



GUSTAVO BISSOTO GUMIERO

**NAS ENTRANHAS DA MÁQUINA CAPITALISTA:  
ENTRE SUJEIÇÃO SOCIAL E SERVIDÃO MAQUÍNICA**

CAMPINAS  
2015

Gustavo Bissoto Gumiero

**NAS ENTRANHAS DA MÁQUINA CAPITALISTA: ENTRE SUJEIÇÃO SOCIAL E SERVIDÃO  
MAQUÍNICA**

Dissertação apresentada ao Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Estadual de Campinas como parte dos requisitos exigidos para a obtenção do título de Mestre em Sociologia.

*Supervisor/Orientador:* Prof. Dr. Sílvio César Camargo

ESTE EXEMPLAR CORRESPONDE À VERSÃO FINAL DA DISSERTAÇÃO DEFENDIDA PELO ALUNO GUSTAVO BISSOTO GUMIERO, E ORIENTADA PELO PROF. DR. SÍLVIO CÉSAR CAMARGO.



CAMPINAS

2015

**Agência(s) de fomento e nº(s) de processo(s):** Não se aplica.

Ficha catalográfica  
Universidade Estadual de Campinas  
Biblioteca do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas  
Marta dos Santos - CRB 8/5892

G953n Gumiero, Gustavo Bissoto, 1981-  
Nas entranhas da Máquina Capitalista : entre sujeição social e servidão  
maquínica / Gustavo Bissoto Gumiero. – Campinas, SP : [s.n.], 2015.

Orientador: Sílvio César Camargo.  
Dissertação (mestrado) – Universidade Estadual de Campinas, Instituto de  
Filosofia e Ciências Humanas.

1. Lazzarato, Maurizio. 2. Capitalismo – Filosofia. 3. Violência – Aspectos  
econômicos. 4. Inteligência artificial. I. Camargo, Sílvio César, 1969-. II.  
Universidade Estadual de Campinas. Instituto de Filosofia e Ciências  
Humanas. III. Título.

Informações para Biblioteca Digital

**Título em outro idioma:** Inside the Capitalist Machine : between social subjection and  
machinic enslavement

**Palavras-chave em inglês:**

Capitalism - Philosophy

Violence - Economic aspects

Artificial intelligence

**Área de concentração:** Sociologia

**Titulação:** Mestre em Sociologia

**Banca examinadora:**

Sílvio César Camargo [Orientador]

Pedro Peixoto Ferreira

Giuseppe Mario Cocco

**Data de defesa:** 10-12-2015

**Programa de Pós-Graduação:** Sociologia



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS  
INSTITUTO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS

A Comissão Julgadora dos trabalhos de Defesa de Dissertação de Mestrado com sessão pública realizada em 10 de dezembro de 2015 considera o candidato GUSTAVO BISSOTO GUMIERO aprovado.

Este exemplar corresponde à redação final da Dissertação defendida e aprovada pela Comissão Julgadora.

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. Sílvio César Camargo

Prof. Dr. Pedro Peixoto Ferreira

Prof. Dr. Giuseppe Mario Cocco

*A Ata de Defesa, assinada pelos membros da Comissão Examinadora, consta no processo de vida acadêmica do aluno.*

## RESUMO

O sociólogo italiano Maurizio Lazzarato, em sua obra “Signos, Máquinas, Subjetividades” (2014), afirma que o capitalismo pós 1970 é caracterizado pelo seu duplo investimento na atividade subjetiva, a saber, sujeição social e servidão maquínica. Para ele, a produção (pura e simplesmente, ou a produção de riqueza) opera na intersecção desse duplo investimento de poder, que é ao mesmo tempo, heterogêneo, mas complementar. Enquanto a sujeição social é responsável por produzir e distribuir lugares e papéis dos atores sociais, na servidão maquínica, o ser humano é considerado peça de uma grande engrenagem que o extrapola, e constitui com as máquinas tecnológicas, verdadeiros sistemas homens-máquinas, os quais agem sobre os níveis pré-individuais e supraindividuais, desconfigurando o “indivíduo”. Por isso, a relação do ser humano e da máquina acontece, neste regime de servidão maquínica, não mais em termos de uso ou de ação, mas através de comunicação mútua interior, inexistindo a proporcionalidade entre trabalho individual e produção, já que por haver uma relação recíproca de comunicação nesses sistemas, há liberação de potências de produção incomensuráveis se comparadas, por exemplo, com as do emprego e do trabalho humano. O Capital extorque, assim, não apenas uma extensão do tempo de trabalho, mas é responsável por instaurar um processo que explora a diferença entre a sujeição e a servidão, ou seja, a parte não “mensurável”. Por isso, o autor aponta que o capitalismo se define como uma máquina social, uma megamáquina, na qual entre humano e não humano, entre homem e máquina, entre o organismo e a técnica, ao invés de separação, existe comunicação, recorrência e reversibilidade e ao forjar todo um meio ambiente maquínico, o que o Capital coloca em jogo não são somente as seduições da publicidade, nem tampouco a interiorização individual dos objetos e dos valores da sociedade de consumo (sujeição social), mas forja, assim, o agenciamento de elementos pré-pessoais, pré-verbais, suprapessoais, infrapessoais, infrassociais.

Com o desenvolvimento e a proliferação dos dispositivos tecnológicos, a servidão maquínica ganha força e magnitude, tornando as empresas de tecnologia, como Google e Facebook, ainda mais poderosas em nível mundial. Parte da riqueza dessa categoria de empresas provém de receber informações dos usuários conectados, e quanto mais dados elas recebem, também mais ricas elas podem se tornar. Ao mesmo tempo, com tanta informação disponível, prepara-se o cenário para o pleno desenvolvimento da inteligência artificial, que acreditamos ser um estágio ainda mais avançado do capitalismo.

**Palavras Chave:** Servidão maquínica; Capitalismo; Maurizio Lazzarato; Violência capitalista; Inteligência artificial.

## ABSTRACT

The Italian sociologist Maurizio Lazzarato, in his book "Signs, Machines, Subjectivities" (2014), states that capitalism after 1970 is characterized by its double investment in subjective activity, namely social subjection and machinic enslavement. For him, the production (in itself or wealth production) operates at the intersection of this double power investment, which is, at the same time, heterogeneous but complementary. While the social subjection is responsible for producing and distributing stakeholders places and social roles in machinic enslavement, the human being is considered part of a large gear that goes beyond, and with the technological machinery, are real man-machine systems, which act on the pre-individual and supra-individual levels, un-configuring the "individual". Therefore, the relationship of human and machine takes place in this machinic enslavement organization, not in terms of use or action, but through inner mutual communication. The proportionality between individual work and production does not exist since there is a reciprocal communication relationship of these systems, there is a release of incommensurable power production when compared, for example, with employment and human labor. The Capital extorts thus not only an extension of working time, but it is responsible for introducing a process that explores the difference between the subjection and enslavement, i.e. the part that is not "measurable". Therefore, the author points out that capitalism is defined as a social machine, a mega-machine that provides between human and non-human, man and machine, the organism and the technique, instead of separation, communication, recurrence and reversibility. And by forging an entire machinic environment, the capital puts at stake not only the seductions of advertising and the individual objects internalization and consumer society values (social subjection), but in fact it forges the agency of pre-personal, preverbal, super-personal and infra-personal elements. With the development and proliferation of technological devices, the machinic enslavement gains strength and magnitude, making technology companies such as Google and Facebook even more powerful worldwide. Part of the wealth of these companies comes from receiving information from connected users, and the more data they receive the richest they become. At the same time, with so much information available, the stage for the full development of artificial intelligence is prepared, which we believe is an even more advanced stage of capitalism.

**Keywords:** Machinic enslavement; Capitalism; Maurizio Lazzarato; Violence of capitalism; Artificial Intelligence.

## **LISTA DE ILUSTRAÇÕES**

|                                                                                                                                     |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Figura 1 – “A internet de todas as coisas apresenta: o último engarrafamento”                                                       | 49 |
| Figura 2 – “O amanhã não é um jogo de adivinhação. E nenhum objetivo é grande ou pequeno demais para a Internet de Todas as Coisas” | 49 |
| Figura 3 - Trechos do comercial “Hilltop”, da Coca-Cola                                                                             | 65 |

## SUMÁRIO

|                                                                                     |           |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>PREÂMBULO</b>                                                                    | <b>10</b> |
| Maurizio Lazzarato e sua crítica do capitalismo                                     | 10        |
| Os duplos movimentos do Capital                                                     | 12        |
| <b>PARTE I</b>                                                                      | <b>15</b> |
| <i>INTRODUÇÃO – A assim chamada pré-história das máquinas</i>                       | 15        |
| Território, desterritorialização e reterritorialização                              | 15        |
| Violência das cidades, violência das redes                                          | 16        |
| Os dois polos da soberania política – face Rei e face Imperador                     | 19        |
| <i>CAPÍTULO 1 – D'O Capital aos Grundrisse</i>                                      | 23        |
| Os fatores subjetivos pré-capitalistas: do relógio às máquinas                      | 23        |
| Entre fábrica e sociedade: máquinas técnicas e maquinismo                           | 25        |
| A explosão do desejo social – os movimentos de 1968                                 | 26        |
| Desejo, produção, subjetividade                                                     | 30        |
| <i>CAPÍTULO 2 – Fábrica, máquinas, servidão maquínica</i>                           | 34        |
| O capital fixo e as forças produtivas da sociedade                                  | 35        |
| Cooperação das máquinas e sistema de maquinaria                                     | 37        |
| Máquinas humanas e valor                                                            | 39        |
| A primeira megamáquina social                                                       | 40        |
| A megamáquina capitalista – entre sujeição social e servidão maquínica              | 42        |
| Dispositivos homem-máquina e Sistemas homens-máquinas                               | 44        |
| <i>EXCURSO I: Internet das coisas, internet de tudo – o novo maquinismo mundial</i> | 46        |
| <b>PARTE II</b>                                                                     | <b>51</b> |
| <i>CAPÍTULO 3 – A comunicação e as semióticas</i>                                   | 51        |
| Semiologias significantes e semióticas a-significantes                              | 51        |
| As semióticas na indústria da comunicação e seus profissionais                      | 56        |
| Propaganda e conteúdo - Sujeição social                                             | 62        |
| Conexão pessoal e conexão íntima – Servidão maquínica                               | 63        |
| Coca-Cola – entre sujeição social e servidão maquínica                              | 64        |
| Marketing, marcas, ícones, líderes                                                  | 65        |
| <i>CAPÍTULO 4 – Por um mundo 100% conectado: Google, Facebook, algoritmos</i>       | 69        |
| Por um mundo todo conectado – a nova violência                                      | 70        |
| Todos conectados                                                                    | 74        |
| Todos integrados ao mercado mundial                                                 | 75        |
| Google – entre servidão maquínica e sujeição social                                 | 76        |
| Servidão maquínica e metadados                                                      | 80        |
| <i>EXCURSO II: O trabalho do consumidor</i>                                         | 85        |
| <b>PARTE III</b>                                                                    | <b>91</b> |
| <i>CAPÍTULO 5 – A servidão maquínica generalizada e a inteligência artificial</i>   | 91        |
| Nietzsche: ação e artificialidade                                                   | 94        |

|                                                                   |            |
|-------------------------------------------------------------------|------------|
| Benjamin: percepção maquínica                                     | 96         |
| A nova espécie – <i>maquinus humanus</i> – e seu deus <i>iGod</i> | 99         |
| <i>Para não concluir – Crítica e resign_ação ociosa</i>           | 105        |
| <b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>                                 | <b>108</b> |

## PREÂMBULO

### Maurizio Lazzarato e sua crítica do capitalismo

Na história da humanidade, nenhuma geração sacrificou tanto tempo ao trabalho quanto aquelas que tiveram o azar de nascer debaixo do domínio do capital. No capitalismo, a humanidade é condenada a trabalhos forçados em todos os níveis de produtividade atingidos. Toda invenção técnica, social e científica, ao invés de liberar do tempo de trabalho, estende ainda mais o domínio do capital sobre as nossas temporalidades.

Maurizio Lazzarato

Seguindo as pistas do sociólogo italiano Maurizio Lazzarato, pretendemos analisar a transformação que o advento e a popularização dos dispositivos tecnológicos opera na relação indivíduo-sociedade. Para a análise e compreensão do referido objeto de estudo, esta dissertação escolheu como fundamento teórico de tal tarefa a sua obra *Signos, Máquinas, Subjetividades*<sup>1</sup>. Nela, o autor extrai do livro *Mil Platôs*, dos pensadores franceses Gilles Deleuze e Félix Guattari<sup>2</sup>, o conceito de *servidão maquínica* que, para Lazzarato, é contribuição inédita e original deles para se compreender o funcionamento desse sistema. Entendemos que as questões levantadas por Lazzarato, a partir da obra de Deleuze e Guattari, trazem uma contribuição inédita e decisiva para a sociologia contemporânea, pois acreditamos que Lazzarato expõe uma visão diferenciada entre os estudiosos que tratam do capitalismo contemporâneo. Como ele mesmo pontua, se a grande e hegemônica estratégia capitalista passava, até 1970, pela fabricação de papéis e lugares dos atores sociais – cuja configuração recebe o nome de *sujeição social* –, o capitalismo, a partir de então, forjava um novo dispositivo, uma novidade, que complementava a sujeição social, e aos poucos, tornara-se preponderante: a *servidão maquínica*<sup>3</sup>. Sobre estes dois termos, Lazzarato afirma, nos primeiros parágrafos da obra citada, que a produção é dependente da atividade subjetiva abstrata e tanto a produção de riqueza, quanto a produção pura e simplesmente, operam na intersecção desses dois dispositivos de poder heterogêneos, mas ao mesmo tempo complementares. Enquanto o dispositivo de sujeição social passa por equipar o ser humano com uma subjetividade individual,

<sup>1</sup> No Brasil, a obra de Maurizio Lazzarato é conhecida apenas parcialmente e de forma segmentada. Antes da publicação de *Signos, Máquinas, Subjetividades*, em junho de 2014, eram conhecidos pela grande parte do público acadêmico brasileiro somente os livros *Trabalho Imaterial*, publicado em 2001, e *As Revoluções do Capitalismo*, em 2006.

<sup>2</sup> Na obra *Videofilosofia. A percepção do tempo no pós-fordismo*, de 1996, já se consegue perceber a admiração de Lazzarato pelo pensamento de Félix Guattari e Gilles Deleuze. E é a partir dessa dupla de autores que ele vai fundar parte de sua obra recente, como o livro *Signos, Máquinas e Subjetividades*, cujo resultado é uma análise inédita da obra de Guattari e Deleuze a respeito do capitalismo contemporâneo.

<sup>3</sup> Os termos *sujeição* (*assujettissement*, em francês) e *servidão* (*asservissement*, em francês) implicam, cada um, uma dupla acepção. *Sujeição* comporta tanto subjugação quanto, por mais paradoxal que possa parecer, na filosofia ou na psicanálise indicam o processo pelo qual se advém sujeito. O termo *servidão* também comporta um sentido duplo, designando tanto o processo pelo qual os humanos são transformados em servos quanto, usado como termo técnico da engenharia de automação, designa os sistemas de controle automáticos utilizados em vários tipos de máquinas (nota do tradutor de *Signos, Máquinas, Subjetividades*, Paulo Domenech Oneto).

atribuindo-lhe identidade, gênero, classe, profissão, nacionalidade etc., de forma geral, operando na distribuição de lugares e papéis dentro e para a divisão do trabalho, na servidão maquínica os atores sociais são despidos de suas singularidades, de suas “consciências”, e são considerados como peças de uma grande engrenagem que os excede, já que ela procede através da dessubjetivação, e ao agir sobre os níveis pré-individuais, atua na desconfiguração do “indivíduo”, o qual passa a ser considerado como adjacente à máquina – indivíduo (voltaremos à análise da servidão maquínica de forma mais aprofundada no capítulo 2). Com a proliferação dos dispositivos tecnológicos, que atinge níveis de desenvolvimento e expansão cada vez maiores, acreditamos que o entendimento do conceito de servidão maquínica é aquele que melhor nos leva *a analisar a relação contemporânea de indivíduo e sociedade*. O próprio Lazzarato, quando lhe indaguei, em uma entrevista, sobre a importância do conceito de servidão maquínica, respondeu-me que é um tema sobre o qual ele ainda gostaria de trabalhar, pois implica conjuntamente formas modernas de escravidão (neo-escravidão) com formas modernas de produção e de comunicação. Para ele, a servidão maquínica subordina os indivíduos tanto através da comunicação, quanto através das novas formas de produção<sup>4</sup>.

Lazzarato (2014, p. 49) esclarece que o *que comumente vem chamado de “economia” é o agenciamento deste duplo investimento da subjetividade – sujeição social e servidão maquínica* –, e que, para se compreender o funcionamento do capitalismo contemporâneo, deve-se também colher outra contribuição original dos pensadores franceses: o entendimento que o desejo produz, isto é, o reconhecimento do desejo como força produtiva. Deleuze e Guattari (2011) explicitaram que o desejo deve ser entendido não como uma simples expressão da subjetividade humana, ou a falta de algo, ou alguma coisa da ordem da fantasia ou do sonho, mas sim, como emergente de uma multiplicidade de máquinas (técnicas, sociais), *e que produz. Por isso, desejar sempre significa construir um agenciamento, agir, seja em ou para um coletivo/multiplicidade*.

Para Lazzarato (2014, pp. 50, 210), no cerne do projeto político capitalista está a articulação e o agenciamento de fluxos econômicos, tecnológicos e sociais com a produção de subjetividade, visando uma identificação, ou melhor, uma indistinção entre a economia política e a “economia subjetiva”, cuja figura subjetiva contemporânea é o “capital humano”, o “empreendedor de si mesmo”. E isso implica pensar a política e as subjetivações a partir da produção, da economia, da empresa, da fábrica, da mídia – entendidos como agenciamentos maquínicos –, o que por sua vez

---

<sup>4</sup> Entrevistei Lazzarato em julho de 2015. Para ele, “o conceito de servidão maquínica [...] essa maneira de subordinar as pessoas através da comunicação, já que se pode falar de servidão maquínica através dos meios eletrônicos, mas também se pode falar da servidão maquínica com relação à reforma da produção industrial, por exemplo, e ao mesmo tempo as máquinas aludem ao conceito de máquina social, como a escravidão do império egípcio. E também tem a questão da sujeição [social], a produção de subjetividade que acontece com este dispositivo”.

leva também a pensar o desejo a partir de modos não propriamente humanos, mas maquínicos, isto é, que emerge de uma multiplicidade, e não simplesmente de uma subjetividade humana, individuada. Para ele, o Capital é, acima de tudo, uma “relação social e política em que, todavia, o social e o político não são apreendidos no sentido habitual de relações intersubjetivas”, mas sim devem “ser repensados a partir da multiplicidade das máquinas sociais que constituem o capitalismo”. É essa compreensão que o leva a destacar o desejo maquínico como aquele que explica a força do capitalismo contemporâneo, pois o sistema, ao integrar sob sua lógica o funcionamento do desejo como “economia de possíveis”, como realidade econômica, aparece como *produtor de realidade*.

### Os duplos movimentos do Capital

Guattari (1987) já apontava para o duplo movimento que o Capital operava. Para ele, o sistema promovia tanto a *integração em nível mundial*, colonizando cada canto do planeta, quanto também procurava fazer com que *toda atividade humana, todo o setor de produção ficasse sob o seu controle* – esse duplo movimento de expansão geográfica e de expansão sobre si próprio constitui o que Guattari denomina “*processo geral de desterritorialização*”. Com o desenvolver do nosso trabalho, vimos que o Capital operou e continua operando por duplos movimentos: a expulsão dos camponeses da terra em que viviam e a violência nas cidades para que ele se impusesse como sistema hegemônico (Introdução); a captura da subjetividade operária na fábrica e depois o forjamento do “operário social” (Capítulo 1); a rotinização das tarefas na fábrica e substituição dos trabalhadores pelas máquinas (Capítulo 2); os dispositivos de sujeição social e da servidão maquínica (Capítulo 3); o nascimento de uma megamáquina mundial poderosa e o advento da sociedade dos metadados (Capítulo 4); o empobrecimento da experiência humana e a criação de máquinas inteligentes (Capítulo 5).

Na Parte I do trabalho, optamos por nos concentrar na análise da generalização da fábrica na sociedade (fábrica social). Utilizamos-nos, sobretudo, do relato marxiano da ascensão do capitalismo, sua expansão, a constituição de um capitalismo de espécie industrial. Aliada a essa visão, somamos o entendimento do capitalismo pós-1970<sup>5</sup> de Deleuze e Guattari, o qual, como vimos no preâmbulo, é de suma importância.

Na Parte II, veremos que, mais do que generalizar a fábrica na sociedade, a exploração capitalista está atingindo também outras formas e outras naturezas. Apontamos novamente o duplo

---

<sup>5</sup> Que também citamos às vezes como “pós-fordismo”.

movimento – sujeição social e servidão maquínica, visando operar uma compreensão prática do capitalismo, que denominamos maquínico, adjetivo que alude ao forjamento de uma servidão maquínica generalizada da sociedade, através da tecnologia, dos dispositivos tecnológicos, da comunicação etc.

Na Parte III, pautados no desenvolvimento recente do capitalismo, inferimos algumas apostas para o futuro, como o desenvolvimento da inteligência artificial e a criação genética dos super-humanos – humanos que, pela manipulação do DNA, podem reunir características acima da média da espécie<sup>6</sup>.

As informações teóricas da primeira parte desta pesquisa baseiam-se, como dito anteriormente, principalmente nas obras de Marx, Deleuze, Guattari que tratam da ascensão do capitalismo e de seu desenvolvimento recente. As informações teóricas localizadas na segunda parte deste trabalho e na conclusão baseiam-se, sobretudo, na literatura sociológica que trata do desenvolvimento da comunicação e das tecnologias nos últimos quarenta anos. A obra-chave, que norteou toda nossa análise foi, como citado no preâmbulo, *Signos, Máquinas, Subjetividades*, de Maurizio Lazzarato. Já com relação às informações empíricas, retive-me nas análises de notícias ligadas principalmente ao mundo da comunicação e da tecnologia, acreditando que dentro do nosso propósito, a literatura econômica oriunda de jornais nacionais e estrangeiros oferece importantes *insights* sobre o momento do capitalismo contemporâneo. As matérias provindas de jornais brasileiros ou internacionais nos foram úteis para ilustrar certos casos que retratamos e revelar o que acontece na atualidade mais próxima possível do presente e que, exatamente por sua emergência e contemporaneidade, ainda falta às fontes de maior rigor científico. Busquei atuar, nesses dois últimos anos – dentro dos quais está a maior parte das reportagens jornalísticas aqui apresentadas – como um leitor-observador, procurando desenvolver uma análise sociológica do marketing e da tecnologia, a partir dos passos dos próprios atores – grandes corporações mundiais como Google, Facebook e Coca-Cola e seus respectivos comandantes – e isso me possibilitou a extração de dados valiosos, os quais utilizei nas análises que desenvolvi posteriormente – como é o caso do Google no capítulo 4. Nas conclusões, procurei desenvolver um trabalho pautado na análise sociológica e filosófica da inteligência artificial, e também em notícias que dão conta dos produtos e serviços que certas empresas mundiais de tecnologia estão desenvolvendo, encarados como os novos passos da inovação. A propósito, a literatura a respeito da inteligência artificial oferece importantes informações sobre as técnicas empregadas para “agir” no corpo humano.

---

<sup>6</sup> E o crescente desenvolvimento das pesquisas de engenharia genética parece corroborar nossa hipótese.

O recurso ao excurso deve-se ao nosso entendimento de ser a melhor maneira de exemplificar uma realidade prática e recente, ainda se desenvolvendo, do capitalismo. No primeiro excurso, tratamos dos dispositivos eletrônicos conectados (internet das coisas) e da possibilidade do advento de uma conexão entre eles (internet de tudo). No segundo excurso, tecemos uma análise do trabalho que o consumidor realiza, muitas vezes sem saber, quando ele se conecta.

As notas de rodapé são utilizadas de forma extensiva para fornecer e detalhar informações e dados (muitas vezes temporais) que proporcionem interesse e utilidade adicionais, visando não interromper o fluxo de leitura e nem a lógica do texto.

## PARTE I

### INTRODUÇÃO – A assim chamada pré-história das máquinas

#### Território, desterritorialização e reterritorialização

Antes de começarmos, fazemos uma pausa para tentar elucidar um termo importante em nosso trabalho. Acreditamos que o conceito de território e suas derivações, analisado por Deleuze e Guattari ao longo tanto d’*O Anti-Édipo* quanto de *Mil Platôs*, é essencial para a compreensão do capitalismo atual. Para eles, a noção de território deve ser entendida tanto como um espaço vivido (não necessariamente físico) quanto um sistema em que um indivíduo se sente “em casa”. Deve-se, por isso, considerar o território como uma espécie de apropriação. Se os seres vivos se organizam segundo territórios que os delimitam e os articulam aos outros existentes, também é verdade que – e isso é de suma importância – este território pode se “desterritorializar” ou ser desterritorializado, isto é, sair do seu curso, abrir-se a novos possíveis. Em nosso trabalho, veremos que o capitalismo promove uma cada-vez-maior-e-constante desterritorialização de tudo o que encontra pela frente. Os territórios ditos “originais” são desfeitos e aqui introduzimos outro conceito derivado de território, a saber, a reterritorialização. Reterritorializar significa uma tentativa de recomposição deste território que passou por um processo de desterritorialização, seja no campo físico ou virtual. A característica da época atual é que as reterritorializações acontecem a partir dos próprios valores do capitalismo, o qual procura forjar uma padronização da subjetividade<sup>7</sup>. Tal subjetividade teria entrado em um “nomadismo generalizado”, em que, devido a uma proliferação muito grande dos componentes subjetivos assumidos pelos meios de comunicação de massa, os antigos territórios não se localizam mais em um ponto específico e preciso. Esses meios promovem uma velocidade de desterritorialização cada vez maior. As transformações acontecem cada vez mais rápido, afetando consideravelmente os territórios humanos, os órgãos de sentido, as funções orgânicas dos seres etc.<sup>8</sup>

Em nossa pesquisa, tentaremos elucidar que o capitalismo é um sistema desterritorializador por excelência.

---

<sup>7</sup> Guattari (1987) afirmava que da mesma forma que a indústria automobilística lançava novos modelos de automóveis, o capitalismo não parava de lançar modelos “subjetivos”.

<sup>8</sup> O alerta de Guattari para esse movimento cada vez mais rápido: “Quando todas as antigas territorialidades – o corpo, a família, o espaço doméstico, as relações de vizinhança, de faixa etária, etc. – são ameaçadas por um movimento geral de desterritorialização, procedemos à recriação artificial destas mesmas territorialidades, e nos enroscamos nelas, ainda por cima quando sabemos que não as encontraremos mais em sua forma “original”. Daí as modas nostálgicas, que parecem depender menos de um fenômeno de moda do que de uma inquietação geral diante da aceleração da história” (1987, p. 65). Por isso, os fenômenos “retrô” não devem ser considerados uma moda passageira, tendo sempre existido “no quadro de sociedades engajadas num processo de aceleração da história, isto é, de aceleração dos processos de desterritorialização: os romanos, por exemplo, eram fascinados pelas sobrevivências do passado grego e egípcio” (1988, p. 74).

## Violência das cidades, violência das redes

Os primeiros capitalistas são como aves de rapina que esperam. Esperam o seu encontro com o trabalhador, que lhes chega pelas fugas do sistema precedente. É mesmo todo o sentido daquilo que se chama acumulação primitiva.

Gilles Deleuze

Próprio do capital é unicamente a união das massas de mãos e instrumentos que ele encontra. Ele os aglomera sob seu comando. Essa é sua verdadeira acumulação.

Karl Marx

Iniciamos nosso trabalho com a análise do que Marx denominou “acumulação primitiva” (ou originária) do Capital. Debruçarmo-nos neste tópico é importante para descobrir que neste sistema predatório, nada já está dado, que “*nem* sempre foi assim”: todas as lutas, embates, violências, modos de produzir, etc., são resultado de um processo histórico, construído. Economicamente, o Capital fez e faz sua história revolucionando: transformações que fizeram e fazem nascer um novo modo de produzir, o qual, por sua vez, aniquila os modos de viver, de ser, de produzir precedentes<sup>9</sup>.

Marx assinalou que o capitalismo, para se impor de forma hegemônica, utilizou-se de violência. Por isso, a pré-história do Capital (“a assim chamada acumulação primitiva”<sup>10</sup>) não é, para o pensador alemão, um simples conceito, mas o pressuposto dele. A análise da acumulação primitiva realizada por Marx preocupa-se, sobretudo, com o papel dos fatores políticos (expropriação dos camponeses, roubo das colônias, tráfico de escravos), muito mais que com a determinação econômica. Para Marx, tal era histórica capitalista (a partir do século XVI) foi marcada pela separação entre o produtor e seus meios de produção. Os produtores foram tornados meros trabalhadores assalariados (ou mendigos, vagabundos, mercenários)<sup>11</sup>. Entre os pressupostos do trabalho assalariado, Marx cita o trabalho livre e também a separação deste mesmo trabalho livre das condições que concorrem para a sua realização, ou seja, do material e do meio de trabalho do produtor<sup>12</sup> (2011, p. 388). Marx (2013, p. 787) escreve ainda que a história da acumulação primitiva

<sup>9</sup> Para que o capitalismo se realizasse e se tornasse hegemônico, Deleuze & Guattari (2012, p. 162) pontuam que foi necessária uma *conjugação generalizada* que transbordou e reverteu os aparelhos precedentes.

<sup>10</sup> Capítulo 24 do Vol. 1 d’*O Capital* (e mais o item “Formas que precederam a produção capitalista” nos *Grundrisse*).

<sup>11</sup> “Na história da acumulação primitiva, o que faz época são [...] os momentos em que grandes massas humanas são despojadas súbita e violentamente de seus meios de subsistência e lançados no mercado de trabalho como proletários absolutamente livres” (MARX, 2013, p. 787). Para Marx, os antigos produtores tornaram-se “vendedores de si mesmos”.

<sup>12</sup> Marx assinala que no sistema de guilda e de corporação, o trabalho dos artesãos era realizado através de um instrumento de produção, que o tornava um proprietário-trabalhador (proprietário do meio de realização do seu trabalho). As relações de dominação e servidão apresentam-se originariamente, no capitalismo, com o desnudamento, com a apropriação dos instrumentos de trabalho (2013, p. 410).

foi “gravada nos anais da humanidade com traços de sangue e fogo”<sup>13</sup>, exatamente por desvincular, ao mesmo tempo, através da dissolução da pequena propriedade livre, o indivíduo-produtor tanto do seu lar quanto do seu laboratório natural, a terra. Marx assinala também que a Revolução Gloriosa<sup>14</sup> foi uma prática em grande escala do roubo dos domínios estatais. Ela fez com que ascendessem ao poder os extratos possuidores de maior valor financeiro, que eram os proprietários fundiários e os primeiros capitalistas. Através dos “cercamentos de terras comuns” (*inclosures of commons*) os próprios proprietários fundiários se presentearam e dividiram a terra entre si (2013, pp. 795-6). Em poucas palavras, somos informados de que a assim chamada acumulação originária do Capital é o processo histórico forjado pela nova aristocracia fundiária inglesa aliada à nova bancocracia, que desassociou o produtor do seu meio de trabalho (e da sua terra). Assim, os futuros trabalhadores foram levados a trabalhar e a “lutar” em um ambiente estranho e hostil a eles, as cidades. Deleuze e Guattari (2011 e 2012) endossam os relatos de Marx<sup>15</sup>, afirmando que o capitalismo sempre foi um sistema que opera desterritorializações, que redesenha a geografia, que muda os territórios existenciais e físicos dos indivíduos. Deleuze (2010) afirma que o capitalismo já estabelecia as engrenagens de seu poder nas fendas dos regimes precedentes e que, em um dado momento, tornara-se ele próprio hegemônico. Mas seu “nascimento” e desenvolvimento foram e são sempre marcados por formas de repressão. Por isso, o problema da violência se coloca a cada momento histórico em que este sistema revoluciona os modos de produção. Se no início tratou-se, sobretudo, de uma violência organizada através do poder estatal (legislação, direito etc.), hoje, para ele avançar em sua dominação em nível mundial, atingindo cada indivíduo, não se utiliza mais somente e preponderantemente da violência “física” imposta pelo Estado, mas forja um novo tipo de violência, a saber, a violência da conectividade, a violência da necessidade do acesso. Esse novo tipo de violência atinge o âmago do ser humano: por trás do convite ao entretenimento está o vício da conexão, o excesso de estímulos, a sobrecarga de informação, que juntos provocam uma transformação na percepção. O exemplo atual é emblemático: hoje ninguém pode ficar fora do

---

<sup>13</sup> Marx aponta que o espetáculo mais aterrorizante que a humanidade já ofereceu foi a extinção dos tecelões manuais de algodão ingleses pela introdução do tear mecânico. Tal processo, que se arrastou por décadas, implicou na morte por fome de muitos, e aqueles que conseguiram sobreviver, o fizeram em condições paupérrimas com suas respectivas famílias (2013, p. 503).

