



COMO REINVENTAR AS INDEPENDÊNCIAS NO CONTEXTO DA PLATAFORMIZAÇÃO, DA DATAFICAÇÃO E DA ECONOMIA DA ATENÇÃO?

Ana Roberta Vieira de Alcântara¹

RESUMO: Num mundo plataformizado, movido pela dataficação e as estratégias de modulação algorítmica, como ter liberdade e independência com tanta concentração do poder midiático? O trabalho é uma exploração conceitual do contexto midiático atual e articula três perspectivas: a primeira faz uma retrospectiva da formação dos monopólios de informação e comunicação desde o século XIX; a segunda aborda a plataformização, a modulação algorítmica e a dataficação, centrais no mundo digital e na economia atual; a terceira traz a ecologia das mídias, perspectiva que trata o meio como uma ambiência que perpassa toda a existência. O resultado é a construção de um cenário que nos permite analisar os fenômenos comunicacionais atuais com profundidade e abrangência e buscar os caminhos para atuar com mais liberdade enquanto sujeitos e sociedade.

PALAVRAS-CHAVE: *Economia da atenção. Plataformização. Ecologia das mídias.*

ABSTRACT: In a platformized world, driven by datafication and algorithmic modulation strategies, how to have freedom and independence with so much concentration of media power? This paper is a conceptual exploration of the current media context and articulates three perspectives: the first makes a retrospective of the formation of information and communication monopolies since the 19th century; the second deals with platformization, algorithmic modulation and datafication, which are central in the digital world and in today's economy; the third brings the media ecology perspective, an approach that treats the medium as an ambience that permeates all existence. The result is the construction of a scenario that allows us to analyze current communication phenomena in depth and scope and seek ways to act with more freedom as individuals and society.

KEYWORDS: *Attention economy. Platform society. Media ecology.*

¹ Doutoranda do PPGCOM da ECA-USP e docente do Centro Universitário Armando Álvares Penteado (FAAP), e-mail: ana00roberta@gmail.com; ana00roberta@usp.br

Revista ALTERJOR

Grupo de Estudos Alterjor: Jornalismo Popular e Alternativo (ECA-USP)

Ano 14 - Volume 02 - Edição 28 - Julho-Dezembro de 2023

Av. Professor Lúcio Martins Rodrigues, 443, Cidade Universitária, São Paulo, CEP: 05508-020

Introdução

O trabalho realiza uma exploração conceitual do contexto midiático atual e a relação com o tema do evento *Alcar Sudeste 2022: Reinventando as Independências: Conquistando novas democracias*, entendendo que parte dessa independência envolve a liberdade de pensamento, as escolhas individuais, o acesso à informação, entre outros componentes de uma sociedade democrática.

Considerando que vivemos num mundo plataformizado, movido pela dataficação e as estratégias de modulação algorítmica, como ter liberdade e independência com tanta concentração do poder midiático?

Através da modulação algorítmica, que contribui para inserir o indivíduo em bolhas – de opinião, de consumo de ideias, de imagens, de produtos – como garantir o espaço para a liberdade de pensar e de olhar o mundo e o outro?

A partir desses questionamentos, o trabalho se desenvolve em três frentes principais de trabalho, que fazem parte da pesquisa de doutorado em andamento. Partimos das ideias de Tim Wu, inicialmente com suas contribuições sobre a formação dos monopólios de informação e comunicação desde o século XIX até as *big techs* do século XXI. Na sequência, buscamos entender o surgimento do conceito de economia da atenção a partir do mesmo autor.

Os meios de comunicação de massa do século XX tinham o desafio de produzir e distribuir informação, atividades restritas aos proprietários da infraestrutura de comunicação e mídia. Com a ampla difusão da internet, todos conectados na rede podem ter voz e o desafio passou a ser competir pela atenção do outro.

A partir daqui entramos na parte dois do trabalho, onde buscamos aproximar as reflexões de Tim Wu sobre o monopólio das *big techs* do campo mais específico da comunicação, relacionando-as com o conceito de plataformização, proposto pela autora José van Dijck.

Na lógica do funcionamento das plataformas, esses ecossistemas tecnológicos e sociais, existe a dinâmica da dataficação e as estratégias de modulação algorítmica.

Na parte três deste trabalho, trazemos a perspectiva da ecologia das mídias, que interrelaciona a tecnologia, o comportamento, a percepção e como eles se alteram mutuamente. Nessa perspectiva, o ambiente é como um sistema de mensagens complexo, que impõe aos indivíduos determinadas formas de pensar, sentir e se comportar. O meio possui as características e funções configuradas com determinados objetivos, mas também sofre alteração a partir de seus usos e de seu contexto.

