

# **O digital e seu terreno: reflexões sobre a economia digital a partir de seu marketing**

**Aluno: Pedro Sydenstricker Alvares**

**Orientador: Rodrigo Nunes**

## **Introdução**

Na presente pesquisa, realizamos uma análise da relação entre a economia digital e a habilidade cognitiva da atenção. Partindo centralmente dos trabalhos de Citton (2014) e Deleuze (1990), buscamos instrumentalizar o conceito deleuziano de sociedades de controle como modelo explicativo para a relação entre a atenção e a economia digital, expressivo da emergência de um novo modelo do capitalismo.

## **Objetivos**

Nosso objetivo com essa pesquisa é explorar a relação entre atenção e a economia digital, avaliando a hipótese de que a economia digital se ancora na captura e modulação da capacidade atenta de seus usuários.

## **Metodologia**

Nossa metodologia consistiu em levantamento bibliográfico e a leitura e fichamento atenta da bibliografia, devidamente referenciada abaixo.

## **Desenvolvimento**

### As sociedades de controle:

Deleuze interpreta o sentido das sociedades disciplinares desenvolvido por Foucault para posteriormente anunciar sua crise: tendo seu início estruturado nos séculos XVIII e XIX e seu auge no séc XX, tais sociedades se caracterizam por uma organização do espaço-tempo voltada à internação (*l'enfermement*) do sujeito e à maximização da produção e docilidade política desses. Sobre a disciplina, citamos:

Foucault analisou muito bem o projeto ideal dos ambientes de internação, particularmente visíveis na fábrica: concentrar; distribuir no espaço; ordenar no tempo; compor no espaço-tempo uma força produtiva cujo efeito deve ser superior à soma das forças elementares (DELEUZE, 1990, p. 24, tradução do autor)

As sociedades disciplinares, por sua vez, sucederam as sociedades de soberania. Nessa última, nem tanto o controle da produção era o centro - como é natural de ser numa sociedade cada vez mais industrializada como a disciplinar -, mas a taxação da produção e a decisão sobre a vida e a morte dos sujeitos. A sociedade da soberania progressivamente se transforma na sociedade disciplinar, assim como a última, defende Deleuze, se move em direção à sociedade de controle.

Citando ambos Burroughs e Foucault como primeiros pensadores do controle, Deleuze vê nesse conceito uma imagem de leitura para a sua contemporaneidade. Um bom exemplo

dessa passagem da disciplina para o controle é a resposta dada à crise dos hospitais psiquiátricos como locais de internação. Deleuze defende que as propostas terapêuticas opostas à internação; tais como a setorização, os hospitais dias e os cuidados domiciliares; possibilitariam novas liberdades aos sujeitos, todavia também participariam de mecanismos de controle que rivalisariam com os mais duros casos de internação<sup>1</sup>.

Assim, acreditamos que Deleuze está pontuando que o controle captura mesmo os modelos de tratamento que se apresentaram como opositores ao modelo disciplinar exercido em instituições manicomialis. Citamos: “Não há necessidade de perguntar que regime é o mais duro, ou o mais tolerável, porque é em cada um deles que a libertação e a sujeição se chocam” (Ibidem, p. 241, tradução do autor). Nesse sentido, Deleuze defende que em ambos poderes disciplinar e de controle temos um trabalho sobre a liberdade e sujeição dos sujeitos, todavia incorporado em lógicas distintas.

Em relação ao que têm em comum, temos em ambos poderes a constituição de um corpo o qual visa em sua organização um conjunto de elementos dispostos em prol da máxima produtividade. Deleuze toma a fábrica como organização própria da disciplina e a empresa como a própria do controle. Em ambas temos uma organização do trabalho que visa a maximização da produtividade e do lucro. Entretanto, a distinção entre ambas reside no como isso ocorre: na disciplina, existe uma norma ou molde e uma série de mecanismos para forçar os indivíduos a se ajustar a essa norma (por exemplo horas de trabalho e avaliações padronizadas); no controle, o que está em disputa é a liberdade e o desejo dos indivíduos.

