

12 - 1 | 2024

Desinformação, indústria cultural e colonialismo de dados: uma análise à luz do documentário o dilema das redes

Disinformation, cultural industry and data colonialism: an analysis in light of the documentary The Social Dilemma

**Taynara Batista da Silva | Rebecca de Araujo Ribeiro |
Luana Gabriela Paslawski | Vitor Cei**

Versão eletrónica

URL: <https://revistas.rcaap.pt/uiips/> ISSN: 2182-9608

Data de publicação: 05-08-2024 Páginas: 12

Editor

Revista UI_IPSantarém

Referência eletrónica

Batista da Silva, T., de Araujo Ribeiro, R., Paslawski, L. G., & Cei, V. (2024). Desinformação, indústria cultural e colonialismo de dados: uma análise à luz do documentário o dilema das redes. *Revista da UI_IPSantarém*. 12(1), e33453. <https://doi.org/10.25746/ruiips.v12.i1.33453>.

DESINFORMAÇÃO, INDÚSTRIA CULTURAL E COLONIALISMO DE DADOS: UMA ANÁLISE À LUZ DO DOCUMENTÁRIO *O DILEMA DAS REDES*

**Disinformation, cultural industry and data colonialism: an analysis in light of the
documentary *The Social Dilemma***

Taynara Batista da Silva

Universidade Federal do Espírito Santo, Brasil

trabalhosparataynara@gmail.com | ORCID: 0000-0001-7112-7621

Rebecca de Araujo Ribeiro

Universidade Federal do Espírito Santo, Brasil

beckere7@gmail.com | ORCID: 0009-0001-6616-1291

Luana Gabriela Paslawski

Universidade Federal do Espírito Santo, Brasil

paslawskiluana@gmail.com | ORCID 0000-0001-9022-9287

Vitor Cei

Universidade Federal do Espírito Santo, Brasil

vitorcei@gmail.com

RESUMO

O século XXI é marcado pelo alto desenvolvimento técnico-científico e pela disseminação acentuada das plataformas digitais, concomitante à expropriação de dados pessoais. Diante disso, este artigo discute os temas vinculados à desinformação, ao colonialismo de dados e à indústria cultural a partir do documentário *O Dilema das Redes* (2020). Para isso, recorreu-se aos pressupostos teóricos de Kakutani (2018), Mejías e Couldry (2019) e Adorno e Horkheimer (1985), a fim de elucidar os impasses que as plataformas digitais têm provocado em todas as relações sociais. Como resultado, conclui-se que a desinformação ocasionada pela imersão cibernética excede os limites das plataformas digitais e alcança as esferas subjetivas dos indivíduos, uma vez que está relacionada à crise do capitalismo tardio.

Palavras-chave: Colonialismo de dados, Desinformação, Indústria Cultural, Redes sociais.

ABSTRACT

The 21st century is marked by high technical-scientific development and the marked dissemination of digital platforms, concomitant with the expropriation of personal data. Considering this, this article discusses themes linked to disinformation, data colonialism, and the cultural industry based on the documentary *The Social Dilemma* (2020). To this end, we used the following theoretical assumptions from Kakutani (2018), Mejías and Couldry (2019), and Adorno and Horkheimer (1985), to elucidate the impasses that digital platforms have caused in all social relations. As a result, it is concluded that the disinformation caused by cyber immersion exceeds the limits of digital platforms and reaches the subjective spheres of individuals, as it is related to the crisis of late capitalism.

Keywords: Cultural industry, data colonialism, disinformation, social media.

1 INTRODUÇÃO

De acordo com Hannah Arendt (2009, p. 526), em *Origens do Totalitarismo*, o súdito ideal do governo totalitário não é o nazista nem o comunista convicto, mas aquele para quem já não existe a diferença entre os fatos reais e a ficção, ou entre o verdadeiro e o falso. Esta afirmação é preocupante, uma vez que, apesar de feita no século passado, aproxima-se da realidade atual, momento em que informações falsas são divulgadas em grande escala e aceitas com facilidade, sem uma preocupação sobre o que de fato é ou não verdade. A crítica literária Michiko Kakutani (2018), em *A morte da verdade*, afirma que sempre houve uma distorção da realidade por parte da política, mas assim como em outros espaços, a TV e hoje as redes sociais virtuais forneceram novas formas de propagar desinformação com mais eficiência. Assim, a autora elenca elementos importantes que compõem esse cenário:

O nacionalismo, o tribalismo, a sensação de estranhamento, o medo de mudanças sociais e o ódio aos estrangeiros estão novamente em ascensão à medida que as pessoas, trancadas nos seus grupos partidários e protegidas pelo filtro de suas bolhas, vêm perdendo a noção de realidade compartilhada e a habilidade de se comunicar com as diversas linhas sociais e sectárias (Kakutani, 2018, p. 10).

Os impactos da “era pós-moderna” são observados por Kakutani dentro da sociedade estadunidense. Ressalta-se que há particularidades desse local de fala da autora que são exclusivas desse contexto. Contudo, há outros que podem ser observados fora dele. A autora identifica que “[...] pelo mundo todo, ondas de populismo e fundamentalismo estão fazendo com que as pessoas recorram mais ao medo e à raiva do que ao debate sensato, corroendo as instituições democráticas e trocando os especialistas pela sabedoria das multidões” (Kakutani, 2018, p. 12). A “sabedoria das multidões” refere-se especialmente às desinformações que circulam nas redes sociais.

Portanto, com o objetivo de se entender o funcionamento das redes sociais virtuais que são o meio principal de difusão de desinformações e seus impactos na vida dos usuários, escolheu-se o documentário *O Dilema das Redes* (2020) como objeto de reflexão e análise qualitativa. O procedimento é bibliográfico-documental (Severino, 2016), uma vez que envolve a análise crítica de fontes bibliográficas, documentos e materiais de referência relacionados ao tema do filme.