<sup>14</sup> Golpe de Estado que derrubou o então rei James II, substituindo-o por Guilherme III de Orange em 1689, consolidando, dessa forma, a monarquia constitucional.

<sup>15</sup> Até mesmo Max Weber, em um subcapítulo do livro *Economia e Sociedade*, descreve a forma de capital que se baseia na violência política coercitiva como “capitalismo imperialista”, que é sobretudo uma política realizada por setores específicos do Capital (LÖWY, 2014, p. 19).

acesso à internet e dos seus aplicativos porque é considerado excluído da economia<sup>16</sup>. As pessoas só estão “integradas” se estão conectadas, o indivíduo só é cidadão de fato, só exerce sua cidadania se está conectado. Tal nova atitude de violência é incentivada e praticada pelas empresas (veremos os casos do Facebook e do Google e a intenção deles de prover acesso a 100% da população mundial). Os métodos de captura do indivíduo já não passam mais necessariamente pela violência física. Trata-se de uma violência que afeta o ser humano: suas percepções visuais, auditivas, seus relacionamentos<sup>17</sup> etc. A experiência humana, ao invés de enriquecer com o auxílio de dispositivos tecnológicos, sofre empobrecimento (excesso de estímulos, os choques que provocam paralisia, como bem notou Walter Benjamin a respeito dos soldados que voltavam da Primeira Guerra), limitando a potência e a capacidade de ação. Para Benjamin (1996), o desenvolvimento da técnica (utilizada na guerra) fez surgir, pela violência, um novo tipo de miséria. Tanto aquela violência que forjou uma nova miséria de experiência, como aquela da “assim chamada acumulação primitiva” analisada por Marx se estendem, hoje, a todas as classes sociais e faixas etárias. Para Benjamin, a pobreza de experiência, ao se tornar a forma de experiência de toda a humanidade, acarretava uma nova espécie de barbárie.

Marx também destacou que para Capital reinar absoluto e dominante em uma época, é necessário que as condições estejam dadas e desenvolvidas em *grande escala* (2011, p. 416), e que se forje o advento de uma “subjetividade global e não qualificada”. Read (2003, p. 36), seguindo Marx e Benjamin, pontua que à violência e à dissolução de modos de produção e de subjetividade antecedentes, segue-se a normalização do novo modo de produzir, o qual apaga da memória tanto o modo de produção anterior quanto qualquer traço de violência que fundou este novo modo. Para ele, esta normalização é atualizada não somente pelas leis ou instituições novas, mas também no

<sup>16</sup> Em uma reportagem feita em um grande magazine na cidade de São Paulo, um entrevistado relatou que sua esposa perdeu a oportunidade de fazer uma pós-graduação oferecida pela empresa, pois o celular dela estava quebrado durante as férias, quando a empresa que ela trabalha ligou. Já um outro entrevistado relatou ser fissurado em tecnologia. “Sou muito dependente de tecnologia. É como se fosse um cigarro, um vício [...] Com o smartphone, você tem acesso a tudo [...] É um computador de bolso que não dá para viver sem ele” (Márcia de Chiara, *O Estado de São Paulo*, 15/06/2015, p. B4). Ambos os casos ilustram bem as necessidades de conectividade, seja pelo trabalho, seja pelo lazer/prazer.

<sup>17</sup> Uma pesquisa realizada em 2015 com mais de sete mil donos de smartphones nos Estados Unidos, Reino Unido, Brasil, China, Espanha, México e Índia pela Motorola (empresa da Lenovo, gigante chinesa de eletrônicos) revelou que 60% dos entrevistados dormem segurando seus celulares, 57% levam-no ao banheiro, 16% tomam banho com ele, 22% desistiriam de fazer sexo por um final de semana se tivessem que abrir mão de seus celulares e 40% “contam” segredos para seus aparelhos que não revelariam nem para seus melhores amigos. Apesar de tudo isso, 79% dos entrevistados disseram que se sentem incomodados com o fato de seus celulares os interromperem em momentos inoportunos, e apenas 39% se dizem “felizes” com seus aparelhos (Correio Popular, 02/08/2015, p. A24). Trata-se, certamente, de uma violência que passa despercebida pela grande maioria. Além da violência *do* acesso, tem-se a violência *no* acesso: a rede permite que se perpetuem antigas violências e que também surjam novas formas, novos espaços de violência. A violência na rede, muitas vezes violando o direito à intimidade, à dignidade, traz consequências morais e psicológicas, que podem ser tão sérias quanto a violência física. Os casos de fotos e vídeos de intimidade que são compartilhados são um exemplo caro desse novo tipo de violência.

nível da subjetividade: para a constituição do modo capitalista de produção, era necessário um novo tipo de produção de subjetividade que fosse capaz de entrar no âmago do ser humano e da sociedade, das dimensões existenciais cotidianas, e também na potência produtiva da própria subjetividade, na sua capacidade de produzir riqueza.

Atendo-nos ainda ao tema da violência, Deleuze e Guattari endossam os entendimentos anteriores afirmando que “*a acumulação primitiva não se produziu de uma vez para sempre na aurora do capitalismo, mas é permanente e não para de reproduzir-se*” (2011, p. 308, grifo nosso) e que uma vez já instalada no modo de produção capitalista, é difícil assinalar a violência, já que ela se apresenta como “já feita”, pois nela os agentes sociais aparecem já caracterizados: o trabalhador nu e o capitalista vestido. E também neste ponto, a aproximação com os *Grundrisse* (“Formas que precederam a produção capitalista”) e com *O Capital* (“A assim chamada acumulação primitiva”) é evidente, já que Marx considerava que, no caso do capitalismo, a violência passava *necessariamente pelo Estado*, precedia o modo de produção e também constituía a “acumulação primitiva”. Em suma, *a violência é que tornava possível o próprio modo de produção*. A ampliação das análises de Marx por Deleuze e Guattari (2012, pp. 153-155) é evidente na afirmação de que “há acumulação original cada vez que há montagem de um aparelho de captura, com essa violência muito particular que cria ou contribui para criar aquilo sobre que ela se exerce, e por isso se pressupõe a si mesma”. Foi o Estado que fez da produção um “modo”, e é sobre ela que ele exerce violência (em seus diversos regimes tais como a luta, a guerra, a polícia, a violência de direito, do Estado etc.). Para eles, o Estado pode, então, dizer que não é responsável pela violência, e que ele só exerce a violência contra os criminosos, contra os ladrões, contra os violentos. Assim também é o sistema capitalista: uma vez já constituídos dentro do modo de produção, é difícil perceber onde ela está. Tal violência coloca-se como já feita, apesar de refazer-se todos os dias, operando uma espécie de ritualização. É o que as megaempresas capitalistas entenderam muito bem e operam no capitalismo contemporâneo: essa não-responsabilidade da violência que praticam diariamente nos bilhões de internautas.

### **Os dois polos da soberania política – face Rei e face Imperador**

Deleuze e Guattari partem de uma leitura dos *Grundrisse*, principalmente do item “Formas que precederam a produção capitalista”. As descobertas aparecem por grande parte da obra

*Mil Platôs* (2012), principalmente na explicitação da “forma-Estado”<sup>18</sup>. É a partir dela que embasamos nosso trabalho: durante toda nossa análise, percebemos que o capitalismo opera sempre por um duplo investimento: sujeição social e servidão maquínica. É a aliança desse duplo investimento que tem permitido ao sistema operar cada vez mais uma espécie de generalização da fábrica na sociedade. Esses dois aspectos são cruciais tanto para o entendimento dos primórdios do capitalismo, quanto da sua evolução e do seu desenvolvimento que culminaram na forma do capitalismo mais recente. Para chegar ao ápice do entendimento deste duplo processo de investimento do sistema – sujeição social e servidão maquínica – temos de analisar a proposição dessa análise por seus “inventores”, Deleuze e Guattari. Na obra *Mil Platôs* eles apresentam as suas inferências e conclusões a esse respeito.

Deleuze e Guattari (2012) assinalam que, historicamente, a soberania política sempre foi forjada por dois polos, por duas faces<sup>19</sup>: a do Imperador, terrível e mágico, e a do Rei, sacerdote e jurista. Ambas as figuras, antes que opostas e inimigas, devem ser consideradas faces distintas da mesma moeda, ou melhor, do Estado, pois elas, quando entram em ação, constituem uma unidade. Eles apontam que enquanto a primeira face opera por captura, laços, nós, redes, a outra procede por tratados, pactos, contratos. Em ambos os casos, pressupõe-se a violência, porém em naturezas diversas (violência física, repressiva, coercitiva). Para eles, esses dois “homens” de Estado se misturaram na história da humanidade. Eles ainda destacam que o Estado, então, só se torna soberano por conseguir interiorizar, por sobrecodificar certos códigos de linhagem territorial e submetê-los ao seu poder (regime de signos do Estado), em que a sua face Imperador atua pelo paradigma do laço, do nó: é, sobretudo, um sistema de *servidão maquínica*. E a face Rei, por sua vez, atua conjuntamente à face Imperador, pela invenção de um direito, organização das leis, imposição de disciplina etc., instaurando um sistema de *sujeição social*. Com isso, o poder criador do Estado permite que ele faça da produção um “modo”, ou seja, *faz nascer um modo de produção*.

Analisando os primórdios do capitalismo, Deleuze e Guattari (2012, p. 131) alertam que apesar de a revolução urbana e a revolução estatal poderem coincidir, elas não devem ser confundidas. A cidade só existe em função de uma circulação e de circuitos, definindo-se por entradas e saídas e necessitando, por isso, que coisas (pessoas, mercadorias etc.) entrem neste circuito e saiam por ele. Por manter relações com outras cidades através das estradas e da

<sup>18</sup> *Mil Platôs* foi escrito em 1980 e publicado no original em francês em um único volume. No Brasil, foi publicado em 5 volumes distintos. Nos referimos, neste momento, a uma parte do volume 5. Além disso, o contato daquela obra com os *Grundrisse* é evidente: os temas “acumulação original”, “violência” e “intelecto geral” são tratados através de um diálogo direto com Marx.

<sup>19</sup> Os autores partem das análises de Georges Dumézil a respeito da mitologia indo-europeia.

circulação, ela é uma rede, mas com alcance reduzido. Por sua natureza, ela é capaz de impor frequências, polarizar a matéria (quer seja de natureza inerte, vivente ou humana), representando um “limiar de desterritorialização” – o material desterritorializado que entra na rede é submetido à polarização e segue o circuito de recodificação. Em resumo, pode-se afirmar que as cidades operam uma integração, porém de âmbito local (de cidade em cidade)<sup>20</sup>. Já o Estado caracteriza-se pela capacidade de fazer ressoar pontos distintos e divergentes como a cidade com o campo. Por isso, diferentemente das cidades, cada Estado deve ser tratado como um integrador global. Foi o que aconteceu na história do capitalismo. Para Marx (2013, p. 787), a transformação da exploração feudal (campo) em exploração capitalista (cidade), foi o estágio posterior da subjugação do trabalhador, que marca o início da era capitalista: a expropriação da terra, antigo território do produtor rural e do camponês, foi a base de todo esse processo.

Na história da acumulação primitiva, o que faz época são [...] os momentos em que grandes massas humanas são despojadas súbita e violentamente de seus meios de subsistência e lançadas no mercado de trabalho como proletários absolutamente livres (MARX, 2013, p. 787).

Essa afirmação marxiana parece ter motivado Deleuze & Guattari, que afirmaram mais de cem anos depois que o capitalismo é uma imensa máquina de desterritorialização. Desde sua origem, o Capital opera o deslocamento dos homens tanto de suas bases territoriais (campo para a cidade), como também de bases de natureza existencial, social (de camponês a trabalhador assalariado).

É a partir da analogia cidade/Estado que fazemos nossa comparação: no capitalismo contemporâneo, a cidade como território é representada pelos circuitos. Dentro de cada circuito, os humanos (e também não-humanos) são considerados como componentes de entrada e saída, inputs e outputs, sofrendo processos de desterritorialização por toda parte. No entanto, o poder triunfal do capitalismo só se dá no momento em que ele cria agenciamentos capazes de integrar debaixo de si uma miríade de “cidades”, promovendo uma captura generalizada – servidão maquínica. Tais agenciamentos, hoje, são os das grandes corporações mundiais, do macromercado, do consumo, de comunicação etc. Por isso, de acordo com Deleuze e Guattari, o capitalismo só pôde ser triunfante pela forma-Estado, como aparelho de captura geral, e não pela forma-cidade, pois as cidades poderiam até “escapar” ao sistema, mas é o Estado que tem o poder de discipliná-las. “Se é o estado moderno que dá ao capitalismo seus modelos de realização, o que se encontra assim realizado é

<sup>20</sup> O ano de 2008 marca, pela primeira vez na história mundial, a superação dos habitantes do campo pelos das cidades (<http://www.fao.org/3/a-ak824o/> acesso em 31/08/2015).

uma axiomática independente, mundial, que é como uma só e mesma Cidade, megapólis ou ‘megamáquina’ de que os Estados são partes, bairros” (2012, p. 135). Vivemos, dessa forma, em uma grande Cidade mundial, em que o neoliberalismo – a política do capitalismo pós-1970 – antes que prescindir do Estado, procura tornar-se ele próprio o Estado.

Deleuze e Guattari chegam ao ápice do entendimento da dupla face da soberania política, forjando o entendimento de que hoje ela deve ser entendida como sujeição social (face Rei) e servidão maquínica (face Imperador). A máquina de captura opera na intersecção desses dois elementos que se complementam. Como veremos em nosso trabalho, a captura capitalista, que em seu início caracterizou-se por levantar uma multidão de indivíduos para as fábricas, se estendeu, depois, a toda a sociedade, forjando uma espécie de “fábrica social”.

## CAPÍTULO 1 – D'O Capital aos *Grundrisse*

### Os fatores subjetivos pré-capitalistas: do relógio às máquinas

Como falar da produção de subjetividade, hoje? Uma primeira constatação nos leva a reconhecer que os conteúdos da subjetividade dependem, cada vez mais, de uma infinidade de sistemas maquínicos. Nenhum campo [...] pode, daqui para a frente, ter a pretensão de escapar à influência invasiva da “assistência por computador”, dos bancos de dados, da telemática etc... Com isso chegamos até a nos indagar se a própria essência do sujeito [...] não estaria ameaçada por essa nova “maquino-dependência” da subjetividade.

Félix Guattari

Os fatores subjetivos sempre ocuparam um lugar importante ao longo da história. Mas parece que estão na iminência de desempenhar um papel preponderante, a partir do momento em que foram assumidos pelos mass media de alcance mundial.

Félix Guattari

Guattari (2012, p. 19) entende a subjetividade como “o conjunto das condições que torna possível que instâncias individuais e/ou coletivas estejam em posição de emergir como território existencial autorreferencial, em adjacência ou em relação de delimitação com uma alteridade ela mesma subjetiva”<sup>21</sup>. Essa definição expõe alguns pontos importantes para nosso trabalho e que, pela sua relevância particular, abordaremos neste momento. Guattari entende que houve ao longo da história um processo de desenvolvimento, um “conjunto de condições” dentro dos quais as diferentes formas de subjetividade puderam emergir. Para ele, as subjetividades pré-capitalistas eram engendradas por diversos maquinismos – agenciamentos –, fossem eles sociais, religiosos, militares, políticos etc. Analisando o desenvolvimento histórico dos processos de produção de subjetividade, Guattari (1993) pontuou três momentos de cesura que serviram de base da composição do quadro atual do processo de subjetivação capitalista tal como se apresenta hoje com sua forte consistência de integração.

O primeiro período é denominado por ele como o período da “cristandade europeia”, que marca o surgimento de uma nova figura da subjetividade caracterizada por uma nova concepção entre a Terra e o Poder. Dentro desse período aparecem alguns eventos marcantes, seguidos às vezes por invenções importantes: é o caso do desenvolvimento maciço do comércio e das trocas. Este período também marcou o aparecimento do relógio, que começou a operar uma integração subjetiva intensa e desenvolvida. Mumford (2009) assinala que a máquina-relógio foi inventada por volta do século XIII nos monastérios, os quais eram a sede de uma vida regular, de hábito de ordem regido pela hora, e que provia as condições para que a vida humana fosse regada pelo ritmo e a

<sup>21</sup> Optamos por transcrever sua definição de subjetividade contida em seu livro *Caosmose*, pois como se trata de um de seus últimos trabalhos, acreditamos que este conceito, àquela altura, já estava bem definido em sua teoria.

pulsção regular coletiva da máquina-relógio. No caso dos monastérios, o relógio era responsável por dividir o dia em horas, e assim, reger as orações diárias. O relógio, então, não servia somente para contar as horas, mas para sincronizar as ações da vida humana. Ainda para Mumford, as transformações que ocorreram a partir do momento em que o relógio “escapou” dos monastérios foram muitas: o tempo abstrato tornava-se o novo meio de existência – alimentava-se não porque se tinha fome, mas porque “era hora”. Mumford também aponta que a popularização dos relógios se deu primeiramente nas classes mais abastadas, as quais aspiravam ser tão regulares como o relógio (ideal burguês) e que além do advento do relógio, acontecia na Europa Ocidental a “união” das categorias tempo e espaço. A integração de ambos promoveu a coordenação dos mesmos com o movimento. Tempo e espaço podiam, a partir de então, ser contraídos ou dilatados: a conquista do espaço e do tempo havia começado. Não é errado dizer que o capitalismo virá a se apropriar da invenção do relógio, da associação tempo-espacial e das transformações que tudo isso acarretou – a importância crescente dos números, de contar.

Voltando para Guattari (1993), o período subsequente é o da “desterritorialização capitalista dos saberes e das técnicas” (a partir do século XVIII), marcado por um desequilíbrio crescente das relações ser humano/máquina. As referências humanas de corporeidade serão fortemente abaladas e o ser humano perderá suas territorialidades sociais que há muito lhe eram inerentes (religião, monarquia, família, campo, etc.). Não surpreende que se trata de mais um tipo de violência imposto pelo Capital. De certa forma, o novo universo de referência passará a ser o próprio Capital, responsável por uma “equivalência generalizada entre todos os modos de valorização dos bens e das atividades humanas”. O sistema atuava como um rolo compressor, destruidor de tudo o que encontrava pela frente, até mesmo das culturas e das territorialidades que conseguiram escapar do período anterior. Entre os fatores mais importantes desde componente, Guattari lista a questão da penetração do texto impresso na vida humana em geral, a partir da invenção e consolidação da imprensa, fato que, se por um lado, provocou uma diminuição da comunicação oral direta, por outro permitiu um maior acúmulo do saber e maior facilidade para tratá-lo. Ele também assinala a emergência do primado do aço e das máquinas a vapor, que trará como consequência uma *penetração exponencial dos conjuntos maquínicos em todos os níveis da vida*. Somado a isso, houve também a questão da manipulação do tempo, através da popularização de equipamentos cronométricos, em que o “tempo” da vida se tornará cada vez mais equalizado ao ritmo das máquinas (a generalização da vida monacal nas cidades). E por fim, para ele, as descobertas de Pasteur irão ditar as revoluções biológicas, em que a vida em geral dependerá cada

vez mais dessas revoluções. Para Guattari foi a partir deste período da história que o ser humano encontrou-se, pela primeira vez, *em uma posição de dependência/adjacência em relação às máquinas* e quase toda e qualquer ação dada, a partir de então, viria a ser auxiliada e suportada por máquinas técnicas de diversas naturezas.

A “idade da informática planetária” é o terceiro momento apontado por Guattari. É a partir de então que ocorre a “captura” da subjetividade em nível mundial, através de uma integração em escala global das máquinas técnicas e sociais. Integradas as máquinas técnicas aos maquinismos sociais, as primeiras tomam um espaço de destaque na produção de subjetividade e a partir de então, o capitalismo (seus modos de produção de subjetividade) penetra, de alguma maneira, em todas as formas de vida, exercendo outro tipo de violência.

Guattari, ao traçar as três fraturas históricas, os três momentos que ajudaram a compor o atual quadro de produção de subjetividade em que está inserido o capitalismo contemporâneo, nos leva também a refletir sobre a relação homem-máquina. No primeiro período, as máquinas técnicas não tinham destaque no processo de subjetivação. O relógio era restrito aos monastérios e os artesãos dispunham de suas ferramentas. Já no período seguinte, as máquinas começavam a ganhar importância no processo subjetivante: as máquinas técnicas começaram a fazer parte da vida do cidadão urbano. E durante o terceiro período, ao operar a integração das máquinas técnicas com as máquinas sociais, o capitalismo abria espaço para que ele penetrasse em todas as formas de vida, já que essa integração permitiu que as máquinas técnicas se tornassem, elas próprias, protagonistas nos processos de produção de subjetividade. A megamáquina capitalista, a partir do momento em que expandia a capacidade e a atuação de suas máquinas técnicas, capazes agora de penetrar em cada ser humano (máquinas técnicas que atuam à distância como o rádio, a televisão e hoje o acesso à internet), atingiu um alcance inédito na subjetividade humana. Para Guattari (1987, p. 170), os equipamentos coletivos, os meios de comunicação, a publicidade, as máquinas, enfim, todo um universo de referência são capazes, a partir de então, de interferir nos níveis mais íntimos da subjetividade e o fazem constantemente, procurando fabricar e produzir em série o modelo subjetivo capitalista<sup>22</sup>.

### **Entre fábrica e sociedade: máquinas técnicas e maquinismo**

---

<sup>22</sup> “O capitalismo reduz tudo [...] ao estado de fluxos indiferenciados e descodificados, dos quais cada um deve tirar sua parte, de um modo privado e culpabilizado. É o regime da permutabilidade: qualquer coisa, em “justas” proporções, pode equivaler a qualquer coisa” (1987, p. 76).

Quase ninguém discorda que a obra máxima do pensador alemão Karl Marx é *O Capital*. No entanto, quando se trata dos *Grundrisse*<sup>23</sup>, as opiniões são divergentes. Antonio Negri (1998, p. 15) considera que os *Grundrisse* são, acima de tudo, a base para um estudo político profundo, e não simplesmente um trabalho útil para estudar a constituição d’*O Capital* e que através daquela obra, pode-se penetrar no “laboratório de Marx”. O autor sugere uma leitura dos *Grundrisse* a partir d’*O Capital* já que para ele o paradoxo do *Capital* foi ter assumido o campo político como campo fundamental de sua própria valorização. Negri encontra naquela obra as bases para o entendimento de que o desenvolvimento capitalista desembocará em uma sociedade em que o trabalho operário industrial tornar-se-á um elemento, de certa forma, secundário; para ele, quando a organização capitalista assume a sociedade por inteiro, o trabalho torna-se “produção de subjetividade”. Por isso, para Negri (1977), os *Grundrisse* devem ser entendidos, pois, como uma antecipação teórica da sociedade capitalista madura e deve-se partir da crítica da valorização capitalista presente n’*O Capital* para ciência da autovalorização operária, presente nos *Grundrisse*. Ainda para Negri, os anos próximos a 1968 assinalam, do ponto de vista das transformações sociais, que a lógica do desenvolvimento capitalista foi aberta e dilacerada: ela podia, a partir de então, ser percorrida no ritmo subjetivo dos seus componentes (assim como a lógica d’*O Capital* aparece geneticamente exposta nos *Grundrisse*). Negri elucida que do ponto de vista operário, as novas categorias da produção social forjadas pelo capitalismo emergiram como impulso à unidade e à extensão geral do projeto de apropriação da riqueza social, havendo então, uma compenetração do macro e do micro (estrutura e infraestrutura), que tornaram-se uma só totalidade, garantindo o comando capitalista sobre a sociedade inteira, ou seja, alargando seus tentáculos sobre todos os mecanismos produtivos e da força-trabalho e mais além, também sobre a reprodução (biológica, social). O capitalismo, por isso, não se restringe nos dias atuais, e nem mesmo em seu início, à “vida na fábrica”, pois sempre procurou forjar toda uma relação que extrapolava os limites fabris e que se tornou, em certo momento da história, na análise de Negri, insuportável. Ainda para o autor, a crise que assolou o *Capital* nos anos 1960, transformando o próprio Estado e forjando uma nova forma<sup>24</sup> era o sinal e o efeito da extensão do operário massa a toda sociedade: foi, acima de tudo, o grito contra a exploração socialmente organizada e a manifestação da força de colisão do operário massa que havia sido transformado em “operário social”.

### **A explosão do desejo social – os movimentos de 1968**

<sup>23</sup> Os *Grundrisse* foram escritos entre o fim de 1857 e o início de 1858.

<sup>24</sup> Estado-crise para Negri, que se forma na Itália pelos efeitos da crise institucional e da crise sócio-econômica.

Para Guattari & Negri<sup>25</sup> (1987, pp. 13-19), o movimento de 1968 foi a expressão de um descontentamento geral com relação à generalização da exploração em todos os níveis da vida humana e da sociedade<sup>26</sup>, marcando a crise do político. Através de um avanço nos processos de cooperação da força de trabalho, o Capital tentava promover uma integração do conhecimento coletivo da sociedade no trabalho, convertendo, pouco a pouco, as classes operárias em classes de consumo<sup>27</sup>. “A produção socializada conseguiu impor a sua lei no domínio da reprodução sobre quase toda a superfície do planeta...” (1987, p. 15). O descontentamento geral, que provocou um curto-circuito, passava exatamente por aí: a questão do “produzir” foi modificada, sofrendo constantes e importantes desterritorializações, atingindo todas as esferas da vida. O Capital procurava forjar uma generalização da exploração em todos os níveis da sociedade e 1968 deve ser entendido como uma tomada de consciência antagonista da transformação da produção social e dos processos de trabalho. *A subjetividade foi tornada então uma mercadoria e, como consequência, a questão da sua produção tornou-se, de certa forma, “tangível”*. Por isso, para eles, o problema da subjetividade deve estar na base das análises políticas, econômicas e sociais contemporâneas<sup>28</sup>. Guattari & Negri ainda apontaram que o capitalismo produzia um modelo de subjetividade tripolar, ou seja, que cortava sincronicamente todos os níveis de *inconsciente coletivo*, da *consciência pessoal* e de *subjetividades grupais* (familiar, étnica, nacional, racial etc.), e que *produzia um novo tipo de guerra civil (violência)*, não mais somente por meios policiais ou militares, mas também – e principalmente – *através de meios psicológicos e informacionais e pelas correspondentes estratégias culturais e políticas*.

Ainda para os autores, o movimento de 1968 foi capaz de revelar a fragilidade dos “contratos sociais” que haviam sido firmados para impedir os movimentos revolucionários do início do século XX; e 1968 também revelou a falha no compromisso social de eliminar as contradições

<sup>25</sup> Os autores analisam o movimento de 1968 principalmente a partir do ponto de vista político/econômico. Para eles, trata-se de uma revolta contra a não-liberdade dos sistemas tanto capitalista quanto socialista da época.

<sup>26</sup> “A força essencial de 68 residiu no fato de, pela primeira vez na história das revoltas humanas contra a exploração, o seu objetivo não ter sido uma simples emancipação, mas uma verdadeira libertação” (1987, p. 16, grifo dos autores).

<sup>27</sup> Somos cientes do debate contínuo sobre 1968. Enquanto que para alguns trata-se realmente de uma revolução, para outros não passou de um movimento estudantil ou de movimentos desconexos ao redor do mundo. Assumimos a posição de que 1968 lançou as bases para se repensar certos paradigmas da civilização moderna. Negri vê um movimento superlativo, afirmando ter se tratado da terceira grande guerra mundial (2010, p. 99). Para Guattari & Negri, aquela intensa e incrível experiência foi um símbolo. A revolução foi entendida como otimização de singularidades, como o começo de uma mobilização contra a situação desastrosa e as formas de comando daquela época. Já para Moretti (2014, p. 90), o movimento deve ser encarado como uma revolta ético-política – não especificamente contra o capitalismo. O movimento se apagou logo no início dos anos 1970 e não conseguiu resultados significativos de ordem político-material pela incapacidade de traduzir as variadas aspirações (das minorias) em projetos concretos. Somente na Itália o movimento continuou forte até culminar no movimento de 1977.

<sup>28</sup> Guattari (1987) havia percebido tanto a emergência de um novo regime – denominado por ele “Capitalismo Mundial Integrado” (CMI) – como a proeminência que, dentro dele, teria a produção de subjetividade.

do sistema capitalista mundial. Para eles, se antes de 1968 a produção podia ser considerada como baseada em valor de troca e valor de uso<sup>29</sup>, a grande conflagração de 1968, ao explicitar que as novas técnicas econômicas implicavam o domínio da reprodução da vida social, demonstrará que a *socialização tornara-se um elemento crucial da produção*. Tudo o que pertencia à esfera particular, tal como família, vida pessoal, tempo livre, fantasias, sonhos, estava prestes a tornar-se sujeito ao Capital. 1968 reconheceu-se como força oposta desta transformação da qualidade social da produção e dos procedimentos do trabalho. O Capital procurava tornar a sociedade “semelhante a uma imensa fábrica”, operando uma reconfiguração e uma nova geografia (desterritorialização) dos processos produtivos. Para eles, *a produção foi tornada “sociabilidade imediata”, e a exploração, generalizada em quase todos os níveis da sociedade, teve o efeito de conferir uma força produtiva à totalidade da humanidade e de redefinir a produção como fonte de infelicidades e explicitar novas formas de conflito político*.

Guattari & Negri também pontuam que como sempre aconteceu na história da exploração das lutas operárias, tais movimentos serviram de base teórica e prática para um contra-ataque do Capital, ou seja, foi promovida uma reorganização e reestruturação da organização do trabalho e do Estado<sup>30</sup>. A resposta do sistema passou, na década seguinte, por uma reestruturação de poder, promovendo finalmente uma *integração total do político e do econômico, do Capital e do Estado*. Tal restauração dos mecanismos de comando se deu, no entendimento deles, em duas direções. Em primeiro lugar, alargando os tentáculos da integração produtiva de forma global, submetendo o mercado mundial a instrumentos de controle monetário, de planificação produtiva, de imposição política. Dessa forma, os Estados nacionais foram varridos por uma verdadeira desterritorialização através, por exemplo, da ameaça do desemprego (deslocamento da produção para países onde é mais barato produzir); e também do controle dos circuitos de reprodução social, tendo as novas tecnologias e os novos processos o objetivo de “controlar os tempos singulares da vida”, transformando-os no tempo do Capital. Ao mesmo tempo – e como condição da constituição da integração mundial –, houve uma espécie de expansão da fábrica para o social, a integração da sociedade ao modo de produção comandado pelo Capital, a cadeia de produção estende-se para o

<sup>29</sup> “Neste quadro, a lei do valor não encarnava já nas semióticas monetárias e econômicas, enquanto simples proporção entre quantidades de trabalho concreto, mas enquanto massas de trabalho abstrato, desterritorializadas em graus diferentes e integrando aos fatores de tempo humano de trabalho diretamente submetidos à produção, “capitais” de conhecimento coletivo, de formação, de disciplina, e dispositivos mecânicos, informáticos, cada vez mais sofisticados e integrados à escala planetária” (GUATTARI & NEGRI, 1987, pp. 14-5).

