

# Facebook no capitalismo molecular

Em junho de 1999, um estudante universitário chamado Shawn Fanning montou uma plataforma de compartilhamento de músicas. A inovação permitiu aos utilizadores acessarem à música armazenada nos seus computadores numa base recíproca. Fanning batizou a plataforma de Napster, um apelido que ele usava para ridicularizar os hackers.

A Napster não era uma rede centralizada e permitia aos participantes ter acesso a uma vasta discoteca a um custo marginal: no seu auge, tinha mais de 70 milhões de usuários. E depois as coisas ficaram feias.

Fanning foi processado por empresas fonográficas e em 2001 perdeu seu processo por promover o download ilegal de material protegido por leis de direitos autorais que protegem as empresas fonográficas. Assim foram impostos regimes centralizados e de remuneração. Os nostálgicos dos anos em que se pensava que o capitalismo desapareceria porque as redes sociais tornaram obsoletos os velhos esquemas de concentração de poder devem reconsiderar sua análise.

A ida de Mark Zuckerberg ao Congresso dos EUA há alguns dias foi uma farsa e mais um episódio da campanha de desculpas do criador do Facebook. Mostrou também que a maioria dos legisladores nada sabia sobre o funcionamento da plataforma. Cada legislador tinha cinco minutos para fazer perguntas, então o questionamento era superficial e só servia como uma operação de relações públicas para o chefe do Facebook. Ele também revelou que Zuckerberg não sabe nada de história, economia ou ética.

Não é a primeira vez que um escândalo marca as operações do Facebook. Em 2010, o Wall Street Journal descobriu que o

aplicativo estava vendendo informações privadas sem o consentimento dos usuários para empresas de rastreamento da Internet e agências de publicidade. Pior ainda, em 2014, o Facebook realizou experiências com 689.000 usuários (sem o seu conhecimento) e mostrou que era possível fazê-los sentir-se mais otimistas ou pessimistas ao manipular a informação que supostamente lhes era enviada pelos seus amigos num processo chamado contágio emocional. A experiência mostrou que a formação de opiniões poderia ser condicionada pelo consumo dirigido de notícias e que isso poderia ter sérias repercussões sobre as preferências eleitorais.

Sabemos que, entre 2015 e 2016, o Facebook vendeu mais de US\$ 100 mil em espaço publicitário para “fazendas de trolls” na Rússia e que 126 milhões de contas de usuários dos EUA foram expostas a notícias enviadas por esses falsos perfis de supostos cidadãos preocupados. Não estou insinuando que a eleição de Trump foi decidida desta forma, que nunca saberemos (as corruptelas e a rendição do Partido Democrata foram mais importantes). O que quero enfatizar é que (hoje que se destapa o esgoto das relações com a Cambridge Analytica) se abrem novas perspectivas sobre as relações entre a reunião de dados individuais e o modus operandi do capitalismo contemporâneo.

As palavras *big data* denotam uma gigantesca coleção de informações personalizadas que somente um poderoso algoritmo pode processar para criar um perfil preciso de cada usuário para fins comerciais. O que é importante não é apenas o uso comercial dessas bases de dados, mas também o fato de que gigantes como a Amazon, Google ou Facebook agora podem se envolver em manipulação política e até mesmo em funções próprias de um governo. O modelo de capitalismo financeiro que agora domina a economia mundial tolera e parece promover essas novas incursões no mundo do big data.

E é que a acumulação e processamento de dados pessoais permite aprofundar a apropriação de novos espaços de rentabilidade para um capitalismo que sofre uma queda crónica da taxa média

de lucro durante quatro décadas. O neoliberalismo tem sido baseado na supressão dos salários e na destruição do poder social e político da classe trabalhadora. Mesmo assim, não foi capaz de neutralizar sua crise de rentabilidade ou evitar a concentração de riqueza, nem conseguiu evitar a semiestagnação em que se encontra a economia mundial. Neste contexto, adicionar e recolher dados é uma oportunidade que o capitalismo não quer desperdiçar. E para tirar proveito disso, a mercantilização das relações sociais foi trazida a um novo padrão. O gigantismo e a concentração de poder intensificaram-se para transformar a esfera da vida privada numa mercadoria.

A propósito, no México, o presidente do Instituto Nacional Eleitoral (INE) anunciou recentemente que um acordo foi assinado com o Facebook para evitar que notícias falsas desorientem os eleitores e afetem o processo das próximas eleições. O timing de um tal acordo não poderia ter sido mais infeliz. No meio do pior escândalo da história do Facebook, o INE quase não deixou de elevá-lo à categoria de autoridade eleitoral. Quem vai decidir o que são notícias falsas? O INE? O atraso e a incompetência dos funcionários do instituto eleitoral são exemplares.

Original: [La Jornada](#)