Dito isso, o artigo está organizado em três seções. A primeira, “A verdade em tempos de redes sociais”, discute as contrapartidas das plataformas de comunicação online e seus impactos na desvalorização da verdade e uma ascensão da desinformação discutida por Kakutani (2018).

A segunda seção, “Colonialismo de dados, as novas apropriações do capitalismo no século XXI”, aborda, a partir de Mejías e Couldry (2019), como o capitalismo tem exercido, atualmente, algo bem parecido com o colonialismo histórico, porém, alicerçado na apropriação de dados pessoais que são disponibilizados nas plataformas digitais e vendidos por elas às grandes corporações ou governos. Isso a fim de que possam oferecer serviços, produtos e até ideias às pessoas, as quais são bombardeadas diuturnamente com inúmeras informações e acabam sendo influenciadas. Para que, assim, as corporações, que já detêm um grande poder, possam lucrar ainda mais ou conseguir convencer os usuários sobre determinadas ideias.

Ademais, na seção intitulada “A farsa do esclarecimento e a crise do capitalismo tardio: apontamentos sobre as mídias sociais”, serão apontadas as complexidades que envolvem a indústria cultural e os conglomerados empresariais responsáveis pelas redes sociais virtuais. De tal modo, será evidenciado, a partir do referencial teórico de Adorno e Horkheimer (1985), a forma com que a democratização da tecnologia transformou a razão emancipatória em um instrumento de alienação constante da formação humana e das subjetividades.

Por fim, nas considerações finais, serão desveladas as contradições entre a imersão nas redes sociais e a desinformação, demonstrando que a semiformação fomentada pela indústria cultural, no contexto desse início de século XXI, tem sido o resultado, primeiramente, de um projeto neoliberal que mercantiliza as relações sociais visando o lucro, transformando a autonomia em heteronomia.

2 A VERDADE EM TEMPOS DE REDES SOCIAIS

O *Dilema das Redes*, dirigido por Jeff Orlowski, estreou em 9 de setembro de 2020. A produção apresenta “o outro lado da moeda” das plataformas de comunicação *online*. Para isso, traz o depoimento de especialistas, ex-funcionários e executivos das principais empresas: Facebook, Twitter e Google. O documentário inicia (26s) com a seguinte epígrafe da tragédia *Antígona*, de Sófocles (2009, p. 59): “não há/ que se insinue/ na vida perecível /sem dose de revés”. De início, alguns dos participantes do documentário afirmam que acreditavam em um resultado positivo das redes, contudo, já não possuem convicção disso. Assim, essas pessoas são indagadas sobre qual seria então o problema das redes sociais, as reações – longas pausas silenciosas e risos nervosos – confirmam que o dilema é muito mais complicado do que se imagina.

Hoje, sabe-se que as redes sociais virtuais estão relacionadas ao desencadeamento de problemas ligados à saúde mental como depressão, a propagação de notícias falsas (*fake news*), ataques cibernéticos, polarização política, dentre outros¹. Um ponto chave para entender o funcionamento desse sistema está expresso na afirmação apresentada no documentário: “Se você não está pagando pelo produto, então você é o produto” (13m21s), pois nada é fornecido de forma gratuita. Se não estamos pagando pelo serviço, alguém está. Nesse caso, os anúncios. O que está sendo comercializado é a nossa atenção.

O *ex-designer* da empresa Google, Tristan Harris, comenta sobre como o ambiente virtual foi pensado para ser viciante. Ele e outros funcionários entrevistados no documentário enfatizam que, mesmo sabendo dos problemas, têm dificuldade em controlar o uso das redes. Antes, a tecnologia funcionava como uma ferramenta, as pessoas a utilizavam quando era necessário, contudo, agora passam a disputar pela atenção de todos, tornando-se em diversas vezes um vício. Desse modo, tudo que se faz *online* está sendo monitorado e registrado, com intuito de criar uma espécie de “avatar”², por meio de mecanismos, por exemplo, que emulam o funcionamento da máquina de caça-níqueis, um sorteio de informações, as quais os indivíduos param para ver quando há interesse, e o uso de testes para traçar um melhor perfil do usuário. Por meio disso, buscam implantar hábitos inconscientes, com o objetivo de manipular. A frase de Edward Tufte ilustra bem isso: “existem apenas duas indústrias que chamam seus clientes de usuários: a de drogas e software” (30m54s).

Há quem acredite que com o passar do tempo irão se adaptar a essas mudanças. Contudo, como é apontado no documentário, o sistema já controla as informações que os indivíduos veem. Mesmo o Google, considerado um mecanismo de busca “imparcial”, personaliza as pesquisas de acordo com os dados do usuário, como a localização, o histórico de buscas e de quem as faz. Ao não ter consciência disso, pode-se ter uma falsa impressão de que todos estão em acordo, uma vez que acreditam ter acesso às mesmas informações. O que não ocorre. Passa-se a não ter uma compreensão comum sobre a realidade e, se não se consegue entrar em acordo sobre o que é verdade, não há como solucionar nenhum dos problemas.

¹ No estudo de Souza e Da Cunha (2019) é possível visualizar uma revisão sistemática de literatura que comprova a relação entre o aumento do tempo gasto pelos jovens em redes sociais e o crescimento de transtornos como ansiedade, depressão e dependência de aparelhos eletrônicos.

² O “avatar” nesse contexto trata da representação do usuário nas redes sociais

O dilema apresentado no documentário relaciona-se com a obra de Michiko Kakutani (2018), na qual ela discute sobre o descrédito da verdade objetiva e seus impactos no cenário político. De acordo com a autora (2018, p. 56), na chamada “era da pós-verdade”, o questionamento das verdades tidas como absolutas começou a ser fomentado e acabou por abrir espaço para questionar mesmo aquelas de caráter incontestável e voltam a ganhar repercussão teorias da conspiração já descartadas pela ciência. Assim, Kakutani (2018) estabelece possíveis causas do desaparecimento da verdade em uma era que consagra o princípio da subjetividade e na instabilidade da linguagem.