Para M. McLuhan, um dos primeiros expoentes dessa abordagem, o meio (*medium*) não é só o canal, a parte técnica por onde circulam as mensagens. O meio é também o ambiente, ou seja, as características técnicas, simbólicas e organizacionais do meio provocam efeitos tão ou mais importantes do que o conteúdo das mensagens transmitidas por ele.

Considerando que as plataformas possuem normas e valores que não são neutros, isso se reflete em processos sociais e econômicos que podem estar ocultos nos algoritmos, nos modelos de negócios e nos fluxos de dados que não estão abertos ao controle democrático. Ao mesmo tempo em que pode haver correspondências, também existem tensões entre os interesses das plataformas globais, de seus negócios e de sua governança com as práticas e instituições locais e nacionais.

O grande desafio é integrar essas plataformas na sociedade sem prejuízo à cidadania e à democracia. Isso envolve diversos campos de conhecimento, áreas da sociedade e organizações, pois engloba valores, legislação/regulação, tratamento dos dados, economia, práticas culturais, infraestrutura, entre outras áreas envolvidas, ou seja, o ideal seria que houvesse uma responsabilidade compartilhada entre Estado, empresa e indivíduos/sociedade. (DE WAAL; POELL; VAN DIJCK, 2018).

O resultado deste trabalho é a elaboração de um cenário que nos ajude a descrever e compreender os fenômenos comunicacionais atuais com profundidade e abrangência. A partir dessa reflexão, pode-se propor um debate no sentido de buscar os caminhos para atuar com mais liberdade enquanto sujeitos e sociedade na dinâmica do mundo contemporâneo.

1. DEMOCRATIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO? O CICLO SE REPETE

Em *Impérios da Comunicação: do telefone à internet, da AT&T ao Google* (2012), Wu analisa a formação dos impérios de informação e comunicação desde o século XIX até o atual século XXI. Sua análise começa com o caso do telégrafo, passando pelo telefone, cinema, rádio, TV e internet.

Através desse estudo comparativo e retrospectivo, o autor identifica uma lógica parecida e repetitiva nessas indústrias, que denomina de “o Ciclo”, uma alternância entre um período aberto, livre e democrático no uso de uma invenção ou nova tecnologia, seguido de uma fase fechada, de concentração de poder, de centralização e de formação de monopólio/ oligopólio.

Na fase aberta, muitas engenhocas de comunicação criadas por algum inventor, são utilizadas de modo livre, aberto e democrático. Conforme a invenção demonstra um potencial mercadológico ou atende a interesses de um grupo específico, ocorre um movimento de apropriação, fechamento e controle do uso de tal invenção. Surge um monopólio e passa a existir a concentração do poder nas mãos de poucos.

Um exemplo concreto seria o rádio, que surge de maneira experimental e é operado por radioamadores até o fechamento do setor com a criação da necessidade de obtenção de licenças e o controle nas mãos de poucas empresas.

Outro exemplo do ciclo seria a internet em suas fases iniciais, nos anos 1990 e 2000, quando era vista com otimismo como um meio democratizador, de grande liberdade e voz aos usuários em comparação com os anos 2010 em diante, quando autores começam a fazer uma reflexão mais crítica a partir da observação e do entendimento da lógica mercadológica da rede, do funcionamento dos serviços com base na coleta de dados indevida, na vigilância, na concentração de poder nas mãos de grandes empresas de tecnologia.

Tim Wu conclui que presenciamos o mesmo ciclo com a internet e o mundo digital ao se observar o poder das *big techs* (grandes empresas globais de tecnologia, como Alphabet/Google, Amazon, Meta/Facebook, Apple, Microsoft). É o fenômeno de centralização da indústria de tecnologia (que já foi aberta e competitiva) nas mãos de

poucas empresas gigantes. Elas atuam como monopólios no mundo, sendo uma versão extrema dos monopólios econômicos globais.

T. Wu, em sua obra *The curse of bigness* (2018), estuda os monopólios em diversos setores da economia e alerta para os riscos dos monopólios tanto estatais quanto privados. A partir de resultados históricos, surgem políticas antimonopólio que vigoram no século XX. Porém, elas se enfraqueceram dando espaço para fusões anticompetitivas realizadas por essas empresas de tecnologia. O autor aponta para os prejuízos para a sociedade, a liberdade e a prosperidade quando esse poder se torna grande e concentrado demais.

