição de processos inerentes à sua dinâmica. Os arquivos formaram, segundo Silva (2018, p. 77), um lugar de clivagens onde a “lei e a singularidade se cruzaram apresentando o que é visível ou não.”

Em nossa pesquisa, toda a vez que um aluno entrava com seu *login* e senha para navegar, o arquivo possibilitava um novo arquivo discursivo com novos campos de saberes e dizeres baseados na relação sócio-histórica do sujeito-aluno, visto que mesmo entendendo que

era uma nova consulta, havia o armazenamento dos rastros para uma consulta futura. Silva (2018), ao desenvolver os conceitos de arquivo em Derrida (2001), explica que o arquivo está sempre em movimento, estabelecendo-se num jogo de diferenças e contradições entre rastros que se inscrevem no próprio arquivo e que, pela circulação e disseminação, (re)produzem e/ou transformam os enunciados e seus possíveis (efeitos de) sentidos.

Tendo em conta que na programação de um *software* é possível saber o momento exato de uma (inter)ação, em nosso experimento, discursivamente, entendemos que não é possível mapear o momento e o lugar exato em que um arquivo inicia e finda. Assim como não é possível definir quais foram os dizeres-saberes-sentidos que foram próprios do banco de dados (campo de documentos) específico pela consulta.

Pequeno (2015), ao analisar as redes sociais, trouxe muitas reflexões teóricas sobre o arquivo e a circulação dos sentidos no que tange à internet, corroboramos quando ele define que o arquivo não funciona em termos de uma somatória de arquivos, mas como um princípio de circulação. Em outras palavras, “um sistema geral de produção de arquivos, de circulação do sentido, que opera de acordo com o princípio histórico-ideológico” (PEQUENO, 2015, p. 28).

Silva (2018, p. 97) aponta em suas observações quanto aos aspectos técnicos que: “assumindo que as (in)determinações do tecnológico sobre o arquivo não são indiferentes ao político, podemos pensar os arquivos não apenas em termos dos aspectos técnicos, mas também (e sobretudo) em termos de políticas de arquivo enquanto processos discursivos.”

Pelos nossos experimentos, por meio da programação dos algoritmos, foi possível identificar diferentes lógicas atribuídas aos rastros, quando comparamos as consultas sem identificação (grupo). Assim, questiona-se: como é possível aos algoritmos do Google conseguir criar um universo de informações exclusivas para cada um de nós, quando nos identificamos e quando não nos identificamos? Há duas formas de responder a essa pergunta: a primeira, com o que Pariser (2012) classificou como bolha dos filtros, ou seja, um processo que altera o modo como nos deparamos com ideias e informações. O autor ainda destaca que essa bolha do filtro dispõe de três dinâmicas: a) estamos sozinhos na bolha; b) a bolha dos filtros é invisível; c) não optamos por entrar nela, isso é automático, a saber, não temos escolha.

De modo discursivo, utilizando Pêcheux (2010) com a noção de “clivagens subterrâneas”, consideramos que houve gestos de interpretação a cada marca deixada pelos alunos que mobilizaram a memória, e este processo decorre da/dessas clivagem(ns). Logo, pode-se afirmar que a memória metálica funcionou como reguladora pelas clivagens subterrâneas, quando estas foram determinadas por limitações de ordem técnica, por critérios

arbitrados, isto é, regras dos algoritmos. Portanto, a memória metálica foi constituída por meio de efeitos de silenciamento/apagamento, produzidos pelas clivagens e estas, por sua vez, estabeleceram o que foi visível e não visível pelos alunos.

Partindo da ideia de que na internet temos um usuário e senha para acessar contas de *e-mail* e de redes sociais, como foi possível identificar os alunos quando não estavam logados? Quando acessamos à internet, tem-se a noção de que podemos percorrê-la do modo que quisermos, nos permitindo navegar em *sites* e fazer diversas buscas, acreditando estar livres, uma projeção do imaginário para fazer o que quisermos nesse espaço virtual. Na internet, embora não pareça que somos controlados, somos sujeitos atravessados por clivagens subterrâneas e arquivos que produzem sentidos. Entendendo Althusser (1992) em *Aparelhos Ideológicos do Estado*, refletimos sobre a relação do sujeito com a história e com a língua, logo, gerando o sujeito ideológico. Esse sujeito, que ocupa lugares sociais, acredita ser o “dono” de suas ações, quando na verdade é interpelado ou assujeitado pela ideologia.

Orlandi (2003, p. 57) identifica que a base do que denominamos como assujeitamento está relacionada ao processo de obtermos uma “liberdade sem limites e uma submissão sem falhas”. Tratamos a forma sujeito-histórica que corresponde à da sociedade atual, que representa bem essa contradição, ou melhor, “um sujeito ao mesmo tempo livre e submisso”.

Quando os alunos informaram seus usuários e senhas, estes realizaram várias atividades de navegação e buscas; desse modo, criaram-se identidades sociais que, de acordo com nossas buscas, *sites* visitados, amigos, relacionamentos, expomos valores e crenças. É possível perceber que a internet cria uma visão nossa de mundo a partir do(s) grupo(s) social(is) ao(s) qual(is) pertencemos. Na perspectiva da AD, criamos significados que interferem no mundo, estes, por sua vez, no caso dos buscadores, prever com certa eficiência nossas “intenções”, pela nossa relação com nossas crenças, classes sociais, etnias, política e localização, ou seja, nosso laço social.

Segundo Pariser (2012, p. 20), quando entramos na bolha de filtros, permitimos que as empresas que a desenvolveram escolham os caminhos pelos quais iremos passar, ou seja, isso já está preestabelecido nos algoritmos desenvolvidos. Assim, podemos ser levados a uma espécie de determinismo informativo, “no qual aquilo em que clicamos no passado determina o que veremos a seguir.”

A cada interação dos alunos, estabeleceram-se novas formas de relações com a produção e sentidos. Orlandi (2007) salienta os movimentos na internet, para ela, o sujeito sempre inscreve sentidos e realiza interpretações durante todo o seu processo de navegação,

visto que não há como escapar da função de interpretar, pois ela faz parte das necessidades do sujeito e, no processo de significar, o sujeito constitui-se.

A partir do histórico de navegação dos alunos, os algoritmos estabeleceram a relação com enunciados anteriores, com a memória discursiva, oferecendo condições de interpretar a transformação das diferentes consultas com os sujeitos-alunos. Observamos que, através do processo de silenciamento/apagamento de links, os algoritmos buscaram identificar o que os sujeitos-alunos gostariam de visualizar. Dito de outra forma, interferir na relação dos sujeitos-alunos com os sentidos nos quais estavam inscritos de acordo com as palavras-chaves buscadas e histórico de navegações anteriores. Além disso, podemos ponderar sobre os efeitos de sentido que os algoritmos do Google utilizaram para retornar diferentes conteúdos para as mesmas palavras-chave. No experimento individual, por exemplo, os algoritmos apagaram alguns registros de hotéis, determinando o que era possível visualizar pelo sujeito-usuário.

Constatamos, desse modo, um atravessamento do discurso capitalista dos anúncios já direcionando para alguns hotéis e empresas de publicidade que pagam para serem classificados nos primeiros lugares, conforme Figuras 40 e 41. O discurso capitalista é observado nos experimentos acima, e é preciso entender o funcionamento do capital como “valor” na internet. A partir do nosso uso, trata-se da agregação de poder como forma de venda de informações, consequentemente, a lógica das leis de mercado. Lacan (1992), no Seminário Livro 17: O Avesso da Psicanálise, trata dessas questões do ato de comprar e vender postulando sobre o discurso capitalista: “O saber, como tal, passa a valer o quanto se pode vender e comprar dele”. Conforme Souza (2003 apud PASSONE 2013, p. 416), “o discurso capitalista foi formulado por Lacan (...) como sendo o laço social dominante da sociedade contemporânea”. Trata-se aqui do Google *AdWords*⁷⁹, uma plataforma de anúncios do Google.

No caso dos anúncios dos hotéis, podemos notar que o discurso capitalista está induzindo um sujeito, sustentado pelo desejo capitalista, desejo que o leva a consumir, a querer alugar ou se hospedar em um hotel, como objeto de consumo. Segundo Souza (2003, p.141 apud PASSONE, 2013, p.414), desde que os “objetos tornam-se acessíveis àqueles que os produzem, eles [os proletários e os escravos] acomodam-se e, sem desespero, são usados pelo capital”.

⁷⁹ O Google *AdWords* é a plataforma de anúncios do Google. Sua primeira versão foi lançada em 2000 e desde então ela vem liderando o mercado. Em 2016, a receita publicitária do Google *AdWords* foi de US\$79 bilhão de dólares. O segundo lugar ainda está longe: é a plataforma de anúncios do Facebook, com US\$26 bilhões. - <https://ads.google.com/>

Assim, é possível observar o domínio do discurso capitalista nos algoritmos do Google, na medida em que os anúncios e as formas são apresentados na lógica do capitalismo.

The screenshot displays a Google search interface with several hotel-related advertisements. On the left, there are three main ad blocks: one for Booking.com with a 'Reserve Ja' button, one for Decolar.com with a 'Reserve em até 12X' offer, and one for HotelUrbano.com. On the right, there are two more ad blocks: one for Trivago.com offering a '-78%' discount, and one for Accorhotels.com. At the bottom right, there is a link for 'Hotel em Florianópolis'.

Figura 40: Anúncios Hotéis Busca Hotel em Florianópolis - SC

Fonte: Google Disponível em:

<https://www.google.com.br/?gfe_rd=cr&ei=NZxHVenjHYGq8wf70oHQBA&gws_rd=ssl#q=hotel>.

The screenshot displays a Google search interface with several hotel-related advertisements. At the top, there is a large ad for Trivago.com offering a '-78%' discount. Below it, there is an ad for Booking.com with a 'Sem custos reserva' offer. The ads include various details such as prices for different destinations (NY, Miami, Recife) and a 4.5-star rating for Booking.com.

Figura 41: Anúncios Hotéis Busca Hotel em Caxias do Sul - RS

Fonte: Google Disponível em:

<https://www.google.com.br/?gfe_rd=cr&ei=NZxHVenjHYGq8wf70oHQBA&gws_rd=ssl#q=hotel>.

Observamos também o funcionamento do algoritmo apagando/silenciando os links que poderiam direcionar os alunos-sujeitos para a explicação do que é um “Hotel”, em contraposição, levar em consideração que eles já sabem o que é um “Hotel”, e direcioná-los para ofertas de acomodações em Hotéis ou mesmo em sites que realizaram esses procedimentos de busca automática. Isso demonstra novamente as marcas do discurso capitalista inseridas nas

regras do algoritmo. Se observarmos os outros exemplos do experimento, os primeiros registros que retornaram trouxeram informações sobre a palavra buscada. Já no caso do “Hotel”, não foram retornados esses registros, como por exemplo, a Wikipédia, site referenciado para trazer conceitos, não apareceram nesse exemplo. Para retornar ao conceito de hotel, foi necessário colocar ao lado da palavra hotel a palavra “significado”. Em vista disso, apareceu o significado da palavra hotel na Wikipédia⁸⁰ conforme Figura 42.

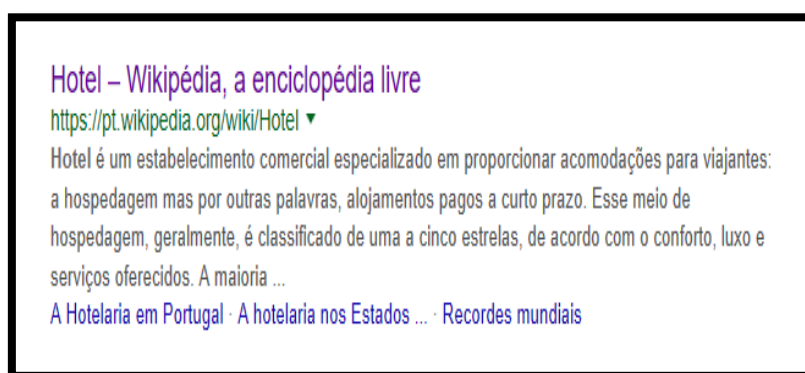


Figura 42: Busca por “Hotel Significado” no Site da Google.

Fonte: Google Disponível em:

<https://www.google.com.br/?gfe_rd=cr&ei=NZxHVenjHYGq8wf70oHQBA&gws_rd=ssl#q=hotel+significado>.

Outro aspecto interessante na consulta pela palavra-chave “Hotel” é que não apareceram registros com a oferta de Pousadas, entendendo assim que o algoritmo não referenciou palavras com a mesma utilidade, visto que, quem está procurando por hotéis, também poderia estar buscando na mesma consulta por pousadas. Assim, realizamos uma nova busca por palavra-chave “Pousada” para verificar se o algoritmo retorna hotéis. Diante disso, notamos que nosso experimento com a palavra “Pousada” retornou hotéis, mesmo não havendo a referência “Pousada” em seus nomes. Nesses casos, podemos salientar o Cosmos Hotel e City Hotel, estes não têm a imagem de anúncios pagos, conforme se pode observar na Figura 43.

Percebe-se que as palavras “Hotel” e “Pousada” contam com grafias diferentes, mas podem ter o mesmo significado para o sujeito-usuário. Assim, obtemos um exemplo que para o sujeito-usuário essas palavras podem remeter ao mesmo sentido, um local de acomodação. Esse “texto” organizado por meio de signos e códigos não conseguiu contribuir para que a

⁸⁰ Site Wikipedia. Hote”. Hotel é um estabelecimento comercial especializado em proporcionar acomodações para viajantes: a hospedagem mas por outras palavras, alojamentos pagos em curto prazo. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Hotel>>. Acesso em: 05 jan. 2017.

mensagem apresentada fosse compreendida de forma unívoca, uma vez que, quando pesquisado pela palavra “Hotel”, não voltaram as pousadas, ao contrário, ao buscar a palavra “Pousada”, retornaram os hotéis.

Nesses cenários, pode-se observar a mobilização da memória metálica que realizou, a partir das clivagens subterrâneas, efeitos de silenciamento. Nesse sentido, compreendemos que o equipamento/técnico/regras/algoritmo não conseguiu contribuir para a mensagem exata. Tecnicamente, no primeiro caso, não havia relação associativa da palavra-chave “Pousada” como sinônimo da palavra-chave “Hotel”; no entanto, existia relação associativa entre as duas palavras.

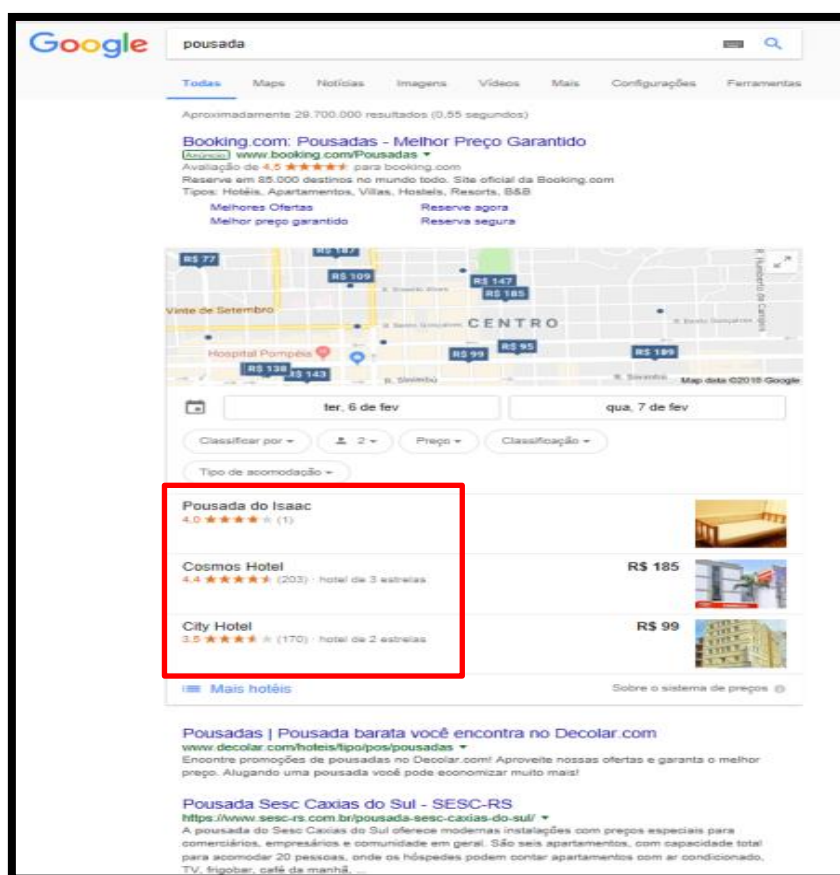


Figura 43: Busca por *Pousada* no Site da Google.

Fonte: Google Disponível em:

<https://www.google.com.br/?gfe_rd=cr&ei=NZxHVenjHYGq8wf70oHQBA&gws_rd=ssl#q=pousada>.

Por conseguinte, deduzimos que tudo que se executa na internet determina o que é visualizado no futuro. Os rastros de nossos caminhos e comportamentos são armazenados para que possa ser criado um tipo de registro da nossa trajetória na internet. Para a AD, mobilizamos o conceito de materialismo histórico em que o “modo de produção da vida material condiciona

o conjunto de processos da vida social, política, etc.” (ORLANDI, 2016, p.12). A materialidade histórica faz parte da nossa vida em sociedade, define a forma da nossa organização social ao longo da nossa história.

Todas as ações realizadas pelos alunos na internet afetaram os resultados do buscador; nesse contexto, vivencia-se um cenário na internet em que a informação fornecida induz resultados de consultas futuras. Diante disso, a partir de uma identificação, somos direcionados a navegar cada vez mais; visto que somos induzidos a acreditar no que já ouvimos ou vimos antes.