No último, portanto, o exercício do poder sobre os sujeitos se dá mudando constantemente as condições nas quais os sujeitos operam - e não forçando-os a obedecer a uma determinada norma. Isso faz com que eles adaptem sua liberdade, desejos e comportamentos dentro desses novos limites. Portanto, a disciplina enrijece, delimitando uma atividade específica; enquanto que o controle joga com a flexibilidade, em que ganha quem é o mais adaptável<sup>2</sup>. Particularmente na economia mais comum no meio digital, acreditamos ver a aplicação dessa lógica do controle; na medida em que a captura da atenção, como veremos na próxima seção, funciona como vetor central de exercício do poder sobre a liberdade e desejo dos sujeitos. Há uma mudança constante dos parâmetros de navegabilidade que visa o controle dos gostos, preferências e comportamentos dos usuários.

Por fim, certas máquinas - próprias a cada modelo de sociedade - servem de imagens desse contraste: na disciplina, temos as máquinas energéticas, no controle, a informática. Sobre esse ponto, citamos:

É fácil corresponder cada sociedade com tipos de máquinas, não porque as máquinas sejam decisivas, mas porque exprimem as formas sociais capazes de lhes dar origem e de as utilizar. As antigas sociedades de soberania operavam máquinas simples, alavancas, roldanas, relógios; mas as sociedades disciplinares recentes estavam equipadas com máquinas de energia, com o perigo passivo da entropia, e o perigo ativo da sabotagem; as sociedades de controle operavam com máquinas de um terceiro tipo, máquinas de computador e computadores cujo perigo passivo é o encravamento, e cujo perigo activo é

---

<sup>1</sup> Cf. Pourparler (DELEUZE, 1990), p. 241.

<sup>2</sup> Cg. Aula 25 de Janeiro de 1978 (FOUCAULT, 1978)

o hacking e a introdução de vírus. Não é uma evolução tecnológica sem ser mais profundamente uma mutação do capitalismo (Ibidem, p. 244, tradução do autor)

Se o capitalismo de uma sociedade disciplinar se regrava sobre o controle da produção, o capitalismo de controle foca na regulação do consumo. O setor de vendas se tornou o centro, nem tanto o produto. Isso ocorre em função de um excesso: “Já não é um capitalismo para a produção, mas para o produto, ou seja, para a venda ou para o mercado” (Ibidem, p. 245). Sendo, então, a venda do produto o maior foco, o marketing toma então um ponto central. E qual o objeto do marketing? Justamente a atenção de seus possíveis consumidores.

### Economia e ecologia da atenção

Lembrando um pouco a argumentação imagética e narrativa empreendida por Nietzsche em seu icônico texto *Acerca da Verdade e a Mentira num Sentido Extramoral* (1884) para ilustrar a economia da atenção, Citton traz a seguinte imagem:

No início do terceiro milênio, a superfície das áreas habitadas da Terra parece quase completamente coberta por uma densa e espessa nuvem de mensagens, sons e imagens que fluem em múltiplas direções - chamemos-lhe a "mediasfera" [*médiasphère*] - ao ponto de se tornar muito difícil distinguir, dentro deste emaranhado, quem fala e quem ouve, quem produz e quem recebe, quem trabalha com atenção e quem se distrai (CITTON, 2014, p.52)

“[V]ista do céu”, ele continua, “a atenção humana parece ser maciçamente canalizada por um emaranhado de dispositivos de comunicação que nos 'enfeitiçam' [*envoûtent*], tanto no sentido arquitetônico como demonológico do termo" (Ibidem, p. 52).

