Ativismo codificado: protestos em rede e movimentos sociais na era das plataformas digitais

Activismo codificado: protestas en red y movimientos sociales en la era de las plataformas digitales

Coded activism: networked demonstrations and social movements in digital platforms era

—

CARLOS FIGUEIREDO, Brasil
Universidade Federal de Sergipe / carlospfs@gmail.com

—

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación
N.º 142, diciembre 2019 - marzo 2020 (Sección Monográfico, pp. 127-142)
ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X
Ecuador: CIESPAL
Recibido: 07-12-2019 / Aprobado: 15-04-2020

Resumo

Este artigo discute os desafios encontrados por movimentos sociais e ativistas contra-hegemônicos ao atuarem em plataformas digitais como Facebook e Twitter, usados como ferramentas de mobilização e difusão de informação. Para isso descrevemos como as plataformas digitais colonizam o mundo da vida ao coletarem dados baseados nas interações dos usuários e como isso afeta ativistas que constroem redes de solidariedade. Em seguida, discutimos a atuação de movimentos contra-hegemônicos e seus adversários e apresentamos o conceito de ativismo codificado. Para fecharmos nosso argumento apresentamos propostas para a atuação de movimentos sociais em uma Internet dominada por corporações monopolistas.

Palavras-chave: movimentos contra-hegemônicos; algoritmos; redes sociais; crise

Abstract

This paper discusses the challenges encountered by counter-hegemonic social movements and activists working on digital platforms such as Facebook and Twitter, used as tools for mobilizing and disseminating information. To achieve this goal we describe how digital platforms colonize lifeworld by collecting data based on user interactions and how it affects activists who build solidarity networks. We then discuss the performance of counter-hegemonic movements and their opponents and present the concept of coded activism. To conclude our argument, we present proposals for the action of social movements in an Internet dominated by monopolistic corporations.

Keywords: counterhegemonic movements; algorithms; social networks; crisis

Resumen

Este artículo analiza los desafíos que enfrentan los movimientos sociales y los activistas contrahegemónicos que trabajan en plataformas digitales como Facebook y Twitter, utilizados como herramientas para movilizar y diseminar información. Para esto, describimos cómo las plataformas digitales colonizan el mundo de la vida mediante la recopilación de datos basados en las interacciones de los usuarios y cómo afecta a los activistas que construyen redes de solidaridad. Luego discutimos las acciones de los movimientos contrahegemónicos y sus oponentes y presentamos el concepto de activismo codificado. Para concluir nuestro argumento, presentamos propuestas para el desempeño de los movimientos sociales en un Internet dominado por corporaciones monopolistas.

Palabras clave: movimientos contrahegemónicos; algoritmos; redes sociales; crisis

1. Introdução

O uso das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) por ativistas se tornou tema recorrente de pesquisa após a explosão de ciclos de protestos (Tarrow, 2009) como os observados na Primavera Árabe, Occupy Wall Street e Indignados em 2011 e as chamadas Jornadas de Junho em 2013, no Brasil. Grande parte desses textos partem do pressuposto de que as TIC tornaram possível tais ciclos de protestos ou mesmo facilitaram um tipo de democracia participativa ou deliberativa entre os manifestantes e permitiriam a implantação desses modelos de prática democrática no futuro (Della Porta, 2013; Castells, 2012). Tais posturas celebratórias pouco ajudam no real entendimento das razões por trás dessas manifestações criando o que Morozov (2013) chama de "Ilusão da Rede" (*Net Delusion*), a ideia de que a resolução de problemas complexos sempre estão à distância de um clique em um ícone de plataformas digitais.

O objetivo deste trabalho é entender os desafios e as oportunidades impostas pelo uso das TIC por manifestantes e movimentos sociais de forma crítica. Para isso acreditamos ser necessário, assim como Della Porta (2017), Fuchs (2014) e Burawoy (2015), entender a causa desses ciclos de protestos (Tarrow, 2009) a partir da Economia Política. Esses autores defendem que protestos como a Primavera Árabe, Occupy Wall Street e Indignados foram causados pela crise estrutural do capitalismo que se arrasta desde 2008 e reivindicam a necessidade de uma análise a partir da luta de classes. Por outro lado, em um ambiente em que plataformas de comunicação são centrais nas estratégias de propaganda e mobilização de grupos contra-hegemônicos se faz necessário, como advoga Downing (2010), a elaboração de uma "Economia Política das Mídias dos Movimentos Sociais".

Buscando compreender as possibilidades de ações contra-hegemônicas em um ambiente dominado por empresas de tecnologia monopolistas, vamos iniciar nosso percurso descrevendo como essas plataformas colonizam o Mundo da Vida de forma extremamente mais eficiente que os meios de comunicação de massa através da coleta e processamento de dados extraídos a partir das interações de seus usuários (Figueiredo e Bolaño, 2017) por algoritmos. Esse modelo de negócios é baseado na vigilância dos usuários e gera obstáculos para o alcance da comunicação de movimentos sociais devido à organização dos indivíduos em "públicos calculados" (Gillespie, 2014). Dessa forma, ativistas ao usarem a internet para mobilizar e disseminar comunicação contra-hegemônica reproduzem o que chamamos ativismo codificado, ou seja, ações coletivas presas à lei do código (Lessig, 2006) e às interações regidas pela programação algorítmica das plataformas.