Os filtros, segundo Pariser (2012), criam uma plataforma para fazer com que cliquemos mais e mais, ou seja, quanto mais rápido o sistema entende o usuário, mais provável que você fique aprisionado nesse ciclo.

Se você é um usuário do Facebook, provavelmente já se deparou com este problema. Você checou a página de uma antiga colega de faculdade chamada Sally, levemente curioso em saber o que ela anda fazendo depois de tantos anos. O Facebook interpreta isso como um sinal de que você se interessa pela vida de Sally, e de repente Sally passa a aparecer repetidamente no seu *feed* de notícias. Você continua levemente curioso, por isso clica em algumas das novas fotos que ela postou com seus filhos, marido e cachorros, confirmando o palpite do Facebook. Da perspectiva do Facebook, você aparentemente tem uma relação com essa pessoa, mesmo que vocês não tenham se comunicado nos últimos anos. (PARISER, 2012, p. 114).

Para Orlandi (2006), esse é o efeito de completude, visível nesse processo de relação que o sujeito estabelece com a memória metálica. Nesse sentido, ao navegar e consultar, o Google armazena tudo que fizemos; como no caso da memória que acumula sem parar. Com essas informações armazenadas, é possível então que os algoritmos entendam, busquem e definam o que deveremos visualizar no retorno das consultas. Constata-se que existe uma seleção do que é necessário para o funcionamento dos algoritmos.

No Google, nossos rastros são armazenados em bancos de dados⁸¹ e classificados como “dados dos usuários”, disponibilizados em relatórios semestrais de transparência, quando há solicitações de pedidos governamentais, conforme publicado no Portal Olhar Digital, do mês

⁸¹ Como estamos tratando de internet e tecnologia, devemos relacionar a capacidade de armazenamento da internet ao conceito tecnológico “DATABASE”. Se fizermos a tradução literal do inglês, chegaremos à palavra “BANCO DE DADOS”. Podemos encontrar também abreviatura de banco de dados – “DB”. Banco de dados é um *software* que permite o armazenamento de dados de maneira organizada e estruturada, podendo ser utilizado por programas e usuários.

Segundo Takai, Italiano e Ferreira (2005), o primeiro sistema gerenciador de banco de dados surgiu no final de 1960. Para os autores, banco de dados é uma coleção de dados logicamente relacionados, obrigatoriamente com algum significado. Se entendermos que esses dados são valores de um campo armazenado, entenderemos que para obter uma informação, é necessário que esses dados estejam compilados e processados para que possamos obter a informação a partir desses dados.

de setembro de 2017⁸². Para que todas as informações de um usuário sejam rapidamente acessadas pelos algoritmos, é necessário que esses bancos de dados sejam estruturados para buscar conteúdos de forma muito rápida. Isso se deve ao motivo de que milhões de pessoas estão navegando e interagindo na internet. Lembrando que, em todos os nossos experimentos, o algoritmo levou em consideração características baseadas nos alunos.

De modo discursivo, pode-se relacionar o(s) banco(s) de dados com arquivo(s). Quando tratamos de arquivo, é possível pensá-lo sob dois aspectos distintos; o primeiro, relacionado à ordenação, organização e materialidade que remetem ao que Derrida (2001) salientou com a palavra arquivo, mobilizando dois princípios: o primeiro relativo, onde as coisas começam; e, o segundo, onde as coisas são organizadas, desse modo, percebe-se que há certa ordem.

Nesse contexto, existem diversas interpretações, por exemplo: arquivos armazenados no computador, arquivos de internet, armários, pastas com documentos, salas com documentos de toda ordem, arquivos históricos e jurídicos, entre outros. Então, é necessário discorrer melhor sobre esse conceito tão importante para a AD, bem como a ideia do funcionamento desses algoritmos, quando acessamos os bancos de dados da internet. Para Mittmann (2008, p. 115), “No nosso contato com a informática, ora o arquivo é tomado como documento, ora como pasta onde ficam os documentos”. Seguindo essa ideia, cabe destacar que alguns desses arquivos digitais são criados pelos usuários, seja por meio de computadores, pelos textos, seja em redes sociais com postagem de conteúdo.

Compreendemos que o arquivo conta com uma linguagem específica no campo da informática, mesmo estando dentro de nossas máquinas e disponíveis, eles não são compreensíveis por usuários que não se inscrevem na FD da Tecnologia da Informação. Esses arquivos existem, mas não conseguimos identificar totalmente sua função em um processo computacional. De maneira discursiva, Pêcheux (2010, p. 51) compreende arquivo como sendo: “(...) um campo de documentos pertinentes e disponíveis sobre uma questão”. Logo, se a noção de arquivo é, entre outras coisas, um conjunto de documentos relacionado a determinado tema pertinente e disponível, é porque já passou por certa organização. Se pensarmos tecnicamente em bancos de dados, estes contêm os históricos das navegações dos usuários e detêm um agrupamento por diversos campos como usuário de navegação, data, hora, assunto, *link*,

⁸²Pedidos governamentais por dados de usuários do Google batem recorde. Portal Olhar Digital. Disponível em: <<https://olhardigital.com.br/noticia/pedidos-governamentais-por-dados-de-usuarios-do-google-batem-recorde/71362>> Acesso em: 12 nov. 2017.

hashtags, entre outros. Em vista disso, aproximamos a noção de banco de dados com arquivo em AD.

Por outro lado, Guillaumou e Mالدidier (1994, p. 92) explicam que arquivo divide-se em duas questões teóricas fundamentais: a leitura e a constituição do *corpus*. No que tange à questão do *corpus*, tratamos arquivo como um conjunto de formulações produzido pelo próprio processo de interpretação do discurso. Não devemos considerar o arquivo como um acúmulo de documentos organizados e homologados por uma instituição ou área de conhecimento, mas sim, por sua “materialidade”. Os autores assinalam que essa materialidade do arquivo “impõe sua própria lei à descrição.”

Ainda sobre a noção de arquivo, Foucault (2007) afirma que o arquivo não se trata de uma soma de todos os textos de determinada cultura, mas sim:

O arquivo é, de início, a lei do que pode ser dito, o sistema que rege o aparecimento dos enunciados como acontecimentos singulares. Mas o arquivo é, também, o que faz com que todas as coisas ditas não se acumulem indefinidamente em uma massa amorfa. (FOUCAULT, 2007, p. 147).

Assim, notamos a existência de duas vertentes, uma de Pêcheux (2010), identificando arquivo como um grupo de documentos sobre dada questão; portanto o arquivo dispõe de uma estrutura, a saber, certa organização, visto que já precede de uma primeira leitura que aloca o que faz parte de seu interior, como também define ou indefine o seu exterior. A outra vertente está ligada à definição de Foucault de arquivo, como um sistema capaz de reger o aparecimento de enunciados como acontecimentos singulares. Podemos apreender que um conceito não exclui o outro; no entanto, trata-se de visões diferentes. Na perspectiva pêcheuxtiana, é possível imaginar o arquivo como um lugar documental, lugar no qual se encontram documentos a serem lidos, documentos que clamam por gestos de leitura para serem compreendidos como arquivo. Já para Foucault, o arquivo pode também ser um grupo de documentos, mas estes devem dar conta do aparecimento (e do apagamento) de enunciados (foucaultianos).

Para elucidar essa situação, vamos deduzir que as regras codificadas nos algoritmos, a partir das clivagens relacionadas com sujeitos-usuários, trazem de forma não aleatória enunciados ordenados por critérios (muitas vezes comerciais, como visto anteriormente), gerando um esquecimento. Nesse processo, há o silenciamento/apagamento de registros em detrimento de outros. Esse processo discursivo de apagamento é articulado pela memória metálica, em que ela é o próprio espaço e tempo, que a cada busca gera novos resultados em um processo sempre provisório.

Analisando os experimentos individuais, nota-se que os resultados buscavam criar algum significado para o sujeito-aluno, considerando que a materialidade do arquivo está relacionada àquilo que faz com que ele signifique de um modo e não de outro. Esses algoritmos definem uma estrutura e operacionalização do funcionamento da memória isolando-o de suas condições de produção, o que ocorre efetivamente nunca é “uma combinatória infindável de sinais”. (ORLANDI, 2005, p. 182).

Consoante o parágrafo anterior, as possibilidades oferecidas pelo algoritmo não são infinitas, visto que ele utiliza-se de uma retroalimentação da memória metálica, que se caracteriza, conforme Orlandi (2005), por memória horizontal e seriada, em que não há esquecimento, sem profundidade, que não se produz pela historicidade, mas sim, por acúmulo, pela quantidade de informação. Portanto, concebemos que a constituição dessa memória acontece a partir da inscrição dos sujeitos nos sistemas tecnológicos; com efeito, cada consulta mobiliza determinado arquivo, fazendo com que um mesmo arquivo nunca seja igual ao outro, em razão de sua materialidade.

Em vista disso, quando se depara com ele, temos um recorte de uma maneira e não de outra. Isso é o que fez o algoritmo do Google, recortando, no caso dos hotéis, a questão da cidade onde era realizada a consulta, para que viessem somente hotéis que estavam próximos de onde foi efetuada a consulta. Retomando a base teórica da AD, a língua, a história e o sujeito, percebe-se que a ideologia interpelou o sujeito-aluno e o transformou em sujeito na história e da história na/da internet. O que se pode compreender neste caso é que isto acontece de fato quando o sujeito-aluno histórico, determinado pelas formações ideológicas onde se inscreve, utilizou palavras-chave para colocar sentidos em circulação.

Trazendo para nossa análise as condições de produção, abriu-se espaço para considerar a formação ideológica do sujeito-aluno no processo discursivo dos nossos experimentos, compreendendo suas condições de produção. Nesse espaço, nossos alunos falaram/escreveram sempre de um lugar, interpelado pela ideologia; desse modo, cada aluno assumiu uma posição dentro do discurso, determinando o modo de busca na internet e deixando um rastro desse seu gesto de interpretação.

Em “Ler o arquivo hoje”, Pêcheux (2010, p.52) esclarece a relação do arquivo e leitura em oposição à regulação da leitura, da utilização de “métodos de tratamento em massa do arquivo textual”, como, por exemplo, gerenciamento da memória coletiva, da gestão administrativa dos documentos, entre outros, supondo “torná-los facilmente comunicáveis, transmissíveis e reproduzíveis”. Para o autor, ao contrário da uniformização da leitura de arquivo, existem gestos de leitura diferenciais e contraditórios na construção do arquivo.

Pêcheux (2010, p. 57) reivindica “o reconhecimento da materialidade da língua como [constitutiva do] incontornável do pensamento” e propõe:

(...) a constituição de um espaço polêmico das maneiras de ler uma descrição do ‘trabalho do arquivo enquanto relação do arquivo com ele mesmo, em uma série de conjunturas, trabalho da memória histórica em perpétuo confronto consigo mesma. (PÊCHEUX, 2010, p. 51).

Os alunos, com suas navegações e consultas, criaram um espaço polêmico das maneiras de ler o arquivo, sendo os próprios produtores dos seus rastros na internet. Estamos tratando aqui as palavras-chave como texto, isto é, aproximar a questão das formas de leitura/consulta de palavras-chave realizadas pelos alunos com a análise que Pêcheux trouxe de arquivo e leitura. O buscador do Google, conforme observado, bem como o Facebook, baseia-se nessa enorme quantidade de dados pessoais que foram compilados e armazenados nos bancos de dados que, segundo Ocaña (2013), a fonte de riqueza, dentro do âmbito empresarial, está nas informações indexadas e organizadas, em certa medida, estamos em uma mudança de paradigma, “da internet das páginas à internet das pessoas”. Na briga pela informação, o Facebook está pela primeira vez na frente do Google, pois, consegue, por meio de seus cliques, identificar, a título de exemplo, tipos de filmes ou produtos que preferimos, evidencia-se que ele conhece melhor os usuários (OCAÑA, 2013).

Com o desenvolvimento das tecnologias, observa-se que houve uma transformação nas maneiras de ler os arquivos. Os algoritmos estabeleceram novas legibilidades que se distinguem das formas tradicionais de leitura dos textos impressos. Em vista disso, o ato de ler demonstrou que as práticas de leitura são determinadas pelo leitor/aluno e pelos significados (marcas) que os atos de ler adquiriram em certa época para seu grupo social (consultas individuais e em grupo). Além disso, o leitor deve reconhecer estratégias discursivas que estão inscritas no texto, em sua estruturação discursiva e em sua materialização no suporte.

5.1 O SILENCIAMENTO NO DIGITAL

Para iniciarmos este subcapítulo sobre o silenciamento e o digital, importa saber que as discussões sobre a participação política e democrática na internet estão apenas no começo, já que, como constatado anteriormente, a internet passou por diversas fases, nessa última oferecendo espaços para a formação de novas esferas públicas. Isso se deve, pois, atualmente, ao fato de que os usuários são considerados atores principais; desse modo, podem participar e interagir com a rede.

Para nossa análise, trabalhamos as buscas dos discentes na internet que dispõem de uma identidade social, assim, estão relacionados à concepção de linguagem como discurso. A *web* é criada pelas interações dos próprios sujeitos-internautas, *exempli gratia*, postando vídeos no Youtube, incluindo comentários no Facebook, criando novos portais no Wikipédia e pesquisando conteúdos no Google. No experimento coletivo, já demonstrado, cada acadêmico realizou suas diversas atividades como internautas logados na internet; em vista disso, essa própria história revelou marcas individuais de cada um.

Esse processo de construção, reconstrução e remodelação de uma identidade social dos indivíduos tem uma relação com a dimensão individual e coletiva. Nesse sentido, Berger e Luckmann (1976, p. 230), conceituam que “a identidade é um fenômeno que deriva da dialética entre um indivíduo e a sociedade”. Em outros termos, ela revela o resultado de diversas interações entre o indivíduo e o seu ambiente social, próximo ou distante.

Segundo Cuche (1999):

A identidade social de um indivíduo se caracteriza pelo conjunto de suas vinculações em um sistema social: vinculado a uma classe sexual, a uma classe de idade, a uma classe social, a uma nação, etc. A identidade permite que o indivíduo se localize em um sistema social e seja localizado socialmente. (CUCHE, 1999, p. 177).

Para Brandão (1986, p.10), a identidade também se “constitui como uma categoria de atribuição de significados específicos a tipos de pessoas em relação umas com as outras (...)”. Seguindo essa linha, reforçamos a do condicionamento da identidade pessoal pelas expectativas que o grupo social estabelece para com seu portador. A própria identidade pessoal passa a ser um nome socialmente construído, por conseguinte, “os nomes que a ordem social atribui aos seus membros”. (BRANDÃO, 1986, p. 35).

Berger e Luckmann (1976) elucidam que a formação e conservação das identidades são condicionadas por processos sociais determinados pelas estruturas sociais. Dessa forma, a identidade social não é exclusiva somente a indivíduos, mas também a todo grupo que apresenta uma identidade que está em conformidade à sua definição social que o situa no conjunto social. A identidade social é ao mesmo tempo, inclusão e exclusão. Quando tratamos de inclusão, identificamos que fazem parte do grupo aqueles que são idênticos sob determinado ponto de vista, já a exclusão leva em consideração a diferenciação dos outros.

À vista disso, todo o nosso experimento levou em consideração essa relação de inclusão e exclusão. No experimento coletivo, trabalhamos diversas palavras-chave para

realizar as buscas⁸³, portanto, os resultados pela palavra-chave *empresas* mostraram bem esse regramento do algoritmo, considerando além da localização, a inclusão de local para beber cerveja (cervejarias), conforme observado na Figura 44.

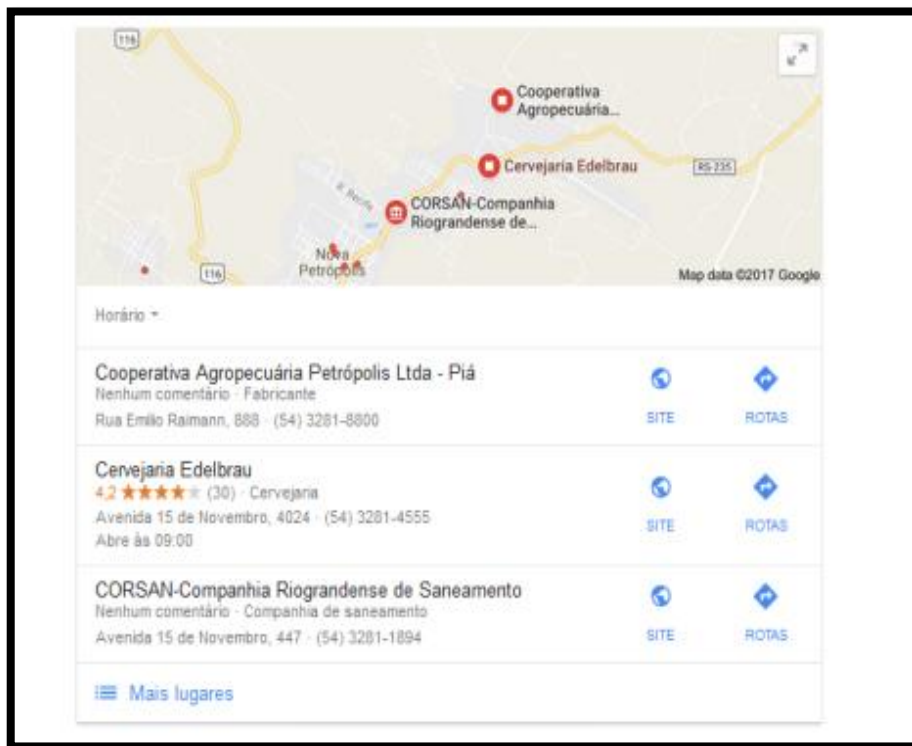


Figura 44: Google busca de palavra-chave *Empresa* pelos alunos do curso de Ciências Contábeis.
Fonte: Dados da pesquisa.

