

Netflix e o Capitalismo de Vigilância: O Algoritmo Como Ferramenta de Controle.¹

Alana Maria da Silva Barbosa²
Claudio Henrique Nunes de Sena³
Isabella Campos de Oliveira Pereira⁴
Maria Anita Araújo Damasceno⁵
Ticiano Andrade Damasceno⁶

RESUMO: A pesquisa analisa como a Netflix opera como uma ferramenta do capitalismo de vigilância, utilizando algoritmos para coletar, analisar e transformar dados comportamentais dos usuários em estratégias de retenção e controle. A partir da fundamentação teórica de autores como Shoshana Zuboff, Pierre Lévy e Manuel Castells, investiga como o uso de Big Data e inteligência artificial influencia hábitos de consumo e reforça estruturas de influências invisíveis. A metodologia adotada é qualitativa, baseada em revisão bibliográfica e análise crítica. A Netflix exemplifica uma forma de vigilância algorítmica, baseada na manipulação da experiência do usuário em benefício de interesses corporativos.

PALAVRAS-CHAVE: Capitalismo de vigilância. Algoritmos. Netflix. Big Data. Controle social.

1. Introdução: A sociedade sob vigilância algorítmica

A humanidade passa por um momento singular em toda sua história, com o avanço da tecnologia e a possibilidade de armazenar, processar e transmitir quantidades imensas de dados e informações (*Big Data*), surge um cenário adverso no comportamento das sociedades onde seu controle é dado por meio de aparelhos eletrônicos.

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho (GTNE09 - Comunicação, Tecnologia e Sociedade), evento integrante da programação do 25º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 26 a 28 de junho de 2025.

² Graduanda em Com. Social - Publicidade e Propaganda – Universidade de Fortaleza, email: alanastgb@gmail.com

³ Doutor em Sociologia e Prof. da Universidade de Fortaleza, email: claudiohns@gmail.com

⁴ Graduanda em Com. Social - Publicidade e Propaganda – Universidade de Fortaleza, email:

⁵ Graduanda em Com. Social - Publicidade e Propaganda – Universidade de Fortaleza,
email: anitaaraujo88@hotmail.com

⁶ Especializando em MBA em Ciência de Dados – Universidade de Fortaleza, email: ticiano.damasceno@hotmail.com

De acordo com Pierre Lévy, filósofo e sociólogo francês, a evolução tecnológica seria como uma macro-mudança que impactou permanentemente a forma como as sociedades enxergam o conhecimento, a informação e a comunicação, trazendo vantagens jamais vividas pela humanidade como a interconexão e o acesso, de baixo custo, a diversas culturas e o contato com um vasto público nacional e internacional.

Nas últimas décadas, a realidade e os desafios da conexão digital são utilizados como insumos, esses dados comportamentais são coletados por empresas, nesse contexto podemos fazer uma analogia com a obra “1984” de George Orwell, onde a vigilância constante é similar ao monitoramento digital realizado por grandes empresas, como facebook, instagram, google e outras. Diferente dessa obra em que a sociedade é controlada pelo estado, no “Capitalismo de vigilância”, conforme propõe Shoshana Zuboff, quem controla o meio é o mercado.

O Google é um dos maiores expoentes do capitalismo de vigilância, coletando, analisando e monetizando enormes quantidades de dados. A empresa utiliza ferramentas e serviços, como Gmail, YouTube, Google Maps e Android, para reunir informações sobre hábitos de navegação, localização e atividades online. Esses dados são processados por algoritmos de inteligência artificial e aprendizado de máquina para prever comportamentos e direcionar publicidade personalizada. O Google foi pioneiro em transformar as informações dos usuários em um negócio lucrativo, antecipando comportamentos para os anunciantes. Esse modelo de negócio cria o que Zuboff chama de “desigualdade epistêmica”, entregando às empresas informações sobre os indivíduos, enquanto eles nada sabem sobre o fato de estarem sendo usados.

Shoshana Zuboff argumenta que com o crescimento acelerado da tecnologia deu origem a uma nova fase do capitalismo, chamada de capitalismo de vigilância. Nesse novo sistema, a coleta e a monetização dos dados pessoais de cada indivíduo tornou-se o principal gerador de valor das empresas, criando uma disputa descontrolada, a partir das empresas privadas, por esses dados, visando maximizar seus interesses. Como explica a autora:

"O capitalismo de vigilância opera por meio de reivindicações unilaterais sobre a experiência humana privada, tratando-a como matéria-prima gratuita para ser transformada em dados comportamentais." (Zuboff, 2020, p. 17).

Por outra ótica, Manuel Castells busca equilibrar e identificar tanto as vantagens quanto às desvantagens da tecnologia e de seus avanços. Para esse autor, a base da sociedade está fundamentada na segregação social, que, atualmente, também se manifesta por meio da internet. Esse processo envolve todos os participantes do ambiente digital, incluindo tanto as ferramentas e dispositivos eletrônicos quanto as pessoas e as informações que circulam na rede.