Uma das justificativas levantadas é que “A proliferação de veículos de comunicação ocasionou um ‘caleidoscópio de opções informativas’, veículos de comunicação com viés ideológico. Desse modo, ‘a verdade’ é totalmente uma questão de perspectiva e agenda política” (Kakutani, 2018, p. 51). Esse aumento de formas de expressar opiniões é consequência da expansão das redes sociais virtuais. Nesses espaços, principalmente, os conteúdos circulam com quase nenhuma restrição e uma vez que neles há uma valorização da opinião, a qual se constitui de emoções e convicções pessoais – o que pode ser visto como apenas “perspectiva” –, por vezes, trata-se, na verdade, de *fake news*.

Como apresentado no documentário, o algoritmo³ não diferencia o que é ou não verdade. Sua preocupação é quanto ao engajamento dos conteúdos propagados. Seu objetivo é influenciar mais pessoas. E quanto mais de um determinado conteúdo é acessado, mais conteúdos similares serão indicados às pessoas. Esse funcionamento tem intensificado o cenário de polarização, pois é “[...] pelas redes sociais, que conectam usuários que pensam da mesma forma e os abastecem com notícias personalizadas, permitindo que eles vivam em bolhas, ambientes cada vez mais fechados e sem comunicação com o exterior” (Kakutani, 2018, p. 17). Dessa forma, é preciso retomar a ideia apresentada, de que existe a sensação nos usuários de que todos têm acesso às mesmas informações, logo, supõe-se por parte de cada pessoa que todos os outros devem entender e acreditar no que acreditam também.

Nesse quadro, Kakutani (2018) destaca como o entretenimento passou a ter uma maior importância, já que a verdade nem sempre é tão interessante e por isso não se propaga com a mesma facilidade. Há uma tendência a valorizar aquilo que é cômodo, o que cada um quer reconhecer como verdade,

[...] a verossimilhança substituiu a verdade como medida, ‘a arte socialmente recompensada’ passou a ser ‘aquela que faz as coisas parecerem verdadeiras’; não é de se admirar que os novos mestres do universo do início de 1960 fossem os *Mad Men* da Madison Avenue⁴ (Kakutani, 2018, p. 101).

Esse poder de persuasão apenas foi adaptado e ampliado pelas redes sociais, que se fundamentam no próprio comportamento humano. No documentário de Orlowski (2020), Harris denomina esse funcionamento que expõe os usuários a uma infinidade de informações como um “reforço positivo intermitente”. O resultado desse mecanismo é a alteração gradativa dos comportamentos de cada indivíduo e assim, a venda de produtos, a influência nas posições políticas, dentre outros.

De acordo com Kakutani (2018), o discurso relativista adotado pela esquerda: “[...] ansiosa para expor os preconceitos do pensamento ocidental, burguês e primordialmente masculino” (Kakutani, 2018, p. 17), rompe com as ditas verdades universais, o que acabou por influenciar nesse cenário

³ Em 1959, Arthur Lee Samuel, pioneiro norte-americano no campo de jogos de computador e IA, enquanto funcionário da IBM, cunhou o termo *machine learning*, inaugurando um subcampo da IA cuja finalidade é prover os computadores da capacidade de aprender sem serem programados. Evoluindo a partir do estudo do reconhecimento de padrões e da teoria de aprendizagem computacional na IA, o ML explora o estudo e a construção de algoritmos que, seguindo instruções, fazem previsões ou tomam decisões baseadas em dados – modelos elaborados a partir de entradas de amostras. (Kaufman & Santaella, (2020).

⁴ *Mad Men* (2007) é uma série que ilustra bem o funcionamento das agências de publicidade na década de 1960. Quando Don Draper afirma que o papel da publicidade é deixar as pessoas felizes, ele evidencia aquilo que ganhou o nome de “verdades alternativas”, em que, apesar das evidências científicas que mostram um fato inegável, pode sempre encontrar formas de escapar dela, pois as pessoas não querem a verdade, elas querem saber que tudo ficará bem. Exemplo da propaganda de cigarros “It’s toast”, que busca dissipar as aproximações entre cigarros e a propensão ao câncer.

atual. Primeiramente, é importante fazer a ressalva de que dificilmente uma verdade irá contemplar todas as partes da história. Muitas dessas *verdades universais* já vêm sendo questionadas com base em estudos realizados por autores da teoria decolonial e feminista, a exemplo de trabalhos de Aníbal Quijano (2005), sobre a colonialidade do poder, e Silvia Federici (2017), sobre a relação entre opressão das mulheres e acumulação primitiva do capital. Ao longo da história, houve apagamentos de acordo com o interesse de um grupo dominante que prevaleceram na elaboração dessa história oficial, a história contada na perspectiva do vencedor. Por isso, é necessário revisitar a história para trazer a perspectiva de grupos de minoria que tiveram sua história contada pelo olhar carregado de preconceitos do outro.

3 COLONIALISMO DE DADOS, AS NOVAS APROPRIAÇÕES DO CAPITALISMO NO SÉCULO XXI

O documentário *O Dilema das Redes* (2020) apresenta, como citado anteriormente, muitas problemáticas enfrentadas por nós, indivíduos do século XXI, que ao menos em tese teríamos mais do que nunca o acesso às novas e várias tecnologias, com o enfoque dado às plataformas digitais, ou melhor, redes sociais virtuais.