A pesquisa aborda a relação entre memória discursiva associada à formação social e o silêncio, referindo à questão do apagamento dos registros do Google. Pode-se observar que os retornos das consultas acima demonstraram que alguns registros/*links* foram silenciados/apagados. Os sujeitos-alunos, ao se inscrever na memória, fizeram com que as clivagens mobilizassem traços da memória metálica, havendo, desse modo, um processo de (re)inscrição e (retro)alimentação da própria memória discursiva.

Nesse momento, o enfoque consiste no que Guimarães considerou a relação entre enunciação e acontecimento em relação à história e à memória sem tratar o tempo de forma cronológica. O autor trata essa relação como uma sequência de fatos ordenados no tempo. Diante disso, Guimarães (1998), tendo em vista as definições de enunciação de Benveniste e Ducrot, desenvolveu um conceito de enunciação como: “acontecimento sócio-histórico da

⁸³ Ver Experimento no Capítulo 4 – Página 106.

produção do enunciado. Desse modo, a enunciação não é um ato individual do sujeito, não sendo também irrepetível”. (GUIMARÃES, 1989, p. 78-79).

Guimarães (1989) explicou esse conceito com um exemplo de funcionamento de enunciados, vinculado à temática de nossa pesquisa, que trata da questão de computador e memória (área da TI), como segue:

Vou acessar a memória do meu PC, em que acessar difere do sentido de ter acesso. Essa formação do verbo acessar no enunciado, e não a formação com o verbo ter, está relacionada ao social e ao histórico, pois aparece na língua portuguesa por causa do surgimento dos computadores e do discurso de usuários de computadores. Assim, *Vou acessar a memória do meu PC* existe não por um ato individual, mas por estar relacionado a condições histórico-sociais do surgimento do computador. (MACHADO, 2015, p. 203).

Deduzimos, assim, conforme Machado (2015) em releituras de Guimarães, que a noção de tempo está relacionada à maneira como o passado é visto, em outras palavras, como historicidade que atua na constituição dos sentidos. Trata-se, então, da enunciação como irrepetível, “porque o presente do acontecimento não se repete, há o histórico no acontecimento enunciativo que é retomado, ressignificado”. (MACHADO, 2015, p. 204).

Diferentemente do acontecimento enunciativo, Pêcheux desenvolve a noção de acontecimento discursivo, definindo que acontecimento discursivo é consequência do acontecimento histórico que passa a ser discursivizado, “no ponto de encontro de uma atualidade e de uma memória”, sobretudo, ao afirmar que o discurso, como estrutura e acontecimento, propõe “entrecruzar os caminhos do acontecimento, da estrutura e da tensão entre descrição e interpretação”. (PÊCHEUX, 2012, p. 17).

Com base nisso, segundo Cazarin e Rasia (2014), um acontecimento discursivo estabelece uma ruptura (rompe com a “estabilidade” anterior) e inaugura uma nova “estabilidade” discursiva, mas não logicamente organizada, pois este corresponde à ordem do discurso que joga com a materialidade linguística e a materialidade histórica. Em se tratando da materialização de um acontecimento discursivo, proveniente de um “enunciado coletivo”, Pêcheux (2012), identifica que ele estimula a comparação discursiva e, simultaneamente, a ruptura do que já existe, provocando algo novo; dessa forma, Pêcheux (2012, p.19) se refere ao “espaço da memória que ele convoca”, registrando que um acontecimento discursivo, concomitantemente, funciona como “uma interrupção e como uma emergência”.

Em linhas gerais, pode-se perceber as diferenças entre acontecimento discursivo e acontecimento enunciativo da seguinte maneira: no acontecimento discursivo, por acontecer de forma disruptiva, passando por uma ruptura drástica e definitiva, origina (determina) o aparecimento de uma nova FD, conseqüentemente, um novo “forma-sujeito”. Já o

acontecimento enunciativo, continua com a mesma formação discursiva, e no seu interior constrói uma nova posição-sujeito. Esse acontecimento não passa por uma ruptura drástica, mas se muda o modo de enunciar os sentidos, nota-se que existem novos aprendizados que vêm de diferentes lugares, emergindo via tensão e estranhamento entre posições-sujeitos que não são iguais, tendo diferentes formas com a ideologia e a forma-sujeito, coexistindo em um único domínio do saber.

Conforme Guimarães (2002), pode-se entender a temporalidade do acontecimento enunciativo como:

(...) algo é acontecimento enquanto diferença na sua própria ordem. E o que caracteriza a diferença é que o acontecimento não é um fato no tempo. Ou seja, não é um fato novo enquanto distinto de qualquer outro ocorrido antes no tempo. O que o caracteriza como diferença é que o acontecimento temporaliza. Ele não está no presente de um antes e um depois no tempo. O acontecimento instala sua própria temporalidade: essa é a sua diferença. (GUIMARÃES, 2002, p. 11-12).

É o acontecimento enunciativo que define a temporalidade, não o sujeito. Não se trata de pensar um acontecimento no tempo, ordenado de forma sequencial. O acontecimento determina o que é retomado do passado, o que é presente e define o futuro. E o presente e o futuro só significam porque há um passado que os faz significar

No nosso entendimento, o buscador funcionou como acontecimento enunciativo a partir do qual saberes e sentidos se movimentaram, sendo eles, neste caso, o retorno das consultas dos alunos. Corroborando com Guimarães, esse acontecimento definiu a temporalidade, não os alunos. Além disso, o acontecimento determinou o que foi retomado do passado, o que foi presente e definiu o futuro; em outras palavras, o presente (consultas) e o futuro (outras consultas) só significam, pois há um passado (navegação) que o faz significar.

Destacamos também que, em nossa análise, estamos trabalhando com acontecimento enunciativo e não acontecimento discursivo, pois este segundo determina o surgimento de uma nova FD, por consequência, uma nova forma-sujeito onde existe uma ruptura. No caso do buscador do Google, não houve essa ruptura, porque foi instaurada uma nova posição-sujeito no interior da mesma FD, surgindo novos modelos de enunciar os sentidos, novos saberes oriundos de outros locais, mas não houve a ruptura.

Segundo Indursky (2008), um acontecimento histórico gera um acontecimento enunciativo quando não provoca uma ruptura capaz de instaurar uma nova discursividade, nem faz com que o sujeito mude para outra FD. Já o acontecimento discursivo, (re)organiza/(re)estrutura a discursividade interna da FD, criando um novo modo de lidar com a ideologia sem que haja rompimento. Na análise do buscador, percebe-se que este está criando

efeitos de silenciamento/apagamento no sentido de demarcar quais grupos de palavras⁸⁴ podem ser vistas ou não. Esse silêncio, dado pelo efeito de realidade, trabalhado anteriormente, inscreve-se na delimitação de sentidos pelo mecanismo de apagamento. Dessa forma, mobilizam-se sob a ótica discursiva, os conceitos de silêncio e silenciamento e a relação entre a memória discursiva e o acontecimento enunciativo⁸⁵, segundo a teorização de Orlandi (1995) no livro *As formas do silêncio*.

No caso da palavra-chave *Planilha*, o buscador não trouxe a opção relativa ao seu significado, já para o caso da palavra-chave *Software*, o primeiro resultado foi a identificação do conceito, conforme Figuras 45 e 46.



Figura 45: Retorno da busca do Google para a palavra-chave *Software* - Apagamento.
Fonte: Dados da pesquisa.

⁸⁴ Quero destacar aqui que o grupo de palavras está vinculado a um conjunto de possibilidades visíveis ou não, como por exemplo, se pesquisar por *Água*, poderá trazer *água* com gás ou *água* sem gás.

⁸⁵ Já trabalhado nesta pesquisa.



Figura 46: Retorno da busca do Google para a palavra-chave *Planilha* - Apagamento.
Fonte: Dados da pesquisa.

Ao contemplar o modo de funcionamento dos filtros nos resultados apresentados, conseguimos observar esse efeito de apagamento. Desse modo, ao filtrar a avalanche de informações disponíveis na internet, os algoritmos recuperam para o sujeito-usuário apenas informações “relevantes”. Diante disso, algumas informações não aparecem, enquanto outras aparecem com grande recorrência, repetição e regularização que se aproxima da paráfrase, desse modo, são absorvidos como se não tivessem ocorrido. Então, “a memória não restitui frases escutadas no passado, mas julgamentos de verossimilhança sobre o que é reconstituído pelas operações de paráfrase” (SCHERER; TASCHETTO, 2005, p. 122).

Segundo Orlandi (2003, p.121), paráfrase é o processo pelo qual se procura manter o sentido igual sob diferentes formas. “(...) a reiteração de processos já cristalizados pelas instituições, em que se toma a linguagem como produto e se mantém o dizível no espaço do que já está instituído: a paráfrase. Em nossa análise, podemos dividir em dois lados: no primeiro, tem-se a ideologia dominante atuando e promovendo a paráfrase; e, no outro, encontra-se também a possibilidade de ruptura.

De acordo com Orlandi (1996):

Teoricamente, e em termos bastante gerais, podemos dizer que a produção da linguagem se faz na articulação de dois grandes processos: o parafrástico e o polissêmico. Isto é, de um lado, há um retorno constante a um mesmo dizer sedimentado – a paráfrase – e, de outro, há no texto uma tensão que aponta para o rompimento. Esta é uma manifestação da relação homem e mundo (natureza, a sociedade, o outro), manifestação da prática e do referente da linguagem. Há um conflito entre o que é garantido e o que tem que garantir. A polissemia é essa força na linguagem que desloca o mesmo, o garantido, o sedimentado. Essa tensão básica do discurso, tensão entre o texto e o contexto histórico-social: o conflito entre o ‘mesmo’ e o ‘diferente’, entre a paráfrase e a polissemia. (ORLANDI, 1996, p. 27).

Esse jogo duplo da memória pode ser observado no funcionamento realizado pelos algoritmos em nossos experimentos, como observado na Figura 47, em que o funcionamento dos filtros produziu movimentos parafrásticos de repetição do nome *Empresa*. Quando se desloca o mesmo, colocando o nome empresa ao lado da Wikipédia, por exemplo, há o mesmo, o diferente, o estranho, o outro. Nesse caso, o buscador trouxe dados sobre o conceito de empresa, notícias sobre empresas, serviços para empresas e uma empresa. Notamos, assim, quatro situações distintas em que o algoritmo retornou para a busca dos acadêmicos.

Esse silenciamento, efetuado pelo buscador, entende-se como “mediadores” discursivos que gerenciam quais sentidos podem ser conhecidos e quais devem ser silenciados. Dito de outra forma, o processo de silenciamento está relacionado ao que os algoritmos entendem que deve ou não deve ser apresentado no retorno dos resultados, ou seja, a tecnologia influenciando na institucionalização da linguagem. De acordo com Orlandi (apud Guimarães, 1989, p. 43-44), “essas vozes se representam em lugares sociais de legitimação e fixação dos sentidos e desempenham um papel decisivo na institucionalização da linguagem: a produção do sentimento de unicidade do sentido.”

Atentando-se ao papel dos algoritmos, eles estão funcionando de forma semelhante ao discurso pedagógico/autoritário que determina o sentido único e faz com que, a partir dos livros didáticos, professores se tornem “mediadores” do saber científico. Diante disso, consideram-se autorizados a eleger o que é mais importante saber e distribuí-lo/legitimá-lo entre os alunos. Assim, o conhecimento está ligado à relação de poder, tanto no nosso exemplo da escola quanto à busca realizada pelo Google, por meio dos algoritmos criados por desenvolvedores que trabalham em empresas.



Figura 47: Resultados do algoritmo da palavra *Empresa* – Curso ADS – Movimentos parafrásticos.
 Fonte: Dados da pesquisa.

Os algoritmos de personalização utilizaram funções matemáticas e de inteligência artificial para mobilizar alguns *links* e não outros. Isso se deve à decorrência de marcas deixadas pelos próprios acadêmicos que realizaram navegações anteriores, quando estavam logados com seus usuários e senhas. Salientamos essas alterações levando em consideração o primeiro exemplo, contemplando os alunos de Análise e Desenvolvimento de Sistemas; e, no segundo, conforme Figura 48, relativo à busca dos discentes do Curso de Administração de Empresas.



Figura 48: Resultados do algoritmo da palavra *Empresa* – Curso ADM – Movimentos parafrásticos.
 Fonte: Dados da pesquisa.

Nesse outro exemplo, notamos a inclusão de uma associação do SIMECS, uma empresa de móveis e notícias em geral sobre empresas. Se a memória é condição do dizível e está na base da regularização de dizeres parafrásticos, de estabilização de sentidos dominantes, sedimentados histórica e ideologicamente, os algoritmos de busca do Google funcionaram como uma memória com possibilidades de dizer. Ao olhar os resultados da busca pela palavra-chave *Empresa*, constatamos uma recorrência de certos sentidos, uma repetição do sentido de *Empresa*. Segundo Indursky (2011, p.71), “repetir para a AD não significa necessariamente repetir palavra por palavra algum dizer (...) Mas, a repetição também pode levar a um deslizamento, a uma ressignificação, a uma quebra do regime de regularização dos sentidos.”

Observamos, ainda, que a repetição produz um efeito de regularização, é regular e recorrente que o significante *Empresa* tenha o significado do que é uma instituição de direito empresarial. Todavia, vamos mais além, com os exemplos do SIMECS e a indústria de móveis SACCARO, a primeira mostra um portal de instituição de direito empresarial; a segunda, referenciando uma empresa localizada em Caxias do Sul. Nesse sentido, podemos concluir que a memória discursiva encontra-se *a priori*, como condição e possibilidade do dizível.

Pêcheux (1999) em *Papel da Memória explícita sobre moldes de repetição*, diante disso, podemos destacar:

A repetição é, antes de tudo, um efeito material que funda comutações e variações, e assegura - sobretudo ao nível da frase escrita - o espaço de estabilidade de uma vulgata parafrástica produzida por recorrência, quer dizer, por repetição literal dessa identidade material. (PÊCHEUX, 1999, p. 53).

Portanto, tanto no experimento individual como no coletivo, identificamos o funcionamento do Filtro Invisível nos resultados, a partir da repetição de enunciados, o algoritmo assegurou um espaço de memória. Para as regras de programação do algoritmo, isso garantiu o funcionamento do(s) elemento(s) que deve(m) ser excluído(s), ou seja, o que não pode ser dito, ou que não deve ser disponibilizado para o grupo.

Nesse caso, tornou-se visível na palavra-chave *Empresa*, quando o algoritmo não trouxe os *links* do SIMECS e da empresa Sacarro, estes foram substituídos pelo Portal Exame e Mastercard, consoante Figuras 49 e 50.



Figura 49: Resultados do Google SIMECS e Empresa Saccaro. – Curso ADM
 Fonte: Dados da pesquisa.



Figura 50: Resultados do Google Exame e Empresa Mastercard – Curso ADS.
 Fonte: Dados da pesquisa.

Nos casos do nosso experimento, essa reflexão entre palavras e silêncio é fundamental. Orlandi (2009, p.14) constata que, “significar com palavras é diferente de significar com silêncio, pois o silêncio é a própria respiração do sentido”.

Além disso:

O silêncio não fala, ele significa. Se você fizer o silêncio falar, ele vai significar diferente. Ele significa por ele mesmo, ele faz sentido, e isto é muito importante. Às vezes mais importante que as palavras. (...). A gente pode estar em silêncio e estar significando. E também, muitas vezes, você fala certas coisas para que outros sentidos não apareçam. Isso é o silenciamento. Mas o sentido silenciado não desaparece. Porque o homem tem necessidade vital de significação. Onde ele não pode significar, migra para outros objetos simbólicos. (ORLANDI, 2009, p.14).

Nessa circunstância, a autora define que o silêncio é uma matéria significativa por excelência, desse modo, é uma continuidade significativa sem “fechamentos” próprios da linguagem. Ambos, silêncio e linguagem, no nosso entendimento são bastante distintos, ou seja, o silêncio é o precursor do sentido e a linguagem assume o papel de agrupar sentidos para unificá-los.

É possível conceber o silêncio como amplo, o “todo”; enquanto a linguagem é “um”. Sendo o silêncio material, devendo ser compreendido como uma possibilidade de o sujeito interpretar, frente às contradições. Para Orlandi (1995, p. 23), em sua obra *As formas do silêncio no movimento dos sentidos*, fala da “possibilidade para o sujeito de trabalhar sua contradição constitutiva, a que o situa na relação do “um” com o “múltiplo”, a que aceita a reduplicação e o deslocamento que nos deixam ver que todo discurso sempre se remete a outro discurso que lhe dá realidade significativa.”

Na nossa pesquisa, a política do silêncio está presente no sentido de “mediador”. Pode-se afirmar que existem dois tipos de silêncio: o primeiro denominado silêncio constitutivo; e, o segundo denominado como silêncio local.

Orlandi (1995, p. 75) ressalta que:

O primeiro determina que, ao mostrar algo (“x”), outros sentidos se apagam, pois não se pode, ao mesmo tempo, mostrar o “y”. (..) a política do silêncio se define pelo fato de que ao dizer algo apagamos necessariamente outros sentidos possíveis, mas indesejáveis, em uma situação discursiva dada.

Os algoritmos funcionaram como uma variável que define o que pode ser mostrado nesta determinada busca ou não pode aparecer, realizando um apagamento a partir do uso da internet por parte dos acadêmicos e grupo.

