

Economia do ódio: plataformas digitais, política e mobilização de afetos¹

Gabriela Agostinho Pereira²
ESPM, São Paulo, SP

RESUMO

Este trabalho propõe uma reflexão teórica acerca do papel central das plataformas digitais na sociedade e a existência de uma economia do ódio que contribui com a ascensão de autoritarismos conservadores. Buscamos responder quais são as lógicas que sustentam o modelo de negócios das plataformas digitais e como esse modelo de negócios sustenta uma economia baseada no ódio. O texto é dividido em três partes que abordam neoliberalismo, mecanismos das plataformas, discurso de ódio e a economia baseada no ódio.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação; plataformas digitais; neoliberalismo; economia do ódio.

As plataformas digitais exercem um papel central na organização social, econômica e política. A partir da captura de dados para fins mercadológicos, sistemas algorítmicos opacos e uma estrutura social que privilegia a competição, assistimos o aumento exponencial de polarizações, extremismos, desinformação, negacionismos e discursos de ódio que acabam afetando a democracia de diversas maneiras, seja pela ausência de regulação/responsabilização das plataformas digitais, o que garante que seus interesses privados sejam privilegiados em relação ao bem comum, ou pela manipulação informacional feita a partir dos dados pessoais disponibilizados gratuitamente por nós usuários.

Consideramos relevante a discussão acerca dessas plataformas não apenas do ponto de vista dos seus mecanismos e suas implicações na vida social, mas também a partir de uma reflexão acerca do contexto no qual elas se inserem. Com isso, buscamos responder a seguinte pergunta: quais são as lógicas que sustentam o modelo de negócios das plataformas digitais e como esse modelo de negócios sustenta uma economia baseada no ódio? Portanto, nosso objetivo é contribuir com uma reflexão teórica a partir dessa questão, levantando discussões acerca do contexto que permite as reconfigurações

1 Trabalho apresentado no GP Comunicação, Mídias e Liberdade de Expressão, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

2 Doutoranda e Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo (PPGCOM) da ESPM-SP, integrante do Grupo de Pesquisa em História, Comunicação e Consumo. E-mail: gaapereira@gmail.com.

sociais que estamos vivendo, focando nosso olhar principalmente na ascensão exponencial de populismos extremistas que se conectam com pautas conservadoras.

Assim, buscamos traçar um caminho teórico que tensione o neoliberalismo enquanto uma racionalidade, o poder e os mecanismos das *big techs*, a circulação de discursos de ódio como uma das consequências desses mecanismos e por fim, a promoção de uma economia do ódio que gera implicações na vida social e no exercício cidadão. Nosso intuito é que essa reflexão promova discussões que iluminem aspectos daquilo que se configura como uma espécie de colonização do imaginário a partir de uma colonização digital, fortalecendo o pensamento crítico em relação ao que é produzido e mercantilizado a partir da captura dos nossos dados. Entendemos que as plataformas digitais em contextos neoliberais estruturam o caminho para que discursos de ódio possam ser utilizados estrategicamente, tanto para fins de capturas político-ideológicas, quanto para que empresas lucrem ainda mais operando a partir de lógicas antidemocráticas.

Para tal empreitada, este trabalho se divide em três partes, a primeira aborda uma discussão acerca do neoliberalismo, plataformas de mídias sociais e consumo, nos apoiando em autores como José van Dijck, Thomas Poell e Martijn de Waal (2018), Dardot e Laval (2016), Wendy Brown (2019), David Harvey (1996) e Richard Sennett (2006); na segunda parte abordamos o discurso de ódio como uma mobilização de afetos, o consumo simbólico da política e as implicações na cidadania, recorrendo a autores como Elias e Scotson (2000), Silvio Almeida (2020), Baccega (2012), Canclini (2021), Sodré (2021), Pelbart (2023), Gomes (2019) e Butler (2021); por fim, na terceira parte discutimos a existência de uma economia do ódio e a importância da regula o das plataformas digitais, mobilizando também alguns dos autores já citados acima.