Esse artigo tem como objetivo analisar como a plataforma Netflix se insere no contexto do capitalismo de vigilância, investigando como o uso de dados comportamentais podem ser usados para condicionar o consumo de conteúdo, reforçar padrões de comportamento e exercer formas sutis de controle social. Para desenvolver esta análise de caráter exploratória, adota-se uma pesquisa bibliográfica qualitativa, baseada na revisão crítica de literatura que articula três eixos centrais: a Netflix como agente de vigilância digital; a retenção de usuários e a utilização de dados pessoais como insumos para as ferramentas de recomendações; e comparação com outras empresas que também utilizam tecnologias com o intuito manipular seus clientes.

2. Netflix: Um laboratório do capitalismo de vigilância

Destacam-se três grandes autores que abordam de formas distintas as transformações que a tecnologia provoca nos grupos sociais: Shoshana Zuboff, Manuel Castells e Pierre Lévy. Cada autor traz opiniões diferentes sobre como a evolução tecnológica impacta a cultura e o comportamento das sociedades humanas, gerando benefícios e malefícios, alterando a forma de comunicação e compartilhamento de informações e culminando em um controle dos próprios indivíduos. Apesar das divergências entre os autores, destaca-se um ponto de convergência: a tecnologia alterou radicalmente a vida em sociedade e, com ela, as formas de controle, vigilância e organização social.

Diante disso, a Netflix se apresenta com um exemplo claro de como o capitalismo de vigilância funciona na prática. A plataforma coleta, armazena e analisa uma enorme quantidade de dados de seus usuários, desde o tempo gasto assistindo a um filme até os momentos em que o conteúdo é pausado, retrocedido ou adiantado. Esses dados são utilizados não apenas para recomendar novos conteúdos, mas também para

produzir novas escolhas com alto índice de engajamento, baseando-se em padrões comportamentais e preferências detectadas por algoritmos de inteligência artificial. O objetivo final não é apenas agradar o usuário, mas prever e, sobretudo, condicionar seu comportamento, mantendo-o o maior tempo possível na plataforma, usando suas experiências em dados. , “nossa vida é traduzida de maneira unilateral em dados, expropriada e modificada em seu propósito como novas formas de controle social, tudo isso a serviço de interesses de outrem e na ausência de nossa consciência e meios de combater esse processo” (Zuboff, 2020, p. 71).

Nessa nova fase do capitalismo, os meios de produção estão subordinados a “meios de modificação comportamental”, o que dá origem a um poder instrumentário voltado para atender aos interesses de terceiros. Em contraste com o uso de armamentos e forças militares, o capitalismo de vigilância exerce sua dominação por meio de uma arquitetura computacional automatizada e progressivamente de forma geral, constituída por dispositivos, objetos e espaços inteligentes interconectados em rede. O lucro é viabilizado pela previsibilidade gerada a partir da manipulação de dados e comportamentos dos usuários. (Zuboff, 2020)

Manuel Castells, alerta que a tecnologia é um instrumento que pode tanto promover inclusão quanto aumentar as desigualdades.

3. Big Data e a estratégia de retenção de usuários da Netflix

A Netflix monitora detalhadamente os hábitos de seus usuários para otimizar a experiência na plataforma e garantir a fidelização. Em média, o usuário leva entre 60 e 90 segundos para escolher o que assistir, e esse curto tempo é crucial para a empresa, já que “após esse tempo, as chances de iniciar qualquer conteúdo diminuem consideravelmente” (Gómez-Uribe; Hunt, 2015).

A retenção de usuários na plataforma se dá de acordo com a coleta prévia de dados como o tempo de visualização de cada usuário, cliques em produções, número de pausas entre conteúdos, tipos de dispositivos em uso e abandonos. Cada um destes dados apresenta variáveis como a personalização de cada perfil de usuário em uma mesma conta, produções originais, produções adicionadas ao catálogo que de tal modo são apreciadas pela mídia e pelo público.

Fundamental para a formação da Netflix como estúdio de produções cinematográficas foi a coleta de dados, após o advento da construção de um big data de usuários, a plataforma pôde decidir roteiros a serem produzidos bem como teve a possibilidade de prever quais produções autorais atingiram uma performance significativa entre seus diversos públicos. Sendo uma grande porta para a margem lucrativa que advém do conceito de FanService, onde a plataforma dá exatamente aquilo que o público consumidor quer. Essas informações são essenciais para personalizar recomendações, melhorar a navegação e orientar decisões de produção e licenciamento de conteúdo.

Dados moldam a experiência do usuário na plataforma e cada unidade medida é tratada como peça especial e valiosa para a grande engrenagem que mantém o espectador engajado pelo maior tempo possível, revertendo-se em lucro real para a empresa.