Em seguida, discutiremos como as narrativas celebratórias das TIC podem criar ilusões e erros estratégicos, principalmente em um ambiente em que a extrema-direita ascende com apoio da tática militar conhecida como "Guerra Híbrida". Enumeramos também três obstáculos encontrados para ações contra-

hegemônicas em plataformas digitais: vigilância, dificuldade para a mobilização e propriedade das plataformas. Por fim, propomos uma estratégia de ação para as forças progressistas na internet a partir dos conceitos de economia moral de E.P. Thompson (1966).

2. Plataformas e movimentos sociais

A internet atualmente é um espaço dominado por empresas proprietárias de plataformas que, de acordo com Dijck, Poell e Wall, "são arquiteturas digitais programáveis projetadas para organizarem interações entre usuários – não apenas usuários finais, mas também entes corporativos e organizações públicas" (2018, p.4). Srnicek conceitua plataforma de maneira mais geral como "infraestruturas digitais que permitem um ou mais grupos interagirem" (2018, p.43). A matéria-prima dessas plataformas são os dados dos usuários coletados a partir das interações dos usuários e processados por algoritmos. Cormen, Leiserson, Rives e Stein definem algoritmo como "um procedimento computacional bem definido que toma algum valor, ou conjunto de valores como *input* (entrada/subsídio), e produz algum valor, ou conjunto de valores, como *output* (saída/resultado)" (2009, p.5). No caso das plataformas que vendem publicidade a partir dos dados coletados durante as interações dos usuários (Srnicek, 2018), o *input* seria as informações coletadas através da vigilância das interações dos indivíduos na internet, e o *output* seria a publicidade, propaganda e outros tipos de conteúdos personalizados a partir das informações coletadas pelos algoritmos dessas plataformas. Há outros tipos de plataformas como as plataformas de nuvem, plataformas industriais, plataformas de produto e plataformas enxutas, segundo Srnicek (2018)[1].

Entretanto, a internet nem sempre foi assim. Surgida na década de 1960 a partir um projeto militar norte-americano para garantir a comunicação descentralizada após um possível ataque nuclear soviético aos EUA, a Internet inicialmente estava restrita a uso militar e acadêmico em universidades de elites. Em seguida, programadores influenciados pela contracultura dos anos 1960, os primeiros Hackers, acrescentaram inovações como o modem permitindo que a Internet se expandisse para além do mundo militar e universitário. Outra força que deu forma à Internet como a conhecemos foi o serviço público europeu representado por Tim Berners-Lee, pesquisador do então Conselho Europeu para a Pesquisa Nuclear (CERN), que nas horas vagas de suas pesquisas criou a Word Wide Web (www), interface da internet, e o Mosaic, primeiro navegador. Berners-Lee disponibilizou gratuitamente as tecnologias desenvolvidas por ele

1 Dijck, Poell e De Wall (2018) dividem as plataformas em infraestruturais, como Google, Amazon, Facebook, Apple e Microsoft, e setoriais. As primeiras seriam responsáveis por oferecer infraestrutura para as plataformas setoriais, que focariam em algum serviço específico como streaming, locação temporária de imóveis ou transporte particular. Para nossos objetivos, a divisão de Srnicek (2018) é mais produtiva, pois enfatiza o modelo de negócio e não as relações de poder entre as plataformas já que estamos interessados no uso de dados coletados para regular a interação e distribuição de conteúdos aos usuários.

no CERN. Dessa forma, Curran (2012) identifica quatro atores que moldaram a internet como é conhecida atualmente: o complexo militar-científico, os hackers, o serviço público europeu e, por último, o mercado. A Internet esteve sobre controle do governo norte-americano, através da *National Science Foundation* (NSF) até 1995, quando passa a ser administrada por uma corporação privada sem fim lucrativos chamada *Internet Corporation for Assigned Names and Numbers* (ICANN).

A partir daí, a internet se populariza e vários negócios novos são criados buscando explorar o potencial econômico da rede. A venda de espaço publicitário foi uma das tentativas de monetizar as visitas dos usuários, mas causava efeito disruptivo na experiência das audiências (McChesney, 2013). A primeira saída para lucratividade na internet foi encontrada pelo mecanismo de busca Google ao criar um sistema de distribuição de publicidade baseado nas buscas do usuário. O Google, ao mesmo tempo que incrementou a experiência do usuário a partir das informações coletadas por suas pesquisas prévias, implantou um modelo de negócio baseado na coleta e processamento de dados que se tornaria modelo para outras plataformas como o Facebook.

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* dos algoritmos dessas plataformas. Ou seja, os usuários passam a ter suas ações regulamentadas pelo que Lessig (2006) chama de lei do código. Nesses ambientes, o código é a lei. E o código usado pelos programadores para montar a infraestrutura dessas plataformas são segredos comerciais aos quais os usuários não possuem acesso, são caixas-pretas como adverte Pasquale (2015). Assim, as plataformas possuem um grau de precisão em atingir o público-alvo que supera a televisão, que representa o ápice tecnológico da Indústria Cultural de massa no Século XX. As emissoras de televisão dependem de estudos quantitativos e qualitativos para construírem um fluxo de programas baseado nos hábitos dos diferentes setores da população e, assim, vender espaços publicitários para diversos públicos-alvo. Embora, esse modelo possua um considerável grau de acerto, garantindo a rentabilidade do negócio televisivo, está sujeito a ineficiências, pois sempre há o risco de um programa não dar retorno financeiro gerando perda de grandes somas de capital. Dessa forma, as plataformas de publicidade conseguiram atingir um grau de colonização do mundo da vida impensável pelos meios de comunicação de massa.