Nos anos 1990, a promessa da globalização era no sentido de que, através da eliminação de barreiras comerciais e crescimento de cadeias de suprimento globais, seria possível espalhar a riqueza a todos. Mas a globalização também pode criar uma nova forma de monopólio que retira riqueza de todo mundo (trabalhadores, produtores e fornecedores).

O autor levanta questões fundamentais para o debate: a tolerância aos monopólios é compatível com a igualdade, com a liberdade industrial e com a democracia? É possível criar riqueza de modo amplo e uma economia de oportunidades com monopólio? Há poder concentrado em poucas mãos privadas com muita influência no governo?

O resultado da grande concentração de riqueza e poder privado é que isso transformou e radicalizou a política pelo mundo, já que uma classe média decadente e nostálgica, passou a apoiar soluções cada vez mais radicais. Isso pode ser expresso através de movimentos nacionalistas que emergiram no Brasil, Reino Unido, Hungria, EUA. Seus grupos mais extremistas lembram os perigosos movimentos da década de 1930.

Para o autor, esse gigantismo global de algumas empresas é uma maldição, pois representa uma profunda e perigosa ameaça ao desenvolvimento econômico para a população de modo geral, mas também para a própria democracia liberal.

Wu faz um alerta ao afirmar que desigualdade e sofrimento material alimentam um apetite perigoso para lideranças políticas nacionalistas e extremistas. O século XX

trouxe a lição de que fracassos em políticas econômicas podem abrir espaço para regimes políticos radicais, comprometendo a democracia.

2. PLATAFORMIZAÇÃO, DATAFICAÇÃO, MODULAÇÃO ALGORÍTMICA E ECONOMIA DA ATENÇÃO

Em *The attention merchants* (2016), Wu pesquisa a origem da economia da atenção, central para o capitalismo atual. O autor identifica seu início no século XIX quando o dono do jornal *New York Sun* resolve transformar seu jornal, que seguia o modelo padrão da época – caro e sisudo, focado em política e economia – num jornal mais barato e de apelo popular, com histórias de crimes e manchetes sensacionalistas. Com o preço mais baixo, precisava atrair a atenção de um número maior de leitores. A partir daí, o tempo e a atenção passaram a ser vistos como cada vez mais valiosos.

No mundo digital, em que há diversas plataformas com conteúdo ilimitado, o modelo de negócios se baseia em captar a atenção limitada do usuário para que visualize um conteúdo, interaja, comente ou compartilhe, já que isso constrói o valor da plataforma através da coleta de dados possibilitada pela interação dos usuários com os conteúdos.

Aproximando as ideias de Tim Wu sobre o monopólio das *big techs* do campo mais específico da comunicação, pode-se fazer uma relação com o conceito de plataforma, de José van Dijck.

Van Dijck define plataforma como a relação entre plataformas online e estruturas da sociedade. Em *The Platform Society: Public Values in a Connective World* (2018), em coautoria com Thomas Poell e Martijn de Waal, os autores afirmam que diversos setores da sociedade estão se tornando cada vez mais dependentes da infraestrutura digital que as *big techs* oferecem.

A plataforma é entendida por eles como um processo que, assim como a industrialização ou a eletrificação, define-se como uma transformação multifacetada das sociedades globalizadas. É uma relação inseparável entre plataformas online e estruturas da sociedade, ou seja, diversos setores – transporte, saúde, educação, jornalismo, entre

outros - têm se tornado cada vez mais dependentes dessas infraestruturas digitais, controladas pelas maiores empresas de tecnologia.

O mecanismo adotado pelas plataformas envolve a dataficação, a mercantilização e a seleção algorítmica. São espaços privados, mercantis, com a finalidade de obtenção de lucro e que baseiam seu valor na quantidade de usuários e no volume de interações, pois a partir disso é possível gerar e coletar dados que permitem a formação de perfis para a oferta de propaganda microsegmentada, ou seja, direcionada a um público bastante específico.

A modulação algorítmica das plataformas de relacionamento online não envolve a produção e distribuição massiva de discurso, narrativa nem conteúdo, já que o conteúdo é feito e publicado pelo usuário. As plataformas assumem a tarefa de fazer a organização do que é postado e também de controlar o fluxo de acesso aos conteúdos que se dá pela modulação das opções/caminhos de interação e acesso aos conteúdos publicados. (SILVEIRA, 2018). Se existe uma seleção de opções e um direcionamento dos caminhos possíveis (através da modulação e através do que a interface permite), pode-se questionar os limites da liberdade de atuação do usuário nesse ambiente.