Na outra busca feita com as palavras-chave *Lucro* e *Empresa*, notamos uma mudança de resultados, retornando notícias relativas a futebol para o grupo que contava em sua totalidade com alunos do gênero masculino. Já para o caso dos retornos da busca por palavra-chave *Empresas*, observou-se a apresentação do mapa geográfico com as localizações de empresas. Para o caso do grupo que dispunha em sua totalidade de integrantes do gênero masculino, e parte do grupo morando na cidade de Nova Petrópolis, o algoritmo utilizou as

características, retornando cervejarias e empresas localizadas em Nova Petrópolis. O outro grupo que contava, em seu somatório, com integrantes moradores de Caxias do Sul, o algoritmo retornou empresas dessa cidade. Nesse exemplo, os algoritmos funcionaram como mediadores, silenciando sentidos quanto aos aspectos do gênero masculino, que apresentam a maior possibilidade de serem adeptos de beber cerveja.

Mesmo quando falamos em entender o sujeito-usuário na internet, nesse caso, os alunos, salientamos a existência da política do silêncio, o silêncio local, manifestando-se a partir do que realmente não pode aparecer de jeito nenhum, como demonstrou nossa consultas no buscador, as notícias principais, cervejaria e localização das empresas, conforme as Figuras 51, 52 e 53.

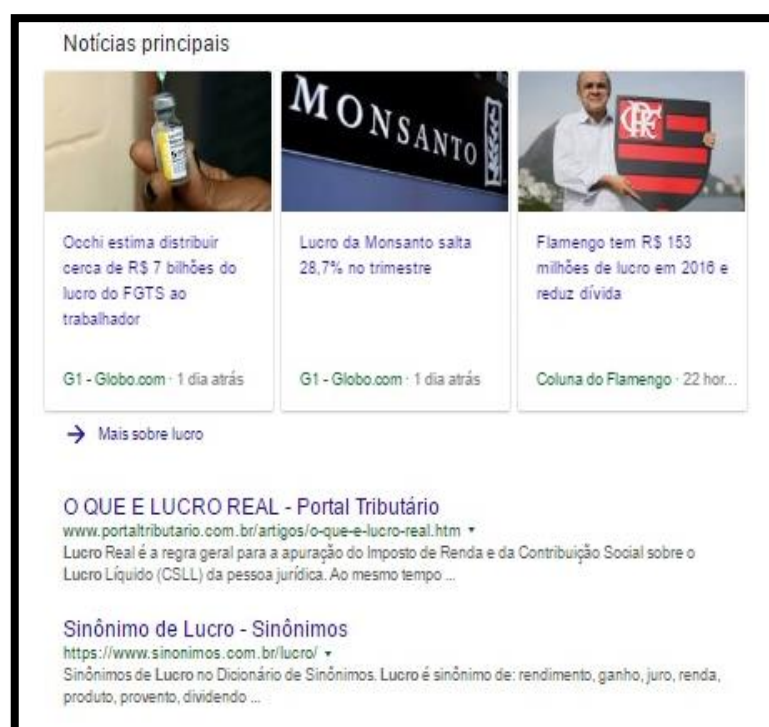


Figura 51: Resultados do Google Notícia Lucro Flamengo.

Fonte: Dados da pesquisa.

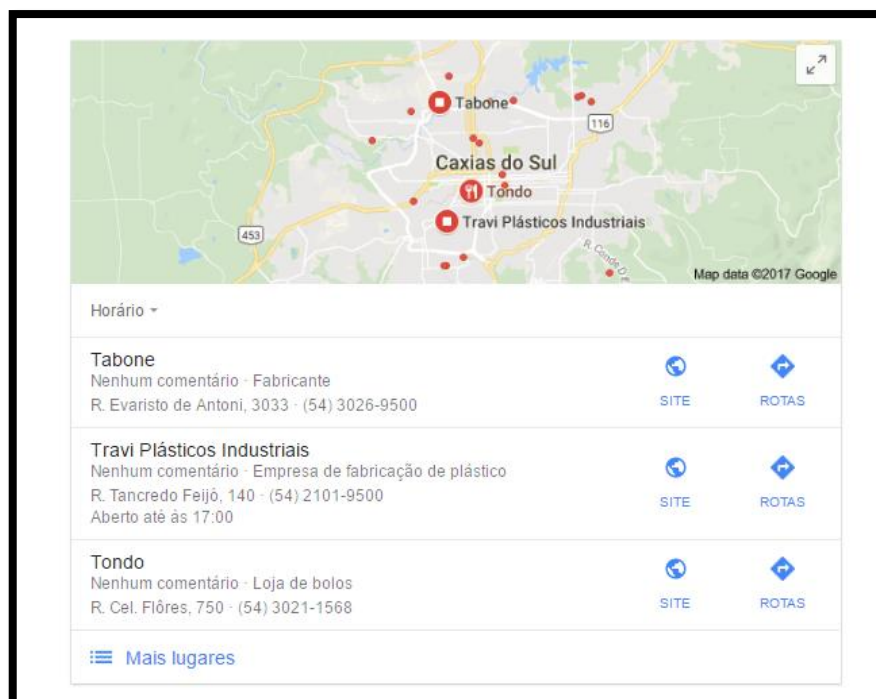


Figura 52: Resultados do Google Empresas Caxias do Sul.
 Fonte: Dados da pesquisa.

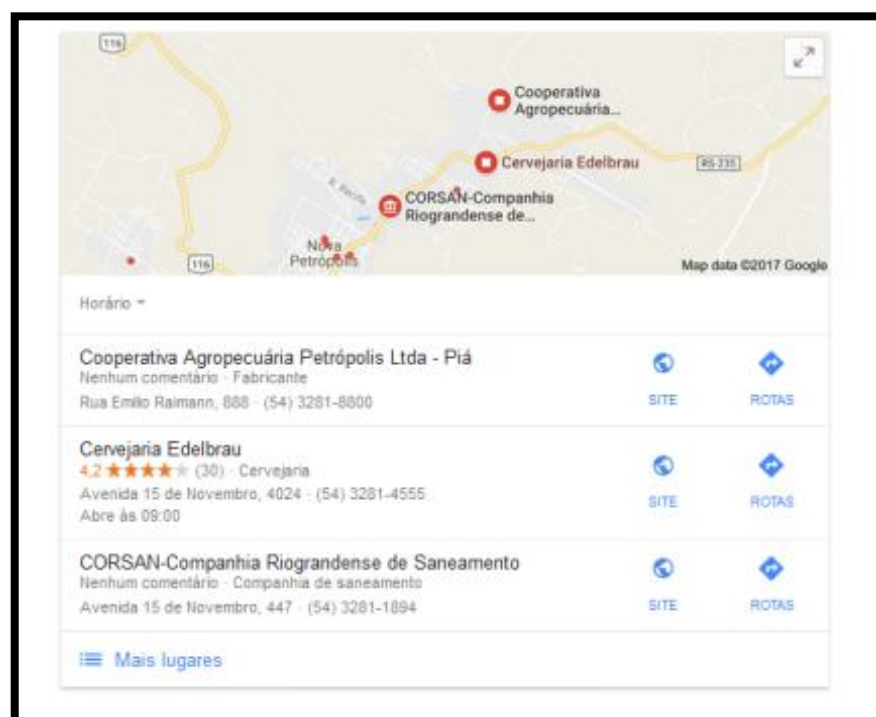


Figura 53: Resultados do Google Empresas de Nova Petrópolis e Cervejaria.
 Fonte: Dados da pesquisa.

Com efeito, podemos concluir neste subcapítulo que, a partir dos experimentos, os sujeitos-usuários por meio de suas buscas mobilizaram a memória metálica de acordo com suas repetições (marcas deixadas pelos próprios usuários). Esse processo ocorreu a partir das clivagens subterrâneas que, por consequência, criaram efeitos de silenciamento nos *links* apresentados em todas as palavras-chave consultadas. O(s) arquivo(s) gerado(s), a partir de cada consulta, definiu um acontecimento enunciativo, pois não houve ruptura da posição-sujeito-aluno na(s) formação(ões) discursiva(s) em que estavam inscritos.

5.2 A INDIVIDUAÇÃO NO GOOGLE

A partir das considerações sobre o silenciamento no digital, entendemos que é necessário refletir sobre como esses algoritmos criaram um processo de individuação dos sujeitos-alunos que formavam os grupos. Entretanto, antes de tratar o processo de individuação do sujeito, pretende-se pensar sobre o conceito de “identidade”, estudado por diversas áreas do conhecimento como a Antropologia, Filosofia, Sociologia e Psicologia.

Começamos definindo “identidade” como a qualidade de idêntico, isto é, a possibilidade de reconhecer que o indivíduo é o próprio. A partir daí, há diversas formas particulares para trabalhar isso, por exemplo, seu nome, a sua data de nascimento, seu gênero, sua filiação, sua impressão digital, entre outros. Existem diversos tipos de identidade nas áreas de conhecimento, como a que trata sobre a questão cultural, a saber, a identidade cultural, que remete a um conjunto de características de uma determinada sociedade. Pode-se compreendê-la baseada nas interações do povo com o mundo; dessa maneira, tradições, cultura, religião, o modo de se vestir e falar, entre outros, todas essas interações representam os hábitos da nação.

Outro tipo de identidade é a visual, caracterizada por representações gráficas, atribuindo relação a um símbolo visual, complementada com cores, tipografias, grafismos, personagens, ou mesmo, personalidades que objetivam conferir algo a partir de uma imagem. Nos dias atuais, pode-se utilizar essas formas de conceito de identidade visual para atribuir uma identidade a uma pessoa; assim, ao olhar para ela vinculamos imediatamente sua história, suas atividades, etc. Um desses exemplos é o próprio discurso político. Nesse sentido, busca-se conceder visualmente algo a uma pessoa ou vice-versa.

Destaca-se também a identidade social a qual é possível referir como um elemento que funciona no reconhecimento de uma pessoa no seu âmbito social. Uma das características desse tipo de identidade é que ela pode ser construída de forma individual ou coletiva. Nesse contexto, aproxima-se à noção de identidade da internet de Turkle (1997) que será mencionada

no próximo parágrafo, bem como com nossos experimentos individual e coletivo. Os fatores que influenciam a identidade social consistem em: idade, gênero, classe social, nacionalidade, etc. Por conseguinte, é razoável afirmar que a identidade social detém um componente muito peculiar para relacionar à nossa pesquisa, consistindo no processo de inclusão e de exclusão; isso porque elementos de um mesmo grupo podem dispor da mesma identidade “social” e, ao mesmo tempo, ser diferentes socialmente de pessoas de outros grupos.

Quando tratamos da identidade da internet, Turkle (1997) explica que esta é vista como uma cultura da simulação em emergência que aproxima o real e o virtual, em que define que as regras de interação social não são recebidas, mas edificadas processualmente. Logo, pode-se analisar a relação do tempo e espaço na internet, em que o espaço deixa de existir, permanecendo somente o tempo, cuja consequência é a coexistência de presente e passado, como também presente e futuro, desse modo, o movimento da rede é indefinido.

Corroborando com Turkle, Virilio (1993) afirma que é nesse contexto que as pessoas interagem a partir dos computadores no espaço, resultando na compreensão de que essa plataforma virtual funciona como uma superfície fluída, permitindo que elas, as pessoas, assumam papéis. Conforme mencionado, a rede proporciona um efeito de liberdade, ao interagir, acreditamos que agimos livremente, sem sermos identificados.

Antes de introduzir o conceito de identidade virtual, apresentamos a percepção de Canclini (2005) sobre as passagens da identidade nessa fase de globalização e pós-modernidade.

(...) As identidades pós-modernas são transterritoriais e multilinguísticas. (...) A clássica definição socioespacial de identidade, referida a um território particular, precisa ser compreendida como uma definição sociocomunicacional. Tal reformulação teórica deveria significar, no nível das políticas ‘identitárias’ (ou culturais), que estas, além de se ocuparem do patrimônio histórico, desenvolvam estratégias a respeito dos cenários informacionais e comunicacionais onde também se configuram e renovam as identidades. (CANCLINI, 2005, p. 35-36).

Presentemente, as mudanças são incontestáveis em diversos aspectos, isso faz com que seja necessário adequar-se e assumir diferentes posições (posição-sujeito) na formação de uma identidade. No nosso entendimento, a noção de identidade na internet passa por movimentos de (re)formulação todo o tempo em que estamos conectados, isto se deve ao processo de interação/uso dentro dela. Toda vez que clicamos em algo, optamos por tomadas de posição, ou seja, temos a opção de clicar ou não em um link disponível e esta ação de clicar ou não faz com que os próprios algoritmos identifiquem o que queremos buscar. Um dos aspectos a ser ponderado é que, entendendo as regras dos algoritmos, estamos gradualmente

nos identificando com o que estamos lendo no *link*, pois os *links* fornecidos visam discursivamente a identificar-se com a formação social.

Pêcheux (2009) em Semântica e Discurso introduziu o que chamou de “tomada de posição” na qual descreve o seu conceito da seguinte forma:

a tomada de posição resulta de um retorno do ‘Sujeito’ no sujeito, de modo que a não-coincidência subjetiva que caracteriza a dualidade sujeito/objeto, pela qual o sujeito se separa daquilo de que ele ‘toma consciência’ e a propósito do que ele toma posição, é fundamentalmente homogênea à coincidência-reconhecimento pela qual o sujeito se identifica consigo mesmo, com seus ‘semelhantes’ e com o ‘Sujeito’. O ‘desdobramento’ do sujeito - como ‘tomada de consciência’ de seus ‘objetos’ - é uma reduplicação da identificação. (PÊCHEUX, 2009, p. 172).

Com isso, Pêcheux denominou de modalidades da tomada de posição, as quais relativizam essa “reduplicação da identificação”. O objetivo principal era conseguir apresentar que um sujeito é dividido em relação a ele mesmo e esta divisão do sujeito se materializa nas tomadas de posição frente aos saberes que estão inscritos na formação discursiva em que se inscreve. (INDURSKY, 2007).

Nesse sentido, podemos perceber que, a partir de nossos experimentos, por meio da noção de Filtro Invisível de Pariser, utilizou-se um processo de seleção/recorte/apagamento de *links* que criou um processo de identificação, consequentemente, um efeito de individualização dos alunos/grupo na internet, fornecendo opções de navegação que determinaram o “caminho” que os alunos percorreram em suas buscas e resultados.

Nos resultados citados no capítulo anterior, foi possível observar as diferentes variações, tanto no experimento individual como no coletivo, relativas ao funcionamento dos algoritmos. Mesmo pensando, em um primeiro momento, que os algoritmos sempre apontariam para um sentido único, ou seja, o mesmo processo independente de quem está utilizando. Percebeu-se que as programações utilizaram-se da formação social para criar esse efeito de individualização citado acima.

Notamos essa situação no exemplo da relação de igualdade entre homens e mulheres, quando o buscador silenciou notícias do Flamengo para o grupo formado por alunas. Os algoritmos instauraram, em sua discursividade, um efeito análogo (comparações), como resultado, *links* foram silenciados criando um efeito de personalização por gênero. Esse dado está no registro do curso em questão.

Essa relação aproxima-se da explanação de Pariser (2012), quanto ao conceito de personalização:

A personalização pode nos levar a uma espécie de determinismo informativo, no qual aquilo em que clicamos no passado determina o que veremos a seguir - uma história virtual que estamos fadados a repetir. E com isso, ficamos presos numa versão estática, cada vez mais estreita de quem somos – uma repetição infundável de nós mesmos. (PARISER, 2012, p. 20).

Com base no experimento coletivo, compreende-se, a partir do agrupamento dos sujeitos com determinados interesses (alunos), a(s) regra(s) do(s) algoritmo(s) do buscador, que, o que é próprio do Filtro Invisível. Desse modo, a rede e os algoritmos criam e (re)criam uma identidade da internet não somente de forma individualizada, mas também por meio de grupos constituídos por interesses no experimento coletivo. Essa identidade da internet aproxima-se à noção de *avatar* de Pequeno (2015) que se remete ao sujeito; nesse caso, os alunos e grupos, como um efeito de sua própria representação, a simulação do “eu. Neste momento, podemos dizer que essa identidade, produzida pela via do filtro invisível/bolha duplicou a identificação do sujeito.

Partindo das Figuras 30, 31, 32, 36, 37 e 38 contidas nos experimentos por meio das palavras-chave *Lucro* e *Empresas*, podemos fazer uma relação também com as FDs, o efeito de realidade e na posição na luta de classes de um indivíduo e do coletivo. Segundo Pêcheux (2009), certas palavras contêm sentidos diferentes quando usadas por classes sociais distintas, não têm um sentido em si. No nosso caso, utilizamos indivíduos em classes sociais distintas, grupos em classes sociais iguais e distintas; no entanto, todos em formações discursivas acadêmicas, ou seja, vinculados ao discurso acadêmico.

Da mesma forma, é possível palavras diferentes obter o mesmo sentido em uma FD, sendo assim, podemos constatar que a FD representou o lugar de constituição do sentido e da identificação dos sujeitos-alunos. Todo o processo criou um efeito de sentido de “liberdade”⁸⁶, no entanto, como Pêcheux (1995) salienta, a palavra “liberdade” tem sentidos diferentes dependendo de sua utilização pelo patrão ou pelo empregado; a palavra “liberdade” aqui é originada pelo efeito de sentido de que tudo podemos fazer na internet. Apresentando o argumento de Pequeno (2016, p. 93), o on-line que se propôs no imaginário da virada do século é como “uma libertação final, uma democratização absoluta e aniquiladora dos dizeres, acaba

⁸⁶ Efeito de sentido de liberdade: Muitos alunos talvez não tivessem ciência, outros acharam interessante, na verdade, estávamos em todo o processo acompanhados ou “vigilados” pelos nossos algoritmos que definiam o que eles iriam visualizar depois (caminho).

por ser um contexto intensamente mais organizado, regimentado, homogeneizado e esterilizado do que se imaginava possível.”