No livro “Platform Society”, José van Dijck, Thomas Poell e Martijn de Waal (2018) definem “plataforma” como uma arquitetura digital projetada para organizar intera es entre usuários, coletando, processando, circulando e monetizando dados pessoais. Essa defini o indica que sites como Facebook, Instagram e TikTok, por exemplo, não são apenas redes sociais, mas sim plataformas que influenciam e são influenciadas por um grande ecossistema, implicando nas práticas diárias da vida social. Os autores (2018) criticam a visão de que o crescimento das plataformas digitais representa apenas progresso econ mico, beneficiando indivíduos ao evitar

regulamentações e custos. Embora as plataformas, por um lado, democratizem o acesso à informação, consideramos que a visão puramente positiva delas está enraizada no pensamento neoliberal, que Dardot e Laval (2016) descrevem como uma racionalidade que valoriza a competição e a performance individual.

A cultura neoliberal promove imaginários intensificados por uma "sociedade de plataforma" (Van Dijck, Poell e De Waal, 2018) e a ausência de regulação apesar de ser vista por alguns como garantia de liberdades, contribui para extremismos, desinformação e discursos de ódio, impactando a democracia. O neoliberalismo permite ainda a monetização de tudo, incluindo discursos odiosos, criando uma economia do ódio lucrativa para tanto para as plataformas quanto para produtores de conteúdo. Segundo Brown (2019), o neoliberalismo é antidemocrático ao ter no mercado o principal ordenador social, enfraquecendo a participação política e favorecendo governos autoritários que demonizam políticas públicas voltadas para o bem comum. Dardot e Laval (2016) argumentam que o neoliberalismo transforma a ação política em mera gestão técnica, subordinada a lógicas de mercado. As plataformas digitais são, portanto, mediadoras cruciais na produção e consumo de imagens e ideologias políticas, inseridas em um modelo neoliberal que prioriza o mercado e não o bem-estar social. Esse modelo permite que discursos de ódio sejam transformados em mercadoria lucrativa, favorecendo extremismos.

Vale esclarecer que o discurso de ódio é um conceito complexo e em disputa. Silvio Almeida (2020) ao falar sobre o racismo estrutural oferece uma chave de interpretação para analisar o ódio em si também como um fenômeno estrutural, que se manifesta de diferentes maneiras e pode ser utilizado como ferramenta de poder. Nos filiamos a ideia de que os discursos produzem materialidades e modos sociais (Gomes, 2019), influenciando a esfera política e promovendo adesão ideológica. Os discursos odiosos, por serem estruturais, permeiam diversos temas sociais e promovem a existência de uma economia do ódio que está amplamente conectada com o consumo simbólico da política, o que acaba por impactar o exercício cidadão.

Néstor Garcia Canclini (2021) discorre sobre a "descidadanização", causada pela alienação dos indivíduos dos processos políticos tradicionais e pela governamentalidade algorítmica das plataformas. Essas plataformas estruturam a vida social e promovem a colonização de imaginários intensificando uma "sociedade incivil" (Sodré, 2021). A mobilização do ódio como forma de comunicação nas mídias sociais favorece

estratégias de mercado e políticas mercantilizadas por empresas de tecnologia. Essas empresas, focadas no lucro, desconsideram o bem comum, impactando diretamente a cidadania. Em suma, o discurso de ódio, amplificado pelas plataformas digitais, é uma ferramenta de poder explorada dentro de uma economia do ódio, contribuindo para a descidadanização e impactando a democracia de diversas maneiras.

Maria Ressa (2024) argumenta que as *big techs* operam no setor menos regulado do mundo, escondendo-se sob o argumento de que não são mídias tradicionais. Sodré (2021) sugere que plataformas como o Facebook, embora se apresentem como redes sociais, funcionam como sistemas de vigilância algorítmica, direcionando usuários para  ncios publicitários. Canclini (2021) destaca que os algoritmos das plataformas digitais influenciam o ambiente político, concentrando poder nas mãos de poucas empresas e governos. Essa concentra o desafia a cidadania, pois os algoritmos controlados por poucas entidades não são transparentes e seus proprietários não são responsabilizados pelo uso dos dados dos usuários. Assim, as *big techs* promovem uma visão neoliberal de liberdade sem responsabilidade, o que   problemático para a preserva o da democracia.

As plataformas digitais lucram com conteúdos de alto engajamento, mesmo que sejam desinformativos, negacionistas ou de ódio, exacerbando a economia do ódio na qual discursos odiosos são monetizados. Para citar apenas um exemplo, temos cursos online que promovem misoginia, como o “Elite Masculina” de Thiago Schutz, que reforça estereótipos de g nero e transforma o ódio em um negócio lucrativo.