Essas plataformas se transformaram em ecossistemas poderosos que colocam em dúvida a possibilidade de uma internet neutra, aberta e universal, como era o ideal dos anos 1990 e 2000. Além disso, o poder dessas plataformas globais se tornou tão gigantesco, a ponto de diminuir a distância entre o Estado nacional (a figura mais poderosa da era moderna), o mercado e a sociedade civil.

3. A PERSPECTIVA DA ECOLOGIA DAS MÍDIAS

A perspectiva da ecologia das mídias investiga como os meios de comunicação afetam a percepção, a compreensão, os sentimentos e os valores humanos. Ela interrelaciona a tecnologia, o comportamento, a percepção e como eles se influenciam e se alteram mutuamente. Nessa abordagem, o ambiente é como um sistema de mensagens complexo, que impõe aos indivíduos certas formas de pensar, sentir e agir. O meio possui as características e funções configuradas com determinados objetivos

pelo homem, mas também está sujeita a sofrer alterações conforme seus usos e seu contexto.

Para Marshall McLuhan, os meios formam um entorno sensorial, o meio (*medium*) não é somente o canal por onde passa a informação, a parte técnica por onde circulam as mensagens. O meio é também o ambiente, ou seja, as características técnicas, simbólicas e organizacionais do meio causam efeitos tão ou mais importantes do que as mensagens transmitidas por ele. A afirmativa de que ‘O meio é a mensagem’ significa que o meio é o nosso ambiente, e a introdução de um novo meio, a adoção de uma inovação, alterará nosso ambiente e a nós mesmos.” (BRAGA; LEVINSON; STRATE, p. 64).

Seria dizer que o meio produz efeitos, assim como o conteúdo de uma mensagem produz efeitos. Longe do determinismo tecnológico, essa ideia aponta para o caráter cultural do meio.

Mídia (que vem do latim *media*, o plural de *medium*), então, não se refere apenas à questão técnica e material de determinado meio de comunicação (como o rádio, o computador etc.), mas engloba também as interações, as questões simbólicas e culturais.

A mídia está mais relacionada, portanto, a um lugar simbólico, ela funda uma ambiência que emerge de complexas interações entre tecnologia, sujeitos e sociedade. [...]. No atual estágio de evolução tecnossocial, a mídia deixa de ser um campo específico de mediação para se tornar ambiência que perpassa todos os campos da experiência humana. (BARICHELLO; CARVALHO, 2013, p. 238).

Atualizando e ampliando o aforisma de Mc Luhan - o meio é a mensagem – trazemos o conceito de “bios virtual ou midiático”. Segundo Sodré, “surge uma verdadeira forma de vida – o *bios virtual*, uma espécie de comunidade afetiva de caráter técnico e mercadológico, onde impulsos digitais e imagens se convertem em prática social.” (SODRÉ, 2006, p. 99)

G. Beiguelman afirma que as imagens são atualmente as interfaces de mediação do cotidiano, pois fazem parte de todos os campos da vida a partir da tecnologia, como a comunicação, as relações, os corpos. Para a autora, as “políticas da imagem” envolvem

o cruzamento entre “poderes, devires, narrativas e resistências da dadosfera” (BEIGUELMAN, 2021, p. 4).

O modo de ver e de construir imagens se torna padronizado. “Se o século XIX criou as regras para amestrar os corpos dóceis, as redes sociais consolidaram as normas dos olhares dóceis” (BEIGUELMAN, 2021, p. 17).

A partir das considerações de Beiguelman, pode-se refletir se esse *bios midiático* (meio/ambiente/entorno sensorial/ *medium*) configurado a partir da plataformização, da dataficação, da modulação algorítmica e das políticas da imagem está permitindo mais liberdade e democracia ou mais vigilância e controle. Talvez seja a ambivalência do mundo atual, ou seja, todo meio traz as consequências previsíveis e imprevisíveis, são mudanças em várias direções e aspectos da sociedade. A visão da ecologia das mídias oferece um olhar abrangente, integrado, incorporando essas ambivalências, sendo de grande contribuição para compreender a realidade contemporânea.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho faz uma exploração conceitual e uma interlocução entre diversos autores, buscando entender o contexto midiático atual, sua configuração e como esse ambiente pode favorecer ou não a liberdade, tema principal do evento.

O trabalho foi apresentado a partir de três perspectivas interrelacionadas. A primeira parte traz as ideias de Tim Wu, que faz uma retrospectiva da formação dos monopólios de informação e comunicação desde o século XIX até as big techs do século XXI. O autor ainda trata da lógica da economia da atenção, que tem sua origem nos jornais do século XIX e é central no mundo contemporâneo permeado pelas tecnologias digitais.