Nesse entendimento, temos o efeito de estarmos livres dentro da rede, ou seja, podemos navegar em qualquer lugar, postar qualquer conteúdo e se relacionar com qualquer pessoa, acreditando que temos acesso a tudo. Consoante aludido anteriormente, ao falar dos algoritmos utilizados pelo Filtro Invisível, mesmo tendo a ideia de que temos acesso a tudo, na rede existe um alinhamento com a forma-histórica do capitalismo contemporâneo. Segundo Pequeno (2016, p. 95), a rede acaba por ser “repleta de dispositivos cuja função é justamente a redução do espaço de circulação.”

Pelo que se pode observar, toda a estrutura da internet baseia-se em cenários que remetem ao efeito de liberdade, fazendo com que esse efeito seja muito perceptível, quando postamos algo e entramos no Google para buscar algum conteúdo e ele nos retorna várias possibilidades, criando um efeito de sentido de transparência e de um todo. Nesse momento, diferencia-se o que tratamos de efeito de transparência e de silenciamento: o primeiro está relacionado ao efeito de imaginarmos que tudo que estamos visualizando é o todo que existe, consequentemente, tem-se o efeito de sentido de que tudo é transparente na internet.

O silenciamento está relacionado ao que vimos previamente como o efeito reduzido pelas clivagens subterrâneas, análise apresentada no subcapítulo anterior. Esse efeito de silenciamento, realizado pelo buscador, pode ser compreendido como “mediador lógico”, responsável por gerenciar quais sentidos podem ser conhecidos e quais devem ser silenciados/apagados.

Vale destacar aqui também que, no discurso capitalista, tudo isso não passa de um processo de comercialização de dados, isto é, venda de informações para empresas, que se utilizam destas para gerar mais “valores/capital”, vendendo-as para outras empresas, assim sucessivamente. Em síntese, estamos fornecendo, a partir de nossos rastros, “valores/capital” para empresas que nos oferecem serviços na internet, visto que não pagamos diretamente pelo uso, em vista disso, utilizam-se de nossos “caminhos” para gerar valores monetários para si mesmas.

Corroborando com este argumento, cita-se Pariser (2012), destacando sobre comercialização de informações:

Para os comerciantes do ‘mercado do comportamento’, cada ‘indicador de clique’ que enviamos é uma mercadoria, e cada movimento que fazemos com o *mouse* pode ser leiloado em microssegundos a quem fizer a melhor oferta. (PARISER, 2012, p. 12-13).

Considerando o conceito de sociedade atual, a própria sociedade em diversos momentos define lugares sociais para os homens e para as mulheres e, a partir disso, determina atividades para um gênero e não para o outro ou vice-versa. As regras, aparentemente imputadas⁸⁷ pelos desenvolvedores nos algoritmos, silenciaram a propaganda da lucratividade do Flamengo para o grupo formado somente por mulheres, apresentando para o grupo formado por homens. Por conseguinte, é possível perceber que foram abarcados lado a lado enunciados conflitantes, favorecendo a (re)configuração das identidades do(s) grupo(s).

Pensando nas FDs e suas reconfigurações, salientando que estão sempre em movimento, no exemplo acima, houve uma (re)configuração de identidades opostas. Para as regras do algoritmo, ocorreu uma posição de conflito com o futebol para com as mulheres, em seguida, foi(re)configurado criando uma posição de igualdade entre homens e mulheres. Leva-se em consideração, nessa análise, a posição de conflito como decorrência do silenciamento dos *links* para o caso da Lucratividade do Flamengo e a posição de igualdade para os demais *links* que apareceram iguais para ambos os gêneros, como os casos das duas notícias da G1 (Globo.com) que apareceram antes da notícia de Lucro do Flamengo.

O movimento de (re)configuração materializa-se por uma forma linguística, à medida que os alunos interagiram com a rede com *posts* e consultas, as palavras que não fazem parte da (re)estruturação frasal da nova configuração desapareceram, foram silenciadas. Explicando tecnicamente, em linguagem de programação, esses silenciamentos são gerados a partir de uma estrutura de condição⁸⁸, assim, caso uma condição for satisfeita, então executa determinado comando.

Outro fator é o armazenamento em banco de dados de todas as marcas que os alunos/internautas deixaram a partir de suas navegações na internet. No caso deste último fator, estamos tratando a memória metálica, proposta por Orlandi (2005), que se conceitua como uma modalidade de memória associada ao modo de funcionamento dessas novas tecnologias de linguagem, uma memória achatada, sem esquecimento e que funciona pelo acúmulo.

No caso do futebol (Lucro do Flamengo), conforme Figura 54, foi ativada uma memória sobre o lugar do homem em nossa cultura, que se relaciona a uma FD construída em

⁸⁷ Estamos levando em consideração a existência de uma lógica de programação que difere conteúdos para cada gênero, ou seja, SE Gênero = Masculino ENTÃO mostra conteúdo futebol SENÃO não apresenta.

⁸⁸ Comando de decisão (SE ENTÃO / IF THEN): a estrutura de decisão “SE/IF” normalmente vem acompanhada de um comando, ou seja, se determinada condição for satisfeita pelo comando SE/IF então execute determinado comando. Exemplo: A aprovação ou reprovação de um aluno, SE a média do aluno for maior que 7.0, SENÃO reprovado.

um discurso de desigualdade, percorrida por uma relação histórica. A memória que o futebol mobilizou no enunciado do Lucro do Flamengo, inscreve-se um lugar do homem na condição de adepto ao esporte futebol, desde criança incentivado a ser jogador de futebol, percebido como carreira de sucesso. Aqui há um exemplo de processo de individuação em que se criou uma identidade da internet (virtual), a partir da formação social.

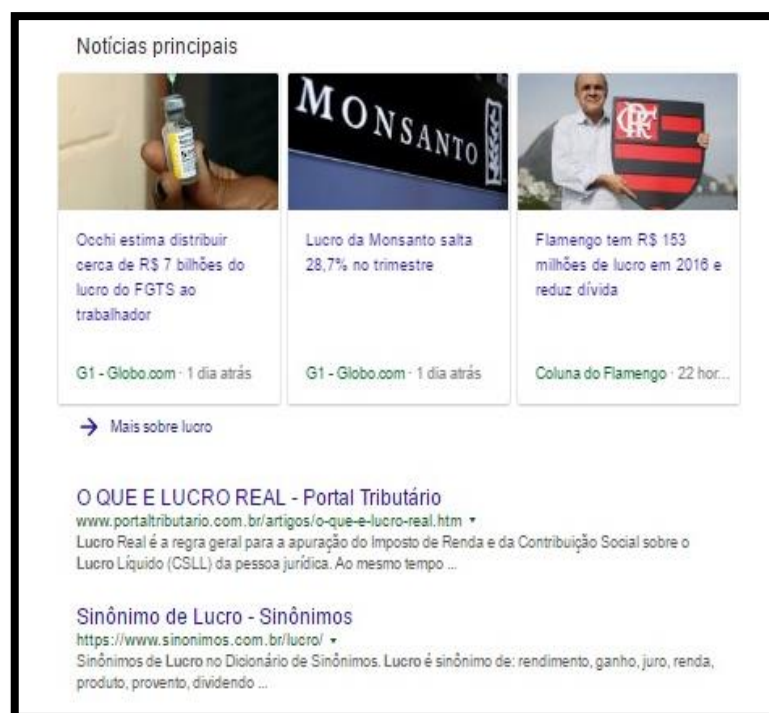


Figura 54: Retorno da busca por Lucro – Resultado Lucro Flamengo – Gênero Masculino e Feminino.
Fonte: Dados da pesquisa.

Essa identidade construiu-se pela diferença do homem que gosta e joga futebol *versus* a mulher que “não pode gostar”, ou mesmo, tem que reforçar o estereótipo. Isso é relevante em nossa análise, pois a mulher, na sociedade, é diferenciada do homem por aquilo que ele faz e que ela “não” faz ou “não é capaz de fazer”. Em nosso entendimento, isso é um reflexo da questão de identidades, de acordo com Silva (2003), a identidade e a diferença são produtos sociais, “fabricados” pela/na linguagem que produzem saberes, que, por sua vez, constituem verdades de uma época, consoante condições específicas, inexistindo, assim, como essências e/ou verdades absolutas.

Com essas considerações, reiteramos nossa análise que os alunos, com as navegações realizadas na internet e com suas buscas por palavras-chave, mobilizaram a memória metálica/discursiva de acordo com as regularidades dos enunciados. Todo esse processo ocorreu a partir das clivagens subterrâneas. O(s) arquivo(s) gerado(s) a partir de cada

consulta serviu de alicerce no processo de individuação, que se remete à questão sobre “a lei do que pode ser dito”; nesse caso, aproximando a noção do Filtro Invisível, baseando-se nas combinações de rastros de cada sujeito-aluno dentro de um grupo. Percebemos também que existiu um conjunto de registros que poderiam ser formulados e reformulados a partir dessas combinações. Dessa forma, as clivagens subterrâneas criaram efeitos de silenciamento a partir das regras dos algoritmos. Nesse momento, baseia-se no silêncio que mantém o sujeito em sua identidade, ou seja, pelos vários processos de identificação que tornam possível que, na internet a partir de suas navegações, possam identificar o sujeito identificado. Nesse sentido, quando clica em algo que faz sentido para ele, identifica-se, e os próprios algoritmos conseguem criar a (re)identificação em seu próprio *avatar* (perfil). Orlandi (1995) determina o silenciamento como necessário, conduzindo ao movimento da identidade e dos sentidos; além desse, a autora também propõe outro tipo de silenciamento, que se caracteriza como censura.

Orlandi (1995) distingue a política de silêncio subdividida em silêncio constitutivo e silêncio local, apresentando que:

O silêncio constitutivo indica que para dizer é preciso não dizer, e que é a inserção dos sujeitos discursivos nas formações discursivas historicamente determinadas que dão sentidos ao dizer. Ao dizer algo, apagamos outros sentidos possíveis, mas indesejáveis, em uma situação discursiva dada. É esse silêncio constitutivo que trabalha os limites e a constituição das formações discursivas (regiões de sentidos), determinando os limites do dizer. Isso mostra que o dizer e o silenciamento são inseparáveis. Se no silêncio constitutivo os sentidos são formados pela inserção do sujeito em determinadas formações discursivas, no silêncio local o sujeito é impedido pela censura de dizer o que pode ser dito, produzindo um enfraquecimento de sentidos. A censura, produzindo efeitos de falar e silenciar, tem materialidade linguística e histórica. (ORLANDI, 1995, p. 149).

Os algoritmos criaram uma “rota” determinada, sem “liberdade” de escolha, não deixando os sujeitos-alunos escolherem o que queriam ver, mas sim, o que as regras dos algoritmos “entendem” que eles devem visualizar. O ambiente virtual, segundo Foucault (2009), permite que os sujeitos se relacionem e façam circular as linguagens e os discursos. Podemos analisar essa(s) rota(s) como caminhos nas quais algoritmos criam em nossas navegações, assim, conseqüentemente houve os efeitos de silenciamento dos *links* nas buscas dos sujeitos-alunos em nossos experimentos.

Os algoritmos foram os responsáveis por definir os conteúdos de cada sujeito-aluno-grupo funcionando com efeito de transparência, gerando uma memória individual de cada aluno e com o agrupamento das memórias individuais, uma memória coletiva do grupo. A partir desta

pesquisa, concordamos com Romão que assinala que: “o Arquivo⁸⁹ é inacessível e inacessável, já que ele compreende a malha de pequenos arquivos conectados sem uma dimensão de fiscalidade e com os veios de ligação imprevisíveis entre si”. (ROMÃO, 2012. p.117).

Sargentini (2014, p. 25) define também que “um arquivo não é, ou não é somente, um conjunto de dados guardados, ele é, por sua prática de leitura, revelador de interesses históricos, políticos e culturais”. Sendo assim, a internet pode ser percebida como um grande arquivo, em nosso contexto, as buscas realizadas pelos alunos mobilizaram consultas dentro desse arquivo.

Nesse sentido, as clivagens subterrâneas estão estreitamente ligadas ao arquivo, é por meio das clivagens subterrâneas que o arquivo produz um tipo de acesso e de circulação operando, produzindo/reproduzindo modos de leitura/interpretação. Portanto, é a partir da noção de arquivo que se tornou possível interpretar as redes de relacionamento como arquiteturas tecnológicas resultantes de posições políticas e encontros históricos. Assim, como Pequeno (2015, p. 32), defendemos que “(..) é justamente através de clivagens subterrâneas que o arquivo opera, produzindo e reproduzindo univocidades: modos de leitura/interpretação”. Além dessa definição, Pequeno aborda também os aspectos do motor de busca do Google e os filtros de conteúdo do Facebook, apresentando como dois exemplos de uma lógica de arquivo(s), condicionados à circulação do sujeito e do sentido *on-line*. Para o autor, “não há território ali, mas simplesmente uma coleção de dispositivos tecnológicos que constroem nossa possibilidade de acesso”. (PEQUENO, 2015, p. 45).

Sendo as clivagens subterrâneas a base do arquivo sustentador e configurador, essa base não está, portanto, nos chamados “sujeitos controladores”, pois o sentido é operado na transparência do aspecto técnico, não é, assim, norteadá pela leitura do sujeito que está no controle técnico dos arquivos. As tomadas de posição, inclusive, podem acontecer na construção/elaboração “técnica” das clivagens subterrâneas que são os dispositivos técnicos de configuração das possibilidades materiais dessa leitura (PEQUENO, 2016), e como toda posição-sujeito é determinado pelo inconsciente e pela ideologia.

Essas clivagens instituídas no processo de produção e formulação desse(s) algoritmo(s), utilizando-se do silenciamento, consistem no que Pariser define como Filtro

⁸⁹Ver Romão, L; Benedetti, C. A navegação do sujeito no discurso jornalístico impresso e eletrônico. Revista Verso e Reverso, ano XXII, n.49, 2008/1. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/versoereverso/article/view/7013>

Invisível; tecnicamente, estamos falando de buscas em bancos de dados do Google, regras (algoritmos) baseando-se nos rastros da internet. Os algoritmos buscam interpretar nossas buscas a partir de palavras-chave, resultando em registros.

Dentro desse banco de dados, primeiramente, realiza-se uma busca do que foi pesquisado e das nossas atividades na internet; também há uma análise de nossa geo localização após, os algoritmos analisam os resultados e definem o que “em princípio” o usuário gostaria de visualizar; em seguida, há um retorno para a interface (tela) final do usuário em que ele poderá interagir. Essa seleção permite que sejam operados recursos técnicos, dentro de uma interpretação que filtra certos resultados e não outros.

A noção foucaultiana de arquivo como dispositivo de controle está diretamente vinculada a esta pesquisa. A seleção, recorte e circulação é operada na internet sob o aspecto técnico, não havendo transparência para o usuário. Devemos entender que se trata da codificação de algoritmos de uma empresa que está mobilizando os gestos de leitura dos sujeitos, os seus recortes, os seus bancos de dados e os arquivos.

Para Pequeno (2015, p. 57), “Nossa capacidade de produzir gestos de interpretação para tecnologias advém da teoria materialista, pela noção de arquivo, pelo caminho que percorre por meio das clivagens subterrâneas para produzir encontros, e leituras”. Como vimos na evolução dos buscadores, as tecnologias de produção e leitura de arquivo em tempo real, especialmente nos buscadores do Google, mudam de forma muito rápida com uma velocidade muito grande.

Tanto no experimento individual como no coletivo, o arquivo funcionou como uma organização de leitura que se materializou por meio das clivagens subterrâneas. Relacionando com o Filtro Invisível, Pequeno (2015) também destacou a questão das clivagens subterrâneas como um tipo de filtro:

A essas clivagens subterrâneas damos o nome geral de filtro. Filtro, como categoria tecnológica de linguagem de programação e design: aquilo que determina/constrói a possibilidade de circulação do sentido online. Esse filtro é às vezes, mas não só necessariamente, um algoritmo de priorização. Mas ele é, antes, toda a clivagem que constrói e condiciona a circulação do sentido online. (PEQUENO, 2015, p.70).

Com essas aproximações teóricas, buscamos compreender o funcionamento das clivagens subterrâneas, a partir dos processos tecnológicos de programação e algoritmo, relacionando com o processo de individuação. Conforme proposto por Orlandi (2012), um processo de identificação de um sujeito individua(liza)do.

Essa questão da individualização do sujeito na internet passa pelo processo de identificação a que são suscetíveis os usuários-internautas na internet, mais especificadamente

nesta pesquisa. O buscador do Google fundamentou-se na evidência dos rastros deixados pelos alunos; desse modo, visualizando a existência de um laço, quer dizer, um vínculo que uniu os alunos em grupos, no caso, os cursos. Assim, podemos entender que esse Filtro Invisível ou a Bolha do Filtro de Pariser caracteriza-se na AD como várias regras que formam diversos algoritmos relacionados entre si, que produzem clivagens nos arquivos em uso por parte dos usuários-alunos-internautas, seja pelos seus *logins*, seja mesmo sem os *logins*, produzindo diversos novos arquivos.

Essa conjuntura de relação pode ser tratada como condição de produção dos arquivos e o que as clivagens rejeitam pode ser tratado como silêncio, conforme visualizado nos experimentos acima. Vale destacar que a partir da identificação dos *logins* e do armazenamento de tudo que é realizado nas navegações, é possível identificar a memória metálica pelo seu acúmulo, sendo que a quantidade de informação inserida nela nada mais é que resultante das navegações, postagens, consultas dos usuários que utilizam a internet, no nosso caso, os alunos.

Se levarmos em consideração que a ideologia é uma “representação” da relação imaginária dos indivíduos com suas condições reais de existência, a internet, a partir das páginas codificadas pelos desenvolvedores das empresas que a fornecem, está criando essa plataforma em que a ideologia está interpelando os indivíduos como sujeitos, em sua existência material, como Althusser mostra em *Aparelhos Ideológicos do Estado*, por um atravessamento tecnológico muito específico.

