



## REDES SOCIAIS, PLATAFORMAS E OCUPAÇÃO CAPITALISTA DO TEMPO LIVRE<sup>1</sup>

Carlos FIGUEIREDO<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 3 – Indústrias Midiáticas

<sup>2</sup> Professor substituto do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Sergipe

### RESUMO

É ponto comum entre pesquisadores do campo da Economia Política da Comunicação (EPC) como Bolaño e Vieira (2015) e Fuchs (2015) que a Internet não é uma tecnologia essencialmente libertadora. Bolaño e Vieira (2015) e Figueiredo e Bolaño (2017) apontam que as plataformas da internet atuam a partir de uma colonização brutal do mundo da vida e do tempo livre de seus usuários para coletar dados que permitirão uma venda individualizada e mais precisa de espaço publicitário, ou seja, há um processo de invasão capitalista do tempo livre. Enquanto Fuchs (2015), seguindo o *insight* de Smythe (1977), para quem as empresas de comunicação de massa extraem mais-valia das audiências, e apropriando-se do conceito de *prosumer* de Toffler (1981), considera que os indivíduos ao interagirem e comunicarem-se utilizando como suporte essas plataformas digitais trabalham gratuitamente para essas empresas. Nossa abordagem, é próxima à de Bolaño e Vieira (2015), mas consideramos necessário construir um modelo teórico que descreva como as empresas proprietárias de plataformas logram seu objetivo de colonizar o mundo da vida e se apropriar do tempo livre (ADORNO, 2002) dos indivíduos a partir de uma racionalidade puramente administrativa.

A internet atualmente é um espaço dominado por empresas proprietárias de plataformas que, de acordo com Dijck, Poell e Wall (2018, p.4) “são arquiteturas digitais programáveis projetadas para organizarem interações entre usuários – não apenas usuários finais, mas também entes corporativos e organizações públicas”. A matéria-prima dessas plataformas são os dados dos usuários coletados a partir das interações dos usuários e processados por algoritmos. Os algoritmos das plataformas de publicidade passam a distribuir conteúdos tendo como base os dados coletados nas interações dos usuários, que, por sua vez, são confinadas pelo design dessas plataformas.

O uso da palavra rede nas ciências sociais foi popularizado por antropólogos sociais como Mitchell (1974) ao utilizarem a metáfora da rede e criarem métodos para análise das interações interpessoais dentro de comunidades ou grupos. Esse método de análise tinha como técnica principal de análise a etnografia, mas no decorrer dos anos foi ganhando traços quantitativos até ser utilizado pelas grandes plataformas de internet que coletam dados a partir das interações dos usuários. Esse conhecimento das redes de interação, voltadas para os mais diversos fins, permite às plataformas da internet mercantilizarem o cotidiano dos usuários e ao Estado vigiar os cidadãos e movimentos contra-hegemônicos. Pretendemos discutir a apropriação, pelas empresas proprietárias de plataformas digitais, da técnica de análise de redes sociais empregada por antropólogos como Radcliffe-Brown (2013) e Mitchell (1974) para extrair dados a partir das interações dos usuários. Para atingirmos nossos objetivos, faremos uma discussão bibliográfica a partir de autores como Marx (1988), Bolaño (2000) e Adorno e Horkheimer (2006). Defendemos que essa técnica oriunda das ciências sociais tornou-se uma ferramenta para a colonização do mundo da vida assim como para a invasão da racionalidade administrativa em redes de solidariedade que deveriam estar a salvo da colonização tanto do Estado quanto do mercado.



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. **A Dialética do Esclarecimento**. Petrópolis/RJ: Vozes, 2006.

ADORNO, Theodor. **Tempo Livre**. In: ALMEIDA, Jorge M.B. de (Org) *Indústria Cultural e Sociedade*. São Paulo: Paz e Terra, 2002. pp.103-117.

BOLAÑO, César. **Indústria Cultural, Informação e Capitalismo**. São Paulo: Hucitec/Pólis, 2000.

BOLAÑO, César RS; VIEIRA, Eloy S. The political economy of the internet: Social networking sites and a reply to Fuchs. **Television & New Media**, v. 16, n. 1, p. 52-61, 2015.

FIGUEIREDO, Carlos; BOLAÑO, César. Social media and algorithms: configurations of the lifeworld colonization by new media. **International Review of Information Ethics**, v. 26, pp. 26-38, 2017.

FUCHS, Christian. Against divisiveness: Digital workers of the world unite! A rejoinder to César Bolaño and Eloy Vieira. **Television & New Media**, v. 16, n. 1, p. 62-71, 2015.

MARX, Karl. Economic Manuscript 1861-1863. In: MARX, Karl.; ENGELS, Friedrich. **Collected Works**. Vol 30. Karl Marx: 1861-1863. London: Lawrence & Wishart, 1988.

MITCHELL, J. Clyde. Social networks. **Annual review of anthropology**, v. 3, n. 1, p. 279-299, 1974.

RADCLIFFE-BROWN, A.R. **Estrutura e Função na Sociedade Primitiva**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.

SMYTHE, Dallas W. Communications: blindspot of western Marxism. **Canadian Journal of Social and Political Theory**, v. 1, n. 3, p. 1-27, 1977.

TOFFLER, Alvin. **The Third Wave**. New York: William Morrow, 1981.

VAN DIJCK, José; POELL, Thomas; DE WAAL, Martijn. **The platform society: Public values in a connective world**. New York: Oxford University Press, 2018.