

O DRÁCULA DO SÉCULO XXI?: CONSIDERAÇÕES SOBRE O CAPITALISMO DE PLATAFORMA

Antonio Olegário Ferreira Neto - UFMG

Resumo:

Nos últimos anos, temos presenciado uma série de mudanças no capitalismo e, conseqüentemente, muito tem se escrito sobre tal. Um dos aspectos que tem ganhado mais popularidade, é a discussão sobre o chamado capitalismo de plataforma ou capitalismo digital. O objetivo deste trabalho é, portanto, partindo da obra de Karl Marx e de sua crítica à economia política, oferecer algumas determinações deste fenômeno, principalmente no que diz respeito a extração e manipulação de dados dos “usuários” e o papel desta atividade no complexo esquema de mediações que caracteriza o capitalismo de nossos dias. Neste sentido, confere-se especial atenção aos momentos de movimentação do capital e ao que Marx costumava chamar de “*dramatis personae*”, ou seja, os personagens econômicos e sociais, tanto velhos quanto novos, que tomam parte nos complexos processos contínuos de acumulação e reprodução do capitalismo.

Palavras Chave: Marx. Capitalismo. Plataformas Digitais

Introdução

Levando em conta as transformações do capitalismo no século XXI e sua profunda relação com a tecnologia, o objetivo deste trabalho é iluminar tais questões com ajuda da teorização de Marx sobre a sociedade burguesa, especialmente no seu momento de crítica à economia política. Neste sentido, o presente texto se concentrará principalmente na questão da economia de dados no contexto das grandes plataformas digitais, as quais, pela opulência e impacto social, têm se destacado nas produções recentes sobre o assunto.

Seja caracterizado como capitalismo da plataforma (Srnicek, 2016), capitalismo de vigilância (Zuboff, 2019) ou de outras formas, o que salta aos olhos é a importância que as

plataformas digitais vem ganhando em termos políticos e econômicos, e os impactos que suas políticas vem causando nas diferentes tessituras sociais ao redor do mundo. Também a acumulação e tratamento de dados, muitas vezes a principal frente de ação de tais companhias, têm recebido atenção política e midiática nos últimos anos. Tanto em relação aos problemas de privacidade ou ao desenvolvimento de tecnologias ligadas à inteligência artificial, os dados aparecem como uma importante característica da dinâmica capitalista de nossos dias, a ponto de justificar o título alegórico deste texto, que enfatiza, justamente, a sede vampírica das plataformas digitais por dados e mais dados. Se Marx certa vez comparou o capital a um vampiro, que suga incessantemente o trabalho vivo, aqui nos valem da analogia para iluminar uma característica, ainda que diferente, do capitalismo de nossos tempos.

Um dos grandes méritos do livro de Srnicek “Capitalismo de Plataforma” (Srnicek, 2016) é introduzir as transformações econômicas e sociais presentes nesta forma de organização à luz de uma classificação bastante precisa e inteligente. Neste sentido, e, aproveitando o esforço do autor, neste artigo, vamos nos concentrar preferencialmente no que Srnicek chama de plataformas de propaganda (advertising platforms) as quais, segundo ele, são caracterizadas por extraírem dados dos usuários e os usarem, findo um processo de análise, para vender espaços de anúncios em seus domínios.

A razão de trabalhar com esse tipo específico de plataforma não se deve ao fato dela ser uma espécie de tipo ideal weberiano ou algo do gênero, visto que entendo que deve-se partir das relações concretas que organizam o modo de ser do objeto. O esforço aqui é de fazer um estudo mais específico do que o próprio Srnicek considera o tipo mais “velho” de¹ plataformas, ou seja, começar do começo, partir daquilo que é mais essencial, para que, neste e nos demais momentos, nos aproximemos da totalidade.

As chamadas plataformas de propaganda, portanto, são aquelas que usam informações colhidas das atividades cotidianas dos indivíduos que as usam por diversos fins, para então utilizar tais informações vendendo espaços de propaganda para uma infinidade de companhias, pessoas e, até mesmo, governos. O que se pretende fazer aqui é enviar para o usuário, sob mediação de categorias estatísticas e algorítmicas de personalidade, os anúncios que melhor se conectam com ele.

