

A ideologia dos dados: algoritmos e inteligência artificial no capitalismo da era digital

La ideología de los datos: algoritmos e inteligencia artificial en el capitalismo de la era digital

The ideology of data: algorithms and artificial intelligence in the capitalism of the digital age

Arthur Coelho Bezerra

Doutor em Ciências Humanas (Sociologia) pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, com pós-doutorado também pela UFRJ. Pesquisador Titular do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (Ibict), com bolsa PQ2 do CNPq e Cientista do Nosso Estado FAPERJ. Professor do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação (PPGCi IBICT UFRJ). E-mail: arthurbezerra@ibict.br.

Submetido em: 14 mar. 2024.

Aprovado em: 12 ago. 2024.



Creative Commons



Atribuição



Não comercial



Compartilha igual

<https://br.creativecommons.net/licencas/>

Resumo

Crença, confiança e inevitabilidade são os valores cultuados pelo chamado “dataísmo”, um componente ideológico fundamental para a legitimação de práticas informacionais movidas por interesses econômicos de grandes corporações de tecnologia. Embora parte da literatura *mainstream* sobre novas mídias reconheça o dataísmo como uma forma de ideologia, nota-se uma ausência de diálogo de autoras populares como Van Dijck e Zuboff com os escritos de Marx, Engels e dos marxistas do século XX que se debruçaram sobre o assunto. O objetivo deste artigo é construir uma ponte teórico-conceitual entre esses estudos de mídias digitais e a fortuna crítica marxista, de modo a propor uma crítica da economia política da informação a partir do conceito de ideologia.

Palavras-chave: Ideologia; Crítica da Economia Política; Dataísmo; Inteligência Artificial; Algoritmos.

Resumen

Creencia, confianza e inevitabilidad son los valores venerados por el llamado “datismo”, componente ideológico fundamental para la legitimación de prácticas informacionales impulsadas por los intereses económicos de las grandes corporaciones tecnológicas. Aunque parte de la literatura *mainstream* sobre los nuevos medios reconoce el dataísmo como una forma de ideología, hay una falta de diálogo entre autores populares como Van Dijck y Zuboff con los escritos de Marx, Engels y los marxistas del siglo XX que se centraron en el tema. El objetivo de este artículo es construir un puente teórico-conceptual entre estos estudios de medios digitales y la fortuna crítica marxista, con el fin de proponer una crítica de la economía política de la información a partir del concepto de ideología.

Palabras-clave: Ideología; Crítica de la Economía Política; Dataísmo; Inteligencia Artificial; Algoritmos

Abstract

Belief, trust and inevitability are the values worshiped by the so-called “dataism”, a fundamental ideological component for the legitimization of informational practices driven by the economic interests of big tech corporations. Although part of the mainstream literature on new media recognizes dataism as a form of ideology, there is a lack of dialogue between popular authors such as Van Dijck and Zuboff with the writings of Marx, Engels and 20th century Marxists who focused on the subject. The objective of this article is to build a theoretical-conceptual bridge between these digital media studies and Marxist critical fortune, in order to propose a critique of the political economy of information based on the concept of ideology.

Keywords: Ideology; Critique of Political Economy; Dataism; Artificial Intelligence; Algorithms.

Homens dos cálculos, o assunto agora pertence-lhes: contem, meçam, comparem.

Jean-Jacques Rousseau, O Contrato Social

Introdução

A evolução da tecnologia digital trouxe novas possibilidades de se transformar diferentes aspectos da natureza e da vida humana em dados, processo chamado de *dataficação* ou *datificação* (Mayer-Schoenberger; Cukier, 2013). Essa inovação permitiu a criação de uma série de modelos de negócios baseados na vigilância, extração e análise de grandes volumes de dados pessoais e comportamentais dos usuários da internet, utilizados pelas empresas de tecnologia para as mais diversas finalidades. Muitos desses usos envolvem a inteligência artificial (IA) e o aprendizado de máquinas (*machine learning*), definido por Nina da Hora (2023, p. 18) como um subcampo da IA voltado para o desenvolvimento de algoritmos capazes de “aprender” a partir de dados.

Quanto mais dados e metadados forem produzidos pelos usuários de uma plataforma digital, melhor o desempenho das tecnologias de IA, sejam elas voltadas para o treinamento de complexos modelos de linguagem (como o Chat GPT) ou para o aprimoramento de publicidade programática (como nos anúncios microdirecionados que aparecem no Google, Twitter, Facebook, Instagram, YouTube, Spotify e outras plataformas). Logo, para essas empresas torna-se imperativo justificar, legitimar e estimular nos indivíduos as práticas de dataficação que sustentam sua acumulação de *big data*. É nesse contexto que o *dataísmo* emerge como a ideologia que justifica, *a posteriori*, os interesses materiais da *big tech*.

Byung-Chul Han vê o dataísmo como símbolo de um momento histórico que o filósofo, com o exagero que lhe é peculiar, qualifica como “segundo Iluminismo”. Na época do Iluminismo original, diz Han (2018, p. 98), o método estatístico desenvolvido no século XVII tirou o fôlego de cientistas, apostadores, poetas e filósofos, que recorriam com grande entusiasmo à probabilidade e regularidade dos números. Kant, Rousseau e Voltaire estão entre os que incensaram a nasciturna ciência matemática (Nietzsche, por sua vez, integrava o grupo que Umberto Eco chamaria de “apocalípticos”).

Para Han, toda essa empolgação com a estatística no passado pode ser comparada à atual euforia em torno do *big data*.

O imperativo do segundo Iluminismo é: tudo deve se tornar dados e informação. Esse totalitarismo ou fetichismo dos dados marca o segundo Iluminismo. O dataísmo, que acredita que qualquer ideologia pode ser deixada para trás, é em si mesmo uma ideologia: conduz a um *totalitarismo digital*. Assim, é necessário um *terceiro Iluminismo*, que nos ilumine mostrando que o Iluminismo digital se converte em servidão (Han, 2018, p. 80, grifos do autor).