<sup>30</sup> Guattari & Negri (1987, p. 32) apontam que a exploração do trabalho e o controle político em nível mundial foram marcados por uma série de operações como o abandono da paridade ouro-dólar e a crise petrolífera (ambas entre 1971 e 1973) que conferiu às multinacionais (americanas, principalmente) as regras da organização do trabalho e da hierarquia produtiva no âmbito mundial.

social, através da informatização do mesmo. Este fato permitiu a desterritorialização e a integração em nível global. A exploração pôde, a partir de então, ser cientificamente articulada dentro da esfera social e *a linha de montagem da produção industrial e comercial espalhou-se sobre o social não somente no sentido simbólico, mas também no sentido material*. A sociedade mundial passou então a ser inteiramente absorvida pelo modo de produção integrado. “A sociedade não está já apenas subsumida ao comando do capital, ela está totalmente absorvida pelo modo de produção integrado” (1987, p. 28)<sup>31</sup>. Para eles, essa reestruturação do poder pôde redefinir – através da difusão do controle social pelos meios de comunicação de massa e pela integração subjetiva de todo o social – as formas de exploração e extração da mais-valia.

Lazzarato (2011, p. 10) endossa as conclusões de Guattari & Negri. Para ele, aquela revolução anormal de 1968 operou uma mudança de paradigmas. Houve o rompimento, uma recusa com relação à forma então atuante do capitalismo – que operava uma dupla separação social<sup>32</sup> para ter o controle da sociedade inteira – mas que a partir de então não corresponde mais às suas formas preponderantes de acumulação e exploração. Ainda para Lazzarato, a “acumulação contemporânea é uma capitalização e integração da pluralidade das relações de poder e das formas de subjetividade que se constituíram a partir da ruptura desta dupla separação”. A consequência marcante desta dupla separação é o desvelamento da “economia subjetiva”, cujo motor seria definido pelos processos de produção de subjetividade. A diferença no tocante a esta subjetividade é que agora implica uma “subjetividade qualquer” (indivíduo por indivíduo, subjetividade por subjetividade, até abarcar toda a sociedade e todo o cosmo) e não somente a subjetividade operária, presa ao trabalho e à fábrica, pois para Lazzarato, se o trabalho foi a principal forma de exploração e de vigilância da “subjetividade geral” no capitalismo até 1968, o capitalismo que se instaurou nos anos seguintes já utilizava novas artimanhas e táticas para explorar e controlar a subjetividade, tais como a comunicação, a linguagem e a informação, ou seja, uma rede de agenciamentos ligados e interconectados uns com os outros. Para Lazzarato (2014, p. 45),

---

<sup>31</sup> A expansão do capitalismo por todo o planeta operou através de mecanismos flexíveis e muitas vezes não coercitivos, apesar de na sua imposição perante uma nova situação, ser repressivo. Os autores assinalam, por isso, que a análise do capitalismo pós-1968 não deve ser elaborada a partir de uma visão ingênua que levaria a vê-lo como a obra do monstro Leviatã, um animal artificial do livro homônimo de Thomas Hobbes. Não é porque não se consegue “localizar” o poder, que ele não existe. No capitalismo mundial, a origem do poder remonta sempre um grau mais alto.

<sup>32</sup> Opondo uma sociedade “improdutiva” a “produtividade das suas formas de organização”, que separava, assim, a subjetividade operária (sujeito produtivo) das condições sociais que a tornavam possível (trabalho reprodutivo das mulheres, formação, administração etc.); e, dentro da fábrica, dividindo o trabalho intelectual do trabalho manual, assegurando a hierarquização e o domínio do trabalhador coletivo.

A produção capitalista não é nada mais que um agenciamento de agenciamentos, um processo de processos, isto é, uma rede de agenciamentos ou processos (a empresa, o social, o cultural, o tecnológico, o político, o gênero, as comunicações, a ciência, o consumo), articulados uns com os outros.

O Capital forjou, sobretudo, a indissociação entre produção econômica e produção de subjetividade. Para Guattari & Negri (1987, p. 63), “produção e sociedade tornaram-se uma e mesma coisa”. Ele formou também redes de agenciamentos, não só de indivíduos, mas da totalidade dos elementos que entram em jogo na produção (elementos humanos, não-humanos etc.). Para Lazzarato (2013, pp. 86, 138-9, 198-9), as lutas sociais da década de 1960 promoveram a emergência de uma subjetividade que os dispositivos disciplinares não podiam mais controlar e o filósofo francês Michel Foucault foi um dos primeiros a perceber a articulação de um novo tipo de poder cuja ação não se restringia mais ao sujeito “fechado” na fábrica (nem no hospital ou na prisão), mas poderia se dar, a partir de então, em um espaço “aberto”, ou seja, sem barreiras, em toda a sociedade. Ainda para Lazzarato, governar significa, a partir de então, não mais (somente) impor força física, regras, ideologias (a expressão de poder de uma vontade sobre outra), mas sim utilizar-se de uma série de regulamentações flexíveis, que “sugere” a ação ao indivíduo. De qualquer forma, para ele não se trata de uma “manipulação” do ser humano (se bem que isso possa acontecer), mas sobretudo de uma mutação da subjetividade, para que ela se enquadre aos imperativos capitalistas.

### **Desejo, produção, subjetividade**

O capitalismo foi e continua a ser uma formidável máquina desejante. Os fluxos de moeda, de meios de produção, de mão-de-obra, de novos mercados, tudo isto é desejo que corre. Basta considerar a soma de contingências que estão na origem do capitalismo para ver até que ponto foi cruzamento de desejos, e que a sua infraestrutura, a sua própria economia, foram inseparáveis de fenômenos de desejos.

Gilles Deleuze

O capitalismo, em sua atual conjuntura, tem interesse nas diferentes máquinas de desejo e de produção. Sua intenção é conectar tudo isso na megamáquina: os braços do varredor de rua, as capacidades intelectuais do engenheiro, as capacidades de desejo da garota-propaganda.

Félix Guattari

O capitalismo, desde seus inícios, procurou assumir os desejos sociais. Nesse âmbito de análise, o movimento de 1968 abriu uma nova possibilidade de entendimento da sociedade capitalista. A obra *O Anti-Édipo* (2011), de Deleuze e Guattari, publicada poucos anos depois, em 1972, sob o influxo do movimento, eleva o desejo a um novo nível de compreensão. Se para a

psicanálise o desejo era entendido como “falta do objeto real” (o que coloca a própria realidade do desejo em uma “essência da falta”), para Deleuze e Guattari o desejo é produtor, e ele produz realidade: “Se o desejo produz, ele produz real. Se o desejo é produtor, ele só pode sê-lo na realidade, e de realidade” (2011, p. 43). Seu objetivo é o real, é o “possível”. Para eles, isso significa que o desejo e o seu objeto estão relacionados, sendo eles a própria relação. “O desejo é máquina, síntese de máquinas, agenciamento maquínico – máquinas desejantes. O desejo é da ordem da *produção*; toda produção é ao mesmo tempo desejante e social (2011, p. 390, grifo dos autores). O desejo funciona, assim, produzindo e multiplicando as (inter)conexões, acoplamentos, mitigando a diferença entre o real e o ideal até atingir o ponto de imanência. Essa proposição demonstra toda a força política que o desejo carrega. A produção desejante, dessa forma, coincide com a produção social. Deleuze e Guattari marcam a indistinção das práticas sociais e desejantes. Para eles, como o desejo e o social se sobrepõem, então o desejo deve ser considerado singular e inseparável do político, do econômico (indústria, informática), do trabalho, das instituições, da produção de subjetividade etc. Ainda para Deleuze e Guattari, o desejo trabalha e atua incessantemente sobre a história e por isso ele deve ser colocado no lado da produção.

Para Lazzarato (2014, p. 49), os pensadores, ao introduzirem a produção no próprio desejo, operaram uma revolução. Lazzarato ainda aponta que este novo entendimento do conceito de desejo, que é considerado igual ao “possível”, é uma definição “nova e revolucionária”. Lazzarato segue as pistas de Deleuze e Guattari e esclarece que desejar é sempre construir um agenciamento “que desdobra os possíveis e mundos que uma coisa ou pessoa contém”. Por isso, o desejo é sempre criador, sempre rompe barreiras da impossibilidade. Para Lazzarato (2014, p. 48), a produção de subjetividade é produtora de realidade, de realidade econômica. E admitir que o desejo é da ordem da produção, e não mais da fantasia, do sonho ou da representação, implica que ele sempre constrói um agenciamento, residindo aí a sua grande importância: “desejar significa agir em e para um coletivo” e por isso “o desejo não vem de dentro do sujeito. Ele sempre emana de um fora, de um encontro, de um acoplamento, de um agenciamento”. Ainda para Lazzarato (2014, p. 49), a produção capitalista apreende e explora “o processo de singularização e produção de novos modos de subjetivação centrados no desejo”. Lazzarato situa o desejo em uma pragmática de processos de produção, abrangente e englobante, não mais localizada em nível de agrupamento de indivíduos. O desejo, dessa forma, é sempre o modo de produção de algo, de construção de algo. “O desejo não é a expressão da subjetividade humana; ele emerge do agenciamento de fluxos humanos e não humanos, de uma multiplicidade de máquinas técnicas e sociais”.

Para Guattari (2007, p. 281-289) o “desejo” não é restrito ao indivíduo e por isso não deve ser pensado a partir de instâncias individuais (o desejo só é “individual” dentro da produção de subjetividade capitalista, que tende a manipulá-lo e serializá-lo). E também nunca é o homem “sozinho” que deseja. O desejo deve ser colocado enquanto formação coletiva e por isso ser pensado como pertencente e originado a partir de sistemas maquínicos, para ele muitas vezes altamente elaborados e diferenciados (lembramos que maquínico também não deve ser pensado como “mecânico”, pois para o autor existem máquinas técnicas, mas também máquinas sociais, abstratas, estéticas, teóricas, etc.)<sup>33</sup>.

Nunca é um homem que trabalha – e pode-se dizer o mesmo quanto ao desejo –; mas um agenciamento de órgãos e máquinas. Um homem não mais se comunica diretamente com seus semelhantes: os órgãos, as funções, participam de uma “montagem” maquínica, que coloca em conjunção cadeias semióticas e todo um cruzamento de fluxos materiais e sociais. (Exemplo: dirigindo um carro, os olhos leem a estrada, praticamente sem intervenção da consciência; a mão e o pé estão integrados às engrenagens da máquina, etc.) (GUATTARI, 1987, p. 181).

O maquinismo, na concepção dos pensadores, é um *agenciamento*, um encadeamento de múltiplos componentes: por isso ele possui ao mesmo tempo elementos atuais e virtuais, materiais e semióticos. Para Deleuze (2010, p. 281), o maquinismo é “qualquer sistema de corte de fluxo que supera simultaneamente o mecanismo da técnica e a organização do organismo” E este agenciamento maquínico – e dentro dele, a máquina técnica como um de seus componentes –, são “produtores de Ser”. Há nesses sistemas incontáveis elementos humanos e não humanos, “vivos” e “mortos”, subjetivos e objetivos, que “existem”, funcionam, interagem. Neste sistema, não se deve mais considerar o ser humano como único agente. Lazzarato (2013, p. 138) também afirma que a política do capitalismo implica não somente os humanos, mas também cada vez mais uma série numerosa de elementos não humanos.

Realmente nunca é um indivíduo, ou mesmo um grupo de indivíduos (intersubjetividade), que trabalha, comunica ou produz. No capitalismo, sempre se trabalha ou se produz dentro e no interior e através de um agenciamento coletivo. Mas o coletivo não consiste apenas em indivíduos e aspectos da subjetividade humana. Ele também inclui “objetos”, máquinas, protocolos, semióticas humanas e não humanas, afetos, relações microsociais e pré-individuais, relações supraindividuais e assim por diante (LAZZARATO, 2014, pp 43-4).

---

<sup>33</sup> Com relação à questão do conceito de maquínico (e suas mudanças) por Deleuze e Guattari, se na obra *O Anti-Édipo*, de 1972, eles foram responsáveis por introduzir o conceito de “máquina desejante”, em que propunham que o desejo fosse considerado como força produtiva, em *Mil Platôs*, publicado em 1980, já se percebe uma mudança em que a noção do maquínico será mais relacional (agenciamento maquínico).

Para Guattari (2007, pp. 42-3;48; 2012, p. 20), as máquinas se tornam cada vez mais importantes nos processos produtivos, pois todas as relações (de controle, de organização social) são cada vez mais adjacentes aos processos mecânico-maquínicos. A subjetividade pode ser, assim, manufaturada da mesma forma que a energia, o alumínio. Para ele, nesta configuração, o “indivíduo” está num cruzamento de variados componentes (inconscientes e conscientes) de subjetividade e a “produção do indivíduo” depende não só da conjunção pai-mãe, mas também cada vez mais de “determinações coletivas de várias espécies” (sociais, econômicas, tecnológicas, de comunicação etc.) e até mesmo da engenharia genética. Para o autor, portanto, nunca existe uma subjetividade estritamente individual, pois ela é fabricada também nas grandes máquinas (sociais, linguísticas, religiosas) que não podem ser qualificadas de humanas.

Guattari (1988) também foi responsável por dissociar radicalmente os conceitos de indivíduo e de subjetividade. Para ele, a subjetividade é independente da consciência, assim como também existe uma consciência independente da subjetividade (humana) individuada. Na produção de subjetividade, existe uma parte essencial pré-pessoal que não é humana, a partir da qual pode se desenvolver as suas múltiplas formas de gênese. Entre as condições que colaboram para a sua produção, ele inclui, além das fases psicogenéticas, as grandes máquinas sociais, linguísticas, mass-mediáticas, as quais não podem ser consideradas como “humanas”. Finalizamos recorrendo ao seu exemplo:

No ato de dirigir um carro, não é a pessoa enquanto indivíduo, enquanto totalidade egóica que está dirigindo: a individuação desaparece no processo de articulação servo-mecânica com o carro. Quando a direção flui, ela é praticamente automática e a consciência [...] não intervém. E, de repente, há sinais que requisitam novamente a intervenção da pessoa inteira (é o caso dos sinais de perigo). É claro que sempre se reencontra o corpo do indivíduo nesses diferentes componentes de subjetivação; sempre se reencontra o nome próprio do indivíduo; sempre há a pretensão do ego de se afirmar numa continuidade e num poder. Mas a produção da fala, das imagens, da sensibilidade, a produção do desejo não se cola absolutamente a essa representação do indivíduo. Essa produção é adjacente a uma multiplicidade de agenciamentos sociais, a uma multiplicidade de processos de produção maquínica, a mutações de universos de valor e de universos da história (GUATTARI, 2007, p. 40).

## CAPÍTULO 2 – Fábrica, máquinas, servidão maquinica

Para o capital, o trabalhador não é uma condição de produção, mas só o trabalho [o é]. Se ele puder realizá-lo por meio de máquinas ou até por meio da água, do ar, tanto melhor. E o capital não se apropria do trabalhador, mas do seu trabalho.

Karl Marx

As máquinas são, para Marx, produto de um processo histórico e a mecanização da produção é resultado do capitalismo. Nas fábricas, desde o início, as máquinas não cumpriram a promessa de liberar o trabalhador do trabalho<sup>34</sup>. Antes, aumentaram a carga sobre eles, atuando muitas vezes como “concorrentes”. A maquinaria era forjada pelo Capital como “potência hostil ao trabalhador” (MARX, 2013, p. 508). A máquina não liberou o homem *no* trabalho (fábrica), e hoje ela também não libera *do* trabalho: como veremos, usadas como dispositivos de poder, elas são responsáveis por jogá-lo cada vez mais dentro do processo econômico. Mumford (2009) endossa esse entendimento, afirmando que o Capital utilizou as máquinas técnicas – primeiro nas fábricas, depois na vida social – não para estimular o bem estar social, mas para que as classes governantes tivessem sempre mais poder e riqueza.

Marx assinalava, já nos *Grundrisse*, que são os seres humanos que constroem as máquinas e não a natureza: “A natureza não constrói máquinas [...]. Elas são produtos da indústria humana” (2011, p. 589, grifo nosso). Dessa forma, Marx sugere que as máquinas devem ser consideradas como “a encarnação das relações de poder”, e isso vale para todos os tipos de máquinas. Se a revolução da mecanização aconteceu exatamente na era capitalista (até mesmo, junto com o trabalho, servindo para caracterizar o sistema), inferimos que a máquina técnica pode ser definida como uma espécie de “cristalização do conflito social”. São as forças sociais que inventam, criam, moldam as máquinas, as quais movem-se conforme tal movimento. Qualquer crença no determinismo tecnológico passa longe deste entendimento.

Analisando a questão da introdução e do desenvolvimento da máquina técnica na fábrica, Mumford (2009, pp. 14, 55) aponta que qualquer coisa que “limite” as ações e os movimentos dos seres humanos, reduzindo-os a elementos mecânicos, pertence à fisiologia da era da máquina e que o autômato é a última fase de um processo que começou com o uso de uma ou outra parte do corpo humano como instrumento. Ou seja, a mecanização dos hábitos humanos

---

<sup>34</sup> “Considerada em si mesma, a maquinaria encurta o tempo de trabalho, ao passo que utilizada de modo capitalista, ela aumenta a jornada de trabalho; como, por si mesma, ela facilita o trabalho, ao passo que, utilizada de modo capitalista, ela aumenta sua intensidade; como, por si mesma, ela é uma vitória do homem sobre as forças da natureza, ao passo que, utilizada de modo capitalista, ela subjugua o homem por intermédio das forças da natureza; como por si mesma, ela aumenta a riqueza do produtor, ao passo que, utilizada de modo capitalista, ela o empobrece etc.” (MARX, 2013, p. 513).

preparou o caminho para levar adiante imitações mecânicas. Em poucas palavras, foi tornando as tarefas humanas em gestos repetitivos e simplificados que foi possível substituir o trabalhador por uma máquina. Marx (2013), por sua vez, já apontava que *uma máquina ocupa sempre um lugar e um espaço que previamente era território de uma divisão do trabalho*. Uma nova máquina, partindo de uma divisão de trabalho prévio, instaura-se visando uma expansão de nível e de escala de complexidade superiores. Não por acaso, vemos na obra máxima de Marx, o *Capital*, a questão das máquinas suceder a questão da divisão do trabalho, demonstrando que a divisão do trabalho social pode ser considerada uma espécie de máquina abstrata<sup>35</sup>.

### O capital fixo e as forças produtivas da sociedade

Agora é necessário entrar mais detalhadamente no mundo da maquinaria fabril. Marx (2013) assinala a máquina como capital fixo – aquele que se consome no próprio processo de produção do Capital (meio de produção, meio de trabalho). O capital fixo é, portanto, o agente da transformação da matéria-prima em produto. Entre as metamorfoses pelas quais o capital fixo passa no processo produtivo, a última é, para Marx, o *sistema [automático] da maquinaria*<sup>36</sup>. Ele descreve tal sistema como aquele que é acionado por uma força motriz (autômato que se movimenta por si mesmo). Essa força motriz é composta por “numerosos órgãos mecânicos e intelectuais, de modo que os próprios trabalhadores são definidos somente como membros conscientes dele” (MARX, 2011, p. 580). O trabalhador da fábrica aparece, então, não mais fazendo uso da máquina como um instrumento (objeto externo a ele). Seu “trabalho”, agora, uma mera abstração da atividade, passa a ser dominado e regulado pelo movimento da máquina, pois foi ela que passou a ter a virtuosidade, a capacidade de ação e da transformação da matéria-prima em produto<sup>37</sup>.

O processo de produção deixou de ser processo de trabalho no sentido de processo dominado pelo trabalho como unidade que o governa. Ao contrário, o trabalho aparece unicamente como órgão

<sup>35</sup> Na seção III d’*O Capital* (a produção do mais-valor absoluto), o capítulo 5 – o processo de trabalho e o processo de valorização – precede o capital constante e o capital variável (capítulo 6). Na seção IV (a produção do mais-valor relativo), apresenta a mesma ordem: ao capítulo 12 – divisão do trabalho e manufatura – sucede-se a maquinaria e grande indústria (capítulo 13), dentro do qual aparece “a fábrica” e “a luta entre trabalhador e máquina” nos itens 4 e 5, respectivamente.

<sup>36</sup> “sistema da maquinaria; o automático é apenas a sua forma mais adequada, mais aperfeiçoada, e somente o que transforma a própria maquinaria em um sistema” (MARX, 2011, p. 580). “A partir do momento em que a máquina de trabalho executa todos os movimentos necessários ao processamento da matéria-prima sem precisar da ajuda do homem, mas apenas de sua assistência, temos um sistema automático de maquinaria, capaz de ser continuamente melhorado em seus detalhes” (MARX, 2013, p. 455).

<sup>37</sup> As palavras de Marx são esclarecedoras: da especialidade em manusear uma ferramenta, o trabalhador é levado a servir de forma vitalícia uma máquina parcial. A maquinaria transformou o trabalhador “em peça de uma máquina parcial” (MARX, 2013, p. 494). Trata-se de mais uma violência que se renova a cada dia, sem data para findar.

consciente, disperso em muitos pontos do sistema mecânico em forma de trabalhadores vivos individuais, subsumido ao processo total da própria maquinaria, ele próprio só um membro do sistema, *cujá unidade não existe nos trabalhadores vivos, mas na maquinaria viva (ativa), que, diante da atividade isolada, insignificante do trabalhador, aparece como organismo poderoso...* (MARX, 2011, p. 581, grifo nosso).

Neste processo, a “unidade” que governa não é mais o “trabalho” (o processo de trabalho). O trabalho aparece nele disperso em forma de trabalhadores individuais, os quais são comandados pelo processo dominante da maquinaria. O trabalho vivo transforma-se, então, em mero acessório “vivo” da maquinaria e o trabalhador é colocado à margem do processo, não sendo mais o agente principal<sup>38</sup>. Agora é ele que serve à máquina, que tem de acompanhar o movimento dela: o trabalhador é incorporado como apêndice vivo.

Marx assinala, ainda, que a transformação do meio de trabalho em maquinaria operada pelo Capital não é casual: ao operar tal mudança, o Capital reconfigura o meio de trabalho (“herdado”) em uma forma adequada a si. O que aparece, então, como capital fixo é, para Marx, a materialização do acúmulo das “forças produtivas gerais do cérebro social” (saber, habilidade etc.)<sup>39</sup>. Com o desenvolvimento da maquinaria, o trabalho social geral torna-se representado no Capital, e não mais no trabalhador. Ainda para Marx, o *capital fixo torna-se, objetivamente, a medida da força produtiva da sociedade*, já que, no processo de produção imediato, ele é tornado o próprio ser humano<sup>40</sup>. Ao mesmo tempo, esse progresso geral alavanca a força produtiva do Capital, na medida em que o capital fixo indica o grau em que o Capital tem sobre si o controle do processo de produção como um todo, como um poder sobre o trabalho vivo. Recorremos ao seu célebre trecho:

[As máquinas] são produtos da indústria humana; [...]. Elas são órgãos do cérebro humano criados pela mão humana; força do saber objetivada. O desenvolvimento do capital fixo indica até que ponto o saber social geral, conhecimento, deveio força produtiva imediata e, em consequência, até que ponto as próprias condições do processo vital da sociedade ficaram sob o controle do intelecto geral e foram reorganizadas em conformidade com ele. Até que ponto as forças produtivas da sociedade são produzidas, não só na forma do saber, mas como órgãos imediatos da práxis social; do processo real da vida (MARX, 2011, p. 589).

<sup>38</sup> O trabalhador era considerado uma “máquina secundária”, nas palavras de Robert Owen, citado por Marx (2011, p. 593).

<sup>39</sup> “A *maquinaria* aparece [...] como a forma mais adequada do *capital fixo*, e o capital fixo [...] como a *forma mais adequada do capital de modo geral*” (MARX, 2011, p. 582).

<sup>40</sup> “no capital fixo, a força produtiva social do trabalho é posta como propriedade inerente ao capital; tanto a capacidade científica quanto a combinação de forças sociais no interior do processo de produção e, finalmente, a habilidade do trabalho imediato [são] transposta[s] para a máquina, para a força produtiva morta” (MARX, 2011, p. 597). Marx assinalará n’*O Capital* (2013, p. 463) que quanto menos trabalho humano uma máquina contém em si, menor é o valor que agrega ao produto. Mas, na nossa análise, a partir do momento em que a máquina é considerada como própria cristalização do trabalho humano, pode-se considerar que mais valor ela agrega.

Com essa operação, o Capital forja ao mesmo tempo o aumento da força produtiva do trabalho e a máxima negação do trabalho necessário (pontos que Marx assinala como a tendência necessária do Capital), já que o “saber”, na maquinaria, aparece como algo externo e estranho ao trabalhador.

Marx também assinala que quanto maior for a escala do desenvolvimento do capital fixo, mais a *continuidade* do processo de produção (ou seu “fluxo contínuo da reprodução”) é necessária, na medida em que seu valor (do capital fixo) só é reproduzido enquanto consumido no processo produtivo. Marx considera que *consumir* o capital fixo no processo produtivo é *usá-lo e desgastá-lo*. Sua durabilidade, por isso, significa aumento da força produtiva, pois quanto menos necessária é a troca da maquinaria, menos capital precisa ser investido inutilmente.

Mas o pensamento marxiano não se reduziu à questão da máquina dentro da fábrica. O ensinamento de Marx é claro: “A *maquinaria* aparece, portanto, como a forma mais adequada do *capital fixo* e o capital fixo [...] como a forma mais adequada do capital em geral” (2011, p. 582). *No capital fixo, o que é colocado como propriedade inerente do Capital não é somente a “habilidade do trabalhador”, mas também a capacidade e o desenvolvimento da ciência, em suma, “a força produtiva social do trabalho”.*

Como maquinaria, o meio de trabalho adquire um modo de existência material que condiciona a substituição da força humana por forças naturais e da rotina baseada na experiência pela aplicação consciente da ciência natural. [...] no sistema da maquinaria, a grande indústria é dotada de um organismo de produção inteiramente objetivo, que o trabalhador encontra já dado como condição material da produção (MARX, 2013, p. 459).

Marx já previa que a organização do Capital poderia ser, então, a partir de um certo desenvolvimento, não mais restrita ao âmbito do trabalho, tendo a capacidade de se expandir e formar uma espécie de “fábrica social”. Mas também, como veremos no próximo item, essa evolução se deu primeiro dentro da fábrica.

### **Cooperação das máquinas e sistema de maquinaria**

Para mostrar sua compreensão a respeito da “fábrica social”, Marx destaca o surgimento, dentro da fábrica, de um sistema automático de maquinaria.

Fábrica significa a cooperação de diversas classes de trabalhadores, [...] que com destreza e diligência vigiam um sistema de maquinaria produtiva que é colocada em ação por uma força central (o primeiro motor) [...] Esse termo, em sua acepção mais rigorosa, traz consigo a ideia de

um vasto autômato, composto por inúmeros órgãos mecânicos e intelectuais, dotados de consciência própria e atuando de modo concertado e ininterrupto para a produção de um objeto comum, de modo que todos esses órgãos estão subordinados a uma força motriz que se move por si mesma.<sup>41</sup>

Marx (2013, pp. 452-3, 491) apontava a distinção entre a *cooperação de muitas máquinas de um mesmo tipo* e o *sistema de maquinaria*. Para ele, a primeira parte da descrição refere-se a qualquer aplicação possível da maquinaria em grande escala (cooperação de muitas máquinas *de um mesmo tipo*); a outra caracteriza a sua aplicação capitalista mais desenvolvida, por conseguinte, o moderno sistema fabril, em que o mecanismo forma um *sistema contínuo e é movido por uma força motriz que se move por si mesma*. No primeiro caso, a máquina realiza todas as operações diversas que eram realizadas antes por um artesão – a mesma máquina produz o produto por inteiro –, e o trabalhador coletivo combinado aparece ainda como sujeito dominante. Já o sistema de maquinaria caracteriza-se por uma combinação de máquinas de trabalho especializadas, diversificadas, em que o objeto de trabalho percorre uma sequência lógica e conexa, passando por estágios produtivos em que uma combinação de máquinas de trabalho parciais – um sistema articulado e contínuo – é responsável pela quase totalidade do processo. Com a aplicação técnica da mecânica, química etc., Marx (2013, p. 454) esclarece que “cada máquina parcial fornece à máquina seguinte sua matéria-prima”, e a máquina é “tanto mais perfeita quanto mais contínuo for seu processo total”, o que significa dizer “quanto menos interrupções a matéria-prima sofrer ao passar de sua primeira à sua última fase”, ou seja, quanto menos a “mão humana” for responsável por essas passagens. Para ele, tão logo um grande autômato seja movido por um motor que se move por si próprio, está constituído um sistema de maquinaria e isso só foi possível porque o trabalhador foi previamente adaptado a um processo, que por sua vez fora adaptado ao trabalhador.

pela divisão do trabalho, que transforma as operações dos trabalhadores cada vez mais em operações mecânicas, de tal modo que a certa altura o mecanismo pode ocupar os seus lugares. [...] Por conseguinte, *um modo de trabalho determinado aparece aqui diretamente transposto do trabalhador para o capital na forma da máquina* [...] (MARX, 2011, p. 587, grifo nosso).

Para Marx, o sistema automático de maquinaria aparece, então, quando a máquina já é capaz de executar todos os movimentos, necessitando não mais da “ajuda” humana ativamente, mas apenas de sua assistência, praticamente de forma passiva. Para Deleuze e Guattari (2012), é a

---

<sup>41</sup> Esta citação é o resultado da comparação das duas transcrições de Marx a respeito da definição de Andrew Ure, presentes tanto nos *Grundrisse* quanto n’*O Capital* (MARX, 2011, p. 578; 2013, p. 491, grifos de Marx) e que apresentam entre si algumas pequenas diferenças.

segunda definição a literal e concreta – que relaciona máquinas e homens à manufatura como corpo pleno que as máquina.

Guattari (1987, p. 212), seguindo Marx, aponta que foi a evolução da divisão social do trabalho e o desenvolvimento da maquinaria que constituiu cada vez mais imensos conjuntos produtivos, mas que em certo ponto do desenvolvimento, os maquinismos não se restringiam mais apenas à fábrica, à unidade fabril. Para ele “o lugar da integração maquínica” não se referia mais somente aos lugares de produção, como a fábrica, por exemplo, “mas igualmente a todos os outros tipos de espaços sociais e institucionais”. E ele ainda destacava que a revolução informática era responsável por acelerar consideravelmente esse processo de integração.

### **Máquinas humanas e valor**

Marx (2013, p. 445, 460) é categórico em afirmar que a máquina, por si só, não cria valor. Para ele, ela *tem* valor, e por isso mesmo, o transfere ao produto, constituindo-se num componente do último e sendo, por isso, *um meio para a produção de mais-valia*<sup>42</sup>. Assim, para ele, a maquinaria, como qualquer outro componente do capital constante, entrava por completo no processo de trabalho, mas apenas parcialmente no processo de valorização.

Se no sentido marxiano a máquina, apesar de ter valor e transferi-lo ao produto, não criava valor, sendo somente um meio para produção de valor<sup>43</sup>, Deleuze e Guattari (2012, pp. 168-71) atentos ao aumento crescente do capital constante (maquinaria, automação), numa época que deslumbrava uma forte onda de desenvolvimento da informática, levaram as afirmações de Marx a uma nova compreensão. Eles inferem que o capital constante é a própria inteligência coletiva materializada (o ser humano com seus saberes e conhecimentos) e propõem uma espécie de subdivisão da mais-valia em mais-valia humana e mais-valia maquínica. Para eles, enquanto a mais-valia humana era produzida especificamente pelo operário, e o local de sua produção era a fábrica ou a empresa (capital variável, regime de sujeição social), na automação, o capital constante (a partir do qual, para eles, extrai-se a mais-valia maquínica) proporcionalmente cresce muito, *instaura-se uma servidão generalizada na sociedade* (uma superexploração, tendo como efeito, também, uma mudança no regime do trabalho). Como o capital constante agora é, para eles, “explorado”, então produz mais-valia, uma mais-valia maquínica<sup>44</sup>.