¹ “The elders of this new enterprise form, advertising platforms are the initial attempts at building a model adequate to the digital age” (Srnicek, 2016, pg 28)

Neste sentido, duas coisas são sentidas imediatamente. A primeira é a óbvia colocação que tais plataformas têm assumido nos circuitos de circulação de mercadorias no nosso tempo, pois, o que elas vendem para seus clientes, é justamente a eficácia, organizada pelos dados, das possíveis vendas futuras. Já a segunda coisa, diz respeito justamente a esta economia de dados, que, tem se tornado absolutamente crucial para o entendimento das relações sociais do momento presente. Começemos por eles, portanto.

I

Quando falamos de dados, de colheita de informações online e de seu posterior uso econômico, temos de ter cuidado para não cair em discurso mecanicista e reificado, que trata quase naturalmente os artifícios tecnológicos de uma determinada forma social. Com efeito, em relação a isso, Jathan Sadowski (Sadowski, 2019) enfatiza os processos de produção e criação dos dados, ou seja: as informações utilizados pelas grandes companhias digitais não são de forma alguma algo que sempre esteve espalhado no mundo, mas sim “registros abstratos do mundo criados e valorizados por pessoas utilizando tecnologia” (Sadowski², 2019, pg 2). Indo mais além, é possível dizer que os dados devem ser entendidos como um momento de um tipo de relação social de produção, que, precisa sempre criar novos mercados e mercadorias em seu processo de desenvolvimento, processo esse, no qual, a tecnologia, a maquinária e a grande indústria tem papel fundamental, fato iluminado tanto por Marx quanto por outros importantes intérpretes do capitalismo como Schumpeter e Polanyi. Estamos, então, lidando com uma forma social capaz de sujeitar praticamente tudo à vida da mercadoria, enxergando nas mais ínfimas coisas o brilho do valor de troca (Marx, 2017)

Transformados em negócio, os dados, estas informações abstratas produzidas pela tecnologia de nosso tempo, se tornam um dos mais importantes substratos da riqueza de gigantes como a Google e o Facebook, que, por sua vez, construíram verdadeiros impérios digitais ao seu redor. De fato, tratando das longas fases/ondas do capitalismo, Albuquerque (Albuquerque, 2019) identifica na busca online um dos processos de mercantilização mais importantes para a compreensão do novo momento do capitalismo global:

²“Data is a recorded abstraction of the world created and valorised by people using technology. The framing of data as a natural resource that is everywhere and free for the taking reinforces regimes of data accumulation” (Sadowski, 2019, pg 2)

“A comercialização dessa mercadoria envolve uma relação entre os usuários da www, por um lado, e os anunciantes, por outro, o que determinou uma transformação profunda no mercado de propaganda, no qual os gastos na www ultrapassaram o total investido nos meios tradicionais e com novas empresas capturando a massa desses gastos, a Google em primeiro lugar. Há aqui um conjunto de inovações relativas à forma como a Google precifica os seus anúncios, através da utilização de técnicas de leilão” (Albuquerque, 2019,pg 137)

As informações produzidas neste contínuo processo de busca e atividade nas redes são, portanto, um negócio valioso e cada vez mais disseminado que, iniciado pelas plataformas de propaganda, hoje se espalha de forma generalizada pela civilização do capitalismo e indicam, como argumenta o autor em seu trabalho, o início de uma nova fase econômica.

Para além disso, os dados têm também um papel importante na produção de novas tecnologias e circuitos de inovação. Como argumenta Gillespie (Gillespie, 2018) um dos momentos centrais na construção e treinamento dos algoritmos das plataformas e mídias sociais, passa pela construção de bases de dados complexas, cuja função é preparar os mecanismos de inteligência artificial para suas “tarefas computacionais”. Uma vez passada essa parte, os algoritmos podem seguir mediando as diversas interações sociais que tomam lugar nas plataformas que os criaram, o que indica não só a centralidade dos dados, mas também o crescente papel do capital nas diversas mediações da sociedade atual, sejam elas políticas, trabalhistas ou informacionais.

A partir desta centralidade nas cadeias de mediação, as bases de dados e os algoritmos criados em sequência, tem tido toda uma série de impactos na vida cotidiana de nosso tempo e em suas múltiplas determinações. Os momentos de consumo e lazer se alteraram consideravelmente com o advento de tais tecnologias, e também o mundo do trabalho vem sendo transformado à medida que grandes plataformas como a Uber e Amazon (Moreschi et al, 2020) submetem o labor de milhares de indivíduos a mediação de ferramentas computadorizadas, transformando estruturalmente o relevo do trabalho e da circulação do valor globalmente.