Para desmascarar a dialética dataísta que converte o fetichismo dos dados em totalitarismo digital, é preciso trazer a noção de *ideologia* para o centro iluminado do palco. Todavia, como no enredo de uma tragédia grega, a ideologia derreteu-se no caldeirão relativista dos escritos pós-modernos e pós-estruturalistas do século XX, tendo sido diluída e substituída pela ideia de “discurso”. Mais grave ainda é a moda recente, adotada principalmente por grupos da extrema direita, de apelar para o termo “narrativas” para impor falsas simetrias, seja no debate político e econômico ou mesmo nas discussões com defensores de movimentos antivacina e demais grupos anticiência.

Ainda que a percepção da microfísica do poder traga notáveis avanços para a crítica das formas de dominação presentes nas mais triviais interações humanas, o nivelamento das relações de opressão distribuídas na sociedade compromete a compreensão da ideologia como fenômeno macrossocial de alcance distribuído. Esse entendimento é o que impede que uma falaciosa

“guerra de narrativas” entre epidemiologistas e negacionistas possa ser comparada, por exemplo, a percepções rivais em uma mera partida de futebol.

Felizmente, como no retorno triunfal da personagem que fora expulsa de sua terra de origem, eis que a ideologia, que andava refugiada no gueto dos estudos marxistas, tem dado as caras na literatura acadêmica *mainstream*. A título de comparação, em que pese a existência de artigos que discutem a ideologia (em termos marxianos) no contexto das novas mídias, seja para apontar o declínio das grandes narrativas ideológicas a partir de uma perspectiva pós-hegemônica baseada em Gramsci, como argumenta Scott Lash (2007), ou para identificar a emergência de uma nova forma de “ideologia algorítmica” incorporada nas tecnologias digitais, como defende Astrid Mager (2014), a visibilidade e a repercussão de tais pesquisas é incomparável às de publicações de autoras populares como José Van Dijck e Shoshana Zuboff¹.

Em um de seus artigos mais conhecidos, Van Dijck analisa o fenômeno que define como “ideologia do dataísmo” (*dataism ideology*), destacando suas duas características centrais: a primeira seria a “crença generalizada na quantificação objetiva e no rastreamento potencial de todos os tipos de comportamento humano e sociabilidade por meio de tecnologias de mídia *online*”, enquanto a segunda remeteria à “confiança nos agentes (institucionais) que coletam, interpretam e compartilham (meta)dados selecionados de mídias sociais, plataformas de internet e outras tecnologias de comunicação” (Van Dijck, 2014, p. 198). *Crença* e *confiança* seriam, então, os fundamentos sociais que legitimam as práticas de dataficação como componentes de uma *ideologia*, palavra que, no vocabulário marxiano, é compreendida como expressão das relações materiais dominantes, ou seja, “as relações materiais dominantes apreendidas como ideias” (Marx; Engels, 2007, p. 47).

Para Van Dijck (2014, p. 198), a dataficação se tornou “um novo paradigma aceito para entender a sociabilidade e o comportamento social”. Além de crença e confiança, o espectro ideológico do dataísmo também engloba a noção de *inevitabilidade*, como se o desenvolvimento tecnológico e a aplicação de novas tecnologias só pudessem ocorrer sob os auspícios de grandes empresas capitalistas. De acordo com Zuboff (2020, p. 256, grifos da autora), “a retórica da inevitabilidade é tão ‘ubíqua’ que dentro da comunidade tecnológica pode ser considerada uma ideologia do *inevitabilismo* desenvolvida por completo”.

Tanto Van Dijck quanto Zuboff usam o termo ideologia para se referirem a juízos (crença, confiança e inevitabilidade) que se tornaram dominantes no curso do desenvolvimento da tecnologia digital, valores esses que simbolizam a expressão dos interesses materiais das empresas que, hoje, detêm os modos hegemônicos de produção e circulação de informação. Não obstante, embora as autoras pareçam tangenciar a concepção marxiana-engelsiana de ideologia, nenhuma das duas estabelece um diálogo com os escritos dos autores alemães ou com os demais marxistas que se debruçaram sobre o assunto. Construir essa ponte teórico-conceitual é o objetivo do presente artigo, que visa trazer à baila um diálogo entre os atuais estudos de mídias digitais e a fortuna crítica marxista, com vistas a propor uma *crítica da economia política da informação* a partir do conceito de *ideologia*.

Voltar aos estudos marxistas sobre ideologia, ainda que de forma sintética (já que se trata de um vasto campo de investigação), irá nos ajudar a entendê-la tal como se propõe neste artigo: um elemento ativo de dominação que, ao legitimar as desigualdades que caracterizam a ordem material reinante, engendra uma representação *invertida* do mundo. No caso da *ideologia dos*

¹ De acordo com a página Semantic Scholar, que varre mais de 200 milhões de artigos científicos em seu mecanismo de busca *online*, o livro de Zuboff e o artigo de Van Dijck aqui discutidos possuem, respectivamente, mais de 2700 e 1200 citações, enquanto o artigo de Lash possui 261 citações e o de Mager, publicado no mesmo ano do texto de Van Dijck, possui 33 citações. <https://www.semanticscholar.org/> Acesso em 4 de junho de 2024.

dados, é como se a dataficação do mundo fosse consequência da crença e da confiança depositada nessa prática, e não o contrário.

Ideologia em Marx e no marxismo

Ideologia é um termo que possui uma etimologia peculiar, tendo sido associado a uma ciência ou gênese das ideias na França do início do século XVIII, posteriormente apropriado de forma pejorativa por Napoleão e reapropriado em seu sentido anterior pela filosofia positivista de Auguste Comte, em referência ao conjunto de ideias de uma época ou de um grupo (Chauí, 2003, p. 25-28). Para ilustrar a dificuldade de se propor uma definição única e adequada de ideologia, Terry Eagleton (2019, p. 17-18) lista 16 significados possíveis para a palavra, alguns incompatíveis entre si (a ideologia não pode, por exemplo, significar um conjunto de crenças de qualquer grupo social e, ao mesmo tempo, se referir ao grupo de signos e valores de um grupo dominante). Neste artigo, adotaremos a perspectiva de Marx e Engels (2007) que associa o termo ideologia ao conjunto de ideias dominantes em certo tempo e lugar, determinado por relações sociais historicamente constituídas.