<sup>42</sup> Marx notava a grande diferença entre “a máquina como formadora de valor e como elemento formador do produto” (cf. MARX, 2013, p. 460).

<sup>43</sup> As máquinas, para Marx, não produziam valor, pois, diferentemente dos trabalhadores, não podiam ser “exploradas”.

<sup>44</sup> Para Camargo (2011), “o conceito de general intellect se refere a um determinado grau de desenvolvimento do capitalismo em que um conhecimento abstrato, tanto de natureza científica, como não apenas dela passa a ocupar o

se reconhece que as máquinas também “trabalham” ou produzem valor, que elas sempre trabalharam, e que trabalham cada vez mais em relação ao homem, que, assim, deixa de ser parte constitutiva do processo de produção para se tornar adjacente a esse processo. Portanto, há uma mais-valia maquínica produzida pelo capital constante, que se desenvolve com a automação e com a produtividade... (DELEUZE & GUATTARI, 2011, pp. 308-9).

Deleuze e Guattari (2011, p. 311) afirmam que o capitalismo, ao libertar “fluxos de código” na ciência e na técnica, forja uma “mais-valia maquínica que não depende diretamente da ciência nem da técnica, mas do Capital, e que vem juntar à mais valia humana”. Essa proposição revela que a mais-valia “total” (mais-valia de fluxo, para Deleuze e Guattari) é constituída pelo conjunto da mais-valia humana e da mais-valia maquínica. Eles destacam que a mais-valia humana é produzida pelo capital variável, enquanto a mais-valia maquínica pelo capital constante (conhecimentos e capacidades que se “materializaram” nas máquinas, transformação do “intelecto geral” em capital constante). Para eles, tanto o trabalho mais elementar de um operário como o “capital de conhecimento” (a informação, a formação qualificada, o conhecimento), são partes constituintes do Capital<sup>45</sup>. Deleuze e Guattari tiveram a sensibilidade de perceber e sugerir uma nova forma de acumulação de valor (produto do conhecimento), e referiram-se à “mais-valia maquínica” como aquela extraída do processo de transformação do intelecto geral em capital constante.

### **A primeira megamáquina social**

Diferentemente dos tempos do capitalismo industrial, em que a exploração do trabalhador e a extração da mais-valia se davam em um lugar específico – na fábrica – hoje as grandes empresas globais tornaram-se megamáquinas de captura da mais-valia da sociedade como um todo. É a partir da megamáquina antiga, analisada por Lewis Mumford, que Deleuze e Guattari atualizam e ampliam o seu conceito.

Mumford (1967) utiliza a definição clássica de máquina de Franz Reuleaux – “combinação de partes resistentes, cada uma especializada em uma função, operando sob controle humano, para utilizar energia e realizar trabalho” – para assinalar que a primeira grande máquina que o ser humano forjou foi a megamáquina social. Ele destaca que a megamáquina social sempre

---

papel de principal força produtiva na forma de uma intelectualidade difusa que substitui aquelas formas de trabalho repetitivo exercido pelo proletariado”. Ele refere-se a esse momento como “algo não mais mensurável mesmo nos termos de trabalho abstrato”. Ele também pontua que o capitalismo contemporâneo apresenta uma produtividade geral, expandida ao conjunto da sociedade, que não é mais apreensiva materialmente.

<sup>45</sup> Tal proposição é baseada, de certa forma, no entendimento que os autores (2012, p. 311) tiveram a partir da análise do item “Capital fixo e desenvolvimento das forças produtivas da sociedade” dos *Grundrisse* de Marx.

operou através de uma força coercitiva (e também repressiva); mas a grande divisão que o autor opera é que enquanto as máquinas técnicas inventadas pelo Capital na fábrica procuravam diminuir o trabalho humano<sup>46</sup>, através da tentativa de extrair a máxima quantia de trabalho com o menor emprego do esforço, a megamáquina humana antiga (que constituía uma servidão maquínica generalizada) era usada como artifício de exploração máxima do trabalho humano<sup>47</sup>. Quanto mais humanos participavam de sua constituição e mais trabalho era extraído – aliado a uma organização eficiente<sup>48</sup> –, mais poderosa ela se tornava. Em poucas palavras, dentro da megamáquina, o que contava era a quantidade de pessoas e de trabalho que ela conseguia pôr em jogo: a megamáquina ostentava o aprisionamento e a escravização de seus componentes humanos e só trabalhava a partir de trabalho forçado. A energia que ela dispunha era proveniente da escravização. Os homens eram vistos não de forma individual, mas coletiva. E uma vez que a conduta tornou-se ordeira e previsível, os desvios, as rebeliões, tornaram-se cada vez menos frequentes. O poder exercido pelo soberano implicava em uma subordinação das aptidões individuais e a unificação de uma multidão de subordinados para realizar o objetivo do rei. E isso tudo à custa de uma intensa concentração de habilidades e esforços em cada etapa do processo, já que, na análise de Mumford, o “trabalho da máquina só pode ser feito pelas próprias máquinas”. Isso implica dizer que na servidão maquínica, os humanos são despidos de suas singularidades para que alcancem, dentro da grande engrenagem, uma performance mecanicamente perfeita (eram tornados máquinas).

Mumford detalha também que a grande lição da megamáquina social primitiva é que ela implicou numa transformação dos modos de viver anteriores, cobrindo todos os aspectos da vida, e dando à menor unidade “social” um “destino cósmico que transcendia a mera existência biológica ou continuidade social. Para ele, nas novas cidades, “todas as partes humanas foram juntadas, formando uma unidade superior” (1967, p. 208). Além disso, a invenção da megamáquina serviu de modelo para todas as formas de organização mecânica que a sucederam<sup>49</sup>, como por exemplo, a megamáquina capitalista, objeto de nosso trabalho.

---

<sup>46</sup> Reduzir o trabalho no sentido de reduzir a dependência da fábrica do trabalho realizado pelos trabalhadores. A máquina, utilizada de modo capitalista, não poupa trabalho, mas tempo de produção da mercadoria.

<sup>47</sup> Marx (2011, p. 578), citando Piercy *Ravenstone*, pontua que “a máquina não é posta em ação pela escassez de homens, mas pela facilidade com que estes são reunidos”.

<sup>48</sup> Os hieróglifos nas tumbas e nos sarcófagos apontam que o trabalho de cada indivíduo era subdividido minuciosamente em partes: cada um sabia minimamente de suas responsabilidades dentro do processo. Um grupo era responsável por encontrar a pedra, outro por medi-la, outro por talhá-la, outro pelo transporte etc. (MUMFORD, 1967, p. 193).

<sup>49</sup> Marx (2013, p. 457) já tratava deste problema: “... a revolução no modo de produção da indústria e da agricultura provocou também uma revolução nas condições gerais do processo de produção social”, que promoveu, a partir de então, desterritorializações de trabalhadores em nível mundial.

### A megamáquina capitalista – entre sujeição social e servidão maquínica<sup>50</sup>

Na obra *Mil Platôs* (2012), Deleuze e Guattari expõem uma novidade radical em um subcapítulo intitulado “O Estado e suas formas”. Eles retomam o conceito da megamáquina primitiva de Mumford e propõem que o capitalismo atual a reinventou, forjando uma nova face “Imperador” – que opera por nós, redes, capturas – a servidão maquínica<sup>51</sup>. Talvez à época de ambos, o desenvolvimento do que eles previam não era tão claro quanto na atual conjuntura do capitalismo mundial. Mas eles propuseram que o capitalismo começava a operar a partir de um duplo regime de servidão: a sujeição social e a servidão maquínica – a verdadeira novidade do capitalismo pós 1970).

Distinguimos como dois conceitos a servidão maquínica e a sujeição social. Há servidão quando os próprios homens são peças constituintes de uma máquina, que eles compõem entre si e com outras coisas (animais, ferramentas), sob o controle e a direção de uma unidade superior. Mas há sujeição quando a unidade superior constitui o homem como um sujeito que se reporta a um objeto que deveio exterior, seja esse objeto um animal, uma ferramenta ou mesmo uma máquina: o homem, então, não é mais componente da máquina, mas submetido pela máquina. Não que o segundo regime seja mais humano. Mas o primeiro parece remeter por excelência à formação imperial arcaica [império egípcio]: os homens não são ali sujeitos, mas peças de uma máquina que sobrecodifica o conjunto (DELEUZE & GUATTARI, 2012, p. 168).

A grande novidade operada foi a descoberta de que o sistema forjou um duplo regime de tratamento da produção de subjetividade, a sujeição social – centrada na subjetividade do sujeito individual –, e a servidão maquínica – que envolve uma multiplicidade de subjetividades e protosubjetividades (humanas e não humanas), máquinas, maquinismos etc. Apesar de heterogêneos, esses dois processos são complementares, interdependentes e essenciais para o funcionamento do capitalismo. A sujeição e a servidão devem ser consideradas, então, como dois polos coexistentes: no capitalismo atual, o ser humano é sujeitado e submetido a ambos os processos conjuntamente.

Lazzarato (2013, p. 148; 2014, p. 27) segue as pistas de Deleuze e Guattari, afirmando que a organização da produção que o capitalismo exerce se dá através desses dois dispositivos – sujeição social e servidão maquínica –, mas cujos resultados diferem: enquanto a sujeição social

<sup>50</sup> O termo servidão, tomado de empréstimo da cibernética, significa o “governo” dos componentes de um sistema. A especificidade da servidão no capitalismo é que a sua constituição é “assistida” pela tecnologia (no império egípcio antigo, os homens constituíam-se em engrenagens de uma megamáquina social, que eles compunham entre si com outras coisas como animais e ferramentas, por exemplo), sob o controle e a direção de uma unidade superior, mas absoluta e impessoal, constituindo uma “escravidão sem mestre”.

<sup>51</sup> Para Lazzarato (2014, p. 80), o conceito de sujeição (com algumas variações), já era conhecido pela filosofia e pela sociologia dos últimos cinquenta anos. Mas entender que o Capital também se utiliza de um outro dispositivo heterogêneo e complementar – e diríamos preponderante –, denominado “servidão maquínica”, é a contribuição inédita e original de Deleuze e Guattari, mas desconhecida por grande parte dos estudiosos e da sociologia contemporânea.

“fabrica o sujeito individual”, a servidão maquínica apresenta como resultado a dessubjetivação – o exato contrário. Ainda para Lazzarato (2013), na governabilidade capitalista, a produção de subjetividade e a valorização tornam-se coincidentes, operando na produção de valor econômico e para ele, esse tipo de governabilidade é capaz de operar um duplo processo: ao mesmo tempo em que intervém sobre a capacidade total do “dividual” – servidão maquínica –, explorando-o até o seu limite (dessubjetivando, polarizando), maximiza a sujeição social, constituindo o indivíduo, moldando-o.

Lazzarato (2014, pp. 42-4) nota que na servidão maquínica inexistente a proporcionalidade entre trabalho individual e produção, já que por haver uma relação recíproca de comunicação nos dispositivos “homens-máquinas”, há liberação de potências de produção (como, por exemplo, uma reversibilidade entre produção e recepção – consumo) incomensuráveis se comparadas com as do emprego e do trabalho humano. O Capital extorque, então, não apenas uma extensão do tempo de trabalho, mas é responsável por instaurar um processo que explora a diferença entre a sujeição e a servidão, ou seja, a parte não “mensurável”. Ainda para Lazzarato (2013, p. 147), o capitalismo se define como uma máquina social, uma megamáquina, na qual entre humano e não humano, entre homem e máquina, entre o organismo e a técnica, existe comunicação, recorrência, reversibilidade.

Na servidão maquínica, o indivíduo faz parte de uma grande engrenagem, uma parte de um agenciamento (seja do tipo agenciamento “empresa”, “mídia”, “Estado de bem-estar social” etc.). Nesta configuração ele é, pois, adjacente às máquinas, formando, como vimos, sistemas “homens-máquinas”. A grande máquina social capitalista forjou um aparato maquínico-técnico para capturar e apreender toda a subjetividade produzida fora das fábricas. *Hoje, nas sociedades capitalistas, o viver é cada vez mais “maquinocêntrico”*, isto é, a subjetividade humana (falar, comunicar, agir, pensar) vem à tona “assistida” por todos os tipos de máquinas, sejam elas mecânicas, termodinâmicas, cibernéticas e de computação. O campo da ação se dá cada vez mais dentro de um grande agenciamento, pois os dispositivos da megamáquina capitalista contemporânea vão bem além da fábrica (na qual, muitas vezes, dava-se a sua iniciação). Se a fábrica, como vimos, forjava a instrução prévia do trabalhador para que adequasse seu movimento ao movimento uniforme e contínuo de um autômato, hoje o incentivo às tecnologias pode ser considerado o rito de passagem, o rito de iniciação das empresas, da sociedade de consumo, da mídia, do Estado, enfim, do sistema capitalista. O comportamento, as atitudes, os estilos de vida, tanto no trabalho quanto na

vida cotidiana são cada vez mais capturados e direcionados pelas máquinas sociais e técnicas<sup>52</sup>. Até mesmo nas ações mais “humanas” que se possa imaginar tais como escrever, pensar, comunicar, falar, tudo isso tem se dado de forma assistida/suportada por uma geração cada vez mais inteligente de máquinas técnicas, as quais, como vimos, não são consequências de um mero determinismo tecnológico.

### **Dispositivos homem-máquina e Sistemas homens-máquinas**

Se as máquinas motrizes constituíram a segunda idade da máquina técnica, as máquinas da cibernética e da informática formam uma terceira idade que recompõe um regime de servidão generalizado: “sistemas homens-máquinas”, reversíveis e recorrentes, substituem as antigas relações de sujeição não reversíveis e não recorrentes entre os dois elementos; a relação do homem e da máquina se faz em termos de comunicação mútua interior e não mais de uso ou de ação (DELEUZE & GUATTARI, 2012, p. 169).

Deleuze e Guattari (2012, p. 169), utilizando-se do trabalho de Maurice de Montmollin (*Les Systèmes hommes-machines*), consideram que a ergonomia difere os dispositivos “homem-máquina” – que devem ser vistos sob o ponto de vista dos postos de trabalho – dos sistemas “homens-máquinas”, os quais por sua vez devem ser considerados como “conjuntos comunicantes de elementos humanos e não humanos” (analogia também que vimos entre máquina e cooperação de diferentes tipos de máquinas). Para eles, na relação do ser humano com as máquinas, no momento em que o ser humano faz uso delas, ele forma, com elas, um dispositivo homem-máquina, no qual as máquinas são apenas ferramentas, instrumentos, um objeto externo – uma relação de uso e ação. Já quando a relação com a máquina não é mais somente com um objeto externo com a qual ele faz uso, mas o ser humano é tornado então adjacente a elas, temos o advento de um sistema homens-máquinas, que caracteriza a servidão maquínica. Para Lazzarato (2014), este dispositivo não forja mais o dualismo sujeito/objeto nem qualquer outro tipo de dualismo. Sua ação se dá nos níveis pré-conscientes, pré-verbais, subpessoal, e o indivíduo (agora díviduo) age como uma parte de uma grande engrenagem, constituindo dispositivos “homens-máquinas”, em que “homens e máquinas são meras partes recorrentes e intercambiáveis de um processo de produção, de comunicação, consumo etc. que os excede”. Ainda para o autor, os afetos, sensações, cognições,

---

<sup>52</sup> O rito de iniciação capitalista passa até mesmo pela educação, com as empresas assumindo o papel do Estado. A Bridge Internacional Academies, órgão que mantém cerca de 400 escolas no Quênia e na Uganda (e com planos de se expandir para Nigéria e Índia), tem entre seus financiadores Mark Zuckerberg, fundador e presidente do Facebook, e Bill Gates, fundador da Microsoft (*O Estado de São Paulo*, 01/08/2015, p. A21). Cada vez mais é importante ensinar os ritos da iniciação capitalista desde cedo, e se o controle e o conteúdo das escolas são feitos pelas próprias empresas, o sistema conseguirá imprimir os seus padrões de forma mais fácil.

força física, memória transformam-se em “componentes” e o resultado desta síntese não reside mais na “pessoa”, mas sim no agenciamento ou no processo. A produção, o consumo, a comunicação acontecem de forma que tanto os humanos quanto as máquinas são apenas peças intercambiáveis. Ainda para Lazzarato, neste sistema, o humano já não “age” mais (se “agir” for entendido como função do sujeito): ele constitui entradas e saídas, inputs e outputs nos processos econômicos, sociais ou comunicacionais geridos e governados pela servidão, e por isso a “individualidade” passa a não mais existir neste regime<sup>53</sup>.

---

<sup>53</sup> “Os servomecanismos são normalmente representados por diagramas de blocos que revelam a dependência funcional entre os elementos de um sistema de controle. A entrada é a meta (ideal) do sistema sob controle, que recebe comandos (entradas) de “operadores humanos” num sistema homem-máquina. Neste contexto, os homens são encarados como dispositivos que processam (transformam) informação para uma ação conformada às necessidades de um dado sistema. Deste ponto de vista, as ações humanas limitam-se a ser pensadas como adequadas ou não enquanto funções de um sistema global” (GUATTARI, 1987, p. 208 [nota da tradutora Suely Rolnik]).

### **EXCURSO I: Internet das coisas, internet de tudo – o novo maquinismo mundial**

Para Deleuze e Guattari (2011) o que o Capital coloca em jogo não são somente as seduções da publicidade, nem tampouco a interiorização individual dos objetos e dos valores da sociedade de consumo (sujeição social). Para eles, algo da máquina participa ativamente da essência do desejo humano. Basta pensar que para exercer nossas atividades “humanas” (falar, pensar, escrever, divertir), somos cada vez mais dependentes de máquinas (técnicas, sociais) e auxiliados por dispositivos sempre mais “inteligentes”. O Capital forja, assim, o agenciamento de elementos pré-pessoais, pré-verbais<sup>54</sup>, suprapessoais, infrapessoais, infrassociais. Ainda para Deleuze e Guattari, a revolução informática acelera e torna possível o processo contaminador de integração da subjetividade geral. Se antes a exploração acontecia em um lugar específico (na fábrica) e em um tempo determinado (tempo de trabalho), hoje sua exploração pode acontecer em todos os espaços (sociais e institucionais) e alcançar todos os indivíduos, já que a tecnologia está progressivamente se incorporando a atividades do dia a dia. E isso acontece de maneira paralela ao desenvolvimento das máquinas, objetos e produtos que são capazes de se conectar entre si mesmos, que formam uma imensa rede mundial, e que por sua vez tornarão a tecnologia mais imperceptível ainda, pois ela estará cada vez mais “embutida”, presente, mas despercebida. E com o cruzamento de um sem-número de dados, será possível obter diversas aplicações, desde detectar padrões de comportamento do consumidor até gerar informações necessárias para gerenciar automaticamente a manutenção de máquinas nas fábricas. O mais recente desenvolvimento da indústria e de sua forma de produzir é o caso do que vem atualmente chamado de “Indústria Inteligente”<sup>55</sup>. Trata-se de um sistema maquínico elaborado que combina a complexa integração dos processos físicos, computacionais, de comunicação e de redes (fábricas “inteligentes”). Nessas fábricas, linhas de montagem e produtos “conversam” ao longo do processo de fabricação. Para Henning Kagerman, diretor da Academia Alemã de Ciência e Engenharia, país que está na dianteira desse processo, “numa fábrica inteligente, trabalhadores, máquinas, produtos e matérias-primas se comunicam de forma tão natural quanto pessoas numa rede social”<sup>56</sup>. Nessa nova configuração industrial, o papel dos trabalhadores

<sup>54</sup> Guattari utilizava frequentemente o trabalho de Daniel Stern (O mundo interpessoal do bebê: uma visão a partir da psicanálise e da psicologia do desenvolvimento. Porto Alegre: Artes Médicas, 1992) afirmar a existência de múltiplos “sis” pré-verbais, apontando a existência de pelo menos três “sentidos de si” antes do “sentido de si verbal”. Há um mundo pré-verbal que é ao mesmo tempo global e subjetivo, no qual a divisão sujeito/objeto ainda não ocorre. Este mundo, que opera fora da consciência, ou anteriormente a ela, é o mundo em que reside o “domínio fundamental da subjetividade humana”. Todos esses sentidos, entretanto, devem ser tratados como “níveis de subjetivação” e não como etapas de amadurecimento, valendo para todo o período da vida humana (cf. Lazzarato, 2014, pp 90-95).

<sup>55</sup> Também chamada de Indústria 4.0, marcando a quarta etapa da revolução industrial: a primeira foi a mecanização da produção, a segunda a produção de massa com a energia elétrica, a terceira a eletrônica para automatizar a produção.

<sup>56</sup> Revista Exame, 09/07/2014, pp. 39-44.

limita-se a apenas abastecer as máquinas com os insumos e verificar o andamento dos processos. Caminhamos para um verdadeiro maquinismo mundial, em que os objetos nas indústrias, nas casas, nos escritórios, nos veículos e nos órgãos públicos têm cada vez mais a possibilidade de se comunicar<sup>57</sup>.

Deleuze e Guattari (2012, pp. 168-170) afirmam que o capitalismo, ao se tornar uma empresa mundial de subjetivação, foi capaz de operar a reinvenção da megamáquina mundial, em cuja constituição apresentam-se, hoje, “sistemas homens-máquinas”. A relação do homem e da máquina acontece, neste regime de servidão maquínica através de “comunicação mútua interior” que não passa necessariamente pela linguagem, mas por códigos de programação, cuja especificidade é a executabilidade, sua capacidade de agir no real.

Para Porter & Heppelmann, a tão em voga expressão “internet das coisas”<sup>58</sup> reflete o crescente número de produtos conectados e “inteligentes”. Ainda para eles, a internet é “apenas um mecanismo de transmissão de informações”<sup>59</sup> e por isso não é ela que “torna” os produtos inteligentes, mas sim a “mudança da natureza das coisas”, a saber, as capacidades expandidas dos produtos conectados e os dados que os mesmos geram, fazendo com que a tecnologia da informação integre o próprio produto. Assim, os produtos, que antes eram basicamente compostos de partes elétricas e mecânicas, têm se tornado cada vez mais sistemas complexos de hardware, software, sensores etc.

O que nos interessa fortemente dos dois autores ao nosso trabalho é o que eles denominam de “*capacidade dos produtos inteligentes e conectados*”, que eles agrupam em quatro áreas: monitoramento, controle, otimização e autonomia, em que cada uma depende da área precedente. Para eles, a inteligência e a conectividade permitem que um produto possa incorporar todas as quatro. O “monitoramento” seria a característica mais “primitiva” de determinado produto

---

<sup>57</sup> Na cena mais famosa de Mary Poppins, em sua versão para o cinema produzida por Walt Disney em 1964, a protagonista estala os dedos e uma série de objetos como armários, gavetas, baús, se abrem e as roupas e brinquedos das crianças que ela cuida vão precisamente para o lugar onde devem ser guardados. Parece que hoje estamos por vivenciar um momento em que o ser humano quer dotar os objetos de “personalidade”. Lazzarato (2013) pontua que não se trata de uma simples reversão da atividade do sujeito que se manifestaria como animação do objeto, mas de um processo que requer a consideração da subjetividade humana para as protossujeitvidades maquínicas, biológicas, sociais etc.

<sup>58</sup> Atualmente há um debate sobre os significados da “internet das coisas” e da “internet de tudo”. Embora as duas expressões estejam ligadas a um único fenômeno, enquanto a “internet das coisas” seria a interligação de objetos conectados via rede (uma comunicação entre dispositivos e não mais entre dispositivo e usuário), a “internet de tudo” envolveria outras dimensões como pessoas, processos e dados.

<sup>59</sup> “Para as empresas industriais, mas também para aquelas que gerem redes sociais (por exemplo Facebook) ou mecanismos de busca (Google), para agências de pesquisa, para os bancos de dados, para estudos ou para o mercado, para a sociedade de marketing, nós não somos somente sujeitos, mas também uma fonte de produção, de troca e de transformação de informações. As nossas tarefas, como componentes técnicas, limitam-se a garantir o funcionamento da máquina, fornecendo a ela a matéria prima, isso é, a informação” (LAZZARATO, 2013, pp. 148-9).

e se dá através de fontes externas de informação e sensores que possibilitam saber a condição do produto e/ou seu ambiente externo. Numa etapa seguinte, o “controle” se dá através de um produto construído com um software que permite tanto o controle das suas funções quanto a sua personalização. Na “otimização”, há uma abrangência múltipla de diagnósticos que podem ser realizados através de algoritmos que operam (no real) a fim de melhorar o desempenho ou corrigir rotas. E a “autonomia”, a quarta capacidade é uma inovação radical que leva os produtos à sua operação autônoma<sup>60</sup>. Ainda para os autores, esses produtos inteligentes têm, em geral, três elementos caracterizadores: 1) componentes físicos (hardware); 2) componentes “inteligentes” que amplificam as capacidades dos componentes físicos; 3) componentes de conectividade (antenas, protocolos etc. com ou sem fio) que permitem que os componentes inteligentes se conectem com outros, formando um poderoso sistema que excede a “capacidade física” individual do produto, conhecido como “nuvem”. Os autores também pontuam que a conectividade pode se dar em três formas (singular ou conjuntamente): a) de um para um, em que um produto se conecta ou ao usuário ou ao fabricante ou a outro produto através de uma interface; b) de um para muitos, onde há a conexão de um sistema central com muitos outros produtos; c) de muitos para muitos, em que há a conexão generalizada de muitos produtos com eles próprios e também fontes externas de dados. Ainda para eles, o “sistema de sistemas” é o coroamento de uma evolução que começou do produto “individual”, passando pelo produto inteligente, depois para o produto inteligente e conectado e finalmente o sistema de produtos.

Mas, apesar da grande proliferação de dispositivos conectados e inteligentes, como celulares e relógios, estima-se que em apenas poucos anos o número de dispositivos de computação que operam sozinhos, conectados por cabos ou redes vai ultrapassar o número de aparelhos que as pessoas carregam com si (internet de tudo). Enquanto o mercado mundial de computadores pessoais era “limitado” a centenas de milhões de unidades (uma máquina por residência), com o smartphone a possibilidade se multiplicou, passando a ser o número de habitantes do globo (um por pessoa). Já a internet das coisas abre a possibilidade de chegar a dezenas (ou centenas) de bilhões de dispositivos que conversam entre si. Estima-se que em 2020 serão 26 bilhões de aparelhos on-line

---

<sup>60</sup> “Há produtos que podem funcionar com autonomia completa, aplicando algoritmos que utilizam dados sobre seu desempenho e seu ambiente — incluindo a atividade de outros produtos no sistema — e aproveitando sua capacidade de se comunicar com outros produtos. Operadores humanos apenas monitoram o desempenho ou supervisionam o conjunto ou o sistema, em vez de unidades separadas”.

(nisto inclui-se máquinas que “conversam” umas com as outras, carros automáticos, sensores de trânsito etc), gerando um mercado de quase US\$ 2 trilhões<sup>61</sup>.

Para algumas empresas, a internet das coisas e a internet de tudo só trará benefícios. Vejamos o caso da Cisco, empresa que desenvolve softwares e que exclama: “O futuro começa aqui”. A empresa, em seu site, esclarece:

Estamos construindo a Internet de Todas as Coisas para conectar cidades. Assim, carros inteligentes e estradas monitoradas por sensores usarão nossa nuvem altamente segura para manter o trânsito sempre fluindo. É um futuro mais sustentável, mais seguro e mais tranquilo, onde os caminhos estão sempre abertos. Saiba mais em [cisco.com.br](http://cisco.com.br)<sup>62</sup>



Figura 1 – “A internet de todas as coisas apresenta: o último engarrafamento” (Reprodução da Cisco).



Figura 2 – “O amanhã não é um jogo de adivinhação. E nenhum objetivo é grande ou pequeno demais para a Internet de Todas as Coisas” (Reprodução da Cisco).

<sup>61</sup> É a estimativa da empresa americana de consultoria de tecnologia Gartner (*Valor Econômico*, 27/02/2015, Suplemento Eu & Fim de Semana, p. 8). Certos movimentos corroboram essas estimativas. O Google comprou a fabricante de termostatos e detectores de fumaça Nest Labs. A Samsung adquiriu uma empresa norte-americana de softwares para automatização residencial. Pouco depois, a Apple anunciou seu Apple Homekit. O que querem as empresas? Controlar as “casas inteligentes”. Seus softwares, acessados por aplicativos e assistentes pessoais virtuais, podem monitorar o ambiente, abrir ou fechar portas e janelas, ligar ou desligar interruptores, medir a temperatura, ativar ou desativar câmeras de segurança e alarmes etc. Também a IBM parece não querer ficar fora da briga e em 2015 anunciou investimento de US\$ 3 bilhões em uma nova unidade de internet das coisas (*O Estado de São Paulo*, 03/06/2015, p. B14).

<sup>62</sup> <http://www.cisco.com/c/r/pt/br/internet-of-everything-ioe/tomorrow-starts-here/> acesso em 01/02/2015.

Mas, lembrando o ensinamento de Mumford, uma megamáquina compromete a forma de vida de todos os envolvidos nela, ou seja, afeta cada elemento humano e também não-humano. Um especialista em segurança na internet define assim o problema da vulnerabilidade em um mundo cada vez mais conectado: “Não conseguimos dar conta dos riscos que temos hoje e aqui estamos nós acrescentando uma nova pilha de riscos”<sup>63</sup>.

Como observarmos, o desenvolvimento da “internet das coisas” e “internet de tudo” é o coroamento de uma tecnologia de produtos “individuais” que desembocou hoje em sistemas de sistemas (que conectam uma série de sistemas de produtos) – um verdadeiro maquinismo mundial. Tudo isso prepara o terreno para um novo momento. Um momento de tomada de controle e de hegemonia sobre a humanidade pela “inteligência artificial”, tema que voltaremos a abordar no capítulo 5.

---

<sup>63</sup> Jeff Moss, *O Estado de São Paulo*, 17/08/2015, p. B8.

## PARTE II

### CAPÍTULO 3 – A comunicação e as semióticas

Nessa terra de gigantes, que trocam vidas por diamantes/ A juventude é uma banda numa  
propaganda de refrigerantes/.../ Mega...ultra...hiper...micro...baixas...calorias/  
Kilowatts...gigabytes/ Traço de audiência... tração nas 4 rodas/ E eu? O que faço com estes  
números?<sup>64</sup>  
Humberto Gessinger

#### Semiologias significantes e semióticas a-significantes<sup>65</sup>

Para Guattari (2012, p. 14), a produção de subjetividade no capitalismo se apresenta cada vez mais de forma heterogênea. Entre suas variadas formas, ele destaca os 1) “componentes semiológicos significantes – que se manifestam através da família, da educação, do meio ambiente, da religião, da arte, do esporte”; e também as 2) “dimensões semiológicas a-significantes”, que colocam em jogo máquinas informacionais de signos<sup>66</sup>. Guattari (2012, p. 47) distingue, assim, as semiologias produtoras de significações (semiologias significantes) das semióticas a-significantes.

Para Lazzarato (2014, pp. 61-2) a força do capitalismo está na sua capacidade de articular os processos de sujeição social com os da servidão maquínica, assim como os efeitos de suas respectivas semiologias significantes e semióticas a-significantes.

O capital não se reduz a uma categoria econômica na medida em que funciona como um poder semiótico que opera transversalmente a diferentes níveis de produção, em diversas estratificações de poder e em múltiplas segmentações sociais. A vida seria hoje inexplicável e ineficaz sem a intervenção dos componentes semióticos e maquínicos. O contínuo aumento do “capital constante social” e a crescente complexidade dos signos que o fazem circular assumem o controle das relações, dos comportamentos, das opiniões, dos desejos, bem além do trabalho assalariado (LAZZARATO, 2014, p. 157).