Para Bolaño (2000), os meios de comunicação de massa possuem duas funções primordiais no sistema capitalista: publicidade, que consiste na mediação entre o mercado e os consumidores, e propaganda, que consiste na mediação entre Estado e cidadãos. Essa mediação é realizada por uma gama de trabalhadores intelectuais como jornalistas, roteiristas, atores etc. Entretanto, uma terceira função é necessária para que a atenção dos indivíduos seja capturada. Essa função é chamada programa e consiste em trazer elementos do mundo da vida

para o interior da estrutura mediadora. As plataformas continuam a realizar as funções propaganda e publicidade assim com os meios de comunicação de massa tradicionais. Contudo, a terceira função passa a se chamar interação, pois é baseada na coleta e processamento automatizados de dados originários da interação entre os perfis de usuários das plataformas (Figueiredo e Bolaño, 2017).

Assim como os Meios de Comunicação de Massa, as plataformas colonizam o cotidiano dos indivíduos, seu tempo livre. Entretanto, a colonização do tempo livre passa a se dar de forma mais pervasiva. A discussão relacionada ao tempo livre está diretamente ligada à questão do trabalho e sua jornada, como lembra Marx. O filósofo alemão apontou que o tempo livre das classes mais abastadas, usado em atividades não diretamente produtivas como os negócios de Estado, lazer e desenvolvimento de habilidades intelectuais; era obtido às expensas da mais-valia obtida da classe trabalhadora que gastava "mais tempo na produção material que o necessário para a reprodução material de sua vida" (Marx, 1988, p.190-191). Essa lógica fazia com que o desenvolvimento das capacidades humanas de uma parte da humanidade fosse baseado na restrição ao desenvolvimento de outra parte. Para Marx, até o século XIX, "toda a civilização e desenvolvimento social foram fundados com base nesse antagonismo" (1988, p.191).

A luta da classe trabalhadora como demonstrado no Livro I de O Capital teve como base a diminuição da jornada de trabalho, que residia na diminuição da extração de mais-valia relativa possibilitada pela subsunção real, a substituição de trabalho vivo por trabalho morto (Marx, 2013). A conquista de direitos é conseguida com várias legislações regulando a jornada e condições de trabalho, mas ganha tração com a adoção do regime de acumulação Fordista/Keynesiano após a II Guerra Mundial, adotado para evitar outra crise como a ocorrida em 1929 (Harvey, 2012). Ao mesmo tempo que os trabalhadores passam a contar com aumentos salariais contínuos, dispõem de mais tempo livre. A indústria cultural, ao fazer a mediação entre o mundo da vida e os sistemas econômico e administrativo, cumpre a tarefa de fazer com que esses trabalhadores continuem dentro do sistema mesmo no gozo de seu tempo livre conquistado em diversos embates com as classes dominantes, como notam Adorno e Horkheimer (2006).

O fim do regime de acumulação fordista/keynesiano e o advento do regime de acumulação flexível, na década de 1970, trazem também a terceira Revolução Industrial e a crescente automatização e codificação digital de vários trabalhos. As plataformas digitais, que surgem em um estágio avançado do regime de acumulação flexível, passam a colonizar não só o tempo livre fora do local de trabalho, mas cada segundo da vida do indivíduo conectado por um *smartphone*, por exemplo. Essa nova realidade se encaixa perfeitamente a nova realidade do mundo do trabalho de jornadas e contratos de trabalho flexível em que as TIC são capazes de levar o trabalho para a casa dos indivíduos e de permitir aos trabalhadores interagirem em qualquer espaço de tempo livre obtido durante o trabalho. Entretanto, essa transformação não elimina a Indústria

Cultural, "mas a subsume numa totalidade maior, mais caracteristicamente mercantil, com maior capilaridade, a qual não oferece simplesmente, mas exige atividade da parte dos consumidores" (Bolaño, 2018, p.53). Os movimentos sociais precisam atuar nessa conjuntura para mobilizar, distribuir informação contra-hegemônica e criar repertórios de protesto. Mas há contradições. Se essas plataformas criam redes com a ajuda dos algoritmos que organizam as interações dos indivíduos através de dados coletados, também facilitam a criação de novas redes pelos usuários e abrigam outras que existiam anteriormente no mundo *offline*. A compreensão da metáfora das redes é necessária tanto para entendermos a atuação dos movimentos sociais *online e offline* quanto para a análise das interações nas plataformas digitais.

2.1. Redes e movimentos sociais

A partir da década de 1990, Castells (1999) usa a rede como metáfora para caracterizar as mudanças sofridas pela sociedade a partir da década de 1970. Em uma narrativa tecnodeterminista, apesar de todos os esforços do autor para negar essa posição, Castells (1999, p.42) aponta a revolução da tecnologia da informação como "ponto inicial para analisar a complexidade da nova economia, sociedade e cultura em formação". No entanto, o uso da palavra rede nas ciências sociais foi popularizado por antropólogos sociais como Mitchell (1974) ao usarem a metáfora da rede e criarem métodos para análise das interações interpessoais dentro de comunidades ou grupos. O antropólogo Radclife-Brown teria sido o primeiro autor das ciências sociais a usar o termo rede na década de 1940 ao conceituar estrutura social. Para Radclife-Brown (2013, p.170), "os seres humanos estão relacionados por uma complexa rede de relações sociais" e emprega "o termo 'estrutura social' para designar esta rede de relações realmente existente".