O algoritmo da plataforma é resiliente a cada usuário, isso se mostra verdadeiro com o sistema de recomendações, que é construído através do conteúdo consumido por cada espectador, considerando seus cliques, buscas, gêneros mais assistidos e afins, onde é sugerido ao consumidor títulos de produções semelhantes que estejam adequadas às suas preferências. Essa estratégia é verossímil à sites de compras virtuais que ao clicar e observar a página de um produto, logo abaixo estarão outros produtos semelhantes em uma tentativa de impulsionar o consumo, no caso da Netflix, trazer estas sugestões é benéfico para o maior tempo de espectadores conectados à plataforma.

Esta personalização embora pareça entregar aos usuários liberdade de escolha, é apenas um dos esquemas para reafirmar hábitos dos usuários, onde os restringe à um campo de possibilidades e favorece a criação de pequenos grupos no algoritmo.

4. Comparação com outras empresas digitais (Google, Meta/Facebook e Amazon)

O capitalismo de vigilância não se limita apenas à Netflix, na verdade surgiu em outra empresa que se beneficia das mais variadas informações: o Google. As informações variam a depender do serviço, mas em todos eles o aproveitamento delas é máximo. Ao usar o serviço de mapas do Google, por exemplo, o usuário deixa rastros

de rotas pesquisadas, da própria localização e de lugares mais frequentados, já que o aplicativo do serviço não precisa estar aberto para funcionar e coletar dados. Outra empresa que investe neste tipo de mercado é a Meta, dona de duas das principais redes sociais, Facebook e Instagram, de onde as principais informações extraídas são assuntos de interesses, localização, idade e gênero. Ambas as empresas utilizam dessas informações para vender espaços publicitários completamente personalizados para o público determinado pelo anunciante. É possível, ainda, explorar a reação dessas pessoas à peça veiculada, permitindo que ela seja alterada para provocar a reação esperada por quem compra todo esse produto. A Amazon, por sua vez, combina dados de hábitos de consumo, como a características de produtos já comprados, sazonalidade de compra e poder aquisitivo, visando oferecer produtos similares ou complementares àqueles já adquiridos com técnicas de persuasão que instigam um sentimento de urgência no momento de compra: descontos por tempo determinado e apelativo.

A Netflix, então, estoca em suas bases de dados quais conteúdos foram assistidos, quais são as características em comum entre eles e qual avaliação o usuário lhe deu, mas não só isso, momentos pausados, avançados, repetidos ou não também são informações valiosas. O objetivo é prender a atenção do usuário ao instigar seus sentidos com coisas que são certamente de seu interesse e manter a assinatura mensal que sustenta a empresa.

Devido ao desejo de poder das *Big Techs* o aperfeiçoamento e expansão das coletas de dados são aperfeiçoados ao passo que uma grande quantidade de informações pessoais é centralizada por essas empresas, moldando os comportamentos de seus usuários, ditando tendências e impactando decisões globais. Esse domínio guia o consumo de inúmeras pessoas e é disposto como um produto à venda, uma ferramenta de manipulação comercializada, disponível para qualquer interessado com poder monetário suficiente possa comprá-lo e usá-lo como melhor entender, visando cada vez mais lucros e ultrapassando mais e mais a linha ética cruzada há muito.

5. Considerações finais

A análise da Netflix com o capitalismo de vigilância mostra como a coleta e o uso de dados dos seus usuários ultrapassam a simples personalização de conteúdo, transformando-se em um controle social silencioso e altamente eficaz. A plataforma, ao

utilizar algoritmos, modifica as preferências e direciona o comportamento dos usuários com o objetivo de estender o tempo de permanência e o lucro, transformando a experiência cultural em um produto previsível e mensurável. Essa prática reforça a lógica mercadológica em que o indivíduo é reduzido a dados, e sua subjetividade é controlada a partir de interesses comerciais.

A partir das teorias dos autores como Zuboff, Castells e Lévy, foi possível compreender que, apesar dos benefícios tecnológicos da era digital, há um desequilíbrio nas relações, marcado pela assimetria informacional entre usuários e plataformas.

Dessa forma, a Netflix se configura não apenas como uma plataforma de entretenimento, mas como um laboratório do capitalismo de vigilância, onde os dados se tornam o principal ativo e o comportamento humano, uma fonte estratégica de análise e rentabilização. Reconhecer esses mecanismos torna-se essencial para que se questionem os limites éticos da tecnologia e se construam alternativas mais transparentes, democráticas e orientadas ao interesse coletivo.

Referências

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade Em Rede**. Tradução: Roneide Venâncio Majer. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

GÓMEZ-URIBE, Carlos A.; HUNT, Neil. **The Netflix recommender system: algorithms, business value, and innovation**. ACM Transactions on Management Information Systems

LÉVY, Pierre. **O pensamento de Pierre Lévy: comunicação e tecnologia**. 1. ed. - Curitiba: Appris, 2019.

ORWELL, George. **1984**. São Paulo: IBEP, 2003

ZUBOFF, Shoshana. **A Era do Capitalismo de Vigilância: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2020.