Inicialmente, tais espaços foram criados para proporcionar interação entre pessoas espalhadas pelo mundo inteiro que tenham acesso à internet. Porém, ao longo do tempo tornaram-se um grande mercado, palco de negócios online, ou seja, têm sido utilizadas para prender a atenção e conectar as pessoas aos vários serviços, ao combinar “[...] as práticas extrativistas predatórias do colonialismo histórico com os métodos abstratos de quantificação provenientes da computação” (Mejías & Couldry, 2019, p. 80, tradução nossa)⁵. Mais à frente, aprofundaremos melhor essa questão.

Portanto, a fim de oferecer seus serviços, difundir ideias e vender produtos, as plataformas digitais têm cada vez mais incentivado as pessoas a dizer o que pensam. Tais plataformas mostram onde estão e o que fazem as pessoas, compartilham o humor e reações delas e cada página de interesse curtida, isto é: criam o avatar de cada um e tudo o que tende a facilitar a coleção dos dados e o domínio da vida ao capital. Transformam indivíduos, a partir dos dados de suas vidas, em produtos, a fim de mercantilizá-los.

Essa coleção de dados do cotidiano das pessoas é registrada de maneira incessante, em um banco de dados, o qual têm informações acerca das preferências literárias, turísticas, gastronômicas, ideológicas, cinematográficas, políticas, assim como dos relacionamentos virtuais e das compras que as pessoas fazem nos sites.

Antes da internet, para se ter acesso aos dados pessoais dos indivíduos era muito difícil, porque eles limitavam-se a “[...] registros de clientes, respostas para o marketing direto, dados das agências de crédito e os registros públicos do governo” (Mejías & Couldry, 2019, p. 90, tradução nossa)⁶. Hoje é diferente, esse acesso tornou-se muito mais fácil – tanto o acesso, quanto o oferecimento personalizado e a sugestão de ideias e produtos às pessoas a partir do processamento de seus dados. Isso porque, ao se ter acesso a praticamente todos os dados dos usuários, eles podem ser vendidos/disponibilizados aos anunciantes, que utilizam os algoritmos para entregar conteúdos personalizados a cada pessoa. Assim, coloca-se os indivíduos em bolhas de autossatisfação e pode-se medir seus comportamentos com o propósito de induzi-los a ter determinados comportamentos, cujo fim é gerar lucro e controle, à medida que se tem a oportunidade de oferecer “exatamente” aquilo que – pensam que – precisam para se sentirem satisfeitos.

Pensando nisso, cabe introduzir aqui um conceito atual que pode ajudar a pensar sobre as relações que tem se estabelecido hoje, o de colonialismo de dados, o qual pode, segundo seus idealizadores Ulises A. Mejías, professor de Comunicação da State University of New York em Oswego, e Nick

⁵ “[...] combina las prácticas extractivas depredadoras del colonialismo histórico con los métodos abstractos de cuantificación provenientes de la computación” (Mejías & Couldry, 2019, p. 80)

⁶ “[...]registros de clientes, las respuestas al marketing directo, los datos de las agencias de crédito y los registros públicos del gobierno” (Mejías & Couldry, 2019, p. 90).

Couldry, professor de Mídia na London School of Economics and Political Science, marcar essa época como uma nova fase histórica a partir de um novo colonialismo, o de dados.

Por meio dos novos tipos de relações que surgiram a partir das plataformas digitais, que podem ser chamadas de “relações de dados”, segundo Mejías e Couldry (2019), porque autorizam a extração destes para a mercantilização, “[...] a vida social em todo o mundo converte-se em um recurso “disponível” [...] para o capital. Esses fluxos globais de dados são tão expansivos quanto a apropriação de terras, recursos e corpos do colonialismo histórico” (Mejías & Couldry, 2019, p. 80, tradução nossa)⁷. Isso posto, de acordo com os pesquisadores:

Os principais atores do colonialismo de dados podem ser chamados coletivamente como o setor de quantificação social, as corporações envolvidas em se apropriar de atos sociais cotidianos e traduzi-los em dados quantificáveis que são analisados e usados para gerar lucro. [...] O setor de quantificação social inclui grandes e pequenos fabricantes de hardware e software, desenvolvedores de plataformas de mídia social e empresas envolvidas na análise de dados ou a sua venda de forma agregada. Esta última, uma parte amplamente não regulamentada da economia, é especializada em coletar informações de registros médicos, financeiros, criminais e de outros tipos para classificar as pessoas por meios algorítmicos. Os fornecedores de dados agregados empacotam e vendem essas listas para empresas de marketing e outros usuários, como governos e agências de aplicação da lei (Mejías & Couldry, 2019, p. 85, tradução nossa)⁸.

Mejías e Couldry (2019) fazem um paralelo entre o colonialismo histórico e o que pode ser visto na internet atualmente: a fácil apropriação e venda de informações pessoais. Os autores consideram que, da mesma forma que fizeram com muitos territórios – os quais foram considerados pelos colonizadores como terras de ninguém e, por isso, bons para terem seus recursos naturais explorados –, muitas empresas têm se apossado dos dados de diversas pessoas, como se não pertencessem a alguém, para lucrar em cima deles.

Para Mejías e Couldry (2019), as semelhanças entre o colonialismo histórico e o colonialismo de dados são tão surpreendentes, que até as narrativas que circulam em ambos são parecidas. Coincidentemente, nessa nova versão colonialista, extrativista - virtual - trata-se, como outrora, de empresas capitalistas situadas no polo dinâmico do capital - agora, com a inserção de Estados Nação que antes estavam fora dessa configuração.

A diferença entre o colonialismo histórico e o de dados é que antes os colonizadores utilizavam a força física para conseguir o que queriam, e hoje os colonizadores exercem seus modos de dominar por meio dos atos discursivos. Um exemplo disso está no fato de que, ao recolher as informações, os extratores propiciam em compensação modos de sedação, como as curtidas do Facebook ou do Instagram. Outro exemplo pode ser visto nos chamados “Termos de Serviço”, exigências que precisam ser aceites para que se consiga ter o acesso às inúmeras redes sociais. E que fazem os sujeitos continuarem em relações de colonização (Mejías & Couldry, 2019).