O estudo da ideologia empreendido por Marx em parceria com Engels (quando ambos ainda estavam na casa dos 20 anos) marca uma virada em suas visões de mundo, momento em que desenvolvem uma concepção materialista da história capaz de superar o idealismo hegeliano dominante entre os alemães da época. Ao perceberem que “a produção de ideias, de representações, da consciência, está, em princípio, imediatamente entrelaçada com a atividade material e com o intercâmbio material dos homens, com a linguagem da vida real”, os jovens filósofos alcançam uma perspectiva histórica que apreende o mundo ideal *partindo do mundo material*, uma questão de se elevar “da terra ao céu” ao invés de partir “daquilo que os homens dizem, imaginam ou representam, tampouco dos homens pensados, imaginados e representados para, a partir daí, chegar aos homens de carne e osso”; ao contrário, segundo propõem, “parte-se dos homens realmente ativos e, a partir de seu processo de vida real, expõe-se também o desenvolvimento dos reflexos ideológicos e dos ecos desse processo de vida” (Marx; Engels, 2007, p. 93-94).

Essa concepção da história consiste, portanto, em desenvolver o processo real de produção e a partir da produção material da vida imediata e em conceber a forma de intercâmbio conectada a esse modo de produção e por ele engendrada, quer dizer, a sociedade civil em seus diferentes estágios, como o fundamento de toda a história, tanto a apresentando em sua ação como Estado como explicando a partir dela o conjunto das diferentes criações teóricas e formas da consciência – religião, filosofia, moral etc. etc. – e em seguir o seu processo de nascimento a partir dessas criações, o que então torna possível, naturalmente, que a coisa seja apresentada em sua totalidade (assim como a ação recíproca entre esses diferentes aspectos) (Marx; Engels, 2007, p. 42).

Pela primeira vez na história da filosofia, afirma György Lukács (2012), as categorias econômicas aparecem como categorias de produção e reprodução da vida humana, possibilitando a Marx (e aos que vieram depois dele, especialmente o próprio Lukács) realizar, sobre bases materialistas, uma descrição *ontológica* do ser social. É neste contexto que se deve compreender a conhecida passagem de *A ideologia alemã*: “não é a consciência que determina a vida, mas a vida que determina a consciência” (Marx; Engels, 2007, p. 94). Virar essa parábola de cabeça para baixo é obra da ideologia.

A inversão do mundo operada pela ideologia é uma concepção que perpassa grande parte da obra marxiana; com efeito, podemos encontrá-la desde os escritos do jovem Marx –como no supracitado texto com Engels, no qual os autores utilizam a metáfora do reflexo ótico na

câmara escura em analogia ao modo como a realidade aparece de cabeça para baixo no cérebro humano (Marx; Engels, 2007, p. 94) – como na obra magna do velho Marx, a exemplo da passagem em que se refere à mistificação do mundo capitalista: “é um mundo encantado, pervertido, às avessas, no qual *Monsieur le Capital* e *Madame la Terre* fazem suas andanças fantasmagóricas como personagens sociais e ao mesmo tempo diretamente como meras coisas” (Marx, 2017b, p. 599). Inversão e mistificação, assim como a noção de fetichismo (Marx, 2017a), fazem parte da gramática fantasmagórica que marca os estudos marxianos sobre o tema. Entretanto, István Mészáros (2005, p. 10) lembra que a ideologia é, em si, bastante real, “não é uma ilusão ou uma superstição religiosa de indivíduos desorientados, mas uma forma específica de consciência social materialmente ancorada e sustentada”.

Puxando diferentes fios conceituais sobre a ideologia, Eagleton verifica que o termo se entrelaça não apenas a sistemas de crenças, mas também a questões de poder, servindo para legitimar a posição de uma classe ou grupo social dominante. Com um enfoque “progressivamente mais nítido”, o teórico reduz suas 16 proposições iniciais a seis maneiras de definir “ideologia”: em primeiro lugar, concebe-a como o “processo material geral de produção de ideias, crenças e valores na vida social”, definição “política e epistemologicamente neutra” que o autor associa ao significado mais amplo do termo “cultura” (Eagleton, 2019, p. 45). O segundo significado diz respeito a “ideias e crenças (verdadeiras ou falsas) que simbolizam as condições e experiências de vida de um grupo ou classe específico, socialmente significativo”, enquanto o terceiro sentido compreende a “promoção e legitimação dos interesses de tais grupos sociais em face de interesses opostos” (Eagleton, 2019, p. 45-46). Em uma quarta definição esses grupos representam o “poder social dominante”, enquanto na quinta somam-se estratégias de distorção e simulação à defesa das ideias e crenças que legitimam o poder dominante; finalmente, o sexto significado enfatiza as crenças falsas ou ilusórias, “considerando-as porém oriundas não dos interesses de uma classe dominante, mas da estrutura material do conjunto da sociedade como um todo”, definição cujo exemplo mais célebre seria a teoria de Marx sobre o fetichismo das mercadorias (Eagleton, 2019, p. 46-47).

Em consonância com a tradição marxista, Christian Fuchs (2020, p. 217) compreende a ideologia como “uma estratégia de reprodução de dominação e exploração que opera nos domínios da comunicação, cultura, psicologia, emoções e crenças”. Considerando as seis proposições de Eagleton, Fuchs nota que a legitimação das ideias de uma classe dominante pela distorção, dissimulação e promoção de uma falsa consciência – ou consciência reificada, nas palavras de Lukács (2003) – é um entendimento alinhado às discussões propostas pela teoria crítica que remonta a Max Horkheimer, Theodor Adorno, Herbert Marcuse e Jürgen Habermas, pensadores associados à chamada Escola de Frankfurt que se valeram de expressões como racionalidade tecnológica e razão (ou ação) instrumental para caracterizar a ideologia da sociedade industrial capitalista do século XX².