Todavia Bolaño (2016) observa que a palavra rede já fora usada, no século XIX, por Marx nos Grundrisse durante sua análise da circulação simples para identificar as relações sociais existentes entre produtores e consumidores no mercado. O marxista Isaac Rubin também usa a metáfora da rede para explicar as relações sociais na sociedade capitalista, pois ao "manter relações de produção diretas com os compradores B, C e D", um hipotético "produtor de mercadorias A está na realidade vinculado, através de uma rede de relações de produção *indiretas*, com inúmeras outras pessoas (...), e, em última instância, com todos os membros da sociedade" (1980, p.23). Ou seja, a metáfora da rede pode ser usada para analisar relações de poder, dominação, colaboração ou comerciais. Um conceito amplo de rede é o usado por Marin e Wellman para quem "uma rede social é um conjunto de nós socialmente relevantes conectados por uma ou mais relações. Nós, ou membros da rede, são as unidades que são conectadas por relações cujos padrões nós estudamos" (2011, p.11).

De acordo com Mitchell (1974) a palavra rede possui dois usos: metafórico e analítico. Para Mitchell, o uso metafórico "enfatiza que as ligações sociais dos indivíduos em uma determinada sociedade se ramificam através da sociedade" (1974, p.280) enquanto seu uso analítico "procura especificar como esta ramificação influencia o comportamento das pessoas envolvidas na rede" (1974, p.280). Nas ciências sociais, os dois usos caminham juntos. O uso analítico é utilizado principalmente em pesquisas acadêmicas e nas mais diversas áreas como sociologia e administração, e, com a popularização da internet e das plataformas de publicidade, é comum nas pesquisas de mercado.

Os movimentos sociais também são analisados por alguns autores como redes de relações entre seus ativistas. Para Della Porta, o conceito de movimento social pode ser relacionado "à presença de redes de interações predominantemente informais, baseadas em crenças compartilhadas e na solidariedade, que se mobilizam acerca de temáticas conflituosas mediante o uso frequente de várias formas de protesto" (2007, p.23). Como observa Scherer-Warren (2011), os movimentos sociais contra-hegemônicos, se organizam em redes de solidariedade entre seus participantes e outros movimentos sociais, formando alianças em torno de objetivos comuns.

Randolf (1994) se baseia na teoria da ação comunicativa formulada por Habermas para dividir as redes estratégicas, aquelas orientadas para ação instrumental voltada para o lucro ou poder, e as redes de solidariedade, orientadas para ação comunicativa. Nossa apropriação de Habermas (2012) é semelhante àquela feita por Bolaño (2000), e é esse caminho que trilharemos ao utilizar as observações feitas por Randolf. Logo, chamaremos de rede estratégicas aquelas formadas pelo Estado e o mercado para colonizarem o mundo da vida e garantir a circulação do capital e a reprodução da ideologia dominante, enquanto as redes de solidariedade são aquelas formadas com o objetivo de reproduzir ou defender o mundo da vida desses ataques.

A utilização do método de análise de redes de forma sofisticada com uso de algoritmos e poderosos computadores para coleta e processamento de dados por plataformas de internet aumenta o que Bolaño (2016) nomeia regulação mercantil do mundo da vida pelo mercado. Por outro lado, órgãos estatais utilizam os mesmos métodos para vigilância e controle, e grupos políticos lançam mão dessas técnicas para difusão de propaganda política. A grande dificuldade para a esquerda é que as plataformas digitais transformam as interações contidas nas redes de solidariedade em dados que servem não apenas para a venda de publicidade direcionada, mas também para vigilância estatal e distribuição de propaganda por setores que possuem poder financeiro, para adquirir dados e expertise, superior ao dos movimentos contra-hegemônicos. Além disso, o raio de ação dos movimentos contra-hegemônicos em plataformas digitais fica limitado pelo que Shapiro (1999) e Lessig (2006) chamam política do código.

3. Crise Estrutural e política do código

O sucesso dos ciclo de protestos ocorridos em Seattle e Gênova, no começo do século XXI teve duas novidades: os protestos eram globais e houve um intenso de uso das TIC por ativistas para produzir comunicação e formar redes contra-hegemônicas de solidariedade. Uma rede de ativistas de todo mundo se reuniu nas cidades onde aconteciam encontros de entidades supranacionais como o G-7, grupo que reúne os sete países mais ricos do mundo, e a Organização Mundial do Comércio (OMC) para protestar. Em um momento ainda embrionário da internet comercial, em que as grandes plataformas ainda não haviam se consolidado, a rede era um espaço mais aberto e terreno fértil para a comunicação contra-hegemônica. Os ciberativistas, naquela oportunidade, utilizavam ferramentas próprias como o site da *Indymedia*.

Naquele momento, Shapiro (1999) defendia que estava em curso uma "revolução do controle" que em um primeiro momento tinha o potencial de colocar os indivíduos no controle das notícias que gostariam de receber, do governo e de suas compras. Contudo, Shapiro percebia que o ambiente de desregulação das comunicações nos EUA e a cultura do individualismo poderiam retirar a possibilidade dos indivíduos aumentarem seu controle sobre o mercado e o Estado, e, ao mesmo tempo, fortalecer o poder dessas instâncias.