Esses acordos, os quais se supõe que estão sendo consentidos, porque diversas pessoas “aceitam” sem ler e se dar conta do que está por trás – dado a imensa pressão a que as pessoas se acostumaram a ter para lidar com tudo –, criam as condições objetivas para a produção de uma riqueza exorbitante àqueles que já detêm um grande capital. Nesse contexto, há também a

⁷ “[...] la vida social en todo el mundo se convierte en un recurso “disponible” [...] para el capital. Estos flujos globales de datos son tan expansivos como la apropiación de tierras, recursos y cuerpos del colonialismo histórico” (Mejías & Couldry, 2019, p. 80).

⁸ “Los principales actores en el colonialismo de datos pueden denominarse colectivamente como el sector de cuantificación social, las corporaciones involucradas en apropiarse de los actos sociales cotidianos y traducirlos en datos cuantificables que se analizan y utilizan para generar ganancias.[...] El sector de cuantificación social incluye fabricantes de hardware y software grandes y pequeños, desarrolladores de plataformas de redes sociales, y firmas dedicadas al análisis de datos o a su venta en forma agregada. Esta última, una parte de la economía en gran parte no regulada, se especializa en recopilar información de registros médicos, financieros, penales y de otro tipo para clasificar a las personas por medios algorítmicos. Los expendedores de datos agregados empaquetan y venden esas listas a empresas de mercadotecnia y otros usuarios, como los gobiernos y las agencias de aplicación de la ley” (Mejías & Couldry, 2019, p. 85).

desapropriação da vida “social”, que tem sido “[...] continuamente rastreada, capturada, classificada e contabilizada como valor, a forma de dados” (Mejías & Couldry, 2019, p. 86, tradução nossa)⁹.

A expropriação de dados pessoais realizada pelo capitalismo virtual corporativo, o empacotamento e a venda dessas informações servem para que as inúmeras corporações que têm acesso a esses pacotes de informações, incitem, a partir deles, nos indivíduos, tipos específicos de ações (Mejías & Couldry, 2019, p. 91), que vão desde a compra de determinado produto à aceitação e propagação de *fake news* perigosas para o sistema democrático de direito.

Isso porque, se há dados divulgados nas plataformas digitais, mesmo sendo falsos e não comprovados, eles validam determinadas opiniões e ideias de pessoas. Estas pessoas, por sua vez, passam a acreditar com ainda mais intensidade naquilo que são algoritmicamente induzidas a querer e se sentem no direito de rebater as ideias opostas. Além disso, ao encontrarem essas informações em suas redes sociais virtuais, essas pessoas imaginam que também são propagadas a todo o mundo. Assim, a sensação de que não são as únicas a terem determinado pensamento, porque há mais pessoas que as apoiam, dão mais força para que elas defendam até mesmo tudo que diz respeito ao *nonsense*.

Assim, é possível ver como no colonialismo de dados o capital tem-se apropriado das informações para desinformar, reduzindo-as e usando-as como mercadoria, a fim de que os consumidores possam aderir àquilo que os proprietários dos conglomerados comunicacionais querem que acreditem. Portanto, segundo Mejías e Couldry (2019),

[...] o colonialismo de dados está mudando a sociedade ao transformar a vida humana em uma nova forma social abstrata que também está disponível para mercantilização: os dados. Os meios para essa transformação são, reiterando, não as relações de trabalho, mas, mais amplamente, as relações sociais mercantilizadas, ou, mais sucintamente, as relações de dados (Mejías & Couldry, 2019, p. 89 – tradução nossa)¹⁰.

Nesse sentido, assim como o capitalismo industrial teve chances de ocorrer por causa da apropriação prévia, ocasionada pelo colonialismo histórico de muitos territórios, corpos e recursos, a vida também tem sido colonizada, explorada e anexada ao capital, a partir de muitos instrumentos, dentre eles o das plataformas digitais (Mejías & Couldry, 2019).

4 A FARSA DO ESCLARECIMENTO E A CRISE DO CAPITALISMO TARDIO: APONTAMENTOS SOBRE AS MÍDIAS SOCIAIS

A afirmação “qualquer tecnologia suficientemente avançada é indistinguível da magia” (22m03s), do escritor britânico Arthur C. Clarke, presente no documentário *O Dilema das Redes* (2020), faz parte das três leis elaboradas pelo autor¹¹ para delimitar os avanços da prospecção científica. Suas afirmações sobre a tecnologia do futuro foram ridicularizadas há 50 anos, mas encontram ecos nos estudos a respeito das telecomunicações e da inteligência artificial até hoje. Em sociedades mediadas por telas, como atualmente, não é exagero afirmar que a linha tênue entre tecnologia e magia está cada vez mais difusa, comprometendo o uso da razão emancipatória, da autonomia intelectual e do pensamento crítico. Conforme citado, o surgimento das plataformas digitais trouxe consigo a mercantilização de dados pessoais baseados no comportamento dos indivíduos em redes sociais, com o intuito de gerar lucro para os grandes conglomerados tecnológicos — *Facebook*, *Instagram*, *Netflix*, dentre outros.

Mediante os impasses citados, é substancial retomar a crítica feita pelos filósofos alemães Theodor Adorno e Max Horkheimer acerca do pensamento científico ocidental, presente na obra intitulada *Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos*, na qual os frankfurtianos apontam para o

⁹ “[...] ser continuamente rastreada, capturada, clasificada y contabilizada como valor, la forma de los datos” (Mejías & Couldry, 2019, p. 86).