Assim, nossa atenção tem sido encantada pelos chamados dispositivos midiáticos (como telefone, rádio, celulares, jornais). Todavia, não se trata de uma manipulação por um grupo seleto de comunicadores sociais, mas tal situação é um demonstrativo de como nossos gostos, práticos e comportamentos se constituem entre os segmentos a) de escolhas livres, na medida em que não há uma causa que nos obrigue ação e b) de repetição das formas as quais somos expostos. Portanto, nesse sentido, é condicionado.

Em termos aristotélicos, o universo da comunicação não é necessariamente uma causa motora, i. e., aquilo que gera o movimento de algo; mas uma causa formal<sup>3</sup>, ou seja, aquilo que define o trajeto do movimento, independente de um impulso motor inicial. Citton defende:

Dito de outra forma: o ecossistema dos media é estruturado por uma causalidade formal baseada no poder das formas que circulam entre nós para moldar os nossos pensamentos mais íntimos e espontâneos (Ibidem, p. 54, tradução do autor)

É por esse caráter “formalizador” - criador de formas de atenção - que devemos tirar a compreensão da atenção de um âmbito economicista, porque a economia foca em relações de livre escolha dos indivíduos, esquecendo essa dimensão coletiva que é a forma pela qual a

---

<sup>3</sup> Sobre a causa formal, Cf. Aristóteles, *Metafísica A*, 983a.

atenção ocorre. Através de um sujeito, é sempre uma forma apreendida coletivamente que se repete. Assim, defende Citton, sempre que um sujeito atenta-se, é um “nós” que faz atenção; na medida em que a atenção com seu caráter coletivo e transindividual se manifesta

Assim, os modos de subjetivação contemporâneos e as novas maneiras pelas quais o capitalismo se estrutura afetam a forma como a nossa atenção se organiza. Toda a economia da atenção, nos diz Citton, repousa sobre uma ontologia da visibilidade “que mede o grau de existência de um ser pela quantidade e qualidade das percepções as quais ele figura como objeto para um outro” (Ibidem, p. 75, tradução do autor).

Essa ontologia da visibilidade como a ontologia própria de uma ecologia da atenção se fundamenta nos seguintes pontos:

- a) Postulado dos recursos limitados, que versa sobre o fato da atenção ser uma capacidade cognitiva limitada de acordo com nossas horas de vigília possíveis, somada às capacidades limitadas que nós aprendemos ao longo da vida. Assim, é esse caráter limitado que a atenção humana tem que a faz um objeto de tanta disputa nos dias atuais.
- b) Princípio de encantamento (envoûtement) formal, que exprime como a atenção repousa na característica gregária do humano. Sobre esse ponto, citamos: "a atenção humana tende a ser dirigida a objetos cujas formas ela reconhece, sob o impulso da direção tomada pelas atenções circundantes" (Ibidem, p. 58). Nesse sentido, o lugar ao qual o outro empresta a sua atenção é o lugar ao qual tenderemos a prestar a nossa.
- c) Postulado da racionalidade prática, que versa sobre como a atenção àquilo que pode nos colocar em situação de risco é um vetor de regulação da atenção humana. Assim, evitar situações de perigo é um vetor regulador da atenção. Entretanto, Citton adiciona um contra-postulado da insuficiência informacional, o qual mostra como a racionalidade prática é limitada. Citamos:

A racionalidade do nosso comportamento é constantemente posta em causa pela falta de informação sobre o nosso ambiente. Dito de outra forma: nunca conseguiremos dar o suficiente de atenção. (Ibidem, p. 61, tradução do autor).

Assim, esses postulados levam Citton à formulação do princípio de valorização pela atenção. Tal princípio defende que, nas configurações da ecologia da atenção contemporânea, simples e somente o olhar atento a algo gera valor a esse ente. Nesse sentido, podemos considerar que a atenção que emprestamos a um produto realiza um trabalho nesse produto que o valoriza, no sentido da riqueza atencional dela aumentar. No caso da economia digital mais comum, destacamos que existe uma riqueza sendo produzida pelo simples olhar passivo de algo por um humano, na medida em que esse empresta atenção; gerando notoriedade, visibilidade e valor de mercado a isso. É aquela ontologia da visibilidade a base para tal fenômeno.