Ao nos relacionarmos com a internet, somos obrigados a nos identificar. Só assim, podemos usufruir e nos relacionar com ela; caso contrário, só teríamos a função de utilizá-la como aparato tecnológico, sem interação. Obrigatoriamente necessitamos, assim, dessa identificação. Assim, somos interpelados pela ideologia, a partir de uma representação de um indivíduo, individualizado por meio do seu *login*⁹⁰, com base em um processo de relação na/da internet, visto que cada (inter)ação criará uma marca que refletirá silenciamentos e determinações nos arquivos.

Analisando as linguagens em que são desenvolvidas as páginas de internet, como a linguagem HTML, não é qualquer sujeito-usuário que pode criar, alterar ou excluir conteúdo.

⁹⁰ Aqui é apresentado novamente o conceito de *Avatar* de Pequeno (2015), identificando o efeito de representação do sujeito na rede. Destacamos que além da representação do sujeito-aluno a partir de uma identificação (*login*), foi visualizado que as regras do algoritmo também criaram uma representação do sujeito-aluno por meio do acúmulo das marcas geradas por cada sujeito-aluno

Assim, estamos condicionados ao que Thomas Herbert⁹¹ ([1966], 1973) defendeu, afirmando que as ideologias estão em uma relação de continuidade com a prática técnica e a política. Segundo o autor, a prática técnica é a “transformação das matérias-primas extraídas da natureza (...) em produtos técnicos, por meio de instrumentos de produção determinados”. (THOMAS HERBERT [1966], 1973, p. 6).

Ainda para o Thomas Herbert ([1966], 1973, p.28), essa prática técnica compreende um conjunto que contém “a matéria-prima sobre a qual ela se aplica; os instrumentos que ela utiliza, assim como a forma de trabalho humano que implicam e o produto técnico obtido”. As empresas que desenvolvem *sites* estão imbricadas pelas suas ações e funcionam como elementos de persuasão e não de repressão. Em vista disso, o funcionamento da internet permite aos usuários agirem sozinhos, sem a necessidade de agentes de repressão. No entanto, isso se dá produzindo simulações como parte do mecanismo das ideologias a partir do que reproduz o real - esse real na forma de controle.

Althusser, em *Aparelhos Ideológicos do Estado*, explica a representação ideológica do mundo real, onde tudo pode ser criado a partir do imaginário:

(...) não são as suas condições reais de existência, seu mundo real que os ‘homens’ ‘se representam’ na ideologia, o que é nelas representado é, antes de mais nada, a sua relação com as suas condições reais de existência. É esta relação que está no centro de toda representação ideológica, e portanto, imaginária do mundo real. É nessa relação que está a ‘causa’ que deve dar conta da deformação imaginária da representação ideológica do mundo real. (ALTHUSSER, 1992, p.87).

Retomando a questão da individualização do sujeito na internet, de acordo com Orlandi (2005, p. 51), a individuação pelas leis já representa um assujeitamento menos visível, na medida em que se preserva a ideia de autonomia, liberdade individual. Adicionando a essas reflexões, Dias (2008, p. 29) identifica que o movimento de individuação do sujeito pela tecnologia preserva ainda mais o “ideário de liberdade, controle e privacidade, quando, na verdade, tal valores são cada mais deturpados com o funcionamento dos algoritmos de personalização de conteúdo.”

Podemos destacar que com base nos algoritmos e no Filtro Invisível, nos experimentos desta tese, é possível identificar que houve dois momentos no processo de constituição do sujeito, um de interpelação e outro de individuação. A interpelação aconteceu

⁹¹ Thomas Herbert e Michel Pêcheux são a mesma pessoa, publicou, de 1966 a 1983, inúmeros escritos a respeito das questões da linguagem, inicialmente sob o primeiro nome, um pseudônimo, em seguida, sob o segundo, seu verdadeiro nome.

pelo trabalho atuante da ideologia com o qual o sujeito depara-se com sentidos dominantes que giram em torno da obviedade para aquele sujeito. Já a individuação ocorreu na medida em que, pelo funcionamento das técnicas de personalização, as regiões de sentidos atualizadas na tela condizem com um perfil prévio criado para aquele sujeito.

Percebemos, assim, que o sujeito-aluno foi identificado previamente na internet a partir do fornecimento do *login* e senha, ou seja, quando se inscreveu na internet fazendo com que os próprios algoritmos, enquanto realizavam os efeitos de silenciamento, armazenavam os dados sobre cada sujeito-aluno dentro de uma memória individual. Dito de outro modo, o sujeito-aluno funcionou como uma fonte de dados sobre seus acessos e suas consultas.

Considerando essa relação entre a internet e o Filtro Invisível, passamos para o processo de individualização por meio de dois processos que acontecem simultaneamente, tornando o sujeito responsável e livre ao mesmo tempo. Então, o termo sujeito, livre, responsável, passivo e submisso, em sua ambiguidade exprime uma “ficção” de liberdade e de vontade: o indivíduo é determinado, mas, ao agir, deve ter a ilusão de ser livre mesmo quando se submete.

A forma de individuação produzida pelos filtros de buscador produz-se como uma duplicação da identidade na internet, conforme já mencionado, o sujeito julga que é responsável pelos seus atos, livre para utilizar a rede para fazer qualquer coisa; no entanto, deve-se considerar que existem diversos fatores que fazem com que ele não possa de fato fazer tudo. Segundo Silva (2018), a memória metálica constitui-se desde sempre marcada pela ilusão de completude típica das discursividades digitais, é nesse local de ilusão que aparece o efeito de não esquecimento.

Para obter os resultados do experimento, foi necessário que os alunos acessassem a internet, navegando páginas preestabelecidas, codificadas de acordo com um padrão determinado, que todas as páginas devem seguir. Com as navegações e respectivas identificações (*login*/senha), os sujeitos-alunos atuaram na construção dos arquivos inerentes aos processos de produção, na condição de já sujeitos, constituindo a memória por adição, por meio de seus rastros.

Se não houvesse a identificação, a saber, o não fornecimento de um *login* e senha, por exemplo, o processo acima não seria realizado, por consequência técnica, não seria possível usufruir das interações da internet. Logo ocorre a seguinte pergunta: Então, para que eu possa ser reconhecido na internet, obrigatoriamente, necessito me identificar? No caso desta pesquisa, a resposta é sim, para ser reconhecido como um sujeito dessa tecnologia, conforme verificado

no experimento com os alunos, que necessitavam ter algum *e-mail*, vinculado ao Google, como por exemplo, o GMAIL.⁹²

Acredita-se, por conseguinte, que dificilmente, nas próximas versões dos buscadores do Google, navegaremos sem nos identificar ou seremos identificados sem estar “logados”, visto que estamos fornecendo dados e informações que servem de capital para as empresas que detêm esse conhecimento.

Quando adicionamos a isso o Filtro Invisível, remete-se ainda mais a um assujeitamento nesse espaço, pois além de estarmos na internet e nos identificarmos, os mecanismos utilizados pelo buscador Google e redes sociais estão produzindo sentidos sem que estejamos cientes disso. Os próprios mecanismos de busca estão sendo atravessados por diversas formações discursivas, identificando o que pode ou não ser dito, ou de outra forma, o que podemos ver ou não naquele determinado momento.

O uso dos alunos na internet e no buscador de forma individualizada, após coletivamente (em grupo) fez com que os rastros ficassem na opacidade, dificultando a leitura dos dados por parte do algoritmo. Mesmo não estando ciente das regras “exatas” utilizadas pelo algoritmo, identificamos ordens preestabelecidas, isso porque existe um conjunto de marcas históricas, sociais e linguísticas que permitem identificar os sujeitos.

Esse movimento de individuação do sujeito na internet acontece pelos algoritmos criados pelos programadores das empresas que desenvolvem *sites* e portais, fazendo com que haja um movimento de captura e inscrição do sujeito na internet. Nesta pesquisa, esse movimento foi comprovado a partir dos algoritmos do buscador Google. Resumidamente, podemos afirmar que o Estado individua o sujeito pelo meio do jurídico, fornecendo-lhe uma identidade; já na tecnologia, em especial na Internet, o sujeito é individualizado pela máquina que lhe fornece uma identificação na rede e em seguida duplica essa identificação. No contexto atual, o poder de individuação do Estado é, por vezes, desestabilizado pelo poder de individuação da tecnologia que atribui ao sujeito outros modos de individuação, como o usuário para acessar e entrar em *sites*, o endereço IP do computador, perfil na rede com várias características personalizadas, perfis nas redes, entre outros.

⁹² Quero expressar aqui que estamos excluindo dos nossos comentários a *Deep Web*, que dispõe de comportamento diferente dos que estamos apresentando, no entanto, utiliza-se também da mesma linguagem padrão para funcionar que é a HTML. A *Deep Web* também denominada de *Deep Net* ou *Web Invisível* ou *Web Oculta*) refere-se ao conteúdo da *World Wide Web* que não é indexado pelos mecanismos de busca padrão, ou seja, não faz parte da *Surface Web*. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Deep_web>. Acesso em: 20 mai. 2015.

A individuação do sujeito na internet ocorre por exemplo, na passagem em que seu perfil (*avatar*) é criado no buscador *Hummingbird*, este pertencendo àquele processo de busca, mas quando há outro processo, ele se recria novamente, porque nesse novo processo, as marcas são revistas outra vez. Em outras palavras, as posições sujeitos foram determinadas pelas clivagens, por meio do relacionamento entre as memórias (metálica e discursiva), a memória discursiva é mobilizada para que a memória metálica torne-se possível.

Silva (2018) esclarece que desse processo há a existência de um:

(...) engendramento entre essas memórias na medida em que, a partir de gestos de leitura-interpretação realizados tanto por aqueles sujeitos inscritos nos processos de produção por meio dos quais se estabelecem as clivagens subterrâneas. (...) E também pelos ‘sujeitos-usuários’ quando estes se inscrevem no sistema tecnológico e, por meio da linguagem, atualizam essa memória metálica a cada nova entrada-inscrição. (SILVA, 2018, p.53).

Voltando ao processo de constituição do sujeito com base na interpelação e na individuação, nesta pesquisa, percebe-se que a partir das regras dos algoritmos, estes tentam definir “caminhos”⁹³ por meio de *links* que (não) poderiam ser ditos/apresentados/silenciados; já que a partir dos cliques ou dos não cliques na página de resultado, os algoritmos buscam novamente a identificação ou re-identificação do perfil do sujeito-usuário. Nesse sentido, a produção da individuação ocorre mediante mecanismos lógicos específicos da internet e dos rastros ideológicos, confrontados com toda a historicidade do internauta.

Pariser (2012) identifica que a personalização será um processo tecnológico que definirá as nossas trajetórias de navegação na internet. Diante disso, teremos uma “história virtual que estamos fadados a repetir. E com isso, ficamos presos numa versão estática, cada vez mais estreita de quem somos – uma repetição infundável de nós mesmos”. Em conformidade com os capítulos precedentes, existem vários recursos que criam um perfil de usuário no Google, a saber, o *individuum*. É a partir desse perfil de usuário que os conteúdos são atualizados nos resultados da busca. Percebe-se, então, como no parágrafo prévio, que nossos experimentos corroboram que a tecnologia provocou dois momentos do processo de constituição do sujeito: o de individuação e o de interpelação.

Nesta tese, podemos concluir que a identidade na internet construiu-se, desconstruiu-se e reconstruiu-se, segundo as interações advindas de consultas e situações de

⁹³ Interpretar o que pode ser ou não apresentado.

vida em sociedade, afetando nosso comportamento. Percebemos que ela está sempre em movimento; cada mudança social leva-a a se reformular de modos diferentes. Considerando que toda a identificação é ao mesmo tempo diferenciação, no processo de identificação o essencial é a vontade de marcar os limites entre “eles” e “nós” e, imediatamente, de estabelecer e manter o que chamamos de fronteira das formações sociais.

Esta fronteira foi possível observar em nossos experimentos, (de)marcando os limites, baseando-se nas navegações dos alunos e, após (de)marcado, a partir das consultas do experimento coletivo, quando foi utilizando a base individual que os alunos designaram, uma vez que estamos nos referindo a uma fronteira social, ou seja, simbólica. Essa separação de conteúdos que se utilizou da fronteira social diferenciou-se pelo uso de certos traços culturais que serviram como marcadores de sua identidade específica. Assim, os grupos tiveram, em certos casos, respostas muito próximas culturalmente, mas, ao mesmo tempo, em outros exemplos, totalmente estranhas umas em relação às outras, opondo-se sobre um elemento isolado do conjunto.

Portanto, partimos da ideia de que a identidade social e virtual de um indivíduo ficou associada ao conjunto de vinculações de uma formação social. Foi a identidade social que permitiu ao aluno localizar-se e ser localizado. No entanto, para o experimento dos grupos, nem todos dispuseram das mesmas capacidades de identificação. Foi a posição no sistema de relações que os ligaram, que lhes concederam esse poder, visto que a identidade de um determinado indivíduo foi construída pelo meio social. Nossa reflexão ocorre pelo fato de a identidade social ser construída na relação que o indivíduo estabelece com a sociedade ou com a internet, ou seja, a identidade social foi construída em oposição a outras e também a partir das expectativas estabelecidas pelos alunos e grupos sociais. Nesse cenário, as forças simbólicas entre os grupos são diferentes.

Os sentidos foram atualizados no espaço do buscador Google de significação e corroboram com o perfil criado para cada aluno, a saber, sua individuação e interpelação como sujeito do/ao discurso acadêmico e como um avatar.

No decorrer dos experimentos, foi possível concluir que as noções de ideologia, sujeito e memória funcionaram como eixos teóricos da nossa análise. Os conceitos mobilizados foram a interpelação ideológica, a individuação, a forma-sujeito e a memória metálica, isso porque tais conceitos fundamentam o funcionamento discursivo das condições de produção contemporâneas e das materialidades.

Os alunos e os grupos, quando direcionados para conteúdo personalizados, inferiram que o funcionamento dos filtros oriundos do buscador objetivava promover uma

captura do sujeito, assim, começaram seus movimentos de constituição no/do digital, em que citamos a interpelação e a individuação. A interpelação ideológica promoveu o deslocamento do indivíduo para o sujeito do discurso, capturando e mantendo os alunos e grupos em regiões de sentidos dominantes, nesse caso, o discurso acadêmico. Já a individuação apresenta uma forma-sujeito histórica constituída com as condições de produção, o sujeito no/do digital, constituído pelos filtros, que tem sua identificação duplicada.

Com as regras e códigos dos algoritmos, os filtros constituíram um perfil prévio para cada sujeito-aluno do/no digital, o que faz com que os sentidos atualizados pelo buscador sejam relacionados aos interesses desse sujeito. Pelo funcionamento próprio da memória discursiva, como analisado previamente, identificamos que a regularização dos sentidos prescinde, necessariamente, do reconhecimento do que é repetido (SCHERER; TASCETTO, 2005). Na medida em que os resultados são recuperados pelas regras de personalização condizentes com o perfil criado pelos usuários, podemos inferir que o sujeito no/do discurso reconhecerá os sentidos para ele atualizados, o que afirmam também as autoras.

Cabe também observar que o funcionamento próprio da materialidade digital corrobora com o funcionamento da memória metálica, que traz a repetição e o excesso como condição. Dessa forma, ficamos diante do funcionamento da memória, mas com a especificidade do digital. Quando observamos o funcionamento da linguagem, do ponto de vista discursivo, aspectos políticos, históricos e ideológicos são inerentes. Isso não é diferente quando o funcionamento da linguagem é perpassado por recursos tecnológicos. Levar em conta tais recursos, ao traçar uma análise discursiva, significa abordarmos o discurso em suas condições de produção e materialidade.

Por fim, todos esses traços inscrevem e inscreveram os alunos/grupos nesse espaço de significação no qual aconteceram nossos experimentos. Podemos concluir que esses alunos e grupos foram individuados pela tecnologia, levando em consideração uma base de dados criados por eles mesmos, demonstrando isso em uma forma de visualização simples, decorrente das consultas no buscador Google, versão *Hummingbird*. Isso só foi possível por um acesso pela internet, o que pressupõe um dispositivo. Assim, cabe a nós representar o movimento de individuação destes alunos/grupos pela tecnologia, nesse caso, por um construto técnico. Todos esses processos descreveram um funcionamento próprio do discurso no espaço da internet e dos sujeitos-alunos que nesse espaço se inscreveram.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Iniciamos as considerações finais remetendo ao conceito de sujeito do discurso de Mussalim (2003):

(...) aquele que ocupa um lugar social e a partir dele enuncia, sempre inserido no processo histórico que lhe permite determinadas inserções e não outras. (...) o sujeito não é livre para dizer o que quer, mas é levado, sem que tenha consciência disso, a ocupar seu lugar em determinada formação social e enunciar o que lhe é possível a partir do lugar que ocupa. (MUSSALIM, 2003, p. 110).

A partir desse conceito de sujeito, e iniciando as considerações finais, retomamos o nosso problema de pesquisa no qual está relacionado a possível existência do processo de individuação pelo buscador do Google na versão *Hummingbird*, ou seja, o processo de individuação pode ser realizado pelo buscador do Google na versão *Hummingbird*? Para isso, analisamos a existência do processo de individu(aliz)ação neste buscador, a partir dos experimentos, onde os sujeitos-alunos por meio de suas buscas, mobilizaram a memória metálica de acordo com suas repetições. Isto ocorreu pelas clivagens subterrâneas que criaram os efeitos de silenciamento/apagamento nos *links* apresentados no retorno das consultas.