O texto de Horkheimer que apresenta a teoria crítica é de 1937, época em que os modelos de trabalho fordista e taylorista se encontravam em pleno vigor no território norte-americano (para onde o filósofo se refugiou com Adorno em 1933, após a ascensão de Hitler ao poder na Alemanha). Confrontado com tal realidade, Horkheimer escreve: “os homens renovam com seu próprio trabalho uma realidade que os escraviza em medida crescente e os ameaça com

² Embora vistos como expoentes de uma mesma tradição teórica, cabe ressaltar que há diferenças significativas entre as perspectivas dos autores citados – tema que ensejaria a escrita de outro artigo. Da mesma forma, “ideologia” é um termo que assume contornos distintos na tradição marxista, não se restringindo a uma expressão da classe dominante. Daí a possibilidade de se conceber uma “ideologia comunista” ou uma “ideologia marxista-leninista”. Quando Lenin fala de uma “ideologia socialista”, o faz em referência a um “conjunto de crenças que reúne e inspira um grupo de classe específico a perseguir interesses políticos considerados desejáveis. É então, com frequência, sinônimo da acepção positiva de ‘consciência de classe’” (Eagleton, 2019, p. 60).

todo tipo de miséria” (Horkheimer, 1980, p. 134). É nesse contexto que a indústria cultural se torna uma força ideológica de mistificação e domesticação das massas (Adorno; Horkheimer, 1986).

De lá para cá, as reconfigurações do capital, no bojo do desenvolvimento técnico-científico, permitiram a produção de novas mercadorias a partir da manipulação do *big data* e transformaram a expropriação de dados pessoais em um modelo de negócios bilionário, que se expande em detrimento das relações pessoais e de trabalho. Os inovadores serviços das gigantes da internet, muitos deles com reconhecida funcionalidade para a vida em sociedade, ajudam a propagar a ideologia dominante enquanto ofuscam o fato de que, em última instância, na forma social capitalista (seja no século XIX de Marx, no século XX de Horkheimer ou no atual século XXI), “a produção não está dirigida à vida da coletividade nem satisfaz às exigências dos indivíduos, mas está orientada à exigência de poder de indivíduos e se encarrega também da penúria na vida da coletividade” (Horkheimer, 1980, p. 134).

Ideologia e tecnologia

Uma percepção semelhante à de Horkheimer é encontrada nos escritos de seu contemporâneo norte-americano Norbert Wiener, que entrou para a história como o “pai da cibernética”. Seu clássico *Cybernetics: or control and communication in the animal and the machine*, de 1948, fundamenta teoricamente o funcionamento de máquinas autorreguladoras e traz considerações técnicas que influenciaram diretamente a pesquisa científica mundial, em áreas como computação, telecomunicações e engenharia eletrônica. Menos conhecidas, porém, são as reflexões ético-políticas expostas no livro, como na passagem em que o matemático diz que os meios de comunicação existentes, orientados pelo lucro, “estão na mão de uma classe muito limitada de homens ricos, e assim naturalmente expressam as opiniões dessa classe”; Wiener também observa que tais meios, “como uma das principais avenidas para o poder político e pessoal, atraem acima de tudo os ambiciosos deste poder” (Wiener, 2019, p. 224).

Essas passagens são citadas por Álvaro Vieira Pinto em meio às mais de mil páginas de *O Conceito de Tecnologia*, tratado filosófico escrito na década de 1970 e publicado *post-mortem* em 2005. Diz o autor:

Wiener, a nosso ver, merece muito mais o título, com que é reverenciado, de ‘pai da cibernética’ por haver escrito as palavras acima repetidas, que configuram um programa científico para toda escola de pesquisadores, do que por suas realizações, aliás notáveis, no campo do cálculo e da especulação sobre a cibernética, onde lamentavelmente se encontram outras expressões que não primam pela mesma segurança e felicidade de compreensão. Dizer que a cibernética tem uma base de classe equivale a dizer que todos os conceitos, métodos e maquinismos que a integram ou que ela manipula têm, explícita ou implicitamente, essa base, ou seja resultam da presença do homem e das influências dos condicionamentos recebidos da estrutura da sociedade dividida à qual pertence, refletindo as necessidades da existência humana, origem da criação e desenvolvimento dos sistemas de informação e auto-regulação (Vieira Pinto, 2005b, p. 30).

Para Vieira Pinto (2005b, p. 36, grifo nosso), “qualquer concepção da cibernética ou da teoria da informação que as examine destacadas de sua base social do papel político e do significado humano reforça a revelação do caráter *ideológico* imperitamente disfarçado no qual se embuça”. No mesmo diapasão, Marco Schneider (2022, p. 54-55) afirma que “é ingênuo pensar que jogos performativos desinteressados de informação – produção, registros, circulação, acesso, recuperação, organização, uso etc. – constituam a maior parte do campo

da informação”, lembrando que “forças sociais poderosas controlam suas tecnologias, regras legais e tácitas, e até mesmo, até certo ponto, seus usos populares”.

Se a crença na neutralidade da tecnologia se insere no continente mental qualificado por Vieira Pinto como “consciência ingênua”, incutir na máquina um caráter “actante”³ dotado de feições autônomas representaria, para o filósofo, um retorno ao “estágio mítico do pensamento” que desatina o modo como o ser humano lida com as próprias criações, “pois ou as teme, julgando-as aparições do monstruoso Golem, ou as invoca como fadas protetoras, das quais dependesse exclusivamente sua felicidade” (Vieira Pinto, 2005b, p. 36). Quem ganha com o discurso que atribui “discurso” aos algoritmos e à inteligência artificial são as empresas de tecnologia, que se livram da responsabilidade e da prestação de contas em relação às externalidades negativas de suas práticas e experimentos sociais (Bezerra, 2023, p. 10).

Em *O homem unidimensional*, livro representativo da nova esquerda norte-americana dos anos 1960, o frankfurtiano Marcuse (2015, p. 36, grifos do autor) escreve que, “como universo tecnológico, a sociedade industrial avançada é um universo *político*, o estágio mais recente da realização de um *projeto* histórico específico – a saber, a vivência, transformação e organização da natureza como mero material de dominação”. Três décadas depois, em prefácio à segunda edição da citada obra do alemão, Douglas Kellner (2015, p. 25) atualiza as racionalidades científicas e tecnológicas descritas por Marcuse, considerando-as “mais poderosas hoje com o surgimento da computação, a proliferação de mídias e informações e o desenvolvimento de novas técnicas e formas de controle social”.