¹⁰ “[...] el colonialismo de datos está cambiando la sociedad al transformar la vida humana en una nueva forma social abstracta que también está disponible para la mercantilización: los datos. Los medios para esta transformación son, para reiterar, no las relaciones laborales, sino, más ampliamente, las relaciones sociales mercantilizadas, o, más sucintamente, las relaciones de datos” (Mejías & Couldry, 2019, p.89)

¹¹ Presentes na coleção de ensaios *Profiles of the Future* (Clarke, 2013).

enclausuramento da razão em uma racionalidade instrumental que se evidencia na ciência por intermédio de uma atmosfera repressiva e normativa. Se para Kant o esclarecimento [*Aufklärung*] significaria a saída do homem de seu estado de menoridade para a superação da ignorância e a concretização da emancipação intelectual, Adorno e Horkheimer (1985) salientam que “[...] o esclarecimento é totalitário” (Adorno & Horkheimer, 1985, p. 6), uma vez que transformou a razão em um instrumento banal para dizimar o mito e a superstição.

A razão esclarecida, supostamente entendida como o clímax do desenvolvimento humano, tornou-se um dispositivo de enganação das massas. Os autores realçam que a tentativa de emancipação da mitologia culminou na quantificação e no utilitarismo do esquematismo gnosiológico kantiano¹², como também no surgimento de uma cultura industrializada que oferece produtos massificados para desestimular a reflexão e objetificar todas as relações humanas. Toda a domesticação da complexidade da vida social se dá, em linhas gerais, pela Indústria Cultural, que representa a produção de bens culturais sob a égide do capital, onde “o cinema, o rádio e as revistas constituem um sistema. Cada setor é congruente em si mesmo e todos o são em conjunto” (Adorno & Horkheimer, 1985, p. 57).

Em consonância com a afirmação marxiana de que “[...] as ideias da classe dominante são, em todas as épocas, as ideias dominantes; isto é, a classe que é a força material dominante na sociedade é, ao mesmo tempo, sua força intelectual dominante” (Marx, 2007, p. 47) não se pode esquecer que a produção em série dos bens culturais e as dinâmicas da cibercultura estão articuladas a um projeto neoliberal¹³ de uniformização da subjetividade e da própria formação cultural. A repetição mecânica de padrões na indústria cultural (Adorno & Horkheimer, 1985, p. 77), na percepção dos filósofos da Teoria Crítica, visa a formação de uma estética ajustada ao consumo alienado, como evidenciado no documentário *O Dilema das Redes* (2020), em que os bombardeios publicitários e os estímulos hipnotizantes dos aplicativos e mídias sociais criam uma dependência em relação às telas.

A suposta democratização da informação e sua alta potencialidade esclarecedora mostra, como exemplificado no documentário, a desinformação generalizada, a organização de grupos conspiracionistas contra a ciência, a produção de comportamentos padronizados e a busca por padrões estéticos inatingíveis que se encontram somente nos filtros¹⁴ das redes sociais. De tal modo, a própria informação converteu-se em um produto da indústria cultural, sendo disseminada de acordo com as leis de mercado que regem os modos de produção capitalistas. Sobre a monetização da atenção do consumidor, Loureiro e Gonçalves (2021) corroboram tal perspectiva ao afirmarem que:

Assim como os alucinógenos que prometem alívio momentâneo, mas só reforçam a necessidade do seu consumo, o crescimento exponencial desses conteúdos rasos promete liberdade, mas acaba por se tornar a prisão do indivíduo, que passa a ter seus sentidos supersaturados pelo consumo ininterrupto desses produtos noticiosos da indústria cultural (Loureiro & Gonçalves, 2021, p. 12).

No contexto da globalização neoliberal, a violência da sociedade industrial e de seus aparatos tecnológicos servem, essencialmente, para conformar os sujeitos e deixá-los satisfeitos com uma promessa ilusória de felicidade e pertencimento a um grupo¹⁵. A partir dessa finalidade, o que está em jogo, portanto, é a atenção do consumidor. Em determinado momento do documentário, o enunciado do jornalista Andy Lewis se destaca na tela: “Se você não está pagando pelo produto, então você é o produto” (13m21s). Posto isso, é necessário que sejam questionados os próprios

¹² Responsável pela “homogeneidade do universal e do particular” (Adorno & Horkheimer, 1985, p. 40).

¹³ Os mercados culturais globalizados explodem em diversas e rentáveis áreas onde fortes campanhas promocionais impõe a ideologia do lucro, na qual cultura é um negócio e os produtos são elaborados unicamente para o mercado. É evidente como a produção cinematográfica hegemônica desempenha papel fundante na constituição de percepções sobre a realidade, discursos, identidades, etc. Exemplo é a constante reciclagem de sucessos de bilheteria e produção de remakes e spin off das produções de grandes estúdios. É por meio destes conteúdos que ocorre a disseminação da ideologia dominante.

¹⁴ Dismorfia do Snapchat.

¹⁵ No caso das redes sociais, é comum a formação de grupos com interesses em comum ou, ainda, a seleção de “melhores amigos” para direcionar publicações específicas.

interesses da Netflix na produção de um filme não-ficcional que expõe a visão de atuais e ex-diretores de grandes plataformas digitais como o Facebook, Twitter, Youtube e Google e suas consequências para todas as esferas da vida humana.