Dentre os objetivos específicos propostos, primeiramente trabalhamos a contextualização do filtro invisível no subcapítulo 3.4 descrevendo o seu funcionamento de acordo com seu idealizador Eli Pariser. Conseguimos comprovar a existência deste filtro quando realizamos os experimentos com a busca de palavra-chave “hotel”. Após, descrevemos os processos de individu(aliz)ação no funcionamento da internet, que só foi possível a partir do experimento coletivo realizado pelos sujeitos-alunos. Consideramos assim, em nossa análise, a interpelação dos sujeitos pela rede como um dos pilares dos nossos experimentos. Os sujeitos-alunos inscritos em suas FDs navegaram na internet onde tinham a opção de clicar ou não em determinados links, gerando o que identificamos como um processo de personalização de conteúdo. Essa personalização, como visto anteriormente, no nosso entendimento é atravessada pelo discurso capitalista. Empresas estão utilizando esse mecanismo de personalização para criar “valores”, com base no uso, visando recursos monetários relativos às informações geradas e comercializadas.

Ponderando sobre esse mecanismo de personalização, começamos a analisar e buscar compreender os efeitos de silenciamento/apagamentos que o buscador produz a partir dos experimentos realizados. Em primeira análise, refletimos sobre o atravessamento do

discurso capitalista que criou/interferiu nesses efeitos de silenciamento/apagamento dos registros/links retornados em cada consulta. Nesse sentido, trabalhamos nos experimentos a noção de arquivo, contemplando as questões relativas aos bancos de dados utilizados no buscador. Além disso, mobilizamos o conceito de memória metálica de acordo com as repetições originadas pelas marcas deixadas pelos alunos em suas navegações. Também aqui foi possível verificar a inscrição dos sujeitos-alunos usuários na forma histórico capitalista, por meio da relação de identificação produzida pelo buscador.

Mediante as noções de acontecimento discursivo e enunciativo, nossos experimentos comprovaram que a partir do(s) arquivo(s) gerado(s) originados de cada consulta, não houve uma ruptura da posição-sujeito-aluno na(s) formação(ões) discursiva(s) em que estavam inscritos, assim, definimos o processo como um acontecimento enunciativo. A internet funciona como uma rede de pessoas e conteúdo, se valendo de um potencial de interligar tudo e oferecer um aparato de possibilidades de navegação. Desse modo, produzindo um efeito de liberdade, pois há a noção de que tudo se pode fazer e consultar/buscar neste local. Salientamos, mais uma vez, que a internet disponibiliza *sites* e portais, desenvolvidos por desenvolvedores a partir de códigos preestabelecidos, assim, somente quem está inserido no discurso da informática tem a possibilidade de criar/alterar/excluir conteúdo dentro da rede.

Por fim, e como último objetivo específico buscamos identificar as possíveis marcas discursivas dos processos de individu(aliz)ação no buscador do Google. Com isso, foi imprescindível utilizarmos o conceito *avatar*, trazido por Pequeno (2015), que serviu como uma das primeiras constatações para entender essas novas formas de utilizar a internet, bem como seus impactos, uma vez que produz um efeito de representação do sujeito na rede. Ao tratar de individu(aliz)ação, necessitamos compreender como a internet cria uma representação de nós mesmos. Isso foi o que aconteceu com os alunos, ao realizar suas navegações na rede.

Percebemos pelos experimentos, que os algoritmos do Google interpelaram os sujeitos-alunos, *a posteriori*, criando um “*avatar*” com o intuito de personalizar/efeitos de silenciamento os conteúdos fornecidos. Assim, obtivemos o “*avatar*” do aluno/grupo individualizado, como perfil de cada um. Esse procedimento permitiu analisar que todo esse processo se originou pelo armazenamento em bancos de dados das preferências, interesses e histórico de acessos dos alunos. Entendemos, aqui, o avatar como simulador, ou seja, uma representação duplicada.

Assim, entendemos que as consultas do Google mobilizaram a memória metálica, isto se deve pelas suas próprias repetições identificando o que era ou não clicado. Todo esse

processo, aconteceu a partir das clivagens subterrâneas que, por consequência, criaram efeitos de apagamento/silenciamento.

Ademais, o conceito de Filtro Invisível, de Pariser, oportunizou serem analisadas discursivamente as noções mobilizadas a partir dele, visto que até o momento não existiam pesquisas que trabalhassem esse conceito atrelado à noção de individuação. Logo, conseguimos identificar também a existência desse filtro, considerando que o que acessamos, interfere no que veremos posteriormente. A partir da noção de individuação de Orlandi e da problemática referente a possível existência do processo de individuação pelo buscador *Hummingbird*, confirmou-se a existência do processo de individuação por meio dos algoritmos codificados pelos desenvolvedores da Google. Dessa maneira, houve o processo de identificação duplicada dos sujeitos-alunos, transformando-os em *avatares* para que os *links* apresentados pudessem criar um efeito de personalização/silenciamento de conteúdo no uso da internet. Todo esse processo foi descrito e analisado discursivamente nos experimentos, tanto no individual como no coletivo.

Esta pesquisa limitou-se ao buscador Google na versão *Hummingbird*, no entanto, pode ser aplicada a outras versões ou mesmo redes sociais que utilizam esse conceito do Filtro Invisível, como Facebook ou Instagram. Com o decorrer da pesquisa, foi possível identificar que outros *sites*, como Terra também estão utilizando um processo de personalização de conteúdo sem a identificação de um usuário (*login* e senha) para acessar os conteúdos, assim, recomenda-se também analisar discursivamente esses novos portais e verificar como se dá o processo de individuação do sujeito nesses sites.

7 REFERÊNCIAS

ACHARD, Pierre [et al.] **Papel da memória**. Trad. e introdução: José Horta Nunes. 2.ed. Campinas, SP: Pontes, 2007.

AGAMBEN, Giorgio. **O que é o contemporâneo?** e outros ensaios. Trad. Vinícius NicastroHonesko. Chapecó: Argos, 2009.

ALTHUSSER, Louis. **Aparelhos Ideológicos de Estado**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1992.

AUROUX, Sylvain. **A revolução tecnológica da gramatização**. Trad. Eli Puccinelli Orlandi. Campinas: Unicamp, 1992.

BAUDELAIRE, Charles. **Sobre a modernidade**. 3.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002.

BARBROOK, Richard. **Futuros Imaginários**: das máquinas pensantes à aldeia Global. São Paulo: Petrópolis, 2009.

BARUS-Michel, J. – “Uma sociedade nas telas”, in: Haroche, C. & Aubert, N. – **Tirantias da Visibilidade**. São Paulo:FAP-Unifesp. 2013.

BARROS, Euriam. **Entendendo os conceitos de backup**: Restore e recuperação de desastres. Rio de Janeiro: Moderna, 2007.

BECK, M. & ESTEVES, P. **O sujeito e seus modos – identificação, contraidentificação, desidentificação e superidentificação**. Leitura Maceió, 2012.

BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**. Petrópolis: Vozes, 1976.

BRANDÃO, Helena H. Nagamine. **Introdução à análise do discurso**. 2.ed. Campinas, SP: Unicamp, 2004.

BRANDÃO, Carlos Rodrigues. **Identidade e etnia**: construção da pessoa e resistência cultural. São Paulo: Brasiliense, 1986.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e Cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. Trad. Maurício Santana Dias. 5ª. Ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2005.

CARMONA, Tadeu. **Segredos do Google**. 2. ed. São Paulo: Digerati Books, 2006.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. (A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura. Vol.1). São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASULLO, Nicolás. **El debate modernidade posmodernidad**. Buenos Aires: El cielo por asalto.

CAZARIN, Ercília Ana; DOS SANTOS RASIA, Gesualda. **As noções de acontecimento enunciativo e de acontecimento discursivo**: um olhar sobre o discurso político. Letras, 2014.

CONPAGNON, Antoine. **Os cinco paradoxos da modernidade**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2010.

COURTINE, J. **Análise do discurso político**: o discurso comunista endereçado aos cristãos. São Carlos: EdUFSCar, 2009.

_____. **Définition d'orientations théoriques et construction de procédures en analyse du discours**. Philosophiques, vol. IX, número 2, octobre 1982.

CUCHE, Denys. **A noção de cultura nas Ciências Sociais**. Bauru: EDUSC, 1999.

DELEUZE, Gilles. **Post-scriptum: sobre as sociedades de controle**. In: o Conversações. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1992.

DIAS, Cristiane. **Análise do discurso digital**: sobre o arquivo e a constituição do corpus. Estudos Linguísticos, São Paulo, 44 (3): p. 972-980, set.-dez. 2015.

_____. **Da corpografia**: ensaio sobre a língua/escrita na materialidade digital. Santa Maria: UFSM, Programa de Pós-Graduação em Letras, 2008.

_____. **O discurso sobre a língua na materialidade digital**. Guarapuava: Interfaces Vol.2 n.1, 2011.

_____. **A escrita como tecnologia da linguagem**. Tecnologias de linguagem e produção do conhecimento. Coleção Hiper Saberes. Volume II, Santa Maria – Dezembro, 2009.

DERRIDA, Jacques. **Mal de Arquivo**: uma impressão freudiana. Trad. Claudia de Moraes Rego. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2001.

EAGLETON, Terry. **As ilusões do pós-modernismo**. Trad. Elisabeth Barbosa. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.

_____. Depois da teoria. **Um olhar sobre os Estudos Culturais e o pós-modernismo**. Trad. Maria Lucia Oliveira. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2005.

EDWARDS, Douglas. **Estou com sorte**: as confições do funcionário número 59 do Google. Trad. Maria Ângela Amorim de Paschoal. Ribeirão Preto, SP: Novo Conceito Editora, 2012.

EVANGELISTA, Rafael de Almeida. **Traidores do movimento**: politica, cultura, ideologia e trabalho no software livre. 2010. 121 p. Tese (doutorado) - Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciencias Humanas, Campinas, SP. Disponível em: <<http://www.repositorio.unicamp.br/handle/REPOSIP/280201>>. Acesso em: 07 mar. 2019.

EXAME, Revista **Google Hummingbird: o impacto do novo buscador para seu negócio**. Edição Novembro de 2013. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/rede-de-blogs/performance-digital/2013/11/01/google-hummingbird-o-impacto-do-novo-buscador-para-seu-negocio/>>. Acesso em: 10 abr. 2015.

FELIPINI, Dailton. **Google Top 10: Como colocar o seu site na 1 página do Google**. Rio de Janeiro: LeBooks, 2013.

FERIGOLO, Juciane. **A língua enquanto sistema e a língua enquanto produção de sentidos para o sujeito**. Dourados, v. 3, n. 6, 2009.

FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. Trad. Luiz Felipe Baeta Neves. 7. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, [1969] 2007.

_____. **Vigiar e punir: nascimento da prisão**. Trad. Raquel Ramalhete. Petrópolis: Vozes, 1987.

_____. **Microfísica do poder**. São Paulo: Graal, 2009.

_____. **Resumo dos cursos do Collège de France: 1970-1982**. Tradução de Andrea Daher. Rio de Janeiro: J. Zahar, 1997.

_____. (org.) Foucault: a critical reader. New York: BasilBlackwell, 1986.

_____. **A ordem do discurso**: aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970/Michel Foucault; tradução de Laura Fraga de Almeida Sampaio. 2 ed. São Paulo: Edições Loyola, 2013.

FLORES, Giovanna G.B. – **Os sentidos de nação, liberdade e independência na imprensa brasileira (1821-1822) e a fundação do discurso jornalístico brasileiro**. Tese de Doutorado defendida no Instituto de Estudos Linguísticos/IEL, Unicamp. SP, 2011.

FLORES, Giovanna G. Benedetto, NECKEL, Nádia Régia Maffi, GALLO, Solange Maria Leda (Orgs.). **Análise de Discurso em Rede: Cultura e Mídia – volume 2**. Campinas: Pontes, 2016.

JAU RÉG UIBERRY, F. – “A exposição de si na internet: a preocupação de estar além das aparências”, in. Haroche, C. & Aubert, N. – **Tirantias da Visibilidade**. São Paulo: FAP-Unifesp. 2013.

GALLO, Solange Leda. **Como o texto se produz: uma perspectiva discursiva**. Blumenau: Nova Letra, 2008.

_____. **A Internet como Acontecimento**, in: Indursky, F.; Mittmann, S; Ferreira, M.C.L. (org.), **Memória e história da/na análise do Discurso**. Campinas: Mercado de Letras, 2011.

_____. **Da escrita à escritoralidade: um percurso em direção ao autor on-line**. In: RODRIGUES, Eduardo Alves; SANTOS, Gabriel Leopoldino dos; CASTELLO BRANCO, Luiza Katia Andrade. (Org.). **Análise de Discurso no Brasil: pensando o impensado sempre. Uma homenagem a EniOrlandi**. Campinas, SP: Editora RG, 2011.

_____. **Discurso da escrita e ensino.** Campinas, SP: Unicamp, 1992.

_____. **A Internet como Acontecimento discursivo.** In: INDURSKY, Freda; MITTMANN, Solange (orgs). *Memória e história na/da Análise do Discurso.* Campinas, SP: Mercado das Letras, 2011.

_____. **Discurso e as novas tecnologias de informação.** JIED. Maringá, PR. 2012.

_____. **Novas fronteiras para autoria.** 53. *Organon, Porto Alegre*, no 53, julho-dezembro, 2012.

GALLO, S. L. ; ROMÃO, Lucília . **Corpo e(m) Discurso na Rede.** In: ROMÃO, L; GALLI, Fernanda. (Org.). *REDE ELETRÔNICA - Sentidos e(m) movimento.* REDE ELETRÔNICA - Sentidos e(m) movimento. São Carlos, SP: Pedro & João Editores, 2011.

GALLO, Solange Leda. NECKEL, Nadia Régia Maffi. **Análise fílmica com base na Análise do Discurso In.** *Arte e cultura: passos, espaços e territórios.* Org. Nadja de Carvalho Lamas, Alena Rizi Marmo Jahn. Joinville, SC: Editora UNIVILLE, 2012.

_____. **As clivagens subterrâneas/contemporâneas da rede e o efeito narciso Discurso Ciência e cultura:** Conhecimento em rede Editora Unisul, 2012.

_____. **Escritorialidade e Autoria: algumas considerações sobre os repositórios institucionais.** Anais do 3ª JIED (Jornada Internacional de Estudos em Discurso). Maringá, 2015. Disponível em: <http://www.jiedimagem.com.br/conteudo/110/anais-do-evento>. Acesso em: 20 ago. 2015.

GALLO, Solange; SILVEIRA, Juliana da. **Forma-discurso de escritorialidade :** processos de normatização e legitimação. In : FLORES, Giovanna G Benedetto et al (Org.). *Análise de discurso em rede: cultura e mídia.* Vol 3. Campinas: Pontes, 2017.

GEBRAN, Maurício Pessoa. **Tecnologias educacionais.** Curitiba: IESDE Brasil S.A., 2009.

GIDDENS, A. **A constituição da sociedade.** 3ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 2009

_____. **As consequências da modernidade.** São Paulo: Editora da UNESP, 1990.

GOLDMAN, Aaron. **Google: Tudo o que sei sobre marketing aprendi com o Google.** Trad. Cristina Yamagami. São Paulo: Saraiva, 2011.

GOMES, Lucinéia. **Curso essencial de Google.** São Paulo: Digerati Books, 2009.

GONÇALVES, Amauri Vida. **Entendendo uma infraestrutura dinâmica** (Liderança e Tecnologia : 100 mini papers nos 100 anos da IBM Technology Leadership Council-Brazil et al.). Rio de Janeiro :Obliq Press, 2011.

GONÇALVES, Júnior. **O Diário de um Blogueiro.** Ebook. 1. ed. Porto de Ideias, 2013.

GRAVATÁ, A. **O que a internet esconde de você.** Superinteressante, ed. 297, nov. 2011. p.64-67.

GRANGEIRO, Cláudia Rejanne Pinheiro. **A Propósito do conceito de Formação Discursiva em Michel Foucault e Michel Pêcheux**. Universidade Estadual Paulista/Faculdade de Ciências e Letras de Araraquara (UNESP/FCLAR) PARIS XII-CEDITEC – 2 SEAD – 2008.

GREGOLIN, M. R. **Filigranas do discurso**: as vozes da história. Araraquara/ UNESP, São Paulo: Cultura Acadêmica Editora, 2000.

_____. **Identidade: objeto ainda não identificado?** Estudos da Língua(gem). Vitória da Conquista. v. 6, n. 1. p. 81-97. junho de 2008.

GRESSLER, Lori Alice. **Introdução à pesquisa**: projetos e relatórios. 2. ed. São Paulo: Loyola, 2004.

GUILHAUMOU, Jacques; MALDIDIER, Denise. **Effets de l'archive**. In: GUILHAUMOU, Jacques et al. Discours et archive: experimentations en analyse du discours. Liège: Mardaga, 1994. p. 91-111.

GUIMARÃES, E. **Análise de Texto**: Procedimentos, Análises, Ensino. Campinas, SP: Editora RG, 2011.

_____. **Semântica do Acontecimento**: um estudo enunciativo da designação. Campinas, SP: Pontes, 2002.

_____. **Enunciação e História**. In: _____. (Org.). História e sentido na Linguagem. Campinas, SP: Pontes, 1989.

HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva**. Traduzido do original francês La Mémoire collective por Laurent Léon Schaffter (2.ed.). Presses Universitaires de France. Paris, França, 1968.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 10. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.

HAROCHE, Claudine. **O sujeito diante da aceleração e da ilimitação contemporânea** (2011) - Educ. Pesqui., São Paulo, Aheadofprint, abr. 2015.

_____. **A condição sensível**. (Tradução de Jacy Seixas e Vera Avellar Ribeiro). Rio de Janeiro: Contracapa, 2008.

HAROCHE, Claudine; PÊCHEUX, Michel; HENRY, Paul. (1971) **A Semântica e o corte saussuriano**: língua, linguagem, discurso. Tradução de Roberto Leiser Baronas e Fábio Cesar Montanheiro. In: BARONAS, Roberto Leiser. Análise do Discurso: apontamentos para uma história da noção-conceito de formação discursiva. São Carlos, SP: Pedro & João Editores, 2007.