Kellner escreve em um momento – o início da década de 1990 – marcado pela difusão da expressão “sociedade da informação”, amplamente celebrada não só nas mídias e em programas governamentais⁴ como também nos campos acadêmicos da Comunicação e da Ciência da Informação, em que não faltaram discursos “ingenuamente otimistas” que enxergavam na internet um “instrumento para emancipação humana” (Marques, 2022, p. 110). Incensado pela ideologia, esse otimismo levou respeitáveis pesquisadores a ignorar que, junto com a internet, grassava também a ideologia neoliberal que moldou o caráter da “sociedade da informação”, com sua agenda de privatizações, flexibilização de legislações trabalhistas e individualização exacerbada, panorama resumido na famosa frase da dama de ferro Margareth Thatcher: “não há essa coisa de sociedade, há indivíduos”. É dela também a máxima “não há alternativa”, expondo em cores vivas a ideologia da inevitabilidade que serve de cimento argumentativo para as corporações da internet.

A gramática dataísta

Ainda que Eagleton afirme que a ideologia se faz mais presente no discurso do que na linguagem, tendo mais a ver com “quem está falando o quê, com quem e com que finalidade”, o autor admite que “o fascismo tende a ter seu próprio léxico característico (*Lebensraum*, sacrifício, sangue e pátria), mas o que há de mais ideológico quanto a esses termos são os interesses de poder a que eles servem e os efeitos políticos que geram” (Eagleton, 2019, p. 25-26). Ora, a gramática dataísta fornece uma série de exemplos de seu próprio léxico característico, e de como esse léxico é usado para justificar e fortalecer as “cruzadas

³ Na contramão da consagrada teoria da ação social, a teoria ator-rede de Bruno Latour (1994, p. 35) considera que a “ação não é uma propriedade dos humanos, mas de uma associação de actantes”, categoria na qual inclui atores humanos e não-humanos – estes chamados de “quase-objetos”, considerados, ao mesmo tempo, reais, sociais e discursivos. O sociólogo francês chega a afirmar que “não são nem pessoas, nem as armas que matam. A responsabilidade pela ação deve ser compartilhada entre os vários actantes” (Latour, 1994, p. 34).

⁴ No Brasil, tivemos o *Livro Verde da Sociedade da Informação*, de 2000, como parte do Programa Sociedade da Informação do governo de Fernando Henrique Cardoso (1995 – 2002).

tecnocráticas” em sua “obsessão quase pornográfica por vigilância e controle, além de sua incapacidade de qualquer pensamento que coloque os cidadãos (e não as corporações ou os planejadores urbanos) no centro do processo de desenvolvimento” (Morozov; Bria, 2019, p. 16).

Evgeny Morozov e Francesca Bria analisam o discurso que sustenta a promoção das chamadas “cidades inteligentes” (*smart cities*) a partir do sentido da palavra *smart*, adjetivo que se tornou prefixo de telefones (*smartphones*), televisores (*smart TVs*), relógios (*smart watches*) e outros aparelhos conectados. O termo é frequentemente usado como “sinônimo sexy e antenado de ‘flexível’, ‘sagaz’, ‘autoajustável’, ‘inteligente’, ‘autônomo’, ‘engenhoso’, ‘esguio’ ou mesmo ‘ecologicamente responsável’” – palavras que, segundo autor e autora, “indicam uma emancipação, prometem sustentabilidade e nos asseguram de que nada será desperdiçado. Quem poderia ser contra tudo isso?” (Morozov; Bria, 2019, p. 14).

Embora a melhor tradução para *smart* seja “esperto”, não raro o termo é traduzido em português como “inteligente”. A inteligência da tecnologia parece se tornar ponto pacífico quando associada ao predicado “artificial”: adentrando o reino da Inteligência Artificial (com maiúsculas), nos deparamos com redes neurais que pensam, algoritmos que decidem e máquinas que aprendem (*machine learning*), e aprendem profundamente (*deep learning*). Para que as máquinas continuem aprendendo e os algoritmos continuem tomando decisões por nós, tudo o que temos a fazer é continuar produzindo mais dados na internet, confiar que esses dados serão utilizados da melhor forma possível, acreditar que os algoritmos tomarão as melhores decisões e crer na inevitabilidade desse regime de informação, sem nunca perguntar: *melhor para quem?* Com isso, oculta-se o fato de que “a máquina que processa informação (...) só o faz porque foi construída tendo por base as informações anteriores que, em última análise, não provêm de nenhuma máquina, mas foram recolhidas diretamente da realidade pelos órgãos perceptivos do animal humano” (Vieira Pinto, 2005a, p. 95).

Ao nos referirmos a máquinas que procedem a escolhas, tomam iniciativas e fazem outras imitações do comportamento inteligente, estamos relaxando o rigor da linguagem e esquecendo serem essas façanhas produto da capacidade de deliberada transferência de poderes, em virtude da qual o cérebro humano, único órgão capaz de elaborar projetos, elabora um projeto especial, o de uma máquina elaboradora de projetos (Vieira Pinto, 2005a, p. 95).

Outra engenhosa metáfora da gramática dataísta se refere ao local onde é armazenada a montanha de dados produzidos diuturnamente nas redes digitais: a “nuvem”. Depois da modernidade líquida, surge a pós-modernidade gasosa, na qual dados e metadados parecem se desmanchar no ar. Ocorre que a nuvem nada tem de imaterial: seu corpo sólido é formado por milhares de *datacenters* (espaços físicos que contêm servidores, unidades de armazenamento de dados e equipamentos de rede) espalhados pelo mundo, alguns do tamanho de cidades (o Lakeside Technology Center ocupa mais de 100 mil metros quadrados em Chicago). O gasto de energia e o consumo excessivo de água (para refriar os *datacenters*) e óleo diesel (para manter os geradores funcionando) contrastam com a aparência “ecologicamente responsável” da chamada Internet das Coisas (IoT).

A sustentabilidade da “economia do compartilhamento” (*sharing economy*) também caiu por terra depois que as caronas solidárias e o *couch surfing* foram atropelados pela Uber e pelo Airbnb. Segundo Tom Slee (2017, p. 15-16), “a linguagem idealística do compartilhamento foi chave para o crescimento do Airbnb e dos serviços de transporte”, com seu “apelo de iniciativas não comerciais e pessoais e a promessa de democratização, seguida pelo estabelecimento de enormes plataformas globais e de concentração de renda, ajudado por regulações incompletas”.