Assim sendo, e levando em consideração, portanto, a importância e centralidade da economia de dados para as relações capitalistas de nosso tempo, podemos compreender melhor a voracidade que muitas companhias demonstram pelo acúmulo e tratamento de informações. Essa sede por dados se reflete nas patentes e nas novas tecnologias criadas por

corporações do ramo, sempre dispostas a refinar as ferramentas de coleta de dados introduzindo novos mecanismos no cotidiano de seus “usuários”. É o que nos mostra, por exemplo, Silveira, analisando uma patente registrada pelo Facebook:

“Uma patente curiosa registrada pelo Facebook pode nos ajudar a pensar o potencial de interferência dos sistemas algorítmicos na democracia. Ela registra um processo que permite à rede social correlacionar a localização dos telefones para deduzir com quem cada usuário da plataforma interage mais. Também propicia que o monitoramento do telefone possa indicar quantas horas cada usuário dorme, ao analisar o tempo em que o aparelho está sem uso. A patente foi registrada com o título “Statistics for continuous location tracking” (estatísticas para rastreamento de localização contínuo)” (Silveira, 2019, pg 59)

Aqui podemos ver claramente como a lógica de acumulação de dados invade cada vez mais o dia-a-dia dos indivíduos, tornando todo tipo de experiência humana passível de registro e datificação. Além disso, como enfatiza Silveira, este tipo de atividade tem consequências graves em outras esferas da vida social, como para o sistema político, por exemplo, coisa que vislumbramos claramente nas eleições de Trump e Bolsonaro e que já está documentada em uma série de trabalhos publicados recentemente (Da Empoli, 2019), (Moore, 2018). Outro fator que gera preocupação em relação ao impacto da busca frenética por dados na vida social é a questão da privacidade, ou seja: em que medida estas informações colhidas sobre nós permitem ou, até mesmo, encorajam uma postura de vigilância constante por parte das empresas do ramo. Esta, e outras problemáticas específicas foram bem desenvolvidas em trabalhos como o de Zuboff (Zuboff, 2019)

De certa maneira, o estudo dos impactos das transformações do capitalismo nas demais esferas da vida social, lembra a própria trajetória intelectual de Karl Marx que, começando seus estudos da vida material a partir de discussões políticas e jurídicas, começa a entender, a partir de meados da década de 1840, o impacto totalizador da sociedade civil capitalista, reconhecendo nesta, o ponto de partida para um entendimento global da civilização burguesa. Trata-se, então, de entender como as mudanças do capital, uma vez transformado em sujeito efetivo dos processos sociais modernos, reestruturam as determinações cotidianas da vida social de “dentro para fora”, como certa vez colocou Schumpeter (Schumpeter, 2016). Isso³ nos leva ao segundo ponto

³ Refiro-me aqui ao capítulo intitulado destruição criativa do livro “Capitalismo, Socialismo e Democracia” publicado em 1943. Schumpeter, como bom leitor de Marx que era, entendeu muito bem como as mudanças

II

Ao falar, no início da exposição do primeiro livro do *Capital*, da circulação de mercadorias e suas especificidades, Karl Marx, recorrendo a William Shakespeare, diz que o curso do verdadeiro amor das mercadorias pelo dinheiro nunca corre tranquilo, enfatizando portanto, as dificuldades várias que se apresentam no correr do tempo de circulação. De forma parecida, embora em outro nível de abstração, Marx retorna as questões relativas ao processo de circulação no livro 2 de sua crítica à economia política (Marx, 2015).

Neste segundo momento, uma questão chama de pronto a atenção do pesquisador envolvido com a discussão do capitalismo de nossos dias, a saber: os tempos de curso e a influência destes nas cadeias de valorização do capital. Neste sentido, no capítulo 5 da obra referida, Marx nos diz o seguinte: “Quanto mais as metamorfoses do capital são apenas ideais, isto é, quanto mais o tempo de curso é = 0 ou próximo de zero, tanto mais atua o capital e tanto maior se torna sua produtividade e autovalorização” (Marx, 2015, pg 178). Guardemos essa citação por um instante.

A partir do estudo das plataformas de publicidade conduzido acima, vimos que elas ocupam cada vez mais um espaço de mediação na sociedade, mediando a relação entre pessoas, mas, de forma ainda mais importante, a relação entre pessoas e anúncios. Desta maneira, podemos começar a nos aproximar melhor do lugar destas companhias no cenário de acumulação capitalista dos dias de hoje, e de sua “função” na circulação do valor.