HENRY, Paul. **Os fundamentos teóricos da “Análise Automática do Discurso” de Michel Pêcheux**. Tradução de Bethania Mariani. In: GADET, Françoise; HAK, Tony. (orgs.). Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux. 2 ed. Campinas: Unicamp, 1993, p. 13-38. Tradução do original de 1969.

HERBERT, Thomas. [1966]. **Reflexões sobre a situação teórica das ciências sociais e, especialmente, da psicologia social.** Tempo Brasileiro, epistemologia, 2, (30, 31). Rio de Janeiro, 1973.

HONORATO, Gilson. **Conhecendo o marketing.** São Paulo: Manole, 2004.

INDURSKY, F. **Unicidade, desdobramento, fragmentação:** a trajetória da noção de sujeito em Análise do Discurso. In: MITTMANN, S.; CAZARIN, E.; GRIGOLETTO, E. (Orgs.). **Práticas discursivas e identitárias - Sujeito e língua.** Porto Alegre: UFRGS, 2008.

_____. **Unicidade, desdobramento, fragmentação:** a trajetória da noção de sujeito em Análise do Discurso. In: MITTMANN, S.; CAZARIN, E.; GRIGOLETTO, E. (Orgs.). **Práticas discursivas e identitárias - Sujeito e língua.** Porto Alegre: UFRGS, 2008.

_____. **A fragmentação do sujeito em análise do discurso.** In: Discurso, memória, identidade. Porto Alegre, Sagra-Luzzatto, 2000.

_____. **Formação Discursiva:** essa noção ainda merece que lutemos por ela? In: FERREIRA, M.C.; INDURSKY, F. **Análise do Discurso no Brasil: mapeando conceitos, confrontando limites.** São Carlos, Claraluz, 2007.

_____. **A fala dos quartéis e as outras vozes.** Campinas, SP: UNICAMP, 1997.

_____. **A memória na cena do discurso.** In: INDURSKY, Freda; MITTMANN, Solange; LEANDRO FERREIRA, Maria C. (Org.) **Memória e história na/da Análise do Discurso.** Campinas: Mercado de Letras, 2011.

JAMESON, Fredric. **Pós-modernismo.** A lógica cultural do capitalismo tardio. Trad. Maria Elisa Cevalco. 2.ed. São Paulo: Ática, 1997.

KARSAKLIAN, Eliane. **Comportamento do consumidor.** São Paulo: Atlas, 2000.

KIRKPATRIC, David. **O efeito Facebook:** os bastidores da história da empresa que está conectando o mundo. Trad. Maria Lúcia de Oliveira. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2011.

KOCH, I.G.V. **A Coerência textual.** São Paulo: Contexto, 1990.

KONDER Leandro. **A questão da ideologia.** São Paulo: Companhia das letras, 2002.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing.** Trad. Sônia Midori Yamamoto. 14. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012

LACAN, Jacques. **O seminário livro 17: o avesso da psicanálise.** Tradução Ary Roitman. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1992.

LAGAZZI, Suzy. **O recorte e o entremeio:** condições para a materialidade significativa. In: RODRIGUES, E. A.; SANTOS, G. L.; BRANCO, L. K. A. C. (org). **Análise de Discurso no Brasil: Pensando o impensado sempre. Uma homenagem a Eni Orlandi.** Campinas, SP: Editora RG, 2011.

LATOURE, Bruno. **Jamais fomos modernos**. Trad. Carlos Irineu da Costa. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1994.

LECHETA, R. R. **Desenvolvendo para iPhone e iPad**. 1. ed., São Paulo: Editora Novatec, 2012.

LE GOFF, Jacques. **História e Memória**. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1996.

LEMOS, André. **Cibercultura**: tecnologia e vida social na cultura contemporânea. - 5ª ed. – Porto Alegre: Sulina, 2010.

LEMOS, Virgílio de. **A invenção das ilhas**. Org., seleção e posfácio de António Cabrita; entrevista de Carmen Lucia Tindó Secco. Maputo: Escola Portuguesa de Moçambique - EPM; Centro de Ensino e Língua Portuguesa- CELP, 2009.

LEVY, Pierre. Carlos Irineu da Costa (trad.). **As tecnologias da inteligência**. São Paulo: Editora 34, 1993.

_____. Paulo Neves (trad.). **O que é o virtual**. São Paulo: Editora 34, 1996.

_____. Luiz Paulo Rouanet (trad.). **A inteligência coletiva**. Por uma antropologia do ciberespaço. São Paulo : Loyola, 1998.

_____. **Cibercultura**. São Paulo : Editora 34, 2000.

_____. Maria Lucia Homem e Ronaldo Entler (trads.). **A conexão planetária**. O mercado, o ciberespaço, a consciência. São Paulo : Editora 34, 2001.

LEVY, Steven. **Google – a Biografia**. São Paulo: Universo dos Livros, 2012.

LOWE, Janet. Google: **Lições de Sergey Brin e Larry Page, os criadores da empresa mais inovadora de todos os tempos**. Trad. Marcia Patermann Brookey. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

LYOTARD, Jean-François. **O pós-moderno**. 3.ed. São Paulo: José Olympio, 1988.

_____. Pós-moderno. **Explicação às crianças**. Porto Alegre: Dom Quixote, 1993.

MAIA, Carmem; MATTAR, João. **ABC da EaD**: a educação à distância hoje. São Paulo: Pearson, 2007.

MACHADO, Carolina de Paula. **Acontecimento enunciativo e temporalidade**: análise de um texto publicitário. Estudos da Língua(gem) Vitória da Conquista v. 13, n. 1 p. 199-212 junho de 2015.

MCLUHAN, Marshall. **Os Meios de Comunicação Como Extensões do Homem**. Editora Cultrix, 1964.

MALDIDIER, Denise. **A inquietação do discurso** – Re(ler) Michel Pecheux Hoje – Denise Maldidier; trad. Eni P. Orlandi. Campinas: Pontes, 2003.

MARCUSCHI, Luiz. Antônio. **Gêneros textuais emergentes e atividades linguísticas no contexto da tecnologia digital**. Conferência apresentada na USP por ocasião do GEL – Grupo de Estudos Lingüísticos do Estado de São Paulo, realizado entre os dias 23-25 de maio, 2002.

_____. **Linguística de texto: o que é e como se faz**. Editora Parábola, 2012.

MARIANI, Bethania. MEDEIROS, Vanise. DELA-SILVA, Silmara. **Discurso, arquivo e..** Rio de Janeiro: 7 Letras, 2011.

MCLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. Tradução de Décio Pignatari. São Paulo: Cultrix, 2001.

MITTMANN, Solange. **Redes de Significações no ciberespaço**. In: ROMÃO, Lucília Maria Sousa; GASPARG, Nádea Regina (orgs.). sentidos de Memória e arquivo. São Carlos (SP): Pedro e João Editores, 2008.

MORAIS, Carlos Tadeu Queiroz de. **Conceitos sobre Internet e Web** / Carlos Tadeu Queiroz de Moraes, José Valdeni de Lima [e] Sérgio R. K. Franco. – Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2012.

MOROZOV, Evgeny. **Big Tech: a ascensão dos dados e a morte da política**. Tradução de Claudio Marcondes. São Paulo: Ubu Editora, 2008.

MUSSALIM, F.; BENTES, A C. **Introdução à lingüística: domínios e fronteiras**. São Paulo: Cortez, v. 2, 2003.

NECKEL, Nadia. GALLO, Solange. **As clivagens subterrâneas/contemporâneas da rede e o efeito narciso**. Discurso, Conhecimento e Cultura: Conhecimento em Rede. Palhoça: Unisul, 2012.

NEGROPONTE, Nicholas. **A Vida Digital**. Companhia Das Letras, 1995.

NUNES, José Horta. **Leitura de arquivo: historicidade e compreensão**. In: INDURSKY, Freda; FERREIRA, Maria Cristina Leandro(orgs.). mapeando conceitos, confrontando limites. São Carlos: Claraluz, 2007.

OCANÃ, Alejandro Suárez. **A verdade por trás do Google**. Trad. Sandra Martha Dolinsky. São Paulo, 2013.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **A Linguagem e seu funcionamento. As formas do discurso**. - 4ª ed. Campinas, SP: Ponte, 2003.

_____. **Discurso em análise: sujeito, sentido e ideologia**. Campinas, SP: Pontes, 2012.

_____. **Discurso e texto**. Campinas: Pontes, 2005.

_____. **Interpretação: Autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico**. Campinas, SP: Ed. Pontes, 2004.

_____. **Análise de Discurso: Conversa com Eni Orlandi**”. Rio de Janeiro, 2006

_____. **Segmentar ou recortar?** Rio de Janeiro, RJ: PUC, (Texto apresentado no V Encontro Nacional de Linguística com o título: Linguagem e História: a questão dos sentidos), 1981.

_____. **Discurso e leitura**. Campinas, SP: Cortez, 1988.

_____. **As formas do silêncio: no movimento dos sentidos**. 3. ed. Campinas, São Paulo: Unicamp, 1995.

_____. **Análise de Discurso: princípios & procedimentos**. 8. ed. Campinas: Pontes, 2009.

_____. **Texto e Discurso** in Organon 23. Volume 9, Número 23. Instituto de Letras. Porto Alegre: UFRGS, 1995.

_____. **A linguagem e seu funcionamento: as formas do discurso**. Campinas: Pontes, 1996.

_____. **O sujeito discursivo contemporâneo: um exemplo**. In: INDURSKY, F.; LEANDRO FERREIRA, M. C. (org). **Análise do discurso no Brasil: mapeando conceitos, confrontando limites**. São Carlos: Claraluz, 2007.

ORLANDI, Eni Puccinelli, **Materialidades Discursivas**. In. Organização: Organizador: Bernard Conein, Jean-Jacques Courtine, Françoise Gadet, Jean-Marie Marandin e Michel Pêcheux. **Materialidades Discursivas**. Campinas, SP: Unicamp, 2016.

PARISER, Eli. **O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você**. Trad. de Diego Alfaro. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

PASSONE, Eric Ferdinando Kanai. **Psicanálise e Educação: o discurso capitalista no campo educacional**. ETD - Educação Temática Digital, Campinas, SP, v. 15, n. 3, p.407-424, set./dez. 2013. ISSN 1676- 2592. Disponível em: <<http://www.fae.unicamp.br/revista/index.php/etd/article/view/5553>>. Acesso em: 21 dez. 2017.

PAULA MACHADO, C. de . **Acontecimento Enunciativo e Temporalidade: análise de um texto publicitário**. ESTUDOS DA LÍNGUA(GEM) (ONLINE) , v. 13, p. 199-212, 2015.

PÊCHEUX, Michel. **O Discurso - estrutura ou acontecimento**. Trad. de Eni P. Orlandi. 6. ed. Campinas: Pontes, [1983] 2012.

_____. **Papel da memória**. In. **Papel da Memória**. Campinas: Ed. Pontes, 1999.

_____. **Ler o arquivo hoje**. In. ORLANDI, E. (org.). **Gestos de Leitura: da história no discurso**. 3. ed. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 2010.

_____. **Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio**. 4. ed. Campinas: Ed. da Unicamp, 2009.

_____. **Análise de discurso:** textos escolhidos por Eni Puccinelli Orlandi. Campinas: Pontes, 2011.

_____. **Por uma análise automática do discurso.** Organizador: Françoise Gadet e Tony Hak. 5ª edição. Campinas: Unicamp, 2014.

_____. **Delimitações, Inversões, Deslocamentos. Cadernos de Estudos Linguísticos,** Campinas: Unicamp. 1990.

PEQUENO, Vitor. **A demanda pelo avatar e a forma-discurso do digital:** construções iniciais e notas para um futuro trabalho. In *Análise de Discurso em Rede: Cultura e Mídia – Volume 2*. Orgs. Flores, G. Neckel, N e Gallo, S. Editora Pontes: Campinas (no prelo) - 2016.

_____. **Nos subsolos de uma rede:** Sobre o ideológico no âmago do técnico. Dissertação de Mestrado apresentada na UNICAMP. São Paulo: Campinas, 2015.

PELBART, Peter Pal. **A vertinagem por um fio:** políticas da subjetividade contemporânea. São Paulo: Iluminuras, 2000.

PORTO, Cristiane de M. e PALACIOS, Marcos S. **O Lugar e o Peso da Autopublicação na Internet e a Cultura Científica no Brasil.** In: *Revista Educação e Cultura Contemporânea*. Rio de Janeiro-RJ: vol. 9, n. 18, 2012.

POSSENTI, S. **Os humores da língua:** análises lingüísticas de piadas. Campinas: Mercado de letras, 1998.

RASIA, Gesualda dos Santos. **Considerações acerca do letramento digital** in *Discurso em rede* Grigoletto Evandra De Nardi Fabiele S. Schons Came Regina (orgs). Recife: Editora Universitária, 2011.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet.** 2. Ed. Porto Alegre: Sulina, 2009.

ROMÃO, Lucília Maria Sousa. **Fios de grito na rede: navegadores (d)enunciam o extermínio.** In MARIANI, B. & MEDEIROS, V. (Org.). *Discurso e...: ideologia, inconsciente, memória, desejo, movimentos sociais, cinismo, corpo, witz, rede eletrônica, língua materna, poesia, cultura, mídia, educação, tempo, (homo)sexualidade*. Rio de Janeiro: Letras, 2012.

_____. **Exposições do museu da língua portuguesa:** arquivo eacontecimento e(m) discurso. São Carlos: Pedro & João, 2011. 236 p. Prefácio de Amanda Scherere Posfácio de Waldomiro Vergueiro.

ROMÃO, L; Benedetti, C. **A navegação do sujeito no discurso jornalístico impresso e eletrônico.** *Revista Verso e Reverso*, ano XXII, n.49, 2008/1. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/versoereverso/article/view/7013>

ROCHA, Alexandre Wagner da; NECKEL, Nádia Régia Maffi. **“Só há causa naquilo que falha” A (des)construção da AD em três fases.** *Revista Científica Ciência em Curso – R. cient. ci. em curso*, Palhoça, SC, v. 3, n. 1, p. 1120, jan./jun. 2014.

RUIZ, Adriano Rodrigues. **A reconstrução das práticas educativas e a arte de escolher.** Conjectura, Caxias do Sul, RS, v.15, n.2, p., maio 2010.

SAMARA, Beatriz Santos; MORSCH, Marco Aurélio. **Comportamento do consumidor:** conceitos e casos. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

SANTAELLA, Lúcia. **Navegar no ciberespaço:** o perfil cognitivo do leitor imersivo. São Paulo: Paulus, 2004.

SARGENTINI, V. M. O. **O arquivo e a circulação de sentidos.** Conexão Letras, PortoAlegre, 9(11), 23-30. (2014) Disponível em: <http://www.artistasgauchos.com/conexao/11.pdf>. Acesso em: 20 fev. 2018.

SAUSSURE, F. **Curso de Lingüística Geral.** 6. ed. São Paulo: Cultrix, 1974.

SCHERER, A. E. & TASCHETTO, T. R. **O papel da memória ou a memória do papel de Pêcheux para os estudos linguísticos-discursivos.** Estudos da Língua(gem): Michel Pêcheux e a Análise do Discurso, Vitória da Conquista, 2005.

SCHMIDT, Eric. Como o Google funciona. Trad. André Gordinho. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2015.

SILVA, Tomaz Tadeu (org.). **Identidade e Diferença:** a perspectiva dos estudos culturais. 2ed., Petrópolis, RJ: Vozes, 2003.

SILVA, Mário José da. **Repositórios institucionais brasileiros:** entre público e privado nos processos de produção e circulação do conhecimento científico (2018). Tese (doutorado) - Universidade do Sul de Santa Catarina, Palhoça, SC.

SILVEIRA, R. J. T. **A história da filosofia no ensino de Filosofia:** considerações a partir de Gramsci. Revista Sul-Americana de Filosofia e Educação (Resafe), Brasília, n. 17, p. 89-105, nov. 2011/ abr. 2012. Disponível em: <http://seer.bce.unb.br/index.php/resafe/issue/view/714> Acesso em: 20 mai. 2015.

SILVEIRA, V.F.P. **Por um acesso fecundo ao arquivo.** In Corpus III: Seminário Nacional. Santa Maria: UFSM, 2002.

SOUZA, Aurélio. **Os discursos na psicanálise.** Rio de Janeiro: Companhia de Freud, 2003

SOUZA, R. R. **Sistemas de recuperação de informações e mecanismos de busca na web:** panorama atual e tendências. Perspectivas em Ciência da Informação (Impresso), Belo Horizonte, v. 11, n.2, 2006.

TEIXEIRA Marlene. **Análise de discurso e psicanálise:** Elementos para uma abordagem do sentido no discurso. EDIPUCRS, 2005

TFOUNI, Leda Verdiani (org.). **Múltiplas faces da autoria.** Ijuí: Ed. Unijuí, 2008.

TURKLE, S. **A vida no ecrã: a identidade na era da internet**. Lisboa: Relógio D'Água, 1997.

VIRILIO, Paul. **O Espaço Crítico**. São Paulo: Editora 34, 1993.

WANDERLEY, C.M. **Condições de produção e autoria no espaço digital: horizonte de pesquisa**. Organon v.27 n.53. Porto Alegre: UFRGS, 2012.

XAVIER, Antônio Carlos. **Hipertexto e Intertextualidade**. Cad.Est.Ling., Campinas, (44):283-290, Jan./Jun. 2003.

ZUBOFF, Shoshana. **Big other: surveillance capitalism and the prospects of an information civilization**. (Research article). Journal of Information Technology (2015) 30, 75–89. JIT Palgrave Macmillan 0268-3962/15. Disponível em: <<https://cryptome.org/2015/07/big-other.pdf>>. Acesso em: 07 mar. 2019.