Para o autor, os dois processos são indispensáveis ao sistema porque operam o controle dos processos de desterritorialização e reterritorialização, modulando a “estabilização dos processos de dessubjetivação e de subjetivação” que esses dois dispositivos operam. A diferença fundamental entre as semiologias significantes e as semióticas a-significantes reside, para ele, na distinção dos seus respectivos modos de funcionamento e no alcance sobre subjetividades diversas. Enquanto as

<sup>64</sup> Trata-se da junção de duas músicas (Terra de Gigantes e Números) de Humberto Gessinger. A própria banda Engenheiros do Havaii as juntou desta maneira para a gravação do CD Acústico MTV. Tomamos como epígrafe pois relata tanto a sujeição social (propaganda de refrigerante) quanto a servidão maquínica (tudo tornado em números, dados).

<sup>65</sup> Lazzarato alterna entre os termos “semióticas significantes” e “semiologias significantes”, mas sempre conferindo o mesmo significado aos termos.

<sup>66</sup> Entram em jogo também os 3) elementos fabricados pela indústria dos mídia, do cinema etc., cuja análise será feita no capítulo 5.

semióticas significantes se dedicam à consciência e mobilizam as representações visando constituir “sujeitos individuados” e as respectivas posições que eles devem ocupar (atingem o molar), a ação através das semióticas a-significantes ocorre sem ter o “sujeito individualizado” como referência e sem passar pela consciência e nem pela representação. O ato em si se faz através das engrenagens das diversas máquinas (comunicativas, produtivas, técnicas, sociais). Nelas, os discursos, as narrativas e as significações têm um papel bem definido: enquanto semióticas “humanas”, eles devem exercer o controle sobre os processos de desterritorialização e de reterritorialização ativados pelas semióticas a-significantes, e também modular o processo de “tornar-se” sujeito novamente. Mas a passagem da representação para a ação se dá através da mobilização molecular da subjetividade, em que as semióticas a-significantes atuam como vetores de subjetivação – sem que se passe pela consciência ou pela significação – e ativam operações e procedimentos, além de também serem capazes de transformar a matéria e modular/diagramar o real (LAZZARATO, 2013, pp. 187-8, 203-205). Para Guattari (2013, p. 23) o capitalismo opera, então, nas máquinas semióticas que sobrecodificam todos os outros componentes semióticos, permitindo a manipulação e a orientação dos fluxos, tanto no nível da produção econômica, quanto no campo social. Ele destaca que os fluxos desterritorializados por essas máquinas funcionam, a partir de então, como máquina de servidão a serviço das formações de poder capitalistas, não sendo mais significantes (tornam-se a-significantes), apesar de manterem ainda suas relações com os conteúdos significantes.

Para Lazzarato (2014, p. 75), na servidão maquínica, as barreiras que ainda existem entre sujeito e objeto, que são estabelecidas pela sujeição social, são interpenetradas e atravessadas pelas semióticas a-significantes, mas não por causa da língua – já que nos agenciamentos maquínicos capitalistas atuais a linguagem<sup>67</sup> não é suficientemente desterritorializada<sup>68</sup> para “preencher” a função da comunicação entre “humanos” e “não humanos” e para prover, nestes agenciamentos, tamanho grau de produtividade. Para ele, na servidão maquínica, essas semióticas levam o homem, a linguagem e a consciência a agenciamentos em que todos estes não têm mais nenhuma prioridade e neste dispositivo, a eficácia da linguagem reside na capacidade de concatenar-se com as semióticas da moeda, com as semióticas financeiras, com os algoritmos da linguagem de programação etc.

<sup>67</sup> “A linguagem não ocupa um papel central no capitalismo pós-fordista. Nem a produção nem o consumo agem sobre a subjetividade prioritariamente através da palavra: “A ânsia do consumo é uma ânsia de obediência a uma ordem não pronunciada”. [...] As crianças e os adolescentes não aprendem nos termos do discurso significativo ... mas pelo que chamamos de formas de discursividade a-significantes, como a música, o corpo, a roupa, os comportamentos, e também sistemas maquínicos de toda uma outra natureza” (LAZZARATO, 2013, p. 155).

<sup>68</sup> Para Lazzarato (2014, p. 74), ela é ainda “humana demais” e sua eficácia residiria na capacidade de articulação com as semióticas a-significantes.

Ainda para ele, uma das características marcantes do capitalismo pós 1970 é a crescente desterritorialização tanto das tecnologias como também dos signos (em especial, a linguagem)<sup>69</sup>. Ele esclarece que na máquina capitalista, a captura destes não se dá mais na relação dual significante/significado, mas na ação como “signos-partículas”, signos-potência<sup>70</sup>, que intervêm sobre os fluxos, agindo no “real”. Esses signos subordinam a linguagem às semióticas as-significantes (da ciência, da economia), as quais por sua vez, podem até ativar sistemas de signos com um “efeito significante”, mas que funcionam sem referir-se à significação. A intervenção se dá, assim, através ou de alguma moeda (como crédito), ou pelas fórmulas matemáticas, pela linguagem de programação, pelos algoritmos, sem que se passe pela consciência (cf. Lazzarato, 2013, pp. 153-4).

Na servidão, as relações entre agentes e signos existem de fato, mas não são intersubjetivas; os agentes não são pessoas e as semióticas não são representativas. Agentes humanos, assim como agentes não humanos, funcionam como pontos de “conexão, junção, e disjunção” de fluxos e como redes compondo o agenciamento coletivo empresa, sistema de comunicação e assim por diante (LAZZARATO, 2014, p. 29).

A servidão maquínica não opera mais com “sujeitos” e “objetos”, mas com a desterritorialização ou descodificação<sup>71</sup> destes (das suas potencialidades, seus os componentes moleculares etc.), transformando “a matéria em fluxos descodificados”, e intensificando ainda mais a desterritorialização. Ela também é capaz de mobilizar elementos nucleares e químicos (ação sobre a “matéria” social”). Este sistema conta também com o auxílio dos diagramas, equações, algoritmos etc., para modular os processos de desterritorialização – acelerar, desacelerar, destruir, estabilizar. Para Lazzarato (2014, p. 32), “os não humanos contribuem tanto quanto os humanos na definição,

<sup>69</sup> Para Lazzarato (2014, pp. 66-9), a produção de subjetividade ocorre pela utilização de uma máquina de signos que coordena o que Guattari chama de triângulo semiótico, composto por “referência, significação e representação”, que juntos estabelecem “relações de equivalência e tradutibilidade estáveis entre as semióticas”. Com a representação (o terceiro termo do triângulo) opera-se uma divisão entre mundo mental (ou simbólico – imagens, ícones etc.) e mundo “real”. Mas o signo já não é mais diretamente conectado a um referente, e para ser eficiente, semioticamente falando, ele deve passar pela mediação da ordem simbólica, através da máquina significante. Assim, os signos não têm mais força para agir sobre o real, necessitando de uma mediação, mediação essa da consciência, do sujeito. Enquanto nas “sociedades arcaicas” os fluxos de signo constituíam uma realidade tão forte e marcante quanto os fluxos materiais, o capitalismo opera uma separação entre produção e representação, entre o significante e o real. O real não se constitui mais nos fluxos e nem os fluxos no real. Guattari distingue, assim, os signos de poder (que agem sobre o real, sobre fluxos materiais, sobre a subjetividade) dos signos tornados impotentes (signos da semiologia significante).

<sup>70</sup> “As funções semióticas dos “signos de poder” [...] simulam e pré-produzem uma realidade que ainda não existe, uma realidade que está apenas virtualmente presente” (LAZZARATO, 2014, p. 76). O exemplo utilizado para ilustrar essa divisão é o dinheiro (para Lazzarato, a mais importante instituição do capitalismo). Enquanto valor de troca ou meio de pagamento, ele é um signo impotente (impotencializado). Já os signos de poder expressam a sua ação (do dinheiro) como capital, como crédito. Nessa relação, eles não representam nada, mas antecipam, criam, moldam e estruturam qualquer coisa. O seu equivalente é a antecipação da exploração futura da sociedade em geral.

<sup>71</sup> “Descodificação é o estado de um fluxo que não é mais compreendido dentro do seu próprio código, que escapa a seu próprio código” (DELEUZE & GUATTARI, 2012, pp. 155-6).

no enquadramento e nas condições da ação”. *A ação é realizada sempre dentro de um agenciamento em que ao mesmo tempo são agentes as máquinas, os objetos e os signos-potência.*

Os diagramas fornecem inícios de protoenunciação, a partir das quais a subjetividade humana formula suas próprias escolhas. Para cada decisão, para expressar uma avaliação, para dizer um preço, ela se sustenta sob máquinas, sob sistemas de escritas a-significantes, sobre informações codificadas e produzidas por instrumentos matemáticos (LAZZARATO, 2014, p. 194).

Por isso, para Lazzarato (2014, p. 78), em um mundo maquinocêntrico, a ação sobre o real requer artificialidade, uma artificialidade cada vez mais abstrata. O homem sem diagramas, sem equações, sem máquinas, sem dispositivos, sem semiótica a-significante seria “afásico”, incapaz de “falar” esses mundos, de compreender e intervir nos processos de desterritorialização. Para ele, no mundo maquinocêntrico, para falar, ver, cheirar e agir, fazemos corpo com as máquinas e as semióticas a-significantes. É nesse sentido que as semióticas a-significantes constituem focos de enunciação e vetores de subjetivação<sup>72</sup>. Para Guattari (2012, p. 47), a partir de equações, planos, signos-potência, a máquina age de forma diagramática sobre os dispositivos materiais. Por isso, para ele, as operações das semióticas a-significantes são diagramáticas, isto é, antes mesmo de serem representativas, elas operam e produzem registros. Ele explica que o diagrama, ao reduzir a matéria a opções, é capaz de operar uma tradução “maquínica e não-significante dos fenômenos”. Um exemplo prático expresso por Lazzarato (2014, p. 76) é o do microchip. Através dele, temos a ação direta dos fluxos de signo sobre os componentes materiais. As faixas magnéticas, ao passarem através de um leitor, convertem as polaridades de partículas de óxido de ferro em números binários. Os signos funcionam, dentro desse processo, como input e output da máquina, não passando pela representação nem significação.

Os fluxos de signo produzem uma mudança nas condições através da mobilização dos fluxos reais. Se pensarmos também nos signos monetários e na linguagem de computação, veremos que eles também agem sobre os fluxos reais, operando fora da representação, independentes de qualquer “controle subjetivo”.

As máquinas de signos não trabalham apenas, nem principalmente, no nível das representações sociais ou na produção de sentido. Elas envolvem modos de semiotização mais abstratos

<sup>72</sup> “Se as máquinas não falam, elas atuam como vetores de subjetivação e de enunciação. Afirmar que as máquinas (os signos, os objetos, os diagramas) constituem instâncias de protoenunciação e de protosubjetivação significa que elas sugerem, tornam possível, solicitam, incentivam, encorajam, impedem ações, pensamentos, afetos (ou os favorecem).[...] Os não humanos contribuem exatamente como os humanos na definição do contexto e das condições da ação. Agimos sempre dentro de um encadeamento, de um coletivo no qual as máquinas, os objetos, os signos são igualmente “agentes” (LAZZARATO, 2013, p. 147).

(desterritorializados) do que os das semióticas significantes nos domínios econômico, científico e técnico. As máquinas de signos consideradas desse modo operam “antes” e “ao lado” da significação, produzindo um “sentido sem significado”, um “sentido operacional”. Suas operações são diagramáticas na medida em que sujeito, consciência e representação permanecem em recuo (LAZZARATO, 2014, p. 40).

Ainda para Lazzarato (2013, p. 192), a potência do capitalismo reside, então, na exploração de máquinas semióticas que ativam a conjunção entre funções de expressão e funções de conteúdo de qualquer natureza, humanas e não humanas, microfísicas e cósmicas, materiais e incorporais.

### **Semióticas mistas – O funcionamento da megamáquina capitalista<sup>73</sup>**

Os dois modos de funcionamento se combinam e se complementam: as semióticas significantes organizam um tratamento e um funcionamento molar da subjetividade que atinge, solicita e interpela a consciência, a representação e o sujeito individuado, enquanto as semióticas a-significantes organizam um tratamento e um funcionamento molecular dessa mesma subjetividade, que mobiliza subjetividades parciais, estados de consciência não reflexiva, sistemas perceptivos e assim por diante [...] (LAZZARATO, 2014, p. 108-9).

As ações das semióticas a-significantes e das semiologias significantes se combinam e se complementam no exercício do poder capitalista. Vimos que a *sujeição social* mobiliza *semiologias significantes* – de modo decisivo a linguagem – as quais, mirando a consciência humana, mobiliza representações procurando produzir um “sujeito individuado”, que assuma seu papel dentro dos binômios homem/mulher, empregado/chefe, pai/filho etc. Para Lazzarato (2013, p. 198; 2014, p. 109), a força ideológica das semiologias significantes reside na produção de uma variação da subjetividade, e por isso a sujeição social opera com a consciência e a representação do “sujeito”, e o recurso às semiologias tem a finalidade de controlar e modular os processos de desterritorialização operados pelas semióticas a-significantes. Já a *servidão maquínica* ativa tanto as forças pré-pessoais do sujeito (percepção, afetos, desejo) quanto as forças suprapessoais, sociais, comunicacionais, econômicas, linguísticas etc. e baseia-se, sobretudo, nas *semióticas a-significantes*, que operam além de qualquer divisão signo/coisa, produção/representação, e que não envolvem a consciência nem as representações. Como exemplo, podemos citar a moeda, equações matemáticas, linguagens de computação, índice das bolsas, algoritmos etc. Na servidão maquínica, as semióticas a-significantes agem sobre coisas, funcionando como conectoras de um órgão, ligando

<sup>73</sup> Operamos anteriormente uma divisão entre as diferentes semióticas para nossa análise ficar mais clara. No entanto, quando entram em operação, os modos de expressão são sempre resultado de semióticas que são ao mesmo tempo significantes e a-significantes (semióticas “mistas”).

seus fluxos diretamente à máquina social e às máquinas técnicas. Por agir nas coisas, no “real”, essas máquinas a-significantes são de extrema importância no capitalismo. Os signos da linguagem de programação, por exemplo, fazem funcionar o computador (máquina técnica), assim como os signos matemáticos influem na construção de um prédio, de uma ponte. Mais uma vez, elementos não humanos entram em concatenação com elementos humanos para definir as condições da ação formada por diversos tipos de agentes (máquinas, objetos, signos)<sup>74</sup>. A ação se dá sempre dentro de um agenciamento coletivo<sup>75</sup>.

Fluxos de signos a-significantes agem diretamente sobre fluxos materiais, para além da divisão entre produção, representação e funcionamento, independentemente de significarem algo para alguém ou não. Equações matemáticas, programas de computador e diagramas participam diretamente no processo de gerar seu objeto enquanto uma imagem de publicidade apenas fornece uma representação extrínseca disso (embora, em seguida, produza subjetividade) (LAZZARATO, 2014, p. 40).

Vamos ver mais atentamente como se dá esse funcionamento no capitalismo, analisando a indústria da comunicação.

### **As semióticas na indústria da comunicação e seus profissionais**

A propaganda é uma das formas que o capitalismo se utiliza para colocar em funcionamento as semióticas. A importância, para nosso trabalho, reside no fato de podermos verificar historicamente a sua evolução, analisando conjuntamente a questão da sujeição social e da servidão maquínica. Por décadas, desde 1920, sua melhor operação era valer-se, essencialmente, das semiologias significantes. Recentemente, a sedução da publicidade opera cada vez mais através das semióticas a-significantes. O poder de convencimento linguístico do “compre agora”, “não

<sup>74</sup> O uso crescente de tecnologias (e cada vez mais desenvolvidas) faz com que a enunciação modifique sua forma. A Pizza Hut, por exemplo, está testando um tipo de cardápio digital capaz de identificar as preferências do subconsciente (nível pré-pessoal) do consumidor. O cardápio digital exibe para os consumidores um painel de 20 sabores e monta uma pizza com base nos sabores e ingredientes para os quais o consumidor olhou por mais tempo. Ao todo são quase 5000 combinações possíveis. Esta tecnologia permitirá aos clientes fazer seu pedido usando apenas os olhos (*O Estado de São Paulo*, 06/12/2014, B32). Talvez, no futuro, ter de falar para pedir uma pizza seja coisa do passado. Também já existe tecnologia para sugerir ao consumidor até mesmo composições de roupas e acessórios sem a necessidade de vendedor nem de linguagem. A Motorola Solutions desenvolveu uma espécie de scanner inteligente, batizado de “dressing assistant” (algo como ajudante para vestir) que indica, no provador de uma loja, como a roupa que o consumidor está provando pode ser usada (Adriana Mattos, *Valor Econômico*, 15/01/2014, B5).

<sup>75</sup> Dentro dos agenciamentos coletivos, há aqueles de enunciação – do cientista, do especialista e do jornalista. Os que governam têm o privilégio de definir quais são os “problemas” dos governados e oferecer “possibilidades” que restam a estes, através da interpretação da tríade, os “únicos” que têm autoridade para poder se expressar. Os governados, por sua vez, só podem agir e “dizer” a partir dos limites já estabelecidos de antemão pelos que governam (cf. LAZZARATO, 2014, pp. 129-131). Às vezes, a tríade atua antagonicamente: a mídia pode atuar dizendo “você tem culpa” e a propaganda por seu lado responde “você é inocente”. É o embate das semióticas significantes do sentido de culpa com as semióticas simbólicas da inocência (cf. LAZZARATO, 2012, p. 7).

deixe para amanhã”, “é sua última chance”, “você precisa disso” é aliado a uma propaganda, um anúncio que “aparece” para o consumidor nos momentos mais adequados para a compra, tendo sido programado pelas máquinas “inteligentes” das grandes corporações, que “entendem” o gosto e os desejos do internauta. Este funcionamento da propaganda oferece um exemplo clássico de como as semióticas mistas entram em ação. Hoje, as semiologias significantes não mudaram de natureza, mas de “lado”. As semióticas a-significantes, por sua vez, estão em vias de se consolidarem como semióticas que influenciam a própria decisão de compra.

Para o famoso professor e consultor empresarial Michael Porter, a estratégia e a competição foram radicalmente redefinidas pela tecnologia da informação.

Antes do advento da moderna tecnologia da informação [TI], os produtos eram mecânicos e as atividades da cadeia de valor eram realizadas usando processos manuais, em papel, e *comunicação verbal*. A primeira onda de TI, durante os anos 1960 e 1970, automatizou atividades individuais da cadeia de valor, do processamento de pedidos e pagamento de contas até o desenho assistido por computador e o planejamento dos recursos de manufatura. *A produtividade das atividades aumentou acentuadamente, em parte porque volumes enormes de dados novos puderam ser coletados e analisados em cada atividade* (Porter & Heppelmann, *HBRBR*, nov, 2014, grifos nossos).

Interessante é notar que os autores capitalistas inferiram a transformação de um processo que antes era preponderantemente de sujeição social (“comunicação verbal”) para a servidão maquínica (“enormes volumes de dados coletados e analisados”).

Lazzarato (2006, pp. 155-9) afirma que foi a partir do final do século XIX, com o advento dos dispositivos tecnológicos de reprodução que agem à distância (rádio e telefone, depois a televisão), que as “máquinas de expressão” – que ativam as semióticas significantes e a-significantes – tiveram seu poder multiplicado exponencialmente. Para ele, com a invenção destes dispositivos e da criação artificial dessas imensas redes-fluxos, qualquer processo de criação acontece, a partir de então, geralmente associado a essas redes, fluxos e memórias artificiais. Esse conglomerado tecnológico desenvolveu-se a tal ponto de constituir atualmente a grande rede mundial de acesso, através da qual as forças sociais do capitalismo, que forjaram a novidade e a especificidade da servidão maquínica, também atuam. E voltamos aqui ao recorrente tema da “violência”. As empresas são criadoras de “mundos” dentro dos quais os trabalhadores, os consumidores são polarizados, desterritorializados para depois serem reterritorializados novamente e essa operação se faz através de uma dupla atuação. Enquanto semiologias significantes, as semióticas da publicidade, dos meios de comunicação de massa, da política etc., usadas como técnica de “controle” da população operam visando conferir legitimação, dar apoio e justificação ao

fato de “não haver outra alternativa”, estabilizando, assim, o campo social, sempre abalado pelas desterritorializações capitalistas (sujeição social). Por outro lado, as semióticas a-significantes têm o poder de agir ainda mais profundamente na subjetividade.

“Podemos fazer mais tecnologicamente do que podíamos culturalmente”<sup>76</sup>. Tal afirmação explicita bem que a servidão maquínica pode capturar e afetar a subjetividade, entrando no âmago do ser e da sua subjetividade, operando uma desterritorialização. A sujeição social, em contrapartida, operará a sua reterritorialização. É na compreensão destes conceitos que está a chave para entender os motivos que têm feito a propaganda clássica parecer soar cada vez mais superficial. Para Rei Inamoto<sup>77</sup>, a linguagem do “envolvimento emocional” sofre de descrédito, e seu novo rumo deve ser a tentativa de criar “conexões de verdade entre marcas e consumidores”. E o que seriam essas “conexões de verdade”? Acreditamos que a resposta está exatamente na compreensão do conceito de servidão maquínica e naquilo que ela implica. Para forjar uma nova “conexão”, diferentemente da propaganda clássica, a indústria da comunicação tem se utilizado cada vez mais das semióticas a-significantes. Não por acaso, é exatamente ela que está se tornando rapidamente uma das atividades de negócios com maior dependência da tecnologia<sup>78</sup>. Maurice Levy, CEO do Publicis Groupe, terceiro maior grupo de comunicação do mundo, tem sido enfático sobre os novos desafios do mercado: ele afirma que sua companhia é muito mais uma companhia de internet que um grupo de propaganda tradicional<sup>79</sup>.

Na servidão maquínica, o que contam são os dados, ou melhor, transformar os indivíduos em divíduos (dividido, esfacelado, uma parte do banco de dados, um número)<sup>80</sup>. Uma tática comumente usada é o monitoramento de todo o trajeto de cada divíduo na rede através de

<sup>76</sup> Afirmação do presidente de uma grande empresa de comunicação, no especial da revista *The Economist*: “Vigilância é o novo modelo de negócios da propaganda” (Revista *The Economist*, 13/09/2014, p. 2). Não dá para não pensar em Foucault e sua tese sobre as sociedades de controle, e também em Guattari e Deleuze, com a teoria da servidão maquínica.

<sup>77</sup> CCO global da agência AKQA, cujo foco é no digital.

<sup>78</sup> A propaganda movimentou US\$ 500 bilhões em 2013 e US\$ 120 ficaram com as plataformas digitais. Google e Facebook controlaram cerca de 47% do investimento na área digital em 2013, segundo a empresa eMarketer. Estima-se que a margem de lucro do Google seja de 50%, enquanto o grupo WPP, que é um dos melhores em rentabilidade, atinja 17% (Revista *The Economist*, 13/09/2014, p. 2).

<sup>79</sup> Revista *The Economist*, 13/09/2014, p. 3.

<sup>80</sup> “A servidão modula e produz aquilo que Deleuze, seguindo Simondon, chama de “dividual”. O capitalismo reconstrói uma servidão na qual o homem, do mesmo modo que as peças mecânicas, funciona como componente e como elemento humano do maquinismo”. “O dividual já é divisível ao infinito – pode-se descompô-lo nas suas subjetividades parciais e modulares e nos seus múltiplos vetores de subjetivação pré-individuais”. Dessa maneira, ele é manipulável e governável por excelência. Inserido em um ambiente, seu comportamento consistirá em responder às variações introduzidas artificialmente no contexto, para que ele apareça como “o correlato de uma governabilidade que age sobre o ambiente e modifica sistematicamente as variáveis do ambiente” (LAZZARATO, 2013, pp. 148, 159).

cookies (pequenos códigos de programação lançados na plataforma de acesso do usuário) e tags<sup>81</sup>. Para Lazzarato (2013, p. 157), a característica da internet é que nela tudo pode ser medido e avaliado segundo novos princípios de avaliação de caráter objetivo.

Os índices e os símbolos operam uma codificação que consente a medida, o controle e a captura da valorização. A desterritorialização das máquinas e dos signos torna possível a quantificação do que era considerado como não quantificável (as opiniões, os afetos, a atenção, os gostos, as temporalidades sociais etc.) (LAZZARATO, 2013, p. 156).

Por isso, o mantra que cada vez mais persegue essas empresas é encontrar a pessoa certa, com a mensagem adequada, no tempo preciso, para que ele efetue a compra no tempo mais rápido possível. Como o divíduo deixa traços por onde passa, por onde navega, mesmo sem exercer o clique do mouse ou o toque na tela (e isso tudo sem que ele “tome consciência”), as empresas de marketing digital usam a inteligência de algoritmos para entregar milhões de variações de anúncios, os quais perseguem o internauta onde quer que ele esteja e qualquer site ou aplicativo que ele entre, sempre de acordo com suas preferências “pessoais”, localização, histórico de navegação, idade, estado civil, classe social etc. O botão “curtir” do Facebook ou qualquer botão dentro de outra rede social carrega códigos de programação capazes de rastrear os usuários, sendo essa apenas uma das formas que a indústria da comunicação obtém os dados (informações valiosas) de seus usuários.

Curtidas, visualizações, compartilhamentos, enfim, cada vez mais as formas de qualificação e captura se dão através dos números<sup>82</sup>.

### **Profissionais da propaganda: cada vez mais divíduos**

<sup>81</sup> Além disso, as empresas de cartão de crédito, por exemplo, podem monitorar o hábito de consumo de seus consumidores e vender essa informação a outras empresas. Trata-se de uma verdadeira máquina algorítmica que extrai informações preciosas sobre o consumo.

<sup>82</sup> Foi visando ingressar cada vez mais no universo do acesso, juntando as forças para combater o poderio do Google e do Facebook, que dois dos maiores grupos de comunicação do mundo (Omnicom, o segundo, e Publicis, o terceiro) tentaram, em 2013, se fundir. Apesar de a fusão não ter obtido sucesso, esse movimento demonstra que o setor de propaganda agora também está deslocando seu eixo para o dispositivo de servidão maquínica. Agora as agências também querem recolher dados e utilizá-los, como Google e Facebook já o fazem. Estima-se que Omnicom e Publicis faturaram em 2012, juntos, U\$ 22,7 bilhões, enquanto o Google, sozinho, teve uma receita superior a U\$ 50 bilhões. Nos EUA e no Reino Unido, por exemplo, o investimento no digital é já de algum tempo maior que qualquer outra mídia. No Reino Unido projeta-se que em 2015 o investimento total no digital alcançará 8 bilhões de libras esterlinas (mais de 50% do investimento total projetado de 15,7 bilhões). E isto não se dá “por acaso”. Se no ambiente capitalista, cada vez mais é necessário medir para poder administrar da melhor forma, a internet (e imenso banco de dados que dela resulta), permite tanto medir (saber) quanto converter esse conhecimento em decisões e resultados. Hoje pode-se medir e administrar de forma mais precisa do que nunca. Talvez nenhuma esfera no mundo ficará fora dessa mudança. Randall Rothenberg, CEO do Interactive Advertising Bureau (IAB) – um órgão de publicidade americano –, afirma que a mensuração “pode ser comparada a uma construção política, social ou econômica”, sendo necessário saber como, quando e por que medi-la (*Meio & Mensagem*, 01/12/14, p. 31).

A mecanização do trabalho é cada dia mais evidente, tornando-se uma característica do trabalho do século XX e também do XXI. Para a socióloga francesa do trabalho Marie-Anne Dujarier (2009), a mecanização só foi possível porque a produção dividiu o trabalho em tarefas simples, repetitivas, previsíveis e pouco qualificadas. A autora afirma que quando um operador executa “mecanicamente” uma tarefa, logo ele pode ser substituído por uma máquina. Os autômatos (máquinas, robôs etc.) que no início reproduziam aquilo que o humano sabia fazer de uma forma mecânica (“trabalho manual”), têm se desenvolvido a tal ponto de também substituir processos cognitivos como o cálculo, a verificação, o controle e até mesmo, em sua expressão, no “suporte à decisão”. Dujarier ainda mostra que para que se chegue ao automatismo de determinada tarefa, é necessário eliminar numerosas possibilidades de funcionamento, numerosos usos possíveis, e por isso a automação pode ser considerada como um “baixo nível de perfeição técnica” (2009, p. 163). Para ela, a evolução das tecnologias da informação culminou em um “sistema de produção e de consumo híbrido, homem-máquina” (2009, p. 9), em que os algoritmos podem realizar operações em ritmos não humanos<sup>83</sup>. Mas a automação, que assola o mundo do trabalho contemporâneo (e não só), parece não se restringir apenas às tarefas que exigem “pouco” do intelecto humano. A publicidade, considerada um dos ramos mais “criativos” do capitalismo, também começa a sofrer os avanços da automação. Os profissionais da comunicação são cada dia mais vencidos e convencidos por números, dados e pesquisas. Para entender como isto tem ocorrido, é necessário entrar um pouco mais afundo no mundo das agências de comunicação<sup>84</sup>.

Uma agência de grande ou médio porte caracteriza-se por ter vários departamentos: mídia, criação, planejamento, atendimento etc. Com relação aos profissionais de criação, há cada vez mais uma mudança de eixo. O profissional agora deve ter conhecimentos estatísticos para lidar

---

<sup>83</sup> O caso por excelência dessa interface homens-máquinas é o buscador Google. Ele se apresenta de uma maneira simples: uma página branca, um logo e uma caixa para escrever. São os humanos que “alimentam” os algoritmos que calculam o resultado da busca.

<sup>84</sup> As agências de propaganda, que desde os anos 1920 operavam primordialmente através dos equipamentos de enunciação (semiologias significantes), começam a antecipar a mudança rumo aos enunciados maquínicos (semióticas a-significantes). WPP e Publicis, respectivamente, primeiro e terceiro maior grupo de comunicação do mundo, adquiriram empresas de pesquisa de opinião. O Publicis Groupe adquiriu no final de 2014 a Sapient pelo valor de US\$ 3,7 bilhões. A Sapient, considerada uma agência “digital”, nasceu como consultoria e carregava esse DNA até então (a Sapient comprara a Nitro, uma agência digital, em 2009). A atual Sapient era formada pela agência digital SapientNitro e pelas consultorias Sapient Global Markets (voltada a informações para o mercado financeiro e de commodities) e a Sapient Government Services (*Meio & Mensagem*, 10/11/2014). Outra movimentação foi a compra do IBOPE Media (instituto de pesquisas de mercado e medição de audiência) pelo grupo WPP. A Kantar Media, do grupo, assumiu o controle da unidade de negócios que cuida de pesquisas sobre o consumo de todos os meios e do Ibope Inteligência, especializado em pesquisas de mercado e de opinião pública (*Meio & Mensagem*, 22/12/2014).

com o crescente número de dados que recebe e por isso o profissional tipo “*Mad Men*”<sup>85</sup> deverá ser substituído pelo “*Mad Math*” (aquele que domina os números, as estatísticas, a análise de dados). Nas grandes agências, o resultado das pesquisas em neurociência também pode afetar o trabalho do profissional da criação. Os profissionais “criativos” estão dando espaço para aqueles que têm expertise em tecnologia e conseguem colocar isso a favor do marketing<sup>86</sup>.

Com relação aos profissionais do departamento de mídia, as decisões de compras de mídia (espaços nos veículos publicitários) estão cada dia mais baseadas em dados, e ninguém melhor para lê-los que as próprias máquinas que os capturam (informação sobre a informação). As máquinas de captura e leitura de dados agem, então, a partir desta coleta, no “real”. Os profissionais de mídia cada vez são mais despedaçados. Seus “feelings” e percepções são relegados a um segundo plano: a intuição (um atributo humano - a opinião da pessoa sobre o que vai acontecer) é cada vez mais considerada perigosa no sentido de não ser a mais adequada a ser utilizada como “métrica”, pois é muito suscetível a erros. As análises, por isso, devem ser baseadas em dados cada vez mais precisos<sup>87</sup>.