Dessa maneira, buscamos refletir sobre como o contexto social, político e digital favorece a ascensão de uma economia do ódio e populismos autoritários extremistas. Propomos um tensionamento entre neoliberalismo, plataformas digitais e seus mecanismos, além do uso estratégico de discursos de ódio e suas implica es sociais e cidadãs. Nosso objetivo é promover reflexões críticas sobre a captura de dados, seus usos comerciais e políticos e as consequências para a democracia, argumentando que o contexto neoliberal pavimenta o caminho para uma economia baseada no ódio, permitindo que discursos odiosos sejam naturalizados, monetizados e mobilizados estrategicamente em plataformas digitais para fins político-ideológicos.

É importante levantar a questão de quem define o que   ódio nas plataformas de m dias sociais e como ele se manifesta em um contexto neoliberal platformizado. A ausência de regula o cria um cenário onde extremismos, negacionismos e polariza es

prosperam, promovendo uma economia do ódio. Essa economia se sustenta pela permissividade das plataformas em função do lucro. Argumentamos que a regulação das plataformas digitais deve ser global e colaborativa, envolvendo governos, empresas, academia e sociedade civil, visando proteger a segurança e o bem-estar social, mitigar os impactos negativos na democracia e promover o uso responsável e ético dessas plataformas.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Sílvio. *O que é racismo estrutural?* São Paulo: Jandaíra, 2020.
- BACCEGA, Maria Aparecida. O consumo no campo comunicação/educação: importância para cidadania. In: ROCHA, Rose de Melo; CASAQUI, Vander. *Estéticas midiáticas e narrativas do consumo*. Porto Alegre: Sulina, 2012, p. 248-268.
- BAKHTIN, M. *Marxismo e filosofia da linguagem*. São Paulo: Hucitec, 1988.
- BROWN, Wendy. A sociedade deve ser desmantelada. In: *Nas ruínas do neoliberalismo: a ascensão da política antidemocrática no ocidente*. São Paulo: Editora Filosófica Politéia, 2019, p. 33-66.
- BUTLER, Judith. *Discurso de ódio: uma política do performativo*. Traduzido por Roberta Fabbri Viscardi. São Paulo: Editora Unesp, 2021.
- CANCLINI, Néstor García. *Cidadãos substituídos por algoritmos*. São Paulo: Edusp, 2021.
- DARDOT, P.; LAVAL, C. *A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal*. São Paulo: Boitempo, 2016.
- DIJCK, José Van; POELL, Thomas; WAAL, Martijn de. *The Platform Society. Public Values in a Connective World*. Oxford: OUP, 2018.
- ELIAS, Norbert; SCOTSON, John L. *Os estabelecidos e os outsiders: sociologia das relações de poder a partir de uma pequena comunidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.
- GOMES, Mayra Rodrigues. As materialidades e seus discursos. *Revista Comunicação, Mídia e Consumo*: São Paulo, v.16, n. 46, p.271-290, mai./ago. 2019.
- HARVEY, David. *Condição pós-moderna*. São Paulo, SP: Loyola, 1996.
- PELBART, Peter Pál. *Prefácio para o livro A Ofensiva Sensível*. Editora Elefante, 2023. Disponível em: <https://editoraelefante.com.br/poder-contemporaneo-plano-dos-afetos/>. Acesso em: 16 mai. 2024.
- RESSA, Maria. *Regulação precisa acabar com 'impunidade das big techs'*. [Entrevista concedida a Juliana Causin. O Globo, São Paulo, mai. 2024. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/politica/noticia/2024/05/03/regulacao-precisa-acabar-com-impunidade-das-big-techs-diz-maria-ressa-vencedora-do-nobel-da-paz.ghtml>. Acesso em: 10 jun. 2024
- SENNETT, Richard. *A cultura do novo capitalismo*. Rio de Janeiro, RJ: Record. 2006.

SODRÉ, Muniz. *A sociedade incivil: mídia, iliberalismo e finanças*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2021.

TOALDO, Mariângela M.; JACKS, Nilda. Consumo midiático: Uma especificidade do consumo cultural, uma antessala para os estudos de recepção. In: *Encontro da Compós*, 22, 2013. Anais. Salvador: COMPÓS, 2013.