Por fim, e sem a pretensão de esgotar o repertório da linguagem dataísta, vale destacar a ideologia que subjaz o termo “nativos digitais”. A expressão contribui para naturalizar o uso indiscriminado – e cada vez mais precoce – de aparatos tecnológicos por crianças e adolescentes, enquanto pais e responsáveis desconhecem tanto os riscos à saúde física e mental infantil, que surgem do uso intensivo de aparelhos eletrônicos e do tempo prolongado de exposição a telas, quanto os efeitos perversos que resultam da exposição do público jovem às técnicas de vigilância, monitoramento e modulação comportamental (Azen; Figueiredo; Bezerra, 2024, p. 13).

Dataísmo e exploração

O regime de informação dominante de nosso tempo, cujo desenvolvimento tecnológico se mostra subsumido aos interesses das corporações de tecnologia, parece ser algo inevitável; mais do que isso, para aqueles que se encontram mergulhados no delírio dataísta, tal regime de informação é mesmo desejável. Experiências não dataficadas, registradas apenas pela memória cerebral, parecem perder valor. Nesse contexto, influenciados pela ideologia dos dados e da inevitabilidade, bilhões de indivíduos ao redor do mundo são diariamente estimulados pelas empresas de tecnologia a passarem horas produzindo dados pessoais de forma gratuita.

No modo de produção capitalista, a exploração do trabalho que ocorre mediante a extração de mais-valor é ofuscada pela forma do salário, “uma forma essencial de mediação da produção capitalista” (Marx, 2022, p. 132), indispensável intermediador fetichista das relações sociais entre capitalistas e trabalhadores livres – segundo a concepção de liberdade que se adequa à ideologia do capital (Bezerra, 2024, p. 41). A forma do salário impede que o trabalhador tenha como saber a quantidade de horas que trabalha de fato para si (ou seja, a parte correspondente ao seu salário) e a quantidade de horas em que se dedica ao trabalho não pago, gerando mais-valor para o seu patrão. Esse processo de valorização através da objetivação do trabalho não remunerado é o que “determina de maneira específica o caráter global do processo de produção” (Marx, 2022, p. 62).

Se o salário é uma mediação necessária à exploração do trabalho em sua forma social capitalista, a ideologia dataísta, que estimula o imperativo da conectividade para o acesso a informação e entretenimento, se converte na mediação necessária à exploração da atividade gratuita de produção de dados. E ao contrário de uma ação mediada por pagamento, como é o caso do trabalho assalariado no capitalismo, a atividade não remunerada de produção de dados em redes sociais, aparentemente autônoma e percebida como diversão, não está restrita a qualquer tipo de *jornada*.

Durante um dia natural de 24 horas, uma pessoa despende apenas uma determinada quantidade de força vital. Do mesmo modo, um cavalo pode trabalhar apenas 8 horas diárias. Durante uma parte do dia, essa força tem de descansar, dormir; durante outra parte do dia, a pessoa tem de satisfazer outras necessidades físicas, como alimentar-se, limpar-se, vestir-se etc. Além desses limites puramente físicos, há também limites morais que impedem o prolongamento da jornada de trabalho. O trabalhador precisa de tempo para satisfazer as necessidades intelectuais e sociais, cuja extensão e número são determinados pelo nível geral de cultura de uma dada época (Marx, 2017a, p. 306).

A atual jornada de oito horas de trabalho (eram 12 na época em que Marx escreveu as linhas acima) é uma conquista da classe trabalhadora através da luta de classes, “o produto de uma longa e mais ou menos oculta guerra civil entre as classes capitalista e trabalhadora” (Marx, 2017a, p. 370), que logrou estabelecer limites na produção de mais-valor absoluto. Sem ter

como prolongar a jornada de trabalho, a não ser por artimanhas como a criação da hora extra e do banco de horas (que mascaram a extração de mais-valor absoluto com a imagem ilusória de um bônus salarial para o trabalhador, tendendo, em longo prazo, a baratear o valor da força de trabalho e tornar-se um prolongamento necessário), o capital passa a ser investido no desenvolvimento acelerado do sistema de maquinaria, de modo a aumentar o mais-valor relativo mediante o aumento da produtividade – o que significa uma quantidade maior de trabalho em menos tempo. Marx fala em “grau de condensação” do trabalho, alcançável mediante “um preenchimento mais denso dos poros do tempo de trabalho” (Marx, 2017a, p. 482).

A generalização da comunicação via e-mails e aplicativos de mensagens instantâneas franqueia ao capital a exploração intermitente da força de trabalho, 24 horas por dia, 7 dias por semana (Crary, 2016). A cultura do *home office*, expandida especialmente durante a pandemia de coronavírus, cria a falsa sensação de flexibilidade de horários de trabalho, quando seria mais acurado defini-la como *elasticidade*. Grupos de mensagens de empresas permanecem ativos a qualquer hora do dia e da noite, somando-se aos grupos de familiares, amigos e demais redes sociais (a igreja, a banda, o futebol, a academia). Se recebêssemos um biscoito a cada notificação de mensagem no *smartphone*, salivaríamos ao sinal do próximo apito como os cachorros de Pavlov.

Nessa simbiose entre vida profissional e vida privada que marca o atual uso da internet, a exploração do trabalho mediada pelo salário e a exploração da atividade gratuita de produção de dados se superpõem, de um modo que seria inimaginável para os frankfurtianos que viam a indústria cultural como um prolongamento da jornada de trabalho (Adorno; Horkheimer, 1986). No exercício de suas atividades, os prestadores de serviços da Uber e do iFood são explorados simultaneamente em duas camadas: no trabalho (mal) pago de seus serviços de transporte e de entrega, e na atividade não paga de produção de dados para as plataformas (sobre rotas, trânsito etc.), necessária para a consecução do próprio trabalho. A precarização do trabalho mediado por plataformas digitais - no duplo sentido dado ao termo “precarização”, por Ruy Braga (2023), de aumento da exploração econômica (com o risco de substituição do trabalho contratado pelo trabalho terceirizado e intermitente) aliado à ameaça permanente da expropriação política (mediante a perda de direitos trabalhistas, previdenciários e sociais) – também é alvo da gramática dataísta, como se vê nas empresas de aplicativos que se referem a seus prestadores de serviços como “colaboradores” ou “parceiros” e na figura jurídica do que se quer chamar de “trabalhador autônomo”, termo que impinge uma falsa ideia de liberdade e autonomia quando, na verdade, é sabido que “não é o trabalhador quem emprega as condições de trabalho, mas, ao contrário, são estas últimas que empregam o trabalhador” (Marx, 2017a, p. 495).