A nova modalidade de compra de espaço publicitário, a mídia programática, uma invenção recente, é um claro exemplo de tudo o que acabamos de listar. Por mídia programática devemos entender as transações automáticas que envolvem a compra de espaços publicitários (mídia) e o rastreamento da publicidade digital, tudo isso pela plataforma on-line. Ou seja, todo o processo da publicidade, seja o planejamento de uma campanha até o pagamento, passando também pela verificação se “está atingindo o alvo”, é cada vez mais automatizada. A preocupação do profissional de mídia, que antes estava “em que site anunciar”, com a mídia programática passa a

<sup>85</sup> Série de TV, lançada em 2007, que mostra como viviam os publicitários nos Estados Unidos na década de 1960, época de glamour da propaganda. A designação “*Mad Men*” faz um triplo trocadilho com “homens loucos” (tradução literal), “ad men” (publicitários) e os frequentadores da Madison Avenue, em Nova York, avenida que abrigava as maiores agências de propaganda da época.

<sup>86</sup> No caso brasileiro, a agência Loducca (29ª maior do Brasil em 2013) anunciou a promoção de um programador a diretor do seu departamento de criação. Guga Ketzer, um dos sócios da agência, afirmou que “cada vez mais usamos a tecnologia para nos aproximarmos das pessoas de um jeito diferente” e a responsabilidade do novo promovido será “criar e gerir projetos que aproximam marcas e pessoas através da tecnologia”. O promovido afirma não ver nenhuma diferença entre um redator e um programador, pois para eles ambos têm de resolver um problema de forma criativa, seja utilizando palavras ou códigos (*Meio & Mensagem*, 04/08/2014).

<sup>87</sup> Os computadores/dados se encarregam até mesmo do treinamento dos profissionais de mídia. O Facebook, por exemplo, através do seu portal *Facebook Media* oferece “dicas” para os profissionais de comunicação. Para Luís Olivales, líder de parcerias de mídias da empresa para a América Latina, “o Facebook mudou a relação da mídia com seu público. Hoje, ela é direta, em tempo real e depende de uma estratégia bem planejada. O Facebook Media vai facilitar e capacitar todos os criadores de conteúdo para atingirem de forma assertiva seu público. [...] é possível planejar, executar e mensurar apenas seguindo as informações do portal”. (<http://www.adnews.com.br/internet/facebook-lanca-portal-com-dicas-e-ferramentas-para-profissionais-de-comunicacao> acesso em 31/07/2015 às 23h). O Google também oferece às agências treinamento constante para que seus profissionais utilizem de forma cada vez mais assertiva os seus serviços.

ser apenas acompanhar os números e sites por onde o público-alvo navega – mas isso quem faz são os próprios programas, e tudo isso acontece em milésimos de segundo e sem intervenção humana. E são também as tecnologias virtuais que estão “cuidando” de tudo no que se refere ao consumo no meio virtual. As velhas táticas de vendas estão sendo substituídas por novas e sofisticadas tecnologias, as quais são baseadas nos sistemas de compra e venda de anúncios dos mercados de ações. Esses programas, por sua vez, são concebidos pelas empresas de tecnologia, sendo muito mais um trabalho de engenheiros que de publicitários<sup>88</sup>.

### **Propaganda e conteúdo - Sujeição social**

As empresas têm procurado forjar uma espécie de fusão entre notícia e publicidade, entre conteúdo e entretenimento. Uma das mais recentes formas é através da “publicidade nativa”. No caso do Google, o fundo amarelo que caracterizava um anúncio na página de resultados foi, com o passar dos anos, desaparecendo. A intenção é que cada vez mais o leitor/consumidor, quando ler uma notícia, interaja e se identifique com o anúncio “escondido” de forma que nem o perceba como tal, mas o receba como uma mensagem “comum” (não comercial). Outra estratégia é conseguir interagir com o consumidor (internauta) através de conteúdo e entretenimento. Miles Young, CEO global do maior grupo de comunicação do mundo, o WPP, indica que o conteúdo será a base de tudo o que será feito pelas agências “As agências vão operar de forma parecida a de uma redação e os publicitários começarão a atuar como editores. [...] No final das contas, as agências vão editar conteúdos e entregá-los”<sup>89</sup>. Passar despercebida do conteúdo ou tornar-se o próprio conteúdo? Percebe-se claramente que a propaganda está tomando novos rumos em vistas de não ser reconhecida como tal pelo grande público, mas, por paradoxal que possa parecer, também está cada vez mais presente na vida, apesar de operar uma mudança na sua forma de apresentação. Uma das táticas usadas é fazer com que o próprio público produza o conteúdo que seja interessante nas suas áreas de afinidade. Em poucas palavras, que se transformem, além de consumidores, em produtores de conteúdo e em promotores de venda. Outra tática é passar a mensagem em momentos de descontração e lazer (através de uma música, um merchandising em um programa, filme etc.).

Nessa linha, o Facebook também tem se movido para abocanhar ainda mais dados e receita. Com o projeto chamado *Instant Articles*, nove empresas jornalísticas aliaram-se à companhia para que parte de seus respectivos conteúdos (artigos e vídeos) seja publicada

<sup>88</sup> *Folha de S. Paulo*, 30/07/2013, B6 e *Valor Econômico*, 30/07/2013, B4.

<sup>89</sup> *Meio & Mensagem*, 6/04/2015, entrevista a Felipe Turlão.

diretamente na rede social<sup>90</sup>. O acordo e o funcionamento chegam no momento em que cada vez mais leitores recorrem à rede social como principal portal para consumo de notícias. Estima-se que a companhia ficará com 30% da receita e que o conteúdo compartilhado levará dez vezes menos tempo do que as outras reportagens compartilhadas na linha do tempo do usuário. O alerta de algumas editoras de notícia é que o Facebook terá grande poder sobre o que e para quem exibir<sup>91</sup>.

A Apple também está se movimentando neste quesito. A empresa desenvolveu uma espécie de rede social da música que permite aos artistas a abertura de perfis (páginas) através das quais poderão publicar novidades sobre apresentações, vídeos, fotos, músicas. Os seguidores (fãs) que têm conta na Apple poderão comentar ou curtir as publicações dos seus ídolos. O serviço, chamado de Apple Music, será lançado na plataforma do Google. Estima-se que o serviço será integrado com as novas versões dos seus sistemas operacionais, além da incorporação à Apple TV<sup>92</sup>. Com o serviço, a empresa será capaz de conhecer os gostos musicais de todos os usuários e, por que não, de propor músicas personalizadas criadas por máquinas algorítmicas.

### **Conexão pessoal e conexão íntima – Servidão maquínica**

O diretor global de inovação da agência de propaganda Dentsu Aegis, Kei Shimada, afirma que o futuro da publicidade reside na captação de dados mais íntimos dos consumidores, nos estudos em neurociência e no “big data”<sup>93</sup>. Ele estima que em poucos anos, a publicidade utilizará os dispositivos “inteligentes” como relógios, roupas etc., que medem as informações humanas para basear sua comunicação e atingir o consumidor, já que as estratégias não se basearão mais no “achismo” (o que as pessoas dizem através da fala), mas sim em dados reais e confiáveis (o que as pessoas dizem através de reações elétricas cerebrais, temperatura corporal, a dose de hormônios, batimento cardíaco etc.). Por isso, para ele, a conexão da marca com os consumidores não será mais “pessoal”, mas “íntima”<sup>94</sup>.

<sup>90</sup> As nove empresas que participam inicialmente são: The New York Times, National Geographic, BuzzFeed, NBC News, The Atlantic, The Guardian, BBC News, Spiegel e Bild (*Valor Econômico*, 14/05/2015, B6). O porte das empresas demonstra o quão importante é este acordo.

<sup>91</sup> Enquanto isso, a possibilidade de poder cruzar dados de plataformas diferentes é um dos motivos pelos quais o Facebook adquiriu o WhatsApp. O aplicativo de mensagens de texto para celulares, fundado em 2009 e adquirido em 2012 por U\$ 22 bilhões, está prestes a atingir o primeiro bilhão de usuários. O objetivo da companhia é formar a maior base de dados da área de telefones e mensagens telefônicas. Ao cruzar esse impressionante número com dados do próprio Facebook (que possui 1,4 bilhão de usuários), a companhia terá informação muito valiosa em suas mãos.

<sup>92</sup> Murilo Roncolato, *O Estado de São Paulo*, 15/05/2015, p. B12.

<sup>93</sup> *Meio & Mensagem*, 23/03/2015, p. 17.

<sup>94</sup> Vejamos a que ponto chega a busca por “conhecer melhor o consumidor”. A Mattel, empresa líder mundial na fabricação de brinquedos estuda lançar uma boneca Hello Barbie conectada por rede sem fio. A intenção é que o microfone embutido capte tudo o que é dito ao seu alcance. As conversas seriam transmitidas para servidores em nuvem para armazenamento e análise pela empresa Toy Tal, a parceria de tecnologia da Mattel. A empresa se explica dizendo

### Coca-Cola – entre sujeição social e servidão maquínica

Tomamos a Coca-Cola como exemplo de uma empresa global que bem se serve dos dispositivos de sujeição social e servidão maquínica.

“*Primeiro estranha-se, depois entranha-se*”. A frase, criada pelo poeta Fernando Pessoa, que no final da década de 1920 trabalhava em uma agência de propaganda que atendia a empresa em Portugal, resume bem a complementariedade da ação dupla sujeição social/servidão maquínica. A estratégia consiste em primeiro tentar o convencimento por meio da linguagem, da comunicação humano-humano (estranha-se). Uma vez já utilizado esse artifício, prossegue-se para um outro de maior grau e complexidade: ir no âmago do ser humano, ou melhor, do consumidor (entranha-se).

A Coca-Cola, que até então se utilizara, essencialmente, da propaganda para vender, crescer e lucrar – atenta às transformações –, está financiando pequenas empresas de tecnologia visando obter delas ideias e projetos que possam melhorar sua lucratividade. Entre as empresas (11 até o presente momento), está a americana Wonolo, cujo nome é composto pelas letras iniciais de Work Now Locally (trabalhe agora localmente), que oferece mão-de-obra imediata para repor o estoque nas prateleiras de refrigerantes dos hipermercados e supermercados nos Estados Unidos. A Winnin, uma empresa brasileira de tecnologia que atrai jovens e adolescentes com batalhas de postagens de vídeos on-line, também recebe patrocínio da Coca-Cola para esse serviço. Outra empresa é a australiana Vending Analytics, que auxilia a companhia na compreensão dos padrões de consumo das mais de 10 milhões de máquinas automáticas espalhadas pelo mundo. O software desenvolvido, por ser capaz, entre outras coisas, de apontar o gosto preferido dos consumidores por cada local de máquina, fez a receita por máquina saltar 20%<sup>95</sup>. Essas “parcerias” são muito interessantes para nosso trabalho, pois mostram que a Coca-Cola, uma empresa que se desenvolveu muito ao longo de sua história pelas estratégias de marketing e investimento massivo em comunicação, tem procurado traçar o caminho da “servidão maquínica”. Se antigamente, como no comercial “Hilltop” (alto da montanha), de 1971, que é considerado um dos melhores filmes

---

que “aprenderá tudo que as crianças gostam e não gostam e enviará dados de volta às crianças”, transmitidos via alto-falante embutido na boneca A Microsoft tem algumas patentes registradas que dão conta de suas intenções neste quesito. O sistema de câmeras do seu acessório de videogame Xbox One, o Kinect, poderia ser usado para verificar o comportamento das pessoas mesmo enquanto estiver desligado. Outra utilidade do acessório residiria na capacidade de decifrar as expressões faciais e exibir propagandas que combinem com essas supostas emoções. (*O Estado de São Paulo*, 22/03/2015, p. E4). Esses exemplos listados anteriormente resumem o que temos visto até agora. O crescente recurso por parte das empresas às semióticas a-significantes e a ação no real dessas mesmas semióticas. As tecnologias, que antes transformavam o modo de viver, estão cada vez mais desenvolvidas para transformar até a própria vida.

<sup>95</sup> Marco Della Cava, *O Estado de São Paulo*, 23/05/2015, p. B15.

publicitários da história da propaganda, várias pessoas “comuns” dos mais diferentes países do mundo apareciam segurando uma garrafa de Coca-Cola na mão e cantando que gostariam de comprar uma Coca-Cola para o mundo, o qual, então, viveria em harmonia, com as parcerias com empresas de tecnologia, a companhia também caminha para o desenvolvimento do duplo processo de captura da subjetividade: sujeição social e, agora cada vez mais, servidão maquínica<sup>96</sup>.



Figura 3 – Trechos do comercial “Hilltop”, da Coca-Cola.

### Marketing, marcas, ícones, líderes<sup>97</sup>

Uma questão que a servidão maquínica tem operado e que é “visualizável” é a mudança da relevância de certas marcas. A hierarquia de importância das marcas tem sido fundamentalmente impactada. Se no século XX as grandes marcas de âmbito mundial eram, em geral, aquelas pertencentes ao ramo automobilístico, moda, alimentação, ou produtos de consumo de massa – Chevrolet, Benetton, McDonalds, Unilever – no século XXI visualizamos uma grande transformação. As marcas que tomam a dianteira são aquelas relacionadas à tecnologia (produtos, serviços, conteúdo etc.). Empresas de tecnologia como Google, Facebook, Amazon, Apple estão bem avaliadas tanto em rankings mundiais de riqueza quanto em rankings de poder da marca. São elas, também, que muitas vezes têm criado certas tendências globais e que servem como inspiração para as outras marcas. Acreditamos que o “sucesso” das marcas deve-se, em parte, ao processo de

<sup>96</sup> De qualquer forma, a empresa não “abandona” o artifício da sujeição social. Nos EUA, a Coca-Cola financia, desde 2009 e já injetou US\$ 4 milhões em uma Organização Não Governamental (ONG) chamada Global Energy Balance Network. Tal ONG defende a tese de que os americanos que querem emagrecer devem se fixar mais nos exercícios físicos do que na qualidade dos alimentos que ingerem, o que, segundo especialistas, é incorreto, já que as evidências apontam que os exercícios têm um impacto mínimo sobre o peso corporal se comparado com o consumo de alimentos e bebidas. Especula-se que essa estratégia tenha sido adotada para reverter a queda no consumo e venda de bebidas com alto teor de calorias naquele país (*O Estado de São Paulo*, 13/08/2015, p. B17).

<sup>97</sup> Não pretende este subitem ser um estudo exaustivo sobre marcas. Trata-se de um assunto vasto, mas que optamos por não aprofundar em diversos temas, pois escapa do presente escopo. Somos cientes até mesmo do debate (importante) sobre a relevância ou não das marcas. Para Gordon Bowen, famoso publicitário, criador de campanhas como Always Coca-Cola (Sempre Coca-Cola), e hoje presidente e diretor criativo da agência americana Megarrybowen, as marcas são diferentes dos ícones. “Os ícones são como religião. As pessoas creem neles. A Coca-Cola é um ícone, assim como a Apple e a Nike. As marcas precisam se tornar ícones para ser reconhecidas” (*Revista Exame*, 10/06/2015, p. 88).

desorientação do indivíduo, do “consumidor”. A cada dia ele é varrido por informações, promoções, propagandas. Seus territórios sofrem uma dissolução diária, e então sua reterritorialização acontece, em parte, nas marcas, que são indicadores e referências reconhecidos pelos meios de comunicação, já que o mercado e a lógica das marcas parecem ter hegemonia no comando da esfera social. Basta lembrar que as marcas de tecnologia que foram criadas já no “mundo digital” e, não por acaso, as marcas relacionadas à tecnologia são aquelas em que os (in)divíduos mais se apoiam, pois são aquelas que mais fazem parte de suas vidas.

Na 10ª edição do ranking BrandZ<sup>98</sup>, que combina métricas baseadas em entrevistas com consumidores e uma análise de indicadores financeiros de cada uma das companhias avaliadas (o ranking considera o valor financeiro da companhia ou da parte dele que responde pela marca e combina esse cálculo à capacidade da marca de gerar fidelidade), vemos que as marcas mais importantes, mais influentes e mais valiosas do mundo são cada vez mais são aquelas relacionadas à tecnologia. A Apple apareceu em 1º lugar, seguida pelo Google, Microsoft, IBM (todas do seguimento de tecnologia). Depois aparecem Visa (meios de pagamento), AT&T, Verizon (ambas provedoras de telecomunicações); e Coca-Cola e McDonald’s, respectivamente, no 8º e 9º lugares. O Facebook (12º lugar) obteve a maior valorização desde o último ranking, valorizando-se 99%. O grupo chinês Alibaba aparece na 13ª posição, seguido pela Amazon. A categoria que reúne as empresas de tecnologia foi a que mais cresceu (24%)<sup>99</sup>.

Outro estudo “Most Influential Brands” (As marcas mais influentes), realizado pela empresa Ipsos desde 2012 no Canadá (e a partir de 2014 no Brasil) demonstra o quanto a servidão maquínica se generalizou mundialmente. Segundo a pesquisa, o Google é a marca mais influente no mundo, seguido por Microsoft, Apple, Facebook e Samsung<sup>100</sup>.

Outra pesquisa liderada pelo Google é a FutureBrand Index 2015. A pesquisa se baseia em como as marcas são percebidas à luz dos critérios que definem o que é uma marca do futuro<sup>101</sup>. Na segunda e terceira posições estão outras empresas de tecnologia: a Apple e a Microsoft,

<sup>98</sup> O ranking é realizado pelo grupo WPP (maior conglomerado de comunicação do mundo) através de sua empresa de pesquisas Millward Brown e considera o valor financeiro da companhia ou da parte dele que responde pela marca e combina esse cálculo à capacidade da marca de gerar fidelidade.

<sup>99</sup> *Meio & Mensagem*, 01/06/2015, p. 22.

<sup>100</sup> O estudo define o termo influência como “impacto na vida, opinião e comportamento dos consumidores”. O grau de influência de uma marca envolve 57 atributos, divididos em seis dimensões: relevância (o quanto a marca é percebida como fundamental para a vida do consumidor); liderança & appeal (relativo à originalidade e inovação); confiança & referência (avalia o potencial de futuro no mercado); trendsetting (capacidade de criar tendências); interação social (sobre o nível de participação na comunidade em que está inserida); e presença (mede a expansão e o alcance da marca) (*Meio & Mensagem*, 16/06/2014).

<sup>101</sup> No total são 18 atributos, tais como consistência, satisfação, autenticidade, inovação, indispensabilidade, pensamento, individualidade, confiança, percepção etc.

respectivamente. A coreana Samsung aparece na 7ª posição. Especialistas afirmaram que as empresas de tecnologia ocupam as primeiras posições pelo fato de trazerem facilidade para as pessoas, ajudando-as nas tarefas do dia a dia<sup>102</sup>.

Pesquisas também têm indicado que os líderes mais admirados são aqueles relacionados às empresas de tecnologia. Uma pesquisa realizada em 2014 pela Cia. de Talentos, em parceria com a Nextview People, com mais de 50.000 jovens brasileiros entre 17 a 26 anos perguntou a cada um deles se eles admiravam um líder da atualidade e, em caso positivo, qual seria. Pouco mais da metade deles disse admirar um líder. O presidente estadunidense Barack Obama foi o nome mais citado, seguido pelos gurus da tecnologia Steve Jobs e Bill Gates. Mark Zuckerberg, do Facebook, ficou com a quinta posição, atrás do empresário brasileiro Jorge Paulo Lemann, que estreou no ranking junto a Flávio Augusto da Silva, fundador da escola de inglês Wise Up (vendida para a Abril Educação). Embora o presidente dos Estados Unidos tenha sido o mais admirado, os políticos perderam espaço na comparação com o levantamento do ano anterior. Ainda segundo a pesquisa, a razão mais votada para escolher um líder foi empreendedorismo e capacidade de inovar. De acordo com Adriana Chaves, diretora de desenvolvimento e carreira da Cia. de Talentos, “o noticiário e a mídia de maneira geral ainda exercem grande influência nos jovens em uma escolha dessa natureza”, mas ela também aponta um outro movimento que começa a se revelar, isto é, “alguns nomes começam a *agradar essa geração em razão da forte presença no mundo virtual*”. Lemman, por exemplo, é o nome forte por trás da Fundação Estudar, que tem presença ativa na internet e oferece bolsas para que brasileiros possam estudar nas melhores universidades do mundo. Também para o estudo, Flávio Augusto da Silva, fundador da escola de inglês Wise Up, tem uma imagem parecida perante o público jovem, pois ele atualmente é dono do Orlando City Soccer Club, time que ascendeu à primeira divisão da liga americana e que contratou o jogador Kaká. Além disso, foi com o canal “Geração de Valor”, no Facebook, que ele conquistou muitos seguidores nas redes sociais<sup>103</sup>.

Guattari (2007) já alertava que a democracia se tornaria cada vez mais delirante e mais fora da realidade ao ser substituída pela mídia de massa, pelas sondagens e pelas consultorias em

---

<sup>102</sup> Vinícius Novaes, *Jornal Propaganda & Marketing*, 27/07/2015, p. 9. No finalizar do nosso trabalho, apareceu a mais recente pesquisa do ranking anual da “Best Global Brands”. Apple, Google e Coca-Cola aparecem nas três primeiras posições, seguidas por Microsoft, IBM, Toyota, Samsung, GE, McDonald’s e Amazon. Apple (1ª), Amazon (10ª) e Facebook (23ª) foram as que mais cresceram com relação ao levantamento do ano anterior. As marcas de tecnologia dominam cada vez mais o cenário, refletindo que fazem parte da vida dos consumidores através de seus produtos e serviços (Cláudia Penteado, *Jornal Propaganda & Marketing*, 12/10/2015, p. 7).

<sup>103</sup> Lá ele dá dicas sobre carreira, empreendedorismo e compartilha suas experiências usando uma linguagem informal e próxima de seus seguidores.

comunicação, mas que isso não significaria que ela perderia sua relação com a subjetividade capitalista. Os líderes políticos, que com o desenvolvimento da televisão e sua expansão para muitos domicílios, começaram a rivalizar com os apresentadores, agora também encontram entre seus rivais as grandes personalidades do mundo digital.

## **CAPÍTULO 4 – Por um mundo 100% conectado: Google, Facebook, algoritmos<sup>104</sup>**

Mumford (1967) aludia a uma megamáquina que colocava tudo e todos sob o jugo e coordenação de uma entidade superior – o soberano faraó. Na megamáquina primitiva, o soberano era o responsável pela voz de comando, por dar os comandos originais, por iniciar o processo. Somente ele, através de uma organização do conhecimento incorporada pela casta sacerdotal, aliado também à burocracia, detinha o conhecimento secreto, a chave de qualquer sistema de controle. Com esses esforços combinados, o sistema de poder operava eficientemente. Esse “conhecimento secreto” era a chave do sistema de controle totalitário já que, ainda sem a invenção da imprensa, a palavra escrita era privilégio das classes superiores. Hoje, a linguagem de programação também é privilégio de poucos – e de poucas empresas, restaurando, assim, de certa forma, o “conhecimento secreto”<sup>105</sup>. Deleuze e Guattari (2011, p. 310) endossam o entendimento de Mumford, e vão ainda mais além: o capitalismo nunca “permite” que os cientistas e técnicos (atores sociais) sejam independentes e forjem uma nova axiomática. A verdadeira axiomática será sempre a da própria máquina social, responsável pela organização dos códigos científicos e técnicos.

Uma das grandes revoluções que a informática operou foi a capacidade de integração e funcionamento, de forma conjunta, como um sistema único, de máquinas diferentes e incompatíveis. Não mais uma “subjetividade operária” – presa e restrita ao espaço fabril – mas agora uma “subjetividade qualquer”, que pode ser capturada em qualquer âmbito. O Google, por exemplo, deve ser considerado como uma usina de processamento de dados: todos – humanos, não-humanos – trabalham, nesta plataforma, como se fossem uma só máquina.

Para Carr (2008, pp. 62-9) no sistema de PageRank (sistema de classificação de páginas web) do Google, construído com milhares de componentes, nenhum deles é essencial (nem mesmo a mente humana). Ainda para ele, a informática permite que máquinas bem diferentes e antes incompatíveis funcionem juntas como um único sistema<sup>106</sup>.

<sup>104</sup> Algoritmo – sequência de instruções matemáticas que dão origem, por exemplo, aos programas de computador; série de comandos matemáticos.

<sup>105</sup> Hoje, a tropa capitalista, que carrega uma espécie de “ordens soberanas”, tem operado. Jaron Lanier (2012, p. 20), um dos nomes mais renomados quando o assunto é realidade virtual, assinala que um pequeno grupo de engenheiros de computação é capaz de criar uma tecnologia capaz de mudar a experiência humana com incrível velocidade, já que os dispositivos tecnológicos, que para ele são nossas “extensões”, se tornam as estruturas pelas quais nos conectamos com o mundo e, por isso, elas são capazes de mudar a forma como nos relacionamos, como nos vemos, como vemos o mundo.

<sup>106</sup> Vejamos mais de perto o funcionamento do PageRank (sistema de classificação de páginas web), atualmente seu maior serviço. O sistema foi inspirado no mundo acadêmico: seu criador, Larry Page, inspirou-se na classificação dos artigos científicos – quanto maior era a frequência de citação de outros trabalhos, melhor a classificação. Levando isso ao mundo virtual, Page percebeu que toda vez que um site oferece um link para outro, ele está realizando um “juízo de valor”. Larry Page adicionou a esse mecanismo um outro elemento qualitativo: as indicações de páginas mais importantes tinham maior peso (REISCHL, 2009, pp. 37-8). Para Pasquinelli (2012, p. 138), o algoritmo PageRank é

### Por um mundo todo conectado – a nova violência

Para Lazzarato (2013, pp. 144, 149), a governabilidade, sobretudo a partir dos anos 1920, se dá como um conjunto de tecnologias e procedimentos não mais reduzidos ao Estado: cada vez mais as empresas privadas investem no governo dos elementos pré-individuais, em modalidades de percepção, de visão e do pensamento, principalmente através do consumo e das técnicas relacionadas, como a propaganda. Ainda para o autor, tais transformações conseguiram modular e produzir o “dividual”, e a governabilidade representa cada vez mais o governo de um grande maquinismo mundial, em que os seres humanos funcionam como peças mecânicas, como componentes. Ainda para Lazzarato (2014, pp. 37-8), o Facebook e o Google podem ser considerados o coroamento de uma máquina de sujeição/servidão: imensos “bancos de dados” que funcionam como dispositivos de marketing que reúnem, selecionam e vendem milhões de dados sobre comportamento, aquisições, hábitos de leitura, filmes favoritos, gostos, roupas e preferências de comida. Para ele, nesses tipos de empresas, o ser humano é apenas uma fonte de produção, de troca e de transformação de informações: *a matéria prima dessas empresas é a informação, e é isso o que o divíduo consegue fornecer, garantindo o funcionamento das máquinas (e a criação de valor)*. Essas informações concernem os “dividuais”, cujos perfis, compostos pelo cruzamento desses dados, são meros relés de entradas e saídas, de input e output nas máquinas de produção-consumo. Esses divíduos “existem” estatisticamente controlados por dispositivos cujas operações, gerenciadas por fluxos, redes e máquinas, operam nos “desejos, crenças e na realidade sub-representativa da subjetividade”, atingindo o ser humano “por dentro”, em seu nível pré-pessoal, intervindo no funcionamento basal dos comportamentos “humanos” (percepção, sensação, cognição etc.). A comunicação torna-se, então, uma “comunicação de homens não mais homens”, exercitada “por indivíduos que são apenas terminais das megamáquinas da imprensa, da mídia, das redes informáticas” (LAZZARATO, 2013, p. 170)<sup>107</sup>.

---

responsável pelo cálculo (automático) do “valor de rede” da cada link na web, decidindo, com base no número de links que lhe referem, a importância e a visibilidade de determinada página.

<sup>107</sup> Dujarier (2009, pp. 49-51, 60-1) aponta que a automatização da compra implica em um novo tipo de relação: a supressão da relação (humana) muda a natureza do processo de compra e consumo. Na interface com a máquina, o consumidor precisa testá-la, domesticá-la, tornar-se íntimo dela. Agora já não é mais possível exprimir a sua própria pergunta com suas próprias palavras. E nem mais negociar o serviço que lhe é oferecido. Por isso, cada vez mais a oferta se apresenta de forma escrita ou ilustrada por fotos, desenhos, ou até mesmo como anúncios publicitários. Uma vez que a oferta foi traduzida na sua própria “linguagem”, o consumidor deve agora escolher aquela que melhor traduz a sua necessidade. Muitas vezes esse aprendizado dá-se através de tentativa e erro. E por sua vez, ele também deve ter a capacidade de fazer as “perguntas” não mais em função do problema que ele tem, mas em função do que a máquina está apta a responder-lhe – as respostas possíveis pré-programadas. Para tentar sanar as dúvidas, os próprios consumidores procuram e trocam informações via internet a respeito de como utilizar certas máquinas, vencer certos desafios

Vimos que não há um determinismo tecnológico na questão das máquinas técnicas e cibernéticas. Trata-se, sobretudo, de uma construção social, em que os atores jogam um papel fundamental. Vejamos como os grandes atores sociais querem atingir o objetivo de levar toda a população mundial ao acesso recorrendo à chamada do fundador e presidente do Facebook, Marck Zuckerberg, que busca alcançar os objetivos de sua corporação, esforçando-se para que toda a humanidade tenha acesso à internet. Ele sabe que a sua companhia se torna mais forte e mais rica na mesma medida em que mais e mais pessoas acessam suas páginas, seus perfis. Neste momento, a análise de sua conclamação é emblemática para nosso trabalho. Apesar de um pouca extensa, nos atemos à sua atenta leitura em vias de extrair algumas importantes informações.

Nas próximas décadas, veremos a maior das revoluções, quando bilhões de pessoas se conectarão à internet pela primeira vez. [...] Conectar todo mundo é um dos desafios fundamentais da nossa geração. Quando as pessoas têm acesso à web, elas não se conectam apenas com seus amigos, famílias e comunidades, *elas ganham a oportunidade de participar da economia global*. [...] O acesso a ferramentas on-line permite que as pessoas usem informação para trabalhar melhor e, dessa forma, criar ainda mais trabalhos, negócios e oportunidades. *A internet é a fundação dessa economia*. Conectar todos no mundo fará mais do que compartilhar esses benefícios com outros bilhões de pessoas. *Colocar os outros 66% do mundo on-line irá capacitá-los para inventar e criar novidades que nos beneficiarão também*. Se pudermos conectar todos, nossas vidas melhorarão drasticamente. [...] Talvez a mais importante mudança possa ser o novo senso global de comunidade. Hoje só podemos ouvir as vozes e testemunhar o imaginário coletivo de cerca de 33% dos habitantes do mundo. *Nós estamos sendo roubados da criatividade e do potencial de outros 66% do mundo que ainda não estão online*. Amanhã, se tivermos sucesso, a internet irá de fato representar a todos. Nada sobre esse futuro está garantido. Os próximos anos serão uma luta na expansão e defesa da internet livre e gratuita. Nosso sucesso irá determinar até onde a visão de um mundo conectado pode ir. Conectar o mundo está dentro de nosso alcance e, se trabalharmos juntos, nós podemos tornar isso possível<sup>108</sup>.