Shapiro argumenta que essas possibilidades são possíveis pelo controle do código da Internet. "O código é as coisas que programadores de computadores criam: software, protocolos técnicos, design de redes. Determina como a informação flui online e quem pode controlar isso" (Shapiro, 1999, p.14). De acordo com Shapiro, o código da internet possui quatro características: interatividade, caráter digital, distribuição em pacotes e interoperabilidade. Para uma democratização robusta da Internet, o autor considerava que a internet deveria ter duas características adicionadas ao seu código: banda alargada e acesso universal. O autor reconhece que o alargamento da banda é um código de infraestrutura, e a universalização é uma questão político-econômica. Shapiro adverte que o código não é imutável e pode ser alterado facilmente com uns poucos comandos-chave. Podemos dizer, então, que as plataformas digitais e seus modelos de negócio alteraram o código da internet dificultando a ação dos movimentos sociais que tinham inovado no uso das TIC no começo do século XXI.

Entretanto, ao analisarem os ciclos de protestos de 2011, Occupy Wall Street, Primavera Árabe e Indignados, autores como Della Porta (2013) e Castells (2013) continuam a dar um papel de tal relevância às TIC que, apesar dos avisos contidos em suas obras de que não consideram a tecnologia como causa dos protestos, colocam as plataformas digitais como uma variável central para a existência, manutenção e caráter democrático dos movimentos. Já Fuchs (2014, p.68) aponta a crise de 2008 como a causa desses protestos, e a partir de métodos quantitativos e qualitativos conduz uma pesquisa junto a um grupo de ativistas

do movimento Occupy apontando que este foi essencialmente anticapitalista para 81,2% dos seus 373 informantes.

Sobre o uso das TIC, Fuchs (2014, p.69) fez as seguintes descobertas: apenas 6,6% dos informantes consideraram que as plataformas digitais criaram os protestos, 7,1% acreditam que revoluções são feitas por humanos lutando em sociedade e as mídias não possuem um papel importante nessas ações, 45,5% defendem que as mídias são ferramentas da luta, mas que podem ser ferramentas de dominação e, por fim, 40,8% consideram que o movimento foi uma rebelião tanto das redes sociais quanto da sociedade. Os dados recolhidos demonstram, entre os entrevistados uma percepção diferente daquela nutrida por jornalistas e comentaristas midiáticos, que Downing (2010) chama de "comentocracia", e pesquisadores de tendências celebratórias em relação ao uso de plataformas digitais em protestos políticos.

Della Porta (2017) em texto posterior clama que os estudiosos de Movimentos Sociais devem retornar à Economia Política para entender as disputas de classe e crise do neoliberalismo. Segundo a autora, ligada à vertente da Teoria do Confronto Político[2], a "caixa de ferramentas" das diversas Teorias dos Movimentos Sociais, usada para analisar esses movimentos sociais não consegue explicar os ciclos de protestos causados pela crise do capitalismo iniciada em 2008. Já Burawoy (2015) aponta que os ciclos de protesto de 2011 foram globalmente conectados, mas foram condições socioeconômicas locais que os fizeram irromper. O autor reconhece que s TIC desempenharam um papel importante, mas lembra que ciclos de protestos locais, mas conectados globalmente, é um fenômeno que aconteceu na primavera dos povos em 1848. O autor aponta a mercantilização de várias esferas da vida como a causa dos protestos, mas acredita que os movimentos que realmente vão se contrapor a essa realidade precisam amadurecer.

Para que sejam traçadas estratégias de ação, é necessária a compreensão das contradições envolvendo a transformação da informação em mercadoria e as consequências das crises do capitalismo na forma comunicação, e aqui a Economia Política da Comunicação (EPC) tem papel decisivo. A crise de um regime de acumulação, e a consequente desfuncionalidade do modo de regulação correlato, acarreta crise das formas sociais derivadas do capital (Hirsch 2011). A II Guerra Mundial irrompeu devido à Crise de 1929, o que levou ao regime de acumulação Fordista. Ao mesmo tempo, surge a Indústria Cultural que passa a cumprir as funções publicidade e propaganda com um equilíbrio entre as duas, materializado na criação de sistemas privados e públicos de comunicação, consequência do acordo entre capital e trabalho mediado pelo Estado. Com a crise do Fordismo e adoção do neoliberalismo em diversos países, a publicidade passa suplantar a propaganda ao incorporar cada vez mais

2 A Teoria do Confronto político é uma vertente teórica que busca compreender as ações coletivas a partir de conceitos como ciclos de protestos e repertórios de ações coletivas (McADAM, Tarrow, & Tilly, 2009)

indiretamente aspectos ideológicos. A propaganda, inclusive, passa a usar a estética publicitária (Bolaño, 2011), como é observado nas campanhas políticas do final do século XX.

A crise do regime de acumulação flexível, que perdura desde 2008, corresponde a uma crise da forma comunicação e um retorno da propaganda política cujos significados são semelhantes àqueles observados nas duas grandes guerras mundiais, apesar de diferenças estéticas. Com a crise do regime de acumulação vigente, o sistema passa a tornar-se incapaz de promover a integração social por meios das normas sociais correntes. Logo, observa-se fenômenos comunicacionais e políticos semelhantes que surgem após as crises de 1929 e 2008. O surgimento de técnicas de propaganda e a ascensão de lideranças autoritárias guardam semelhança com fenômenos contemporâneos. Porém, Marx nos lembra que a história se repete duas vezes: "a primeira vez como tragédia, a segunda como farsa" (2003, p.15). A forma como a crise da forma comunicação se apresenta tem conteúdo diferente daquele observado nas grandes guerras mundiais. A mercantilização da informação e a colonização do cotidiano pelas redes sociais impõem outro conteúdo à crise.