Ainda, esse princípio de valorização pela atenção também recai numa dinâmica de auto-reforço da atenção<sup>4</sup>. Atenção chama mais atenção, pela soma dos postulados expostos. Assim, a riqueza atencional é a base da riqueza da economia da atenção; dentro de um prisma

---

<sup>4</sup> Cf. *De la Célébrité* (ESPITALIER apud CITTON, 2014, p. 80)

de uma certa ontologia da atenção; existindo uma necessidade vital de notoriedade, na qual se tornar visível é o capital mais importante; seja para um produto seja para um trabalhador.

Também, a atenção como algo que empresta valor está submetido a uma lógica de funcionamento da economia espelhada sobre a lógica do investimento financeiro. Citamos: “o sistema monetário de atenção é apoiado por serviços financeiros especializados; em que as funções bolsistas e bancárias são asseguradas pelos meios de comunicação social” (Ibidem. p. 84). Esse aspecto financeiro e especulativo da atenção está calcado sobre os marcadores de atenção.

Esses marcadores são operações de homogeneização de uma atividade cognitiva singular<sup>5</sup>. Assim, a atenção, algo sempre particular, se torna uma moeda de transação - suscetível de ser trocada em um mercado, de ser acumulada e investida a partir de uma lógica financeira - através de uma operação que a homogeneiza e a permite entrar num regime de equivalências. De fato, nos parece um tanto análogo ao que Marx distinguiu entre trabalho concreto e trabalho abstrato<sup>6</sup>.

Esse processo de homogeneização ocorre através de diversos marcadores de atenção, tais como visualizações em sites, a bilheteria de filmes, o monitoramento de audiência radiofônica e televisiva. Isto é, marcadores que respondem à pergunta: *quanta atenção recebeu um item cultural?*. Ao mesmo tempo que esses marcadores homogeneizam a atenção num sistema de equivalências que as permite entrar num regime de trocas, eles também discriminam valores a cada item.

A atenção individual, por sua vez, vira um substrato a ser capitalizável e comercializado por agentes econômicos. A atenção se torna, assim, um capital de disputa; na verdade, o maior capital na contemporaneidade; mesmo que tal seja uma capacidade cognitiva essencialmente transindividual, i.e., própria da relação do sujeitos com os ecossistemas que o circundam (como o político, social e ambiental). Em suma, as máquinas à serviço das empresas do meio digital não produzem atenção viva, mas capturam a atenção viva dos homens, rentabilizando-as sem prestar a divisão dos lucros. A atenção dos sujeitos, vira, então, um produto e a mente desses, um feudo a ser explorado.

### **O caso PageRank**

Uma argumentação que exemplifica essa captura da atenção viva dos sujeitos é aquela empreendida por Matteo Pasquinelli no seu artigo *Google's PageRank Algorithm: A Diagram of Cognitive Capitalism and the Rentier of the Common Intellect* (PASQUINELLI, 2009). Nesse texto, o autor analisa o algoritmo PageRank, pilar do funcionamento do mecanismo de pesquisa do Google na contemporaneidade do texto. Três são os conceitos centrais: valor de produção, valor de acumulação e valor de re-apropriação. Para o autor, o algoritmo PageRank é a melhor expressão do capitalismo cognitivo. Tal termo é ligeiramente distinto do usado por

---

<sup>5</sup> Cf. CITTON (2014), p. 85.

<sup>6</sup> Cf. MARX, K. A mercadoria. In: O capital, p. 97 - 165.