Neste chamado, Zuckerberg afirma que a internet é a responsável pela fundação de uma “nova economia”, economia esta que, para ele, se desenvolve on-line. E Se ainda cerca de 66% da população mundial está ausente dela<sup>109</sup>, então é o momento de torná-la também participante dos “benefícios” que a nova economia oferece. Para ele, esses novos integrantes, quando fizerem parte do mundo conectado, serão capacitados para inventar e criar novidades que beneficiarão a todos. Mas como sabemos, o que está por trás deste suposto interesse pela espécie humana é a criação de

---

inerentes ao processo maquínico. A autora também aponta que, neste caso, o “serviço” é dissociado da “relação de serviço” e que a “preocupação técnica é cada vez mais dissociada da relação social”. Ela ainda afirma que a relação de um sujeito com o “outro” pressupõe um objeto comum e por isso aquele que se relaciona com o “outro” sem ter um objeto em comum corre o risco de uma alienação social.

<sup>108</sup> Mark Zuckerberg, *Valor Econômico*, 8/7/14, B9, grifos nossos (traduzido do *The Wall Street Journal*).

<sup>109</sup> Jared Cohen, do Google Ideas, estima que em 2023 haverá sete bilhões de pessoas conectadas, ante 2,5 bilhões atualmente (*Revista Exame*, 02/10/13).

valor para sua corporação. O Facebook sabe que quanto mais usuários acessam a sua rede, mais dados ele dispõe e essa informação é riqueza para a companhia.

Para que consiga atingir a sua meta de um mundo 100% conectado, a proposta do Facebook é o internet.org, um projeto lançado em 2013 com a participação de empresas de tecnologia como Nokia, Ericsson e Samsung. O projeto tem como iniciativa/meta conectar os quatro bilhões de pessoas no mundo que ainda não têm acesso à rede de forma gratuita. Até agora, a iniciativa já foi implantada em nove países e atende 800 milhões de pessoas, das quais 1% nunca havia acessado a internet. O acesso à internet.org é oferecido por acordos com companhias telefônicas, a partir do uso de um aplicativo específico, o qual, por sua vez, abre uma lista pré-definida de serviços oferecidos. A prática é chamada de *zero-rating* (modelo de negócio em que a operadora permite que, esgotada a franquia de dados do consumidor, ele possa continuar o acesso com um serviço limitado sem custos. A crítica a esse projeto passa tanto pelas questões relacionadas à privacidade quanto também ao fato de que todas as informações de acesso são processadas pelos centros de dados do Facebook. Segundo especialistas, alguns programas teriam privilégios em detrimento de outros. Mark Zuckerberg tem defendido o projeto e a neutralidade da rede, mas ao mesmo tempo afirma que em algumas ocasiões, “é preferível ter acesso limitado à internet que não ter acesso nenhum”<sup>110</sup>. Zuckerberg, no princípio, acreditava que o principal empecilho para o não acesso fosse a pobreza e que seria necessária uma nova tecnologia e uma mudança econômica para mudar o panorama. Hoje, ele diz que “tudo é uma questão de conteúdo e conscientização”<sup>111</sup>.

Outra forma de permitir o acesso que o Facebook está por testar é através dos drones – veículos leves não tripulados movidos a energia solar – e também a tecnologia laser. Tal objeto é uma enorme asa de fibra de carbono (similar a de um Boeing 737), mas com peso que não supera os 500 quilos. A intenção é criar uma verdadeira rede através da união dos equipamentos de comunicação em terra com os drones<sup>112</sup>.

No entanto, o Facebook não está sozinho nesta empreitada. Outras empresas de tecnologia tentam alcançar os cerca de 66% da população mundial que ainda não têm acesso à rede<sup>113</sup>. O projeto *Loon*, do Google, também procura prover conexão gratuita. A companhia, através

<sup>110</sup> Gustavo Brigatto, *Valor Econômico*, 9-11/05/2015, B5.

<sup>111</sup> O ataque contra o internet.org partiu de uma carta assinada por 67 grupos de diversos países expressando uma série de preocupações a respeito do programa, como por exemplo, a violação da neutralidade da rede, os riscos à segurança e à privacidade e a ameaça à liberdade de expressão (*Valor Econômico*, 23/05/2015, B9).

<sup>112</sup> *Correio Popular*, 09/08/2015, p. A24.

<sup>113</sup> No entanto, apesar do esforço, estima-se que até 2017, cerca de 900 milhões de pessoas devem se tornar novos usuários, o que ainda deixaria cerca de quatro bilhões excluídos do acesso. Segundo a consultoria McKinsey & Co., a

dessa iniciativa, envia balões na estratosfera terrestre, dotados de tecnologia capaz de prover conexão à internet para as áreas mais remotas do planeta. Os balões também podem se conectar entre si para ampliar a área de cobertura (maquinismo)<sup>114</sup>. Aliado a isso, a empresa também anunciou que o Google Maps (serviço de mapas) passará a funcionar em navegação off-line, sem precisar de conexão a internet. A meta é conquistar o “próximo bilhão de usuários”<sup>115</sup>. Também na mesma linha, o Google fez parte de um projeto do continente africano que pretendia fornecer a cada criança do continente africano um dispositivo portátil de baixo custo. Tratou-se, certamente, da tentativa de consolidação de posição em um continente relativamente ainda pouco explorado no quesito tecnologias de informação (REISCHL, 2009, p. 144).

Mas a tentativa de conectar o mundo todo parece não se restringir somente a Google e Facebook. Visando romper as barreiras do acesso, a ONG (Organização Não Governamental) Wi-Fi Alliance – que tem como membros Apple, Microsoft, Intel e outras centenas de empresas de tecnologia – promete oferecer acesso a todos através do aplicativo *Wi-Fi Aware*, lançado em 2015, que localiza outros dispositivos (através das funções Wi-Fi e Bluetooth), e os interliga virtualmente, formando uma rede de acesso através do mesmo, sem a necessidade de conexão de dados e, por isso mesmo, de conexão mais garantida. A grande novidade é que cada usuário é localizado geograficamente e as empresas podem utilizar-se disso para enviar as informações que julgarem importantes onde e quando quiserem<sup>116</sup>.

Enquanto essas empresas podem ser consideradas no âmbito macro, “global”, essa tecnologia também pode operar de forma local, em lojas. A Starbucks, maior rede de cafeterias do mundo, está testando uma nova tecnologia que permitirá que seus atendentes saibam, assim que o consumidor entrar em uma de suas 18000 lojas em 62 países, qual café ele costuma pedir e como ele prefere pagar a conta. Adam Brotman, vice-presidente executivo da área digital da empresa, afirma que “de certa forma, o celular vai pedir o café”<sup>117</sup>. Este é um claro exemplo de como o rastreamento pelo celular permite o “diálogo” com os consumidores, enviando a eles automaticamente ofertas específicas quando detectam a presença deles nas proximidades das lojas. Uma outra tecnologia análoga chamada de *beacon* (farol, em inglês), um aparelho sem fio que se

---

expansão no número de usuários de internet no planeta desacelerou de um crescimento de 10,4% de 2009 a 2013, ante 15,1% entre 2005 e 2008 (*Valor Econômico*, 23/04/2015, B9).

<sup>114</sup> Em junho de 2015, a empresa tinha 50 balões no ar. Os dispositivos conseguem ficar suspensos por 180 dias (Gustavo Brigatto, *Valor Econômico*, 01/06/2015, p. B5). O Sri Lanka deverá ser o primeiro país a ser completamente coberto pela tecnologia (previsto até março de 2016), depois de o governo local ter assinado um acordo em 28 de julho de 2015 (*O Estado de São Paulo*, 15/08/2015, p. B13).

<sup>115</sup> Murilo Roncolato, *O Estado de São Paulo*, 29/05/2015, p. B14.

<sup>116</sup> *O Estado de São Paulo*, 18/07/2015, p. B17.

<sup>117</sup> *Revista Exame*, 12/06/2013, reportagem de Luiza Dalmazio.

comunica com celulares que têm o aplicativo da loja instalado e o bluetooth ligado, também está se expandindo. Através dele, os lojistas podem saber até mesmo se os consumidores, ao entrarem em determinada loja, viram mais para a direita ou para a esquerda, por qual corredor trafegam mais etc. É praticamente de um “detector de desejos” das empresas e seu uso também pode servir para o envio de ofertas personalizadas<sup>118</sup>.

Enquanto isso a Amazon, varejista on-line, tem sido ainda mais agressiva na guerra tecnológica: está testando softwares que analisam o histórico do cliente em seu site, o tempo que o seu mouse fica parado em cima de um produto. Com isso, espera conseguir criar um índice capaz de medir a probabilidade de aquisição, o qual, se for muito alto, fará com que o artigo seja enviado antes mesmos da confirmação da operação por parte do cliente<sup>119</sup>.

### **Todos conectados**

Se o sonho de colocar um automóvel em cada garagem parece irrealizável, dotar cada habitante do planeta com um dispositivo móvel parece cada vez mais factível. Assim como o relógio e o motor de combustão antes deles, hoje o smartphone está mudando tanto a maneira como as pessoas se relacionam entre si, como com o mundo que as cerca. O celular já não é mais um simples equipamento de voz. Ele permite navegar pela internet, acessar as redes, monitorar câmeras. Nisso tudo, falar é um simples detalhe. A telefonia móvel pode ser considerada uma plataforma de comunicação, de trabalho e de entretenimento (nesses três casos, formas de sujeição social e também de servidão maquínica). Hoje, mais do que em qualquer momento, quando uma pessoa acessa a internet pelo celular, toda a navegação é monitorada. O celular não deve, portanto, ser considerado simplesmente como um equipamento de bolso. Em muitos casos, ele é o próprio “cérebro” no bolso, já que é a forma pela qual as pessoas têm realizado cada vez mais a maioria de suas tarefas rotineiras, apoiando-se nele, como uma espécie de “memória externa”.

Quando um usuário acessa a internet através de qualquer dispositivo eletrônico, ele emite informações e sinais, que o torna parte de um banco de dados que as empresas de consumo e de comunicação capturam para seu próprio benefício. Diariamente, mais de um bilhão de pessoas trabalham gratuitamente, criando valor (quase sempre sem ter conhecimento disso) para o Facebook, por exemplo<sup>120</sup>. Google e Facebook não só rastreiam toda a atividade do internauta,

<sup>118</sup> Nayara Fraga, *O Estado de São Paulo*, 16/03/2015, p. B18.

<sup>119</sup> Bruno Ferrari, *Revista Exame*, 19/02/2014, pp. 32-39.

<sup>120</sup> As mídias sociais têm transformado a publicidade em “organismo vivo”. É o que aconteceu, por exemplo, com o comercial da campanha de xampu “Head&Shoulders”, estrelada pelo técnico de futebol Joel Santana. O primeiro vídeo atingiu a marca de 21 milhões de visualizações. Atenta à reação dos internautas, a agência Africa colocou no ar a

como utilizam esses mesmos dados para lucrar. E assim os bilhões de internautas fornecem informações, produzem conteúdo, trabalham de graça para essas gigantescas empresas de informação<sup>121</sup>. E receberão, em troca, entre outras coisas, anúncios cada vez mais personalizados.

### **Todos integrados ao mercado mundial**

Quanto mais pessoas usam uma determinada tecnologia, mais a sua prática será facilitada, pois competências de uso são acumuladas. Marx (2013, p. 454) já apontava que, com a introdução da maquinaria, era o trabalhador que passava a se adaptar ao processo produtivo (hábito), o qual por sua vez havia sido previamente adaptado ao trabalhador (espécie de máquina abstrata). Com relação à fábrica do tipo fordista, o que deve ser levado em conta não é somente a revolução que Henry Ford fez com relação ao processo produtivo fabril, mas também em ter forjado uma geração com capacidade de dirigir. E isso começava na fábrica, ou melhor, com os trabalhadores e o salário diário de cinco dólares. Entre as consequências do novo modo de produzir, podemos citar o barateamento de seus produtos. “Quando conseguir produzir os carros em quantidade e mais baratos, você conseguirá mais pessoas com dinheiro suficiente para comprá-los. O mercado se encarregará de fazer o seu papel” (SNOW: 2014, p. 165)<sup>122</sup>. Também os computadores, quando passaram a ser “pessoais” transformaram-se em ferramentas de rotina que o trabalhador, encontrando-o dentro da empresa, sabia manejar. E o mesmo pode ser dito a respeito das habilidades criadas por smartphones e aplicativos. Neste caso, a relação é direta: quanto mais uso, melhor eles ficam. O algoritmo do Google talvez seja o melhor exemplo do forjamento dessa fábrica social e consequente exploração.

---

segunda peça de acordo com o feedback do público. Eco Moliterno, diretor de criação da agência, disse que “ao monitoramos a primeira campanha, percebemos que a frase [You ta the brinquenchon uite me, cara?] havia virado um jargão, algo que não prevíamos. Decidimos, então, modificar o segundo comercial, que seria lançado 40 dias depois, e colocar uma introdução na qual o Joel Santana fala logo de cara a frase que virou sucesso”. Ele ainda pontua que “a publicidade se retroalimenta. Não temos mais como viver em uma bolha” (*Meio & Mensagem*, 23/09/2013).

<sup>121</sup> “Facebook é a caricatura do público e do social, da conectividade generalizada. Definido por rede “social”, trata-se, na realidade, de um espaço radicalmente privatizado, de propriedade de uma empresa privada para a qual um bilhão de pessoas trabalham gratuitamente sem perceberem” (LAZZARATO, 2013, p. 168). Quanto mais tempo o usuário dessa rede navegar nele, mais ele será lucrativo por duas razões: 1) mais anúncios ele consome; 2) mais dados ele fornece. Por isso, o que se tem visto é a criação de um clima de “cassino” para que seus usuários passem o maior tempo possível conectados. Um movimento recente aponta para o mesmo caminho: o Google Inc. fechou negócio com as operadoras de celular T-Mobile US Inc. e Sprint Corp. para oferecer serviços de telefonia de celular nos Estados Unidos. Quanto mais pessoas acessam a internet (e aí reside a importância da operação), mais benefício tem o Google, já que mais consumidores se tornam “dados” (*Valor Econômico*, 23/01/2015, B4).

<sup>122</sup> A produção em massa visava o consumo em massa, e a (construção de uma) classe de consumidores que pudesse comprá-los. Ford se confidenciou, assim, como o inventor da era moderna. Talvez não seja exagero afirmar que Henry Ford “inventou” a era moderna. Não foi somente a criação de um motor a gasolina e consequentemente um automóvel. Foi também uma nova forma de viver – as estradas para os automóveis, as aglomerações urbanas; uma nova forma de produzir – a produção em massa, a jornada de cinco dólares; a integração vertical da cadeia de suprimentos; uma nova forma de tratar o meio ambiente – a poluição sonora, do ar, o desmatamento etc.

“A gente faz carro e não sabe guiar”. Tal estrofe da música *Inútil*, da Banda Ultraje a Rigor – não reflete mais o atual momento do capitalismo. Hoje, cada vez mais os indivíduos são iniciados às tecnologias, são levados a aprender o seu uso para que se tornem dados valiosos para as empresas. Agora deveríamos cantar “eles fazem carros, nós aprendemos a guiar; eles criam celulares e nos ensinam a conectar”.

Em vistas de tornar a fábrica social ainda mais expandida, a Amazon estuda recrutar pessoas para entregar suas mercadorias através do embrionário serviço “*On My Way*” (“No meu caminho”, em tradução livre). A empresa está desenvolvendo um aplicativo para encontrar pessoas que realizem a entrega de parte de seus cerca de 3,5 milhões de pacotes por dia. Elas seriam remuneradas, mas certamente a corporação gastaria muito menos que com as transportadoras do ramo<sup>123</sup>. O Google também não fica atrás. Em julho de 2015 lançou a ferramenta *Purchases on Google* [Compras no Google, em tradução livre], que permite aos usuários fazer compras diretamente dos anúncios que aparecem nas buscas feitas por meio de dispositivos móveis<sup>124</sup>. Também o Facebook já permite a criação de lojas virtuais<sup>125</sup>, reforçando a intenção da companhia em expandir a possibilidade de compra e venda para seus internautas e que, certamente, se tornará uma nova fonte de receitas.

Todas essas notícias nos levam à conclusão que produzir (fazer parte do processo produtivo) tornou-se uma atividade extensiva e estendida a toda a sociedade. Se no início o capitalismo forjou a indistinção entre trabalho manual e trabalho intelectual, agora parece chegar na indistinção entre trabalho e “vida”, entre produção e consumo, levando cada vez mais à servidão maquínica generalizada.

Estamos por vivenciar, agora, uma era de não distinção entre o que é conexão e o que não é. Em breve, não será mais possível saber se estamos ou não conectados, se estamos ou não trabalhando, se sofremos ou não violência.

## **Google – entre servidão maquínica e sujeição social**

<sup>123</sup> Greg Bensinger, *Valor Econômico*, 17/06/2015, p. B4 (traduzido do *The Wall Street Journal*). No Brasil, o aplicativo PiggyPeg oferece dinheiro aos consumidores que se dispuserem a visitar as lojas cadastradas no sistema. Basta que o usuário baixe o aplicativo, forneça alguns dados, visite as lojas participantes e lá apontar o celular para um QR-Code e “coletar” seu dinheiro (*O Estado de São Paulo*, 02/09/2015, p. B16).

<sup>124</sup> Analistas especulam que a intenção maior é rivalizar no futuro com a Amazon e o eBay, já que esta nova ferramenta torna o Google uma espécie de “loja” virtual (*O Estado de São Paulo*, 16/07/2015, p. B20).

<sup>125</sup> *Meio & Mensagem*, 20/07/2015.

Como sistema articulado de máquinas [...] a produção mecanizada atinge sua forma mais desenvolvida. No lugar da máquina isolada, surge, aqui, um *monstro mecânico, cujo corpo ocupa fábricas inteiras* e cuja força demoníaca, inicialmente escondida sob o movimento quase solenemente comedido de seus membros gigantescos, irrompe no turbilhão furioso e febril de seus incontáveis órgãos de trabalho propriamente ditos (MARX, 2013, p. 455, grifo nosso).

Google não domina somente o mercado de buscas e de publicidade. Também transforma a sociedade. A empresa influencia na obtenção da informação, afeta a aprendizagem, fomenta a cultura do “copiar colar” e atua como o maior registrador de dados que o mundo já viu. Google se converteu no “Big Brother” cujo olho em breve chegará nos lugares mais oclusos da nossa vida privada (REISCHL, 2009, p. 30).

Assim como analisamos no capítulo precedente a empresa Coca-Cola, agora nosso objeto de estudo é a empresa Google Inc., a nova empresa mundial de publicidade (e não só). Reischl (2009, p. 26) nos aponta que a palavra Google é uma escrita “errada” de googol, que designa o número 10 elevado a centésima potência, ou seja, um número praticamente inimaginável. Mas também tem a ver com um livro publicado em 1913 chamado *The Google Book*, escrito por Vincent Cartwright Vickers, que relatava um monstro chamado Google. Talvez não seja nenhuma coincidência. Esse monstro cibernético (confrontar com a citação em epígrafe de Marx – “monstro mecânico, cujo corpo ocupa fábricas inteiras”, hoje a grande fábrica social) parece não encontrar barreiras para se expandir. Para ter cada vez mais o domínio mundial da informação que implica, de certa forma, um “controle” da internet, a empresa tem incessante e fortemente se estruturado<sup>126</sup>.

Google e Facebook têm poucos concorrentes e por isso concentram um poder cada vez maior<sup>127</sup>. Dujarier (2009, p. 187) alertava para a fusão dos chamados provedores de suporte (redes de cabo, redes telefônicas etc.) com os gestores de conteúdo, a ponto de os maiores dominarem o setor de forma praticamente monopolista. Os movimentos que estão acontecendo têm demonstrado que a autora não estava tão distante do correto entendimento da situação. O Google se uniu, em 2008, a um grupo de investimentos para a construção de uma rede de cabos conectando a Califórnia ao Japão, a um custo estimado de US\$ 300 milhões. Desde então, a empresa estendeu o alcance dessa rede, atingindo uma malha de cerca de 10.000 quilômetros que entrou em operação em

<sup>126</sup> Para Julian Assange, fundador do WikiLeaks, o negócio do Google é “coletar informação privada”. Ele afirma que pelo menos 80% dos smartphones são controlados pela empresa, que grava as localidades, contatos, e-mails etc. Essas informações são, por sua vez, integradas com outras do Gmail e do Youtube (empresas também do Google) para a construção de um perfil do usuário. “Seu modelo [de negócio] é uma armadilha do serviço gratuito, oferecendo maneiras de pesquisa que parecem ser de graça, mas não são. É um anzol, você é o peixe que morde a isca com informação pessoal” (*Folha de S. Paulo*, 09/02/2015, A12, entrevista a Leandro Colon).

<sup>127</sup> Por trás do mito do acesso democrático, estão os oligopólios da conexão. As plataformas de acesso usada pela grande maioria são Mac (Apple) ou PC (Microsoft); os sistemas iOS (Apple), Windows (Microsoft) ou Android (Google); as redes sociais (dominantes): Facebook, WhatsApp, Twitter, Youtube; o sistema de busca Google. A conta é sempre favorável às corporações. Apesar de na página inicial do Facebook estar escrito “é gratuito e sempre será”, isso não é verdade. Estima-se que a atividade de um internauta no Facebook, por exemplo, equivalia, em 2008, a 350 dólares (DUJARIER, 2009, p. 76).

2013<sup>128</sup>. Um esforço certo para aumentar o controle sobre a estrutura física da rede de computadores em nível mundial.

Desde junho de 2013, a companhia tornou-se também a responsável pela conexão sem fio de sete mil cafeterias da rede Starbucks. Especulações apontavam que a intenção do Google era montar uma empresa de prestação de serviços de telefonia móvel virtual, usando a estrutura de rede já disponível. Especialistas afirmavam que, uma vez “dentro” das residências, a empresa conseguiria receber mais dados, abastecendo as AdNetwork (rede de anúncios do Google), e que esse movimento poderia, potencialmente, abrir a estrada para uma oferta de banda larga e telefonia móvel no modelo “freemium”, em que os custos seriam bancados pelos anúncios<sup>129</sup>. E foi exatamente o que aconteceu. Em 2015, o *Google* lançou um serviço de telefonia móvel em grande parte dos Estados Unidos. Apesar de no momento ainda ser um pouco restrito (funciona apenas para usuários convidados), o serviço, chamado *Project Fi*, custa US\$ 20 por mês para voz e texto e mais US\$ 10 para cada gigabyte de dados usados. A empresa também oferece em quatro cidades americanas o Google Fiber, serviço de acesso à internet de banda larga. Antes de o Fiber entrar em uma cidade, a companhia analisa a demanda, mirando, assim, somente os mercados mais lucrativos.<sup>130</sup> São táticas utilizadas visando que mais pessoas acessem a internet (e de forma mais barata) para consumirem principalmente seus serviços, como as ferramentas de busca e o *Youtube*. Também no caso do projeto Loon, que pode ser considerada como uma rede de fibra ótica na estratosfera, o Google se transforma em um fornecedor de infraestrutura para as operadoras.

Reischl (2009, pp. 113-4) soa o alerta, dizendo que o Google, na medida em que “define” a realidade, é considerado, para muitos internautas, como apresentando a “verdade”. Por poder “escolher” ou definir o que é verdadeiro, a empresa também pode manipular as pessoas. Sem dúvida, as grandes empresas de tecnologia de informação têm um poder cada vez maior sobre os indivíduos. Mas como isso funciona no caso do Google? Para Reischl, ele aplica a máxima “dar e receber”, mas cujo equilíbrio está nas mãos da própria empresa. Google oferece gratuitamente a função de busca, além de outras funcionalidades, e em troca recebe informação, pois quanto mais se aprende e se sabe sobre o usuário, mais exata será a informação que lhe será oferecida<sup>131</sup>. Quanto

<sup>128</sup> *Valor Econômico*, 18/12/13, B2.

<sup>129</sup> *Meio & Mensagem*, 16/12/2014, p. 19.

<sup>130</sup> *Valor Econômico*, 23/04/2015, B7.

<sup>131</sup> O Google, além de possuir a maior base de dados do mundo, recebe também gratuitamente os dados mais qualificados pelo fato de que, diferentemente da rede social, em que as pessoas publicam muitas vezes o que querem projetar de si, nos seus mecanismos de busca o indivíduo exerce uma pesquisa bem precisa. Com esses dados em mãos, o Google do Brasil lançou um projeto comercial lançado em dezembro de 2014 chamado Human Stories, que consiste no oferecimento de cotas para anunciantes e agências de propaganda que procuram um público-consumidor específico

mais concreto o dado é, mais caro custa. Mas a fome do Google não se sacia apenas em conhecer o histórico do usuário, mas também em prever suas ações. “Os serviços do Google são cada vez mais inteligentes porque a empresa sabe perfeitamente o que seus clientes querem. E quanto mais dados tem à disposição, mais precisos serão os serviços, tanto os que existem quanto os que serão desenvolvidos” (2009, p. 53). Ainda para ele, a personalização é baseada em um sistema de programas que sabe quem somos, onde estamos e o que fazemos (p. 79)<sup>132</sup>. Reischl (2009, p. 54) afirma que os conhecimentos sobre os usuários, obtidos através do seu buscador e outros serviços, “são o verdadeiro capital da empresa e a base de projetos futuros” e que o Google não é somente um buscador, “mas um perfeito instrumento de mercado que pretende conquistar o mundo da publicidade”.

Jean Tirole, economista francês que recebeu o prêmio Nobel de Economia de 2014 por estudar o poder de empresas como o Google, afirma que um usuário ao entrar em seu buscador para procurar determinada informação, “recebe” os dados de forma gratuita, mas o é o Google que obtém mais dados sobre comportamento na web e vende anúncios patrocinados. Para ele, trata-se de uma transação de “preço zero”, mas que gera valor para os dois lados<sup>133</sup> e o êxito do Google deve-se ao fato de ter percebido, já há algum tempo, que não é exclusivamente e simplesmente um “buscador”, mas um gigante na venda de publicidade on-line, e ter se tornado um dos maiores comercializadores de espaço publicitário do mundo<sup>134</sup>.

Mas não é só isso. O Google parece correr cada vez mais na frente na busca desenfreada pela inovação. Por isso, em agosto de 2015, a empresa anunciou a criação da Alphabet Inc.<sup>135</sup>, uma holding criada para organizar estruturalmente todas as empresas do grupo. A holding inclui o próprio Google e outras empresas previamente adquiridas e que estavam sob o “controle” Google. A partir de agora, o Google – cujos produtos são publicidade, Android, Gmail, GoogleMaps,

---

de cada segmento comportamental e de gosto (beleza e estilo de vida, esporte, música etc.) eleitos pelo Google através das pesquisas realizadas pelos internautas na página de buscas, cruzando com outras informações de outras instituições como a ComScore (Lena Castellón, *Meio & Mensagem*, 13/04/2015, p. 112).

<sup>132</sup> Ainda dentro deste aspecto, o Google oferece o Google Apps for Work (soluções em gestão para empresas: aplicativos capazes de organizar e facilitar projetos, reuniões etc. das organizações. Estima-se que o Google já tenha 5 milhões desse tipo de cliente no mundo (*Valor Econômico*, 31/07/2015). Quanto mais o Google conhece as empresas para as quais ele vende seus serviços, mais ofertas ele poderá oferecer às mesmas.

<sup>133</sup> Toni Sciarretta, *Folha de S. Paulo*, 14/10/2014, p. B5.

<sup>134</sup> Hoje a empresa aparece em segundo lugar no ranking dos maiores grupos de mídia global, realizado pelo Instituto para políticas de Mídia e de Comunicação (IFM), mas muito próximo da líder Comcast. A Apple aparece em 10º lugar, o Facebook em 17º e a Microsoft em 20º. Interessante notar que tais empresas não têm em sua vocação de negócio a produção de conteúdos, mas exploram, por exemplo, a venda de espaços publicitários (*Jornal Propaganda e Marketing*, 03/08/2015, p. 10).

<sup>135</sup> O nome significa o conjunto de letras que representam a linguagem (o coração do mecanismo de busca do Google) e também Alpha significa o retorno do investimento sobre a marca de referência (benchmark) que o Google busca.

YouTube – será a maior companhia da Alphabet<sup>136</sup>. O objetivo principal dessa “separação” entre as empresas que ganham dinheiro (Google, principalmente) e as que não são lucrativas é, de certa forma, combater tanto a desaceleração da receita do Google com publicidade on-line – com o crescimento das redes sociais e da mídia programática, novas opções surgiram para o mercado de publicidade on-line – quanto o deslocamento dos usuários para plataformas on-line – sem necessidade de passar pela web<sup>137</sup>, nem utilizar o buscador. Cada empresa terá, assim, seu foco e a possibilidade de novas fontes de renda. Nas palavras de Larry Page, que passa a ser o presidente executivo da Alphabet, “a reestruturação tem como meta permitir que coisas mais ambiciosas sejam criadas, que a holding possa [...] dar mais foco para as companhias pertencentes ao Google já que agora elas terão mais “independência”<sup>138</sup>.

Para Reischl (2009, p. 152), a febre de aquisições do Google nunca parou, pois ele talvez saiba que “não vale o que custa”, uma vez que, do ponto de vista da concorrência empresarial, praticamente todos os seus serviços podem sofrer paralisação de acesso e troca por outro prestador. Essa possibilidade de mudança repentina faz com que, a cada empresa que surja e possa ameaçar um de seus serviços, o Google já procure proceder com sua aquisição<sup>139</sup>.

### **Servidão maquínica e metadados**

Lewis Mumford, ao ocupar-se da análise do desenvolvimento humano análogo ao desenvolvimento das máquinas, foi o responsável por extrair o conceito de megamáquina, tão importante em nosso trabalho. E mais uma vez utilizamos suas inferências como base desse item de nossa pesquisa. Se para Mumford a “riqueza”, a força e o poder do império egípcio da Antiguidade

<sup>136</sup> Que inclui também a Calico – que combate doenças da velhice –, o Google X Lab – laboratório de invenções como carro sem condutor, balão para conexão a internet etc. –, a Nest – fabricante de dispositivos “inteligentes” –, o Google Fiber – serviço de internet rápida –, a SideWalk Labs – tecnologia para mobilidade urbana – entre outras.

<sup>137</sup> E aqui cabe uma distinção entre internet e web. Enquanto a internet é a própria rede, a web (world wide web) é um ambiente dos sites e da interligação deles com outros. Enquanto a internet foi criada em 1960, a web veio a se desenvolver somente em 1991 (*Valor Econômico*, 27/02/2015, Suplemento Eu & Fim de Semana, p. 5). Com a migração cada vez maior dos usuários web (www) para os aplicativos (através da grande explosão de vendas de aparelhos celulares), a consequência pode ser uma perda de receitas para a empresa, já que cerca de 90% de seu faturamento advém da publicidade on-line (seu buscador e suas redes de display de propaganda). Os usuários de smartphones compram produtos cada vez mais principalmente por aplicativos, e cada vez menos através de buscas ou anúncios, o que pode fazer com que o império de buscas e publicidade on-line sofra um grande abalo.

<sup>138</sup> Ligia Aguilhar, *O Estado de São Paulo*, 11/08/2015, p. B14.

<sup>139</sup> Em 2007, por exemplo, o Google comprou a *DoubleClick*, empresa de publicidade digital com maior experiência no hábito de espiar os usuários, através do envio de cookies pelos navegadores. Uma vez depositado o cookie no navegador, o software *AdServer*, criado pela empresa, protocoliza a atividade do usuário e manda esta informação ao servidor *AdServer*, o qual, por sua vez, irá processar toda a informação e enviar de volta propaganda personalizada, otimizando o êxito publicitário (REISCHL, 2009, p. 56). O Google também se preocupa com os *AdBlockers*, programas que barram as propagandas on-line. No entanto, o Youtube, uma de suas empresas, anunciou um serviço chamado *Youtube Red* que elimina todos os anúncios publicitários. O custo mensal da assinatura é de US\$ 9,99.

estavam na junção de todos os elementos humanos em prol de um objetivo (as construções faraônicas), que juntos, funcionavam como uma megamáquina, hoje, para Nicholas Carr – escritor especializado em tecnologia – a riqueza, a força e o poder do que ele denomina “supercomputador mundial” volta a ser devida a concatenação de todos os elementos humanos em nível mundial, as quais provêm informações à megamáquina contemporânea. Carr (2009, p. 117) destaca ainda que a internet cada vez mais pode ser entendida como uma megamáquina, cuja evolução acarretará em diversas mudanças com relação ao mundo humano atual. “A conexão entre o mundo das coisas e lugares reais e o mundo de coisas e lugares simulados só vai acelerar à medida que o Supercomputador Mundial se tornar mais potente e novos dispositivos forem conectados a ele”.