Schiller (2007) aponta para a condição da informação nas sociedades contemporâneas como recurso e como mercadoria. "Um recurso é algo de uso potencial ou real", e "somente sob condições particulares pode ser transformado em mercadoria" (Schiller, 2007, p.8). A informação torna-se mercadoria quando é produzida por trabalhadores assalariados para a produção de valor. Grandes estruturas em torno da coleta e análise de dados e sua posterior transformação em informações foram criadas e aperfeiçoadas por conglomerados monopolistas, tornando o uso da informação como recurso um negócio caro e que necessita de mão de obra altamente capacitada. Dessa forma, coletar, processar, analisar dados e, a partir daí produzir informação para desempenhar as funções publicidade e/ou propaganda exige estrutura em software, hardware e pessoal especializado, sendo possível apenas com recursos financeiros que não estão à disposição dos movimentos contra-hegemônicos.

Um bom exemplo é o uso de propaganda política, através de *fake news*, distribuída aos usuários de plataformas como no escândalo Cambridge Analytica no Brexit Inglês e na eleição de Donald Trump e o caso da eleição presidencial brasileira de 2018 em que há a suspeita de que empresários tenham financiado disparos de *Fake News* contra o Partido dos Trabalhadores (PT), agremiação à qual pertence Fernando Haddad, principal adversário do então candidato Jair Bolsonaro (Mello, 2019). Nesses três casos, há características do que autores como Korybo (2018) e Danyk, Maliarchuk e Briggs (2017) chamam de guerra híbrida[3]. Piero Leirner, por exemplo, um antropólogo brasileiro que

3 Interessante notar que a depender da nacionalidade e filiação ideológica do autor, as acusações sobre quem usa a tática da Guerra Híbrida muda de lado. Korybo acusa os EUA de usarem essa tática para derrubar governos aliados à Rússia enquanto Danyk, Maliarchuk e Briggs (2017) acusam a Rússia de fazer o mesmo para desestabilizar governos alinhados aos EUA. Não nos interessa, nesse momento, disputas geopolíticas, mas como a extrema-direita se apropriou de táticas semelhantes em diferentes países.

conduz pesquisas sobre as Forças Armadas brasileiras aponta que as táticas de comunicação adotas por Jair Bolsonaro são similares aquelas adotas nas Guerras Híbridas. Nesse tipo de tática, os elementos cruciais para "o resultado da guerra se dão sobretudo na esfera da cognição, pois o que realmente importa é deixar o cenário o mais cinzento e indistinto possível, a ponto de manobrar as ações do inimigo a partir 'de dentro' e sem que este saiba que está sendo manipulado" (Leimer, 2019). Já para Danyk, Maliarchuk and Briggs (2017, p.8), "um dos objetivos da guerra híbrida é impor uma vontade sobre o oponente e as redes sociais são um dos meios usados para fazer isto porque elas permitem alcançar objetivos estratégicos através de efeitos cognitivos e não-convencionais".

Nesse ambiente, os movimentos contra-hegemônicos correm o risco de praticar o que chamamos de ativismo codificado, ou seja, a ação coletiva que está presa à lei do código, que é formulada pelas corporações que atuam na internet, e à normatização das interações imposta pelos algoritmos de plataformas digitais como Facebook e Twitter. Três desafios se apresentam aos movimentos sociais contra-hegemônicos: vigilância, mobilização e propriedade dos meios de comunicação. Enfrentar esses desafios permitem aos ativistas que se contrapõem ao *status quo* evitarem erros estratégicos.

Ativistas de movimentos contra-hegemônicos ao utilizarem plataformas digitais para a mobilização, contrapropaganda e comunicação podem inadvertidamente revelarem estratégias dos movimentos sociais. Lesitert (2015) sugere que militantes invistam em estratégias localizadas de ações com menor raio de ação, construindo assim vários nós dentro de uma estrutura rizomática, dificultando a vigilância através das redes sociais, e apostando na deliberação local. Diante da organização de públicos calculados em torno da venda de publicidade pelos algoritmos de plataformas digitais, a mobilização e a disputa por hegemonia é uma tarefa difícil. Todavia Milan (2015) considera que as redes sociais dão visibilidade aos protestos fazendo com que as informações cheguem àqueles identificados com suas ações, o que ela chama de "protesto em nuvem", cujas informações se dispersam a partir das redes sociais. As ações *offline* são extremamente importantes, principalmente pelo pouco acesso da população a todas as informações que a internet oferece. A violação do princípio da neutralidade de rede por operadoras de celular acaba reduzindo o acesso à Internet de indivíduos com planos de telefonia mais baratos a algumas poucas plataformas digitais. Por isso a atuação local através redes de solidariedade *offline* é primordial.

Ligada a essas duas questões está uma terceira: a questão da propriedade das redes sociais e da democratização das comunicações. A luta pela democratização das comunicações sempre foi pautada pela necessidade de pluralidade dentro dos sistemas de mídia, o que significa a dispersão da propriedade dos meios de comunicação a partir de regulação estatal, impedindo assim os monopólios. Esse argumento precisa ser repensado em função dos algoritmos, encarados pelos gigantes da Internet como segredos industriais. Diminuir o tamanho desses

conglomerados e impedir a concentração é de suma importância. Entretanto, os algoritmos são os dispositivos que permitem que essas empresas realizem as mediações responsáveis que permitem ao sistema colonizar o mundo da vida.