A empresa Netflix existe desde 1997, mas só em 2007 migrou para o *streaming*, sendo uma das pioneiras a apostar em tal formato de distribuição digital de mídias¹⁶. Atualmente, o serviço é oferecido em 190 países, com mais de 221 milhões de assinantes. Em 2022, segundo a CNN Brasil, no segundo trimestre, o lucro da Netflix foi de US\$ 1,4 bilhão, acima dos US\$ 1,3 bilhão do mesmo trimestre do ano anterior. Assim como o Facebook, Instagram, Google, etc., a Netflix caracteriza-se como mais um conglomerado de comunicação, cujo lucro mais abrangente é condicionar a atenção dos indivíduos às telas. A diferença se mostra no fato de que, enquanto as redes sociais são de uso gratuito – com ressalvas, em conformidade às críticas feitas no documentário *O Dilema das Redes* – a Netflix demanda que seus assinantes paguem mensalmente pelos aparatos culturais produzidos pelo *streaming*.

O conflito simbólico de interesses das redes sociais com os serviços de *streaming* e os demais produtos da indústria cultural confirmam o seu caráter cíclico, em que “[...] os elementos irreconciliáveis da cultura, da arte e da distração se reduzem mediante sua subordinação ao fim a uma única fórmula falsa: a totalidade da indústria cultural. Ela consiste na repetição” (Adorno & Horkheimer, 1985, p. 64). A personalização dos produtos culturais e seu dissimulado caráter democrático, que garante a livre escolha do consumidor diante das múltiplas variedades, encobrem a ideologia do aço e do capitalismo cuja primazia é a obtenção do lucro e a manutenção do *status quo*, sob a aparência do progresso e da evolução de uma racionalidade.

Em uma breve conferência à teoria adorniana, já se nota a necessidade que a indústria da cultura tem em segmentar, por nichos, as necessidades de seus consumidores, em que “[...] cada qual deve se comportar, como que espontaneamente, em conformidade com seu *level*, previamente caracterizado por certos sinais, e escolher a categoria dos produtos de massa fabricada para seu tipo” (Adorno & Horkheimer, 1985, p. 58). No *Dilema das Redes* uma parte dos entrevistados observa que não tem acesso às mesmas informações, uma vez que os algoritmos segmentam os conteúdos de acordo com o perfil de cada usuário e, de tal forma, os assuntos são editados e compartilhados mediante perfis psicológicos e comportamentais específicos.

Nessa instrumentalização da vida, o que persiste é a pseudoindividualidade, a dilatação das bolhas sociais e a reificação das potencialidades humanas, enfim, a universalidade da semiformação (Zuin, 1998). O filme não-ficcional, discorrido no presente texto, aponta para duas saídas diante da alienação desenfreada que as redes sociais virtuais construiu: em primeiro lugar, a regulamentação dos conglomerados empresariais responsáveis pelas redes sociais, por intermédio da extração de dados; em segundo lugar, outra solução seria o policiamento, por parte dos próprios usuários, que utilizam as redes por menos tempo no cotidiano. No entanto, a questão é ainda mais profunda, uma vez que o cenário alarmante exposto em *O Dilema das Redes* anuncia conflitos políticos e sociais oriundos não somente da imersão digital intensa, mas das crises que são características do capitalismo tardio, que coisifica a humanidade enquanto mercadoria e explora todas as esferas da vida social para a obtenção de lucro.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A era da pós-verdade, de acordo com Kakutani (2018), está intimamente ligada ao uso das plataformas de comunicação digitais, as quais foram cruciais para a desvalorização da verdade, que em meio ao mar de conteúdos, parece ter-se tornado irrelevante. Por isso, a importância de entender o funcionamento das redes sociais virtuais, observado através do documentário *O Dilema das Redes* (2020), desde sua forma de monitorização, por meio de publicidades, em que o usuário reificado se torna produto, até a disputa pela atenção do usuário, o que ocorre devido ao monitoramento constante. Assim, criam-se às realidades personalizadas, espaços em que as

¹⁶ Em inglês *streaming* significa transmissão e, em linhas gerais, trata-se de uma inovação tecnológica que possibilita transmitir dados, como vídeos e áudios, em tempo real via internet, sem necessariamente realizar o download do conteúdo em um dispositivo. As informações da empresa estão disponíveis em: <https://about.netflix.com/pt_br>. Acesso em: 08 fev. 2024.

pessoas passam a ter acesso a incontáveis desinformações, sem saber que essas não chegam a todos da mesma forma, o que acaba por não permitir uma compreensão comum da realidade. Esses elementos são importantes para se entender os impasses que todos enfrentam.

Por conseguinte, como relatado ao longo do artigo, o documentário aponta uma crítica que é, sem dúvida, muito importante como denúncia às corporações que utilizam as redes sociais virtuais como plataformas de marketing, a partir da compra de dados pessoais dos usuários destas redes, informações vendidas pelas próprias empresas proprietárias. Ao inserir-se em qualquer uma dessas plataformas, os indivíduos concordam, muitas vezes sem ler, com os termos apresentados por elas, de que seus dados serão utilizados. Ao aceitar o vínculo, em troca de poder utilizá-las “de graça”, as pessoas começam a ter diariamente seus comportamentos e padrões mapeados, e mais, a ser bombardeadas com inúmeras propagandas, assuntos “personalizados”, publicações feitas especificamente para prender a atenção e manipular, a fim de direcionar as ações seguintes dessas pessoas. Assim, o que se percebe é que, ao não ter que pagar pelo uso das redes, os indivíduos pagam com a vida, viram mercadoria – a qual é roubada em todas as vezes que acessam as redes sociais –, seguem determinadas ideias implantadas ali e consomem os produtos ofertados naquele espaço.

Nesse sentido, Mejías e Couldry (2019) ressaltam sobre os novos tipos de relações que surgiram a partir das plataformas digitais, as ditas “relações de dados”, porque autorizam a extração das informações pessoais dos usuários para a mercantilização, ou seja, da própria vida, que nos últimos tempos se converteu em um recurso disponível para o capital, como se o que está colocado nas plataformas digitais não pertencesse mais aos indivíduos, mas aos donos das empresas, que fazem o que desejam para lucrar. Estes são verdadeiros colonizadores da contemporaneidade, bem como aqueles que, no passado, se aproveitaram dos recursos naturais de diversos territórios, dentre eles o Brasil, os quais pertenciam a outros povos que foram dominados e marginalizados.