Para Pasquinelli (2011, pp. 16-7)<sup>140</sup>, as máquinas técnicas capitalistas, criadas dentro das fábricas, tinham como função também o controle dos operários e a captura das suas capacidades no processo produtivo. No capitalismo industrial a exploração residia, então, mais nos “corpos” dos trabalhadores, extraindo-lhes, sobretudo, a energia mecânica. No entanto, o autor destaca que capacidade do trabalhador que mais interessa ao capitalismo contemporâneo é a informação que ele provê às máquinas, pois para ele, são as “microdecisões” tomadas ao longo do processo produtivo que dão forma tanto ao produto/serviço quanto ao aparato maquínico. Hoje, ao exercerem suas atividades produtivas, os trabalhadores (e não só) fornecem “informações”, que são processadas pelas máquinas (técnicas, cibernéticas), e transformadas em conhecimento maquínico. Ainda para Pasquinelli, a informática é capaz, através de sua dimensão numérica, de codificar as capacidades dos operários em bits (código digital), os quais por sua vez são transformados em números visando a produção econômica. O código digital atua, em sua visão, como interface numérica, e transforma a informação recebida em valor. É, por isso, uma ação no real, uma ponte entre o domínio do trabalho e do Capital. Ainda para Pasquinelli (2012, pp. 132-3), hoje, mais do que nunca, o valor não é produzido individualmente, pois ele implica sempre uma relação coletiva<sup>141</sup>. A máquina informacional (e isso inclui todos os seus agenciamentos em redes de informação) seria “a forma primordial de valor nos dias de hoje” e o Capital consegue é capaz de capturar essas redes de informação. Mas como ele opera essa equação? Para o autor, o sistema PageRank, do Google, é o

<sup>140</sup> Pasquinelli (2011, p. 21) parte do estudo “Composição orgânica do capital e força de trabalho na Olivetti”, de Romano Alquati, publicado nos Quaderni Rossi em duas partes (1962 e 1963). Para Pasquinelli, Alquati foi responsável por uma das primeiras análises de cunho marxista da cibernética. O autor analisa a questão das máquinas e do conhecimento coletivo levantados por Marx nos *Grundrisse*, concatenando com a ideia da cibernética de Alquati e a noção de maquínico de Deleuze e Guattari.

<sup>141</sup> Ele faz uma análise interessante de Marx e a questão da (des)medida do Capital. Para ele, a própria “crise” da medida marxiana de valor (tempo como unidade de medida do trabalho) é originada pelo problema da geração de valor coletiva (e também da natureza coletiva de valor). Para informações mais detalhadas, ver Pasquinelli (2012).

diagrama melhor implementado da acumulação de valor no capitalismo contemporâneo, cujos mecanismos de avaliação e ranqueamento servem para codificar, medir, controlar e capturar a produção social. Ele afirma tratar-se da melhor máquina para capturar tempo e trabalho vivos, e “transformar a inteligência geral social em valor de rede” (2009), ou seja, o Google (e não só) coloca a “inteligência social geral” numa escala proprietária de valores. Pasquinelli, ao pontuar que o PageRank é capaz de identificar e mensurar o “valor de rede”, nos leva de novo à Deleuze e Guattari e a questão da mais-valia maquínica. Para ambos, a mais-valia maquínica deve ser entendida como aquela acumulada no domínio cibernético (“transformação de um valor de mais-valia de código em uma mais-valia de fluxo”). E o Google aparece, então, como o rentista<sup>142</sup> global por excelência, aquele que explora as “novas terras” da internet sem precisar “produzir” nada. Quem produz (informação, conhecimento) é quem acessa a sua página ou os sites que publicam informações das quais o Google extrai para seu ranqueamento<sup>143</sup>.

Deleuze (2013), em seu *Post-Scriptum sobre as sociedades de controle* faz corresponder a cada “sociedade” certos tipos de máquinas, que, segundo ele, são capazes de exprimir as formas sociais que lhe deram nascimento. Para ele, nas sociedades de controle, os perigos das máquinas de informática e computadores seriam a interferência e a introdução de vírus, e a mutação do capitalismo que ele analisava era mais que uma simples evolução tecnológica. Deleuze explicita a diferença no que tange ao controle sobre os indivíduos nas sociedades disciplinares – que se ia de espaço fechado para outro espaço fechado – e nas sociedades de controle – onde a empresa substitui a fábrica. Ainda para Deleuze, enquanto as sociedades disciplinares têm dois polos – a “assinatura” do indivíduo e o número de matrícula que indica sua posição numa massa – ou seja, o poder é ao mesmo tempo individuante e massificante, nas sociedades de controle a assinatura e o número não são mais essenciais, mas a senha (como componente da linguagem numérica), que *marca o acesso ou a rejeição à informação*. Dessa forma, não estaríamos mais diante do par massa-indivíduo, pois

<sup>142</sup> Rentista (de renda) é aquele que tem o ganho parasitário somente por ser proprietário de um bem, diferente do lucro, o qual é “produtivo”, ligado ao poder do Capital de extrair mais-valia.

<sup>143</sup> Alguns exemplos de “mais-valia” produzida na rede. A compra da Flickr (rede de compartilhamento de fotos) pela Yahoo em 2005. Bradley Horowitz, executivo da Yahoo à época da aquisição, declarou que a Flickr tinha milhões de usuários gerando, organizando e distribuindo conteúdo pela internet, apesar de a empresa ter somente 10 funcionários. Ou seja, também quem não estava na “folha de pagamento” é que era responsável pelo valor de mercado da empresa – US\$ 35 milhões (CARR, 2009, p. 134). Em 2006, o Youtube foi comprado pelo Google por US\$ 1,65 bilhão, com apenas 65 funcionários, correspondendo a US\$ 35 milhões por pessoa. Em 2012, foi a vez do Facebook adquirir o Instagram: US\$ 1 bilhão e 13 funcionários (US\$ 77 milhões por trabalhador). Já em 2014, o mesmo Facebook comprou o WhatsApp por US\$ 19 bilhões (com 55 funcionários, equivaleu a US\$ 345 milhões por cada um) (*Valor Econômico*, 09/06/2015, p. D3). Isso demonstra que a extração de valor não passa mais somente pela produtividade do funcionário, mas pelo que a empresa consegue capturar.

“os indivíduos tornaram-se ‘dividuais’, divisíveis, e as massas tornaram-se amostras, dados, mercados ou ‘bancos’” (2013, p. 226, grifo nosso).

Para Pasquinelli (2011, p. 32), a extensão da sociedade de controle (cibernético) culmina na “sociedade dos metadados”<sup>144</sup>, em que o que conta não é mais somente “conhecer” a posição do indivíduo (os dados, sociedade de controle), mas predizer as tendências gerais da massa, os metadados. Nessa configuração, ele reconhece o caráter coletivo dos “dados” (informações), e afirma que a nova forma de controle biopolítico consistirá em *utilizar os metadados para controle das massas e previsão do comportamento coletivo*. Ainda para o autor, a “sociedade do metadado” aparece como uma espécie de “evolução” da sociedade de controle, e é, por sua vez, *baseada em fluxos de dados que são ativamente produzidos pelas atividades diárias dos indivíduos* (e não mais passivamente). As empresas de cartão de crédito, por exemplo, são detentoras de tecnologia que podem tanto entender quanto até “predizer” o comportamento do consumidor. Como todas as atividades (compras) do proprietário do cartão são registradas, os algoritmos conseguem obter dados que, apesar de não identificarem os “indivíduos”, sabem perfeitamente quem são esses consumidores-alvo, alvos de uma comunicação específica. Ou seja, não se trata de coletar dados “individuais” do detentor do cartão, mas de saber que tipo de compra esse cartão (divíduo) realiza, ou melhor ainda, de modular certos gostos<sup>145</sup>. Coppin (2004, p. 309) esclarece que a técnica, denominada de “filtragem colaborativa”, é muito utilizada também por empresas como o próprio Google e Amazon e que tal técnica baseia-se na ação precedente dos próprios usuários. Por exemplo, se João e Maria gostam dos itens A, B e C, e Maria gosta de D, então muito provavelmente João também gosta de D. Tal simplificação serve para demonstrar que de quanto mais dados o mecanismo dispõe, isto é, quanto mais usuários acessam, compram etc., mais o

<sup>144</sup> Para o autor, os metadados podem ser utilizados para: 1) medir a acumulação e o valor das redes sociais, na medida em que “as tecnologias digitais conseguem condensar e cartografar detalhadamente aquelas ‘relações sociais’ que para Marx constituem a natureza do capital”; 2) para aprimorar o aprendizado das próprias máquinas: por exemplo, o *deep learning* é o ramo da inteligência artificial em que sistemas de dados complexos podem auxiliar as máquinas em suas tomadas de decisão; 3) para monitorar e prever o comportamento das massas (divíduos).

<sup>145</sup> Um estudo realizado por pesquisadores do Media Lab do Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT) conseguiu identificar qualquer “pessoa” através de apenas quatro compras com o cartão de crédito. O estudo se baseou em uma base de dados de compras de 1,1 milhão de pessoas e conseguiu revelar a identidade do possuidor do cartão em 90% dos casos (conseguir identificar quem é determinado indivíduo pelos seus dados é a reversibilidade do metadado). Fica a pergunta: o que as empresas poderão fazer detectando, em “pessoa”, o seu consumidor? <http://www.sciencemag.org/content/347/6221/536> acesso em 24/08/2015 acesso às 15h. Através de sistemas como CRM (Customer Relationship Management), os profissionais do marketing podem identificar o gosto pessoal de cada consumidor e registrar tudo aquilo que a empresa pode fazer para lucrar em cima de cada um. O CRM permite que as empresas “personalizem” o serviço a partir da base de dados, instaurando uma relação totalmente impessoal: “Com o CRM, o conhecimento do cliente não passa mais pela compreensão interpessoal, de ‘pessoa em pessoa’, entre trabalhador e cliente: *este não é mais visto como indivíduo, mas sim como um banco de dados, soma de informações*. [...] [Isto] vem classificado como ‘pseudo-relação’: *uma relação que não é nem burocrática, nem pessoal, mas em que os sujeitos que interagem são intercambiáveis*” (DUJARIER, 2009, pp. 161-2, grifos nossos).

sistema funciona de forma precisa, significando que a informação provida pelo usuário é fonte de valor para as empresas<sup>146</sup>.

Se até certo tempo atrás as pessoas “acessavam a internet”, hoje elas parecem estar online o tempo todo. Os carros estão prestes a ser tornar “conectados”, os órgãos públicos, as lojas, enfim, grande parte dos lugares já permite que se passe de uma rede de acesso a outra sem que nem se perceba. Carr (2008, p. 117) também destaca: “Logo o Supercomputador Mundial saberá onde estamos e o que estamos fazendo em quase todos os momentos do dia. Vamos existir simultaneamente no mundo real e em um mundo gerado por computadores”.

Não estamos tão longe de presenciar o advento de uma tecnologia que poderá reconhecer o indivíduo em qualquer canto do planeta<sup>147</sup>. Basta lembrar também que todas as câmeras de vigilância observam praticamente todo pedaço de território do planeta. O Facebook, por exemplo, desenvolveu um dispositivo de reconhecimento facial que é capaz de reconhecer o rosto humano identificado, de forma que pode reproduzi-lo em outras fotos. Tal tecnologia funciona atribuindo números a características físicas, como a distância entre os dois olhos, o tamanho do nariz, das orelhas, visando criar uma impressão facial única que possa ser usada na identificação de alguém que já tinha sido identificado em uma foto<sup>148</sup>.

Para Lazzarato (2013, p. 153), o investimento em “capital constante social” significa também, e cada vez mais, os grandes investimentos nas máquinas informáticas e essas máquinas, por presidirem, estruturarem e organizarem fluxos de produção, de comunicação, de imagens, de escrita, de consumo etc., atravessam e reconfiguram as modalidades de percepção, de atenção, de sensação, de visão, de pensamento, ou seja, forjam novas modalidades de percepção humana. Para ele, a difusão cada vez maior do “capital constante social” preparou o caminho para uma nova espécie de servidão maquínica do século XXI, que consideramos a inteligência artificial, em cuja análise nos aprofundaremos no capítulo 5.

---

<sup>146</sup> O mesmo princípio deve ser usado no buscador do Google, em que o sistema é capaz de prever o que os usuários querem mesmo antes de eles completarem a palavra ou a frase.

<sup>147</sup> O filme *Velozes e Furiosos 7* apresenta esse dispositivo como “Olho de Deus”.

<sup>148</sup> No entanto, tudo isso é feito sem o consentimento do usuário. Apesar disso, parece que essa tecnologia, em breve, poderá até mesmo substituir os acessos com senha (*O Estado de São Paulo*, 03/08/2015, p. B9).

## EXCURSO II: O trabalho do consumidor

Não vão me deixar entrar no paraíso de jeito nenhum. Dizem que no paraíso só entra consumidor, mas eu não sou consumidora.

Adenoide<sup>149</sup>

Entre as “relações rastreáveis” que podem ser observadas no capitalismo analisado, optamos por escolher aquela do trabalho do consumidor a qual é, em nossa opinião, a que melhor esclarece as questões da sujeição social e servidão maquínica e que exemplifica como se dá a extração da mais-valia através da conexão.

Atentando-nos às hipóteses de Deleuze e Guattari (2012), temos que a sujeição social refere-se preponderantemente ao trabalho<sup>150</sup>. Já na servidão maquínica, o trabalho torna-se bipartido: por um lado como “trabalho extensivo” (que se torna precário e flutuante); e por outro, como uma “servidão maquínica generalizada” (sobretrabalho intensivo), em que pode-se fornecer mais-valia exercendo atividades que até então não eram consideradas como “trabalho”. No trabalho do consumidor, voltamos ao duplo movimento do Capital: ele promove uma “integração”, mas tal integração é para aprisionar, explorar, fazê-lo trabalhar. Para Lazzarato (2014, p. 126), o consumo, a comunicação e a cultura de massa são partes de um processo de “integração e cooptação de singularidade”. Ainda para o autor, o problema, a partir de então, tem sido em como integrar tais diferenças, tais singularidades no sistema nivelador e uniformizante do capitalismo. É neste ponto que Lazzarato (2014, p. 47) nos leva a refletir sobre a atuação do consumidor, que acontece dentro de margens suficientes que permitem a continuidade deste processo, mas que ao mesmo tempo mantém o sistema capitalista no controle da situação.

A atual face da sujeição social é projetada pelas semióticas do marketing, publicidade, consumo, televisão e internet. O acesso a essas semióticas, antes que ser negado, é incentivado. O cidadão, o consumidor, é chamado à “atividade” (uma atividade serializada), que ele deve integrar e participar ativamente. O “consumidor”, no que se refere ao nosso trabalho, é chamado a se expressar, mas é excluído exatamente pela sua participação, na medida em que é justamente através dela que ele perderá sua singularidade. Mas, lembramos que dentro desse agenciamento, não há mais a divisão entre consumidor e produtor, nem entre sujeito e objeto e nem qualquer outro dualismo. O capitalismo promove não só a indistinção entre fábrica e sociedade, mas também (dentro do processo produtivo) entre produtor e consumidor. Nas primeiras páginas dos *Grundrisse*,

<sup>149</sup> Personagem do seriado Pé na Cova, da Rede Globo (capítulo exibido em 24/06/2014).

<sup>150</sup> Apesar de eles apontarem ter havido um certo deslocamento do “trabalho do operário fabril” para o “trabalho do empreendedor de si mesmo”, cujo resultado é a auto-transformação em “capital humano” (LAZZARATO, 2014, p. 47).

Marx já aponta para a não separação entre produção e consumo. Hoje, aquelas palavras parecem ser cada vez mais vivas. Apesar disso, até um tempo atrás, produção e consumo eram considerados, de modo geral, como dois mundos opostos: de um lado o trabalho que produzia, do outro lado o consumo, uma função essencialmente passiva, que se restringia a ir à loja, decidir o que comprar e pagar. Defendia-se que o trabalho era o modo pelo qual o trabalhador ganhava dinheiro, enquanto o consumo era o seu gasto. Esses dois papéis – os agentes “produtor e consumidor” –, que por muito tempo estiveram radicalmente separados, têm sido cada vez mais integrados no capitalismo contemporâneo.

A socióloga do trabalho Marie-Anne Dujarier (2009, pp. XX e XXII) aponta que o consumo, por requerer tempo, energia física, envolvimento emocional, tornou-se uma atividade central na existência dos indivíduos da sociedade capitalista. O “consumidor” é uma “representação social construída no âmbito político e de marketing”, já que ninguém “nasce” consumidor<sup>151</sup>. Ela também aponta que os termos produção e consumo não são opostos, mas sim demonstram o caráter insolúvel de ambos no nível econômico, social e subjetivo: “Consumir e trabalhar são duas atividades centrais na nossa civilização. Ambos contribuem a definir um certo tipo de existência, de relação com as coisas e com os homens”. Para ela, o consumidor está se tornando, pelo menos virtualmente, uma fonte estratégica de conhecimentos, de inovação e de valor para quem produz. A distância entre os dois lados – produção e consumo – tem sido cada vez mais reduzida. Mas para ela não se trata de levar o consumidor ao papel de protagonista dentro da cadeia produtiva, nem de um elemento de “democratização” e humanização do mercado, mas sim de mais uma estratégia de captura da subjetividade. O trabalho do consumidor, além de não ser retribuído, muitas vezes nem é percebido como tal (referimo-nos tanto ao processo de projeto/fabricação, quanto à promoção/venda do produto)<sup>152</sup>.

Dujarier também faz uma análise crítica do duplo discurso do marketing: por um lado, seus manuais o consideram como “um conjunto de métodos e meios que uma organização dispõe de promover comportamentos favoráveis à realização dos seus próprios objetivos” (2009, p. 117). Neste caso, o mercado é uma construção social, em que o marketing deve criar os consumidores e

<sup>151</sup> Em alguns casos, o termo “consumidor” coincide com “comprador”, “cliente”, “beneficiário”, “utilizador”. O comprador de uma fralda pode ser, por exemplo, o pai, mas o consumidor será o filho.

<sup>152</sup> A série norte-americana de ficção científica *Defiance* (que além de ser uma série televisiva, tornou-se também um jogo para computador e videogame), analisou o comportamento dos usuários no jogo e escolheu um dos finalistas para “atuar” na nova temporada da série. Foi criado um “avatar” baseado nas características físicas da jogadora humana escolhida, e ela, por sua vez, foi responsável por escolher o figurino. Apesar de não atuar como atriz na nova temporada, a usuária fez parte do processo “criativo” da empresa, mas não foi remunerada por isso. Sua recompensa foi apenas estar próxima da equipe. (João Fernando, *O Estado de São Paulo*, 15/06/2014, C8).

uma procura pelos interesses da empresa. Por outro lado, o marketing também se auto-define como “a arte de adaptar-se e responder as necessidades do cliente”, como o “esforço de adequação das empresas ao mercado”.

Nessas afirmações, infere-se que o marketing se coloca tanto como criador da oferta e do mercado, como “humildemente” responde às necessidades espontâneas de um mercado preexistente. É em torno desta contradição que se organiza toda a dinâmica do jogo de influência e desconfiança entre o marketing e os consumidores (DUJARIER, 2009, pp. 115,118). A autora afirma categoricamente que o consumidor sempre está em posição desprivilegiada em relação à empresa, não sendo tão “livre” quanto a retórica afirma. Ou seja, cada vez mais o marketing atua não para “satisfazer” o consumidor, mas para capturá-los através dos dispositivos criados pelas empresas<sup>153</sup>. “O consumidor moderno dedica um tempo crescente, consome cada vez mais energia para efetuar tarefas não retribuídas a empresas que dizem estar ao seu serviço”<sup>154</sup>.

Para Dujarier (2009), são três as formas principais que as empresas utilizam para fazer com que o consumidor trabalhe. O primeiro é “trabalhar para consumir” (autoprodução direta). O segundo é a produção colaborativa. E o terceiro é o trabalho de organização.

Na *autoprodução direta*, na maior parte dos casos, é o consumidor que trabalha para poder consumir determinado produto ou serviço, sem que se tenha a sensação de “trabalhar”. As empresas se utilizam desta configuração de produção visando reduzir custos<sup>155</sup>. Exemplos de autoprodução direta são encontrados nas operações bancárias através de dispositivos eletrônicos, nas compras virtuais, nas máquinas automatizadas de venda etc. Para que o consumidor possa fazê-lo, ele deve ter certas competências que fazem com que ele seja capaz de consumir. As empresas necessitam que o consumidor tenha competência para coproduzir. E por isso elas procuram de certa

<sup>153</sup> A definição de marketing mais recente mostra uma modificação. O marketing é “o esforço de adaptação das organizações aos mercados concorrenciais, tentando influenciar o comportamento dos consumidores em sentido favorável, graças a uma oferta cujo valor percebido é superior àquele dos concorrentes” (DUJARIER, 2009, p. 168-9). Talvez seja mais uma retórica que uma prática.

<sup>154</sup> É exatamente o que as empresas têm entendido: “As empresas estão encontrando cada vez mais sucesso não ao serem sensíveis às preferências declaradas pelos clientes, mas ao definirem o que os clientes estão procurando e moldar seus “critérios de compra”. Quando perguntado sobre a pesquisa de mercado que foi desenvolvida para o iPad, Steve Jobs respondeu: “Nenhuma. Não é trabalho dos consumidores saber o que eles querem”. E mesmo quando os consumidores sabem o que querem (sic), perguntar a eles pode não ser a melhor maneira de descobrir. [...] Os consumidores cada vez mais usam critérios definidos por empresa não apenas para escolher uma marca, mas entender e se conectar com o mercado. [...] O objetivo estratégico para o negócio [...] é influenciar a forma como os consumidores percebem a importância relativa dos vários critérios de compra e introduzir critérios novos e favoráveis” (Niraj Dawar, Harvard Business Review Brasil, 02/14, pp. 23-4).

<sup>155</sup> Dujarier (2009) classifica cinco formas principais da autoprodução direta: 1. Adequação comercial; 2. Montagem e finalização do produto; 3. Prestação sem relação (caixas eletrônicos, compras por internet etc.); 4. Conserto dos erros/defeitos do produto ou serviço; 5. Fila de espera. Para uma detalhada explicação, verificar páginas 15 a 25 de seu trabalho.

forma torná-los profissionais. Várias práticas são implementadas visando atingir esse objetivo: é o caso dos consumidores ajudando os consumidores, das “comunidades” que ensinam. O consumidor também tem que ser formado pelas empresas para seguir as novidades tecnológicas. Todo um universo cultural pró-tecnológico é criado e forjado para que as competências mínimas necessárias sejam cada vez mais espalhadas e massificadas. E a formação dos consumidores na prática, no uso de certas máquinas para que ele trabalhe é feita muitas vezes utilizando a técnica do auto-aprendizado. Até mesmo o seu “não saber” é uma ocasião para que se possa vender a ele uma assistência técnica, por exemplo (DUJARIER, 2009, p. 41). E também, paradoxalmente, quanto mais um produto requer esforços de formação, mais o consumidor será fiel a ele, pois ele será totalmente adaptado, ajustado, acostumado ao seu produto/serviço, e por isso será mais difícil que ele migre para outro sistema, pois será mais fácil aprender a versão de um sistema que mudar para outro.

Percebe-se claramente que cada vez mais o consumidor é chamado a fazer algo com as máquinas para “comprar” seu produto/serviço. São tarefas consideradas “simples”, como fornecer dados, utilizar dispositivos eletrônicos de auto-atendimento, e serviços de pós-venda (instalação, montagem). São casos em que o consumidor substitui o trabalho que era realizado previamente por trabalhadores/profissionais. A autoprodução direta apresenta, para a socióloga, pelo menos uma contradição: mesmo que cada consumidor se dirija a um único terminal de compras, por exemplo, a requisição de cada um é pessoal e única. Dessa forma, na sua expressão, a “produção sob medida de massa” desses serviços atua para personalizar o serviço massificado, oferecendo ao mesmo tempo “uma serialização e uma personalização”. Tal processo é, de forma geral, racionalizado, subdividido em uma sucessão de tarefas – simples ou especializada e cada nível de tarefa pode ser prescrito e descrito através de instruções escritas que levem o consumidor ao clique, ao toque, ao pedido.

Se bem que em grande parte invisível, o trabalho real na autoprodução direta pode ser explorado utilizando o caso do self-service, que é paradigmático desta configuração produtiva. Neste caso, cabe ao consumidor adaptar-se à máquina, a qual, por sua vez, é serializada. Como um operário em uma rede de produção, o consumidor deve compensar com a própria atividade as suas desvantagens (dor nas costas, miopia etc.) (DUJARIER, 2009, pp. 45-6).

Esta lógica (self-service) tem conhecido um excepcional desenvolvimento com a internet, o qual permitiu a proliferação de “balcões de atendimento” em cada casa, em cada celular, computador ou dispositivo conectado.

O segundo modelo de trabalho do consumidor para Dujarier é o da *coprodução colaborativa*. Para ela, esta configuração é recente, embrionária, emergente e por isso ainda

“instável”. Nela, o consumidor participa ativamente, voluntariamente e gratuitamente na criação de valor da empresa. Neste caso, o consumidor produz para trabalhar.

Diferentemente da autoprodução direta, esta forma de trabalho depende das motivações para se trabalhar, da proximidade desta atividade com o emprego e da utilização da internet. Trata-se de um modelo “colaborativo” em que os consumidores criam valor de forma gratuita e voluntariamente às empresas. “O consumidor coproduz para viver a experiência do trabalho como uma ocasião de desenvolvimento social, pessoal e prático”, diz Dujarier (2009, p. 70). E ainda adiciona: quanto mais ele trabalha, mais ele se identifica com a sua produção; por isso, a fixação ao trabalho realizado, legítima fidelidade a si mesmo, cria uma espécie de aderência do consumidor à realização (2009, p. 114). A socióloga francesa afirma que neste modelo as empresas capturam o valor produzido pelos consumidores (que são considerados também diletantes). Essa nova configuração, que pode receber o nome de *crowdsourcing* – que significa, literalmente, “abastecimento através da massa” –, só foi possível através das inovações tecnológicas que permitiram a criação e a integração de objetos ditos “inteligentes” como celulares, GPS, computadores etc. Para a autora, é a tecnologia digital (e sua integração) que favorece a produção da parte dos consumidores-diletantes, pois permite que cada um possa expor sua criação e trocar informações sobre ela. E essa tecnologia empenhada, recordamo-nos, não é resultado de um determinismo tecnológico, mas sim de uma decisão compartilhada pelos atores sociais (construção social).

Para Dujarier, na terceira forma de trabalho do consumidor – *trabalho de organização* – o consumidor e o trabalhador da empresa realizam um pequeno trabalho de organização local, trabalhando “juntos” para que as coisas aconteçam em condições aceitáveis. Nesta configuração, o consumidor coproduz o trabalho de organização, realizando certas tarefas que, muitas vezes, ele não tem os conhecimentos necessários de suas consequências. “Ele pressupõe que a satisfação do seu interesse particular contribui para o interesse geral” (DUJARIER, 2009, p. 148)

Dujarier (2009, p. 189) também desmistifica a força do consumidor no processo produtivo. O consumidor não tem autonomia, nem poder diante das marcas e das grandes empresas. Ele é simplesmente “jogado ao trabalho” segundo seus próprios (e escassos) recursos.

O marketing dito colaborativo pretende transformar os vínculos sociais em vínculos comerciais, procurando estender a esfera do mercado sobre a esfera das redes ditas “pessoais”: amigos, parentes, colegas, conhecidos recebem o status de clientes potenciais e são considerados como recursos que o marketing contemporâneo pode mobilizar. O consumidor contribui, assim, diretamente no trabalho de promoção e venda. A sua participação na criação do valor comercial,

porém, não para aí: ele também é estimulado a realizar o trabalho dos próprios publicitários [fazendo a promoção] (DUJARIER, 2009, p. 87).

Para ela, não se trata de um mundo “horizontal”, igualitário, mas sim discriminatório. No modelo “colaborativo”, as hierarquias sociais não foram desfeitas. Muito pelo contrário, foram acentuadas. O consumidor, na maioria das vezes, precisa de certos instrumentos (computador, celular, câmera, software) e de certas competências (entendimento do software, de uma outra língua etc.) que não são comuns a todos, além de tempo disponível e acesso à internet. Trata-se, por isso, de um abismo intransponível entre o que é pregado a respeito desta atividade “aberta a todos” e o que realmente ela é – participação seletiva –, pois estas condições excluem uma grande parte da população mundial. “É necessário uma desenvoltura técnica e social que não tem nada de ‘natural’”. Ainda para a autora, “estas competências são ordenadas socialmente e relacionadas aos capitais educativos e sociais que o consumidor teve em seu desenvolvimento” (DUJARIER, 2009, p. 112). Quanto mais competências o consumidor adquiriu na sua vida “fora do consumo”, maiores também poderão ser as habilidades que ele tem para coproduzir, tendo mais ocasiões a acrescentar as suas competências mediante o consumo.

### PARTE III

## CAPÍTULO 5 – A servidão maquínica generalizada e a inteligência artificial<sup>156</sup>

O real não é impossível, ele é cada vez mais artificial.  
Gilles Deleuze e Félix Guattari

A fé encontrou um novo objeto: não de mover montanhas, mas de mover máquinas.  
Lewis Mumford

Como vimos, no capitalismo a relação entre ser humano e máquinas tem sido sempre tumultuada. Neste capítulo, procuramos exercer uma análise a partir não só da questão técnico-econômica, mas também de forma filosófica e sociológica. Acreditamos ser necessária uma abordagem transdisciplinar para compreender as transformações e chegar a certas conclusões e apostas a respeito do progresso do capitalismo. Pensamos que nosso trabalho abre algumas linhas para pensar o daqui-para-frente.

Hoje a revolução da automação parece ter aplicação geral – a todas as atividades. Ao contrário das rupturas anteriores como, por exemplo, o deslocamento da agricultura para a indústria – os trabalhadores do campo conseguiram posteriormente emprego no comércio e serviços – a revolução da tecnologia da automação parece não poupar ninguém. *Uma nova violência se realiza em uma nova relação homens-máquinas.*

Vimos no decorrer de nosso trabalho que o capitalismo, para se impor e se expandir, usou do expediente da violência. E, de certa forma, as máquinas (técnicas, abstratas, sociais) andavam e andam também hoje de forma paralela a essa violência. Já aprendemos tanto de Marx, quando Deleuze e Guattari, que as máquinas, por si só, não são boas ou ruins, dependendo, pois, do uso que é feito delas. Mas aprendemos deles também que o uso capitalista de tais máquinas é sempre no intuito de explorar o ser humano. Se no início a exploração se dava em um ambiente fechado, a fábrica, e restrito, por isso, a poucos países, o desenvolvimento das máquinas técnicas permitiu a possibilidade da exploração em nível mundial. Guattari (1987) já alertava que a integração maquínica da humanidade continuaria a avançar sem cessar, pois a revolução informática era capaz de acelerar consideravelmente a produção de uma atmosfera, ou melhor, uma

---

<sup>156</sup> A inteligência artificial é um campo acadêmico amplo que engloba técnicas destinadas a fornecer aos computadores a capacidade e a habilidade de tomada de decisões baseada no recebimento de dados de todos os tipos. Quanto mais dados disponíveis uma companhia tem à sua disposição, maior capacidade ela terá para o desenvolvimento da inteligência artificial como Google e Facebook, por exemplo. As pesquisas com Inteligência