Neste sentido, o trabalho de Sadowski intitulado “The internet of Landlords: Digital Platforms and New Mechanisms of Rentier Capitalism” (Sadowski, 2020) traz pontos interessantes ao identificar, nas plataformas digitais, atitudes que miram o acúmulo de rendas. Ou seja, as empresas que investigamos aqui, como argumenta o autor, estão ligadas muito mais a uma captura do valor já posto em movimento do que à sua produção propriamente dita, sendo, portanto, muito melhor entendidas quando comparadas ao proprietário de terras do que ao capitalista industrial. Desta forma, ao desenvolverem suas tecnologias e venderem espaços de publicidade para múltiplas empresas e cadeias de produção, as plataformas asseguram sua renda e, muitas vezes, constituem verdadeiros monopólios.

O que aparece aqui, ao nos debruçarmos sobre estas determinações das plataformas

tecnológicas do capitalismo implicam novas ordenações na vida social em geral, e, em como ela é vivida pelos indivíduos de determinada época.

digitais, é justamente um aspecto fundamental da teoria social marxiana, ou seja, a questão da totalidade. Com efeito, em sua empreitada de estudo e crítica do capitalismo, Marx sempre enfatizou a importância de compreender os múltiplos momentos de seu movimento e as relações recíprocas de seus elementos (Marx, 2011), ainda no primeiro livro d'O Capital o ele diz que:

“ O capitalista que produz o mais-valor, isto é, que suga trabalho não pago diretamente dos trabalhadores e o fixa em mercadorias, é, decerto, o primeiro apropriador, porém de modo algum o último proprietário desse mais valor. Ele tem ainda de dividi-lo com capitalistas que desempenham outras funções na totalidade da produção social, com o proprietário fundiário etc. O mais-valor se divide, assim, em diversas partes” (Marx, 2017, pg 639)

Desta maneira, em determinado estágio de desenvolvimento do capitalismo, figuram múltiplos personagens responsáveis pela manutenção e reprodução de tal relação social. Seja o proprietário de terras do século XIX ou as plataformas de publicidade ultramodernas, diferentes grupos sociais participam do processo de acumulação e, assim, capturam seu quinhão do mais-valor produzido em sociedade. Portanto, apesar de não estarem ligadas a criação de riqueza stricto-sensu, como bem argumenta Sadowski, as companhias digitais certamente desempenham um papel importante para o modo de ser das relações capitalistas do século XXI. Falemos, então, um pouco mais sobre isto.

A hipótese com a qual trabalho aqui, é que, ao usar de enormes quantidades de informações sobre os usuários para a venda de mercadorias em anúncios, as plataformas de propaganda racionalizam de forma sem precedentes a circulação e venda de produtos, tornando-se importantes fatores na fase de movimentação do capital. Se voltarmos a citação do livro 2 disposta anteriormente, podemos ver agora de forma ainda mais clara, como o aumento da velocidade das vendas influi positivamente nos ciclos de valorização do capital produtivo. Isso porque, como nos ensina Marx, o mais-valor contido nas mercadorias produzidas tem necessariamente de se realizar nas vendas, ou seja, para que se liberte de seu invólucro material, o valor de troca tem de confiar uma última vez na realização do valor de uso. As plataformas fazem, portanto, com que o curso da venda, ou do amor dos produtos pelo dinheiro, corra, enfim, mais tranquilo.

A coisa fica ainda mais interessante quando pensamos que, para ocupar seu lugar privilegiado na esfera da circulação, as plataformas têm de estar a todo tempo produzindo

suas ferramentas algorítmicas, através de seus dados abstratos e de suas categorias estatísticas. É justamente ao iluminar as múltiplas mediações/contradições que existem na interação das partes de um todo orgânico em movimento, que a teoria social de Marx se põe como um instrumento vital na compreensão da realidade moderna. Circulação e produção desta maneira mediam-se o tempo todo, em um jogo de contradições no qual o movimento constante é a única lei “definitiva”.

Neste sentido, as plataformas digitais de que tratamos aqui, mais que invenções tecnológicas fortuitas, devem ser tratadas como ferramentas tornadas possíveis e necessárias por mudanças históricas do capitalismo global. Isso não significa, porém, que tomamos aqui um rumo funcionalista, interpretando de forma mecanicista o papel de tais companhias em um “todo equilibrado”, mas antes entendemos que as transformações do capital pós 2008, como argumentam tanto Srnicek como Albuquerque, engendram um novo quadro de acumulação, que, por sua vez, torna possível o surgimento e evolução de determinadas empresas.