No decorrer deste trabalho, notou-se que a desinformação e a difusão de notícias falsas nas plataformas digitais não são um fenômeno social isolado, mas condicionado por relações econômicas, políticas e culturais oriundas do modo de produção capitalista que busca taxas de lucro cada vez maiores. A internet é um meio pelo qual a indústria cultural e seus múltiplos produtos se relacionam e disputam a atenção dos consumidores, como abordado em tópicos anteriores. Alteram, assim, a interação dos usuários com as informações recebidas mediante a personalização dos conteúdos por diferentes nichos. No mundo administrado (Adorno; Horkheimer, 1985), os grandes monopólios industriais liquidam a autonomia do sujeito em nome da racionalidade técnica e do avanço científico com conhecimentos fugazes que levam à barbárie e à menoridade.

Ao recorrer à Teoria Crítica da Sociedade e à obra marxiana, é possível compreender as bases estruturais da civilização que gerou a sociedade do espetáculo na qual os padrões de comportamento são alienados e destituídos de reflexão sobre a totalidade concreta da realidade histórico-social. A análise do documentário *O Dilema das Redes* permite, assim, salientar que a desinformação e seu caráter de antidiálogo fazem parte de um projeto neoliberal de semiformação e, portanto, a saída para tais conflitos não se baseia somente em excluir as redes sociais, utilizá-las menos ou, ainda, taxar as empresas pelo uso indevido dos algoritmos. A utopia de que o boicote às redes sociais seria capaz de resolver as crises do capitalismo tardio não se configura como uma premissa definitivamente aplicável, posto que a reificação da consciência atinge todos os âmbitos da vida social no sistema econômico vigente, onde “[...] o pensar reifica-se num processo automático e autônomo, emulando a máquina que ele próprio produz para que ela possa finalmente substituí-lo” (Adorno & Horkheimer, 1985, p. 33).

6 REFERÊNCIAS

About Netflix - Página inicial. (sem data). *About Netflix*. Obtido 6 de fevereiro de 2024, de https://about.netflix.com/pt_br.

Arendt, H. (1990). *Origens do totalitarismo: antissemitismo, imperialismo, totalitarismo*. Companhia Das Letras.

- Adorno, T. W. & Horkheimer, M. (2006). *Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos*. Trad. Guido Antônio De Almeida. Zahar.
- Clarke, A. C. (2013). *Profiles of the Future*. Gollancz, 2013.
- Federici, Silvia. (2017). *Calibã e a Bruxa: mulheres, corpo e acumulação primitiva*. Trad. coletivo Sycorax. Elefante.
- Kaufman, D. & Santaella, L. (2020). O papel dos algoritmos de inteligência artificial nas redes sociais. *Revista Famecos*, 27(1), e34074-e34074. doi: <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2020.1.34074>
- Kakutani, M. (2018). *A morte da verdade: notas sobre a mentira na era Trump*. Trad. André Czarnobai e Marcela Duarte. Editora Intrínseca.
- Loureiro, R. & Gonçalves, E. C. (2021). (Semi) formação no contexto das fake news e da pós-verdade na sociedade excitada-de Adorno a Türcke. *Educação em Revista*, 37, e225778. doi: <http://dx.doi.org/10.1590/0102-4698225778>
- Marx, K. & Engels, F. (2007). *A ideologia alemã: crítica da mais recente filosofia alemã em seus representantes Feuerbach, B. Bauer e Stirner, e do socialismo alemão em seus diferentes profetas*. Trad. Luciano Cavini Martorano, Nélio Schneider e Rubens Enderle. Boitempo editorial.
- Mejías, U. & Couldry, N. (2019). Colonialismo de datos: repensando la relación de los datos masivos con el sujeto contemporáneo. *Virtualis*, 10(18), 78-97. doi: <https://doi.org/10.2123/virtualis.v10i18.289>.
- Orlowski, J. (2020, September 9). O Dilema das Redes (Netflix, Ed.) [Review of O Dilema das Redes]. www.netflix.com/title/81254224.
- Pallotta, F. (2022). *Netflix perde quase um milhão de assinantes no 2o tri, mas resultados agradam mercado*. CNN Brasil. <http://www.cnnbrasil.com.br/economia/netflix-perde-quase-um-milhao-de-assinantes-no-2o-tri-mas-resultados-agradam-mercado/>
- Ramos, D. (2022, julho 14). *Como a Netflix ganha dinheiro?* Canaltech. <https://canaltech.com.br/entretenimento/como-a-netflix-ganha-dinheiro-220830/>.
- Quijano, A. (2005). Colonialidade do poder, eurocentrismo e América Latina1. *A Colonialidade do Saber: etnocentrismo e ciências sociais—Perspectivas Latinoamericanas*. Clacso.
- Severino, A. J. (2016). *Metodologia do trabalho científico*. São Paulo: Cortez.
- Soares, Á. (1999). *Indústria cultural e educação, o Novo canto da sereia*. Forward Movement.
- Sófocles (2009). *Antígona de Sófocles*. Trad. Trajano Vieira. Perspectiva.
- Souza, K. & Cunha, M. X. C. (2019). Impactos do uso das redes sociais virtuais na saúde mental dos adolescentes: uma revisão sistemática da literatura. *Revista Educação, Psicologia e Interfaces*, v. 3, n. 3. Doi: <https://doi.org/10.37444/issn-2594-5343.v3i3.156>
- Zuin, A. Á. S. (1998). A indústria cultural e as consciências felizes: psiques reificadas em escala global. *A educação danificada: contribuições à teoria crítica da educação*. Petrópolis: Vozes, 117-138.