Seria o momento para que os movimentos sociais contra-hegemônicos pressionassem por mudanças legislativas que levassem a uma democratização dos meios de comunicação, e permitissem um melhor posicionamento das forças progressistas na batalha pela hegemonia. Entretanto, a cada dia presenciamos cercamentos digitais em torno da internet através de leis que fortalecem o copyright e criminalizam a troca de arquivos, ou através do domínio da rede por grandes conglomerados. A internet deixa de ser um espaço de partilha de bens comuns, como no seu início em que havia maior influência da contracultura nascida na década de 1960, para se tornar um ambiente dominado pelo mercado.

Uma proposta para os movimentos contra-hegemônicos seria recuperar a noção de economia moral que o historiador E.P. Thompson (1966) identificou como uma forma de as classes subalternas, em fins do século XVIII, resistirem aos mecanismos "impessoais" do mercado. Dessa forma, essas classes se sublevavam cada vez que os preços de itens caros à sua subsistência aumentavam seus preços de forma considerada abusiva ainda que justificada pela lei de oferta e procura. O uso de bens comuns também se baseia em uma economia moral. Há bens que devem ser compartilhados pela comunidade, muito importantes para ficarem nas mãos de poucos.

Entre os movimentos que lidam com ativismo nas redes digitais, parece-nos que o movimento pelo Software Livre é o que apresenta as premissas mais próximas de uma economia moral, e que poderia servir de inspiração para os movimentos que lutam pela democratização da comunicação. Os militantes do movimento pelo Software Livre defendem que os códigos dos softwares devem ser abertos e disponibilizados, e não caixas-pretas. A abertura do código dos algoritmos que regem as interações dos usuários no ciberespaço deveria estar na pauta do dia dos movimentos pela democratização da comunicação.

4. Conclusão

A ascensão da extrema-direita ao poder executivo em países como Brasil, EUA e Polônia e o aumento da sua força parlamentar em várias democracias ao redor do mundo com maciça utilização das TIC coloca em questão as formulações teóricas dos autores com visões celebratórias em torno das tecnologias. A cada movimento social ou ciclo de protesto que ganha visibilidade pública devido ao uso de plataformas digitais por militantes, a vaga tecnodeterminista volta a ganhar espaço entre jornalistas e acadêmicos. Uma atitude que além de criar ilusões não concretizadas, expõe ativistas e serve de publicidade gratuita de empresas proprietárias de grandes plataformas que acabam sendo adjetivadas como campeãs da democracia (Morozov, 2011). Aos que discordam das modas teóricas do momento sobra a pecha de tecnófobos e pessimistas. Entretanto,

está posta a necessidade de pensar em uma forma de lidar com a vigilância e o controle dos indivíduos nas redes sociais organizadas pelas plataformas digitais. A vertente teórico-metodológica da Economia Política, que parte da análise da totalidade dos fenômenos sociais, parece-nos a melhor alternativa para compreendermos tais fenômenos sem cairmos em fórmulas fáceis.

Mesmo com as dificuldades impostas pela presença da lógica capitalista na Internet, os movimentos sociais contra-hegemônicos precisam ocupar o ambiente digital e usar as TIC como ferramentas. Entretanto não se pode deixar de apostar na construção de redes de solidariedade *offline* sob pena de perder o contato com as demandas populares. Nesse momento de crise aguda do sistema capitalista é preciso voltar os esforços para a busca da emancipação do trabalho e da comunicação aberta a todos. As condições materiais para atingir este objetivo existem, resta às forças progressistas descobrirem como atingir esse ideal. Todavia, é importante lembrar que a disputa por corações e mentes é, sobretudo, um ato político, e não técnico.

Referências

Adorno, T.W.; Horkheimer, M. (2006) *A Dialética do Esclarecimento*. Petrópolis/RJ: Vozes.

Bolaño, C.R.S. (2000). *Indústria Cultural, Informação e Capitalismo.* São Paulo: Hucitec/Pólis.

Bolaño, C. R. S. (2016). Organização em rede, capital e a regulação mercantil do elo social. *Liinc em Revista*, *12*(1).

Bolaño, C.R.S. (2018) Economia Política, Cultura e a Batalha da comunicação na América Latina do século XXI. In: Bolaño, C. et al. ***Cuba: el Legado Revolucionario y los Dilemas de la Izquierda y las Fuerzas Progresistas en América Latina.*** (pp.13-60) Buenos Aires: Clacso. Disponível em: http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/becas/20190114051605/Cuba_el_legado_revolucionario.pdf.

Bolaño, C. (2011). Comunicación y crisis del capitalismo en América Latina. *Quórum Académico*, 8(1), 133-146.

Burawoy, M. (2015). Facing an unequal world. *Current Sociology*, *63*(1), 5-34.

Castells, M. (2013) *Redes de Indignação e Esperança. Movimentos Sociais na Era da Internet.* Rio de Janeiro: Zahar.

Castells, M. (1999). *A Sociedade em Rede. A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura*. São Paulo: Paz e Terra.

Cormen, T.H., Leiserson, C. E., Rivest, R. L., & Stein, C. (2009). *Introduction to Algorithms. 3ed.* Cambridge: The MIT Press.

Curran, J. (2012) Rethinking Internet History. In: In Curran, J.; Fenton, N. and Freedman, D. (Eds.). *Misunderstanding the Internet*. Abingdon, Oxon, UK: Routledge. p.34-64

Danyk, Y., Maliarchuk, T., & Briggs, C. (2017). Hybrid War: High-tech, Information and Cyber Conflicts. *Connections*, *16*(2), 5-24.

Della Porta, D. (2007) *O Movimento por uma Nova Globalização.* Loyola: São Paulo.