Muito tem se discutido atualmente sobre a tecnologia refletir ideias e interesses dos grupos concretos envolvidos em sua criação (Gillespie, 2018), (Wajcman, 2018), o que é interessante de múltiplas maneiras, mas, na minha opinião, ignora a interdependência fundamentalmente inversiva que toma lugar na sociedade capitalista, na qual, através dos múltiplos processos de estranhamento, o capital, uma vez produzido, se converte em uma força abstrata que subordina os seus produtores; neste processo, com argumenta Marx (Marx, 2017) a ciência e a tecnologia se tornam meros braços de tal força abstrata. É possível argumentar, portanto, que no campo tecnológico vinculado ao empreendimento capitalista, os grupos concretos já não são sujeitos absolutos de suas decisões, tendo de a todo momento “acatar” necessidades específicas de uma força social incontável em última instância. O capitalista individual dispõe de suas faculdades criativas, como nos diz Marx, não como indivíduo concreto, mas antes, como máscara econômica abstrata, ou seja, os seus campos de agência já estão determinados de antemão pela dramaticidade de sua posição social.

Conclusão

Quis, neste artigo, contribuir para o debate sobre as plataformas digitais e a economia de dados trazendo elementos da teoria social marxiana. Para tal, expus primeiro a questão dos dados no contexto das plataformas, utilizando a figura do vampiro de Marx como metáfora para a acumulação vertiginosa destes. Em segundo lugar, diante de uma elucubração mais teórica, situei as plataformas no âmbito da circulação de mercadorias e, de modo mais geral, no contexto do capitalismo de nossos dias.

Com relação a acumulação de dados, enfatizei tanto o lugar deles no negócio desenvolvido pelas plataformas, quanto suas consequências e perigos para diferentes esferas da vida social, refletidos em um crescimento da importância da mediação capitalista na política e na informação. Na segunda parte, por sua vez, trabalhei com a crítica de Marx à economia política, trazendo as plataformas como participantes centrais na esfera de circulação do capital na qual capturam o mais-valor produzido em sociedade.

Bibliografia:

ALBUQUERQUE, Eduardo da Motta e. Capitalismo pós-www: Uma discussão introdutória sobre uma nova fase da economia global. **CADERNOS do DESENVOLVIMENTO**, Rio de Janeiro [s. l.], v. 14, n. 24, p. 131-154, 2019.

GILLESPIE, Tarleton. A relevância dos algoritmos. **Parágrafo**, São Paulo, Brasil, v. 6, n. 1, p. 95-121, 2018.

MARX, Karl. **Grundrisse**: Manuscritos econômicos de 1857-1858: Esboços da crítica da economia política. 1. ed. São Paulo: Boitempo, 2011. 788 p. ISBN 978-85-7559-172-7.

MARX, Karl. **O Capital**: Crítica da Economia Política, Livro 1. 2. ed. São Paulo: Boitempo, 2017. 894 p. ISBN 978-85-7559-553-4.

MARX, Karl. **O Capital**: Crítica da Economia Política, Livro 2. 1. ed. São Paulo: Boitempo, 2015. 768 p. ISBN 978-85-7559-376-9.

MORESCHI, Bruno; PEREIRA, Gabriel; COZMAN, Fabio G. The Brazilian Workers in Amazon Mechanical Turk:: Dreams and realities of ghost workers. **Contracampo**, Niterói, v. 39, n. 1, p. 46-64, 2020.

SADOWSKI, Jathan. When data is capital: Datafication, accumulation, and extraction. **Big Data & Society**, [s. l.], v. 6, n. 1, 2019

SADOWSKI, Jathan. The Internet of Landlords: Digital Platforms and New Mechanisms of Rentier Capitalism. *Antipode*, [s. l.], p. 1-19, 2020.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. **Democracia e os códigos invisíveis**: como os algoritmos estão modulando comportamentos e escolhas políticas. 1. ed. São Paulo: Edições Sesc, 2019. 103 p. ISBN 978-85-9493-180-1.

Schumpeter, Joseph. **Capitalismo, Socialismo e Democracia**. 1º ed. Editora Unesp. São Paulo, 2016. 594 p. ISBN 978-85-9546-103-1

SRNICEK, Nick. **Platform Capitalism**. 1. ed. Cambridge: Polity Press, 2016. 120 p. ISBN 978-1509504879.

WAJCMAN, Judy. How Silicon Valley sets time. **New media & society**, [s. l.], v. 00, 2018.

ZUBOFF, Shoshana. **The Age of Surveillance Capitalism**: The Fight for a Human Future at The New Frontier of Power. 1. ed. London: Profile Books Ltd, 2019. 704 p. ISBN 9781781256848.