Citton, ecologia da atenção, mas mantém a ideia - presente tanto em Deleuze quanto em Citton - de que o capitalismo contemporâneo se transforma para focar menos na produção e mais na venda. Esse capitalismo foca na regulação da venda e do consumo, feitas justamente através de regulação e controle de capacidades cognitivas dos humanos. Podemos compreender esse capitalismo cognitivo da seguinte forma:

Este diagrama cognitivo e econômico, na verdade, inverte o panóptico da linhagem foucaultiana: não é simplesmente um aparelho de vigilância ou controle, mas uma máquina para captar o tempo e o trabalho vivos e transformar o intelecto comum [common intellect] em valor de rede [network value] (PASQUINELLI, 2009, p. 2).

O intelecto comum pode ser compreendido como o conceito que designa o conhecimento da humanidade acumulado como força produtiva. Nesse sentido, o algoritmo PageRank captura esse conhecimento produzido entre homens e rentabiliza-o de forma parasitária, transformando-o intelecto comum em valor de rede [network value]. O último conceito, por sua vez, significa o valor que uma coisa adquire por conta das relações em que ela entra. Por exemplo, se uma pessoa não-famosa se torna amiga em redes sociais de pessoas famosas, é possível dizer que seu valor de rede cresce.

Portanto, o Google é descrito como um parasita por Matteo Pasquinelli, nos seguintes três sentidos:

[...] fornece serviços gratuitos benevolentes mas, por outro lado, acumula valor através de uma plataforma de publicidade na Internet (AdSense e Adwords). Mais importante ainda, o Google estabelece a sua própria hierarquia de valor proprietário para cada nó da Internet e torna-se então o primeiro rentista global sistemático do intelecto comum. Em terceiro lugar, uma resposta política só pode ser conceptualizada e organizada invertendo a cadeia de produção de valor (flagrantemente: 'Reinvindicar seu próprio PageRank') em vez de se entregar a uma resistência nominal ao 'panóptico digital'. (Ibidem, p. 1)

Se na literatura sobre vigilância temos uma recorrente referência ao panóptico de Bentham e ao comentário de Foucault a tal em *Vigiar e Punir* (FOUCAULT, 1977); Pasquinelli defende que o Google não é um panóptico, mas o contrário de um. Isso porque não vigia de cima, mas produz a partir da base. O Google extrai valor das vidas dos usuários e transforma o intelecto comum em valor de rede e riquezas. Essa riqueza, todavia, permanece entre os acionários da empresa. Para Pasquinelli, é preciso fazer uma economia política do PageRank. Antes, é necessário explicar como ele funciona.

O funcionamento do PageRank é simples: quanto mais acesso existir em um link, mais valor ele tem. O valor de um link é determinado pela quantidade de links associados que ele tiver. Curiosamente, esse sistema do PageRank foi inspirado no modelo acadêmico de valorização de um artigo: quanto mais for citado um artigo, mais valor ele tem. Esse aspecto de produção de valor a partir da visibilidade não deve ser descartado da genealogia do PageRank:

Num regime espectacular, o valor de uma mercadoria é produzido principalmente por um anúncio publicitário. Desde publicações acadêmicas a marcas comerciais e o próprio

ranking da Internet podem ser assumidos processos equivalentes de condensação de valor (Ibidem, p. 4).

Assim, o PageRank foi a primeira fórmula matemática a calcular o valor de atenção de cada nó de uma rede de valor de atenção maior. Essa rede é o próprio intelecto comum. Esses atos, por sua vez, são justamente os fluxos de desejo dos usuários; que ganham concretude nos atos decisórios de uma navegação na medida em que expressam conhecimento. Em conjunto, esse fluxo pertence à atividade do intelecto comum. O Google, por sua vez, é um parasita desse intelecto; se aproveitando do fato de que cada ação de navegabilidade, cada clique em determinado link ou pesquisa representa um ato de deliberação e inteligência. A particularidade da fórmula PageRank é sua capacidade de lidar com o gigantesco fluxo do BigData, o que o faz ultrapassar qualquer intelecto humano.