Della Porta, D. (2013). *Can democracy be Saved?: Participation, Deliberation and Social Movements.* Cambridge: Polity.

Della Porta, D. (2017). Political economy and social movement studies: The class basis of anti-austerity protests. *Anthropological Theory*, *17*(4), 453-473..

Downing, J. (2014). Towards a political economy of social movement media. *Democratic Communiqué*, *26*(1), 17.

Figueiredo, C., & Bolaño, C. (2017). Social media and algorithms: configurations of the lifeworld colonization by new media. *International Review of Information Ethics*, *26*, 12.

Habermas, J. (2012). *Teoria do agir comunicativo. Vol 2. Sobre a Crítica da Razão Funcionalista*. São Paulo: WMF/ Martins Fontes.

Harvey, D. (2012). *A Condição Pós-Moderna*. São Paulo: Loyola.

Hirsch, J. (2010). *Teoria Materialista do Estado*. Rio de Janeiro: Revan: 2010

Fuchs, C. (2014). *OccupyMedia! The Occupy Movement and Social Media in Crisis Capitalism.* Winchester, UK/ Washington, USA: Zero Books.

Gillespie, T. (2014) The relevance of algorithms. In: Gillespie, T, Boczkowski & P., Foot, K. (Eds.), *Media Technologies: Essays on Communication, Materiality, and Society*. (pp.167–93) Cambridge, MA: The MIT Press.

Korybko, A. (2018) *Guerras Híbridas: Das Revoluções Coloridas aos Golpes*. São Paulo: Expressão Popular.

Leimer, P. (2019, abril 11) "Caminho de Bolsonaro ao Poder Seguiu 'Lógica da Guerra', diz Antropólogo que Estuda Militares". Entrevista concedida a Thiago Domenici. Agência Pública. Recuperado de https://apublica.org/2019/04/caminho-de-bolsonaro-ao-poder-seguiu-logica-da-guerra-diz-antropologo-que-estuda-militares/.

Leistert, O. (2015) The Revolution Will Nit Be Liked: On the Systemic Constraints of Corporate Social Media Platforms for Protests. In: Dencik, L. & Leistert, O. *Critical Perspectives on Social Media and Protest. Between Control and Emancipation*. (pp. 35 -52). New York: Rowan & Littlefiled.

Lessig, L. (2006). *Code. Version 2.0*. Cambridge: Basic Books.

Marin, A. M. & Wellman, B. (2011) Social Network Analysis: An Introduction. In: John; Carrington, Peter J. *The SAGE Handbook of Social Network Analysis.* Los Angeles: Sage. 11-25.

Marx, K. (1989). Economic Manuscript 1861-1863. In: Marx, K. & Engels, F. *Collected Works. Vol 30. Karl Marx: 1861-1863*. London: Lawrence & Wishart, 1989.

Marx, K (2003). *O Dezoito de Brumário de Louis Bonaparte*. São Paulo: Centauro.

Marx, K. (2013). *O Capital. Livro 1.* São Paulo: Boitempo.

McADAM, D., Tarrow, S., & Tilly, C. (2009). Para mapear o confronto político. *Lua Nova: revista de cultura e política*, (76), 11-48.

McChesney, R. (2013). *Digital disconnect: How Capitalism is Turning the Internet Against Democracy*. NewYork: The New Press.

Mello, P.C.M. (2018, 18 outubro) "Empresários Bancam Campanha contra o PT pelo Whatsapp." *Folha de São Paulo*. Recuperado de https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/empresarios-bancam-campanha-contra-o-pt-pelo-whatsapp.shtml.

Milan, S. (2015) Moblizing in Times of Social Media: From a Politics of Identiy to a Politics of Visibility. In: Dencik, L. & Leistert, O. *Critical Perspectives on Social Media and Protest. Between Control and Emancipation*. (pp. 53-70). New York: Rowan & Littlefiled.

Mitchell, J. C. (1974). Social networks. *Annual review of anthropology*, *3*(1), 279-299.

Morozov, E. (2011). *The Net Delusion. The Dark Side of Internet Freedom.* New York: Public Affairs.

Pasquale, F. (2015) *The Black Box Society. The Secret Algorithms that Control Money and Information*. Cambridge: Havard Universiy Press.

Radcliffe-Brown, A.R. (2013) *Estrutura e Função na Sociedade Primitiva.* Petrópolis, RJ: Vozes.

Randolph, R. (1994). Redes estratégicas e de solidariedade e organização territorial: à procura

de novas formas territoriais. *Cadernos IPPUR/UFRJ, Rio de Janeiro*, *8*(1), 17-27.
Rubin, I. I. (1980). *A Teoria Marxista do Valor*. São Paulo: Brasiliense.
Scherer-Warren, I. (2011) *Redes de Movimentos Sociais.* 5ed. São Paulo: Loyola.
Schiller, D. (2007) *How to Think about Information*. Chicago: University of Illinois Press.
Shapiro, A. L. (1999) *The Control Revolution: How the Internet is Putting Individuals in Charge and Changing the World we Know.* New York: Public Affairs.
Srnicek, N. (2018) *Platform Capitalism*. Cambridge: Polity Press.
Tarrow, S. (2009). *O Poder em Movimento. Movimentos Sociais e Confronto Político*. Petrópolis/RJ: Vozes, 2009.
Thompson, E. P. (1966) *The Making of English Working Class.* New York: Vintage Books.
Van Dijck, J.; Poell, T. E & Wall, M. (2018). *The Platform Society. Public Values In A Connective World*. New York: Oxford.