A segunda parte traz os conceitos de plataformização, modulação algorítmica e dataficação, que surgem no mundo digital e são centrais na economia atual.

Finalmente, a terceira parte traz a perspectiva da ecologia das mídias para entender o meio como uma ambiência que perpassa toda a existência. A questão central

não é tecnológica, mas como as tecnologias em interação com a sociedade produzem um novo modo de vida.

Como resultado, a compreensão da dinâmica da sociedade contemporânea e suas transformações a partir de uma perspectiva do campo comunicacional traz elementos para entender e analisar os fenômenos comunicacionais atuais através de um olhar amplo, articulando vários autores e ideias.

Debates em torno da regulação das mídias sociais e da atuação das plataformas, o alcance e as consequências da inteligência artificial e a mudança de paradigma do mundo digital a partir de transformações cada vez mais aceleradas na tecnologia e nas práticas sociais evidenciam a necessidade e a importância de entendermos o cenário midiático e comunicacional atual para elevar o debate e buscar as melhores alternativas que favoreçam a sociedade e fortaleçam a democracia.

A metáfora do peixe na água de M. McLuhan é visualmente interessante para finalizar o trabalho. Ele afirmava que os meios formam um ambiente ou entorno sensorial (um *medium*) no qual nos movimentamos como um peixe na água; não percebemos sua existência até que se tornem visíveis. (SCOLARI, 2015, p.195).

Este trabalho é uma tentativa de sair da água e, tendo um certo distanciamento, poder analisar o contexto social e midiático atual criticamente.

Referências

BARICHELLO, E. M. da R.; CARVALHO, L. M. Entendendo as mídias sociais digitais a partir da ideia mcluhaniana de medium-ambiência. **MATRIZES**, [S. l.], v. 7, n. 1, p. 235-246, 2013. DOI: 10.11606/issn.1982-8160.v7i1p235-246. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/56656>. Acesso em: 04 jul. 2022.

BEIGUELMAN, G. **Políticas da imagem**: vigilância, resistência e dadosfera. São Paulo: UBU Ed., 2021.

BRAGA, A.; LEVINSON, P.; STRATE, L. **Introdução à Ecologia das Mídias**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; São Paulo: Edições Loyola, 2019.

DIGILABOUR. **A Sociedade da Plataforma:** entrevista com José van Dijck. 06 mar. 19. Disponível em: <https://digilabour.com.br/2019/03/06/a-sociedade-da-plataforma-entrevista-com-jose-van-dijck/>. Acessado em: 12 set. 21.

MEDIA ECOLOGY. Interactive lecture with Lance Strate. In: **Schools of Thought in Communication**. Disponível em: <https://youtu.be/ssAEfpTUnc8>. Acessado em: 06 mai. 21.

Plataformização e midiatização. In: **SEMINÁRIO INTERNACIONAL ECOLOGIA DE MÍDIA NO CONTEXTO DA PLATAFORMIZAÇÃO**. Com Elizabeth Saad (ECA-USP/COM+), Adriana Braga (PUC-Rio) e mediação de Nelia Del Bianco (UFOP/UnB). Grupo ConJor. 24 set. 21. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=_tmPn9741Ec. Acessado em: 24 set. 21.

SILVEIRA, S.A. A noção de modulação e os sistemas algorítmicos. In SOUZA, J.; AVELINO, R.; SILVEIRA, S. (org.). **A sociedade de controle:** manipulação e modulação nas redes digitais. São Paulo: Hedra, 2018. p. 31-46.

SODRÉ, M. **As estratégias sensíveis:** afeto, mídia e política. Petrópolis: Vozes, 2006.

SCOLARI, C. **Ecología de los medios:** Entornos, evoluciones e interpretaciones. Gedisa Editorial, 2015. Disponível em: <www.amazon.com.br>.

VAN DIJCK, J.; POELL, T.; DE WAAL, M. **The Platform Society:** Public Values in a Connective World, USA: Oxford University Press, 2018. Disponível em: <www.amazon.com.br>.

WU, T. **Impérios da comunicação:** do telefone à internet, da AT&T ao Google. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

WU, T. **The Attention Merchants:** The Epic Struggle to Get Inside Our Heads. Vintage, 2016. Disponível em: <www.amazon.com.br>.

WU, T. **The curse of bigness:** how corporate giants came to rule the world. New York: Columbia Global Reports, 2018. Disponível em: <www.amazon.com.br>.