O PageRank estabelece um valor rankeado dos nós da internet. A base desse valor é a atenção: valor-atenção que é transformado posteriormente em valor monetário de diversas formas, sobretudo a publicidade. Em 2007, 99% da renda do Google vinha desse lugar. Referenciando-se a Deleuze e Guattari, Pasquinelli diz:

De fato, o PageRank produz o que Deleuze e Guattari descreveram como excedente de valor maquínico [machinic surplus-value], quando se referiam ao excedente de valor acumulado através do domínio cibernético, ou seja, a transformação do excedente de valor de código num excedente de valor de fluxo. Através do PageRank, a Google não conquistou simplesmente uma posição dominante no armazenamento de índices web, mas também o monopólio da produção do valor de rede (Ibidem, p. 6, tradução do autor).

Assim, Google, através do PageRank, nos parece ser uma pedra angular no estabelecimento de uma economia que se funda na captura da atenção de seus usuários na busca de produção de valor a partir da visibilidade. É nesse sentido que o trabalho de Citton dialoga com o de Pasquinelli.

O Google, assim, é um rentista do intelecto comum. Sobre a diferença entre renda e lucro, citamos:

A renda é o rendimento parasitário que um proprietário pode obter apenas por possuir um activo e está tradicionalmente associado à propriedade fundiária. O lucro, por outro lado, destina-se a ser produtivo e está associado ao poder do capital para gerar e extrair mais-valia (tanto de mercadorias quanto da força de trabalho) (Ibidem, p. 8, tradução do autor)

Portanto, o Google reencarna a figura do rentista, na medida em que não produz nem possui as informações da internet, mas tem o meio mais rápido de acessá-lo, i. e., o diagrama do PageRank. Toda a base do valor de Google, entretanto, vêm da atenção fornecida de seus usuários e do trabalho gratuito que esses realizam nas plataformas da empresa. Esperamos ter bem ilustrado: a atenção passa na contemporaneidade a ser um capital cobiçado, capturado, monetizado e, em suma, controlado.

### **Conclusões:**

Com base nessa bibliografia, concluímos que a atenção se tornou um capital central no modelo de negócios online, visto que capturá-la é um ponto focal para a venda num espaço de abundância de bens culturais.

Na medida em que atenção é uma mercadoria valiosa, o modelo de negócios mais característico da economia online consiste na produção e comercialização de dados a respeito da atenção dos usuários e no desenvolvimento e aperfeiçoamento de algoritmos e interfaces que servem para capturar esta atenção e colocá-la à disposição de agentes econômicos, mas também, eventualmente, políticos.

Por fim, é importante salientar que mesmo sendo notória a disputa pela atenção no meio digital, tal disputa não é exclusiva desse meio, nem é a ecologia da atenção um sistema que consegue exaurir os modos de produção da contemporaneidade. Assim como antes expusemos que o controle sucede a disciplina, mas mantém-se convivendo com regimes de poder passados (disciplina e soberania), a economia e ecologia da atenção são apenas uma das práticas dentro de um sistema produtivos que engloba diversos modos de produção - os quais, por sua vez, engendram seus próprios impasses. Sobre as particularidades e os impasses da atenção dentro das sociedades de controle, esperamos ter dito o suficiente.



**Referências Bibliográficas:**

CITTON, Y. Pour une écologie de l'attention. Paris: Seuil. 2014.

DELEUZE, G. Pourparlers. Paris: Éditions Minit, 1990.

FOUCAULT, Michel. Segurança, território e população. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2008. Texto original de

FOUCAULT, M. Vigiar e Punir. Rio de Janeiro, Editora Vozes: 1977.

MARX, K. A mercadoria. In: O capital, p. 97 - 165. São Paulo: Boitempo, 2014.

NIETZSCHE, Friedrich. Acerca da verdade e da mentira no sentido extra-moral. Tradução de Paulo Osório de Castro. Lisboa: Relógio D'água, 1997. 1884.

PASQUINELLI, M. Google's PageRank algorithm: a diagram of cognitive capitalism and the rentier of the common intellect. M Pasquinelli. Deep Search, 2009. 239, 2009.