Em outras atividades não mediadas por salário, como no caso da produção intermitente de dados digitais que é realizada sob uma forma aparentemente livre, o acesso a informação e entretenimento mascara a exploração: seja usando o Chat GPT, postando *selfies* diárias nos *stories* de redes sociais ou caçando *pokémons* pela cidade, os indivíduos se encontram empenhados, respectivamente, no treinamento de IA, no aprimoramento de técnicas de reconhecimento facial e no mapeamento de ambientes privados não alcançáveis pelas câmeras do Google Earth⁵.

⁵ O *Pokémon Go!*, jogo de realidade virtual baixado mais de 200 milhões de vezes em 2016, é uma criação da Niantic, uma startup fundada dentro da Google por John Hanke. Com apoio financeiro da CIA, Hanke havia desenvolvido um programa de mapeamento mundial de geolocalização, chamado Earth. Em 2004, a Google comprou a empresa de Hanke e rebatizou o programa de Google Earth. Os inúmeros episódios antiéticos ocorridos na condução deste projeto e do Google Street View, bem como a promiscuidade na relação entre o governo norte-americano e a Google, excedem os limites deste artigo, mas merecem ser conhecidos. Ver, principalmente, Assange (2015).

Assalariados por peça como motoristas, entregadores de aplicativo e etiquetadores de conteúdo impróprio em redes sociais estarão sempre propensos ao sobretrabalho (“só mais uma corrida, só mais uma entrega, só mais um vídeo de esquartejamento”, pensam), já que é “do interesse pessoal do trabalhador prolongar a jornada de trabalho, pois assim aumenta seu salário diário ou semanal” (Marx, 2017a, p. 625). De forma semelhante, usuários de redes sociais tendem a cair nas sofisticadas técnicas de persuasão das plataformas e passar horas se entretendo enquanto produzem dados de forma gratuita, deslizando o dedo indicador na tela luminosa do *smartphone* sem compromisso, à procura da postagem perfeita.

Em termos ideológicos, a falácia da assim chamada “sociedade da informação” não difere do sentido que Vieira Pinto, nos anos 1970, encontra no então aclamado conceito de “era tecnológica”, que, ao lado de um sentido “razoável e sério”, encobre um outro, “tipicamente ideológico, graças ao qual os interessados procuram embriagar a consciência das massas, fazendo-as crer que têm a felicidade de viver nos melhores tempos jamais desfrutados pela humanidade” (Vieira Pinto, 2005a, p. 41). A expressão “era tecnológica”, segundo o autor, “constitui importantíssima arma do arsenal dos poderes supremos, empenhados em obter estes dois inapreciáveis resultados: (a) revesti-lo de valor ético positivo; (b) manejá-lo na qualidade de instrumento para silenciar as manifestações da consciência política das massas, e muito particularmente das nações subdesenvolvidas” (Vieira Pinto, 2005a, p. 43).

Temos de denunciar o lado secreto, maligno, do endeusamento da tecnologia, aquele que visa unicamente a fortalecer ideologicamente os interesses dos criadores do saber atual, a fim de conservá-lo no papel de instrumento de domínio e espoliação econômica da maior parte da humanidade, levada a trabalhar para as camadas altas dos povos senhoriais sob a falsa e emoliente impressão de estar participando, na única forma em que lhe é possível, da promoção do progresso em nosso tempo. Mas, ao mesmo passo, não podemos dar a impressão de sermos reacionários, de nos igualarmos aos literatos impressionistas que invadem a filosofia como corneteiros do pensar das facções regentes de nações derrotadas em suas pretensões expansionistas (Vieira Pinto, 2005a, p. 44).

Denunciar a ideologia dos dados que está por trás do endeusamento da tecnologia nos dias de hoje é, também, defender a soberania tecnológica contra os atuais expedientes do colonialismo de dados, espécie de “ordem emergente de apropriação da vida humana” exercida pelas práticas de extração de dados para fins lucrativos, uma realidade distópica em que “a vida humana não é apenas anexada ao capitalismo, mas também se torna sujeita a monitoramento e vigilância contínuos” (Couldry; Mejias, 2019, p. XIII).

Considerações finais

O modesto diagnóstico desenvolvido neste artigo, em sintonia com a citação acima de Vieira Pinto, não se reveste de um caráter ludita ou tecnofóbico. Tampouco supõe, como não supunha Marx, que a inovação tecnológica seja o fator que determina a sociedade ou pelo qual se dá sua evolução (Marques, 2022, p. 113). A crítica que perpassa o presente texto é direcionada à suposta inexorabilidade da determinação do desenvolvimento científico e tecnológico pelos interesses do capital, em detrimento do bem-estar social.

Os apontamentos aqui apresentados buscaram esclarecer as formas pelas quais a ideologia do dataísmo – estruturada em torno da crença e da confiança da sociedade nas práticas de dataficação e na exploração do trabalho precarizado, bem como da sensação de inevitabilidade em relação ao modelo platformizado definido pelas empresas de tecnologia – visa produzir uma consciência ingênua, falsa, invertida e reificada, recorrendo a táticas de desinformação

com o fim último de legitimar os interesses da classe dominante, cobrindo-os com um verniz moral.

Ao identificar os reais objetivos do regime de informação dominante que se escondem sob o véu da ideologia dos dados, a crítica não deve apenas condená-los, como diz Horkheimer (1980), mas também se tornar um instrumento que contribui para a transcendência dessa realidade invertida, algo que só pode ser alcançado transcendendo a própria condição material de dominação. Como escreveu o jovem Marx (2010, p. 147), a crítica "não se apresenta mais como *fim em si*, mas apenas como *meio*. Seu *pathos* essencial é a *indignação*, seu trabalho essencial, a *denúncia*".

Referências bibliográficas

ADORNO, T. W.; HORKHEIMER, M. **Dialética do esclarecimento**: fragmentos filosóficos. 2ª ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1986.

ASSANGE, J. **Quando o Google encontrou o Wikileaks**. São Paulo: Boitempo, 2015.

AZEN, M.; FIGUEIREDO, T. S.; BEZERRA, A. C. As Infâncias na Ciência da Informação: onde a práxis é o esperar mais vivo. **Encontros Bibli**: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação, [S. l.], v. 29, p. 1–19, 2023. Disponível em <https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/95195> Acesso em 04.06.2024

BEZERRA, A. C. Tecnologia e trabalho precarizado: crítica da economia política do capitalismo digital. *O Social em Questão*, Ano XXVII, nº 58, p. 37-56, Jan/Abr 2024. Disponível em <https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/65344/65344.PDF> Acesso em 04.06.2024

BEZERRA, A. C. Regime de informação e lutas de classes: reconstrução de um conceito à luz da crítica da economia política. **Ciência da Informação em Revista**, Maceió, v. 10, n. 1/3, p. 1-14, 2023. Disponível em <https://www.seer.ufal.br/index.php/cir/article/view/17074> Acesso em 04.06.2024

BRAGA, R. **A angústia do precariado**. São Paulo: Boitempo, 2023.

CHAUÍ, M. **O que é ideologia**. São Paulo: Brasiliense, 2003.

COULDRY, N.; MEJIAS, U. A. **The costs of connection**: how data is colonizing human life and appropriating it for capitalism. Stanford, California: Stanford University Press, 2019.

CRARY, J. **24/7**: capitalismo tardio e os fins do sono. São Paulo: Ubu editora, 2016.

EAGLETON, T. **Ideologia**: uma introdução. São Paulo: Boitempo, 2019.

FUCHS, C. **Communication and Capitalism**: a critical theory. London: University of Westminster Press, 2020.

HABERMAS, J. **Técnica e ciência como ideologia**. Lisboa: Edições 70, 2001.

HORKHEIMER, M. Teoria Tradicional e Teoria Crítica. In: Benjamin, Walter, Horkheimer, Max, Adorno, Theodor W., Habermas, Jürgen. **Textos escolhidos** (Coleção Os Pensadores). São Paulo: Abril Cultural, 1980.

KELLNER, D. Introdução à 2ª edição. In: MARCUSE, H. **O homem unidimensional**: estudos da ideologia da sociedade industrial avançada. São Paulo: EDIPRO, 2015.

LASH, S. Power after Hegemony: Cultural Studies in Mutation? **Theory, Culture & Society**, 24(3), p. 55–78, 2007.

LATOURE, B. On technical mediation - philosophy, sociology, genealogy. **Common Knowledge**, v. 3, n. 2, p. 29-64, 1994.

- LUKÁCS, G. **História e consciência de classe**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- LUKÁCS, G. **Para uma ontologia do ser social** - volume I. São Paulo: Boitempo, 2012.
- MAGER, A. Defining algorithmic ideology: Using ideology critique to scrutinize corporate search engines. **TripleC: Communication, Capitalism & Critique**, 12(1), p. 28–39, 2014.
- MARCUSE, H. **O homem unidimensional**: estudos da ideologia da sociedade industrial avançada. São Paulo: EDIPRO, 2015.
- MARQUES, R. M. Fetichismo da informação e da cultura: contribuições à crítica da Ciência da Informação. In: Silveira, F. J. N.; Frota, M. G. C.; Marques, R. M. **Informação, mediação e cultura**: teorias, métodos e pesquisas. Belo Horizonte: Letramento / PPGCI, 2022.
- MARX, K. **Capítulo VI (inédito)**: manuscritos de 1863-1867, O Capital, livro I. São Paulo: Boitempo, 2022.
- MARX, K. **O capital**: crítica da economia política. Livro I: o processo de produção do capital. São Paulo: Boitempo, 2017a (2ª edição).
- MARX, K. **O capital**: crítica da economia política. Livro III: o processo global da produção capitalista. São Paulo: Boitempo, 2017b.
- MARX, K. **Contribuição à crítica da filosofia do direito de Hegel** – introdução. São Paulo: Expressão Popular, 2010.
- MARX, K.; ENGELS, F. **A ideologia alemã**: crítica da mais recente filosofia alemã em seus representantes Feuerbach, B. Bauer e Stirner, e do socialismo alemão em seus diferentes profetas. São Paulo: Boitempo, 2007.
- MAYER-SCHOENBERGER, V.; CUKIER, K. **Big Data**. A Revolution that will transform how we live, work, and think. London: John Murray Publishers, 2013.
- MÉSZÁROS, I. **The power of ideology**. London/New York: Zed Books, 2005.
- MOROZOV, E.; BRIA, F. **A cidade inteligente**: tecnologias urbanas e democracia. São Paulo: Ubu Editora, 2019.
- PINTO, A. V. **O conceito de tecnologia** – volume I. Rio de Janeiro: Contraponto, 2005a.
- PINTO, A. V. **O conceito de tecnologia** – volume II. Rio de Janeiro: Contraponto, 2005b.
- ROUSSEAU, J. J. **O Contrato Social**: princípios do direito político. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- SCHNEIDER, M. **A era da desinformação**: pós-verdade, fake news e outras armadilhas. Rio de Janeiro: Garamond, 2022.
- SLEE, T. **Uberização**: a nova onda do trabalho precarizado. São Paulo: Elefante, 2017.
- VAN DIJCK, J. Datafication, dataism and dataveillance: Big Data between scientific paradigm and ideology. **Surveillance & Society** 12(2): 197-208, 2014. Disponível em <https://ojs.library.queensu.ca/index.php/surveillance-and-society/article/view/datafication>
Acesso em 04.06.2024
- WIENER, N. **Cybernetics**: or control and communication in the animal and the machine. Cambridge, MA: MIT Press, 2019 [Reissue of the 1961 second edition].
- ZUBOFF, S. **A era do capitalismo de vigilância**: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder. São Paulo: Intrínseca, 2020.

Agradecimentos e fontes de financiamento

Este artigo conta com apoio das agências de fomento CNPQ (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico) e FAPERJ (Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro), mediante, respectivamente, bolsa de produtividade PQ2 e bolsa Jovem Cientista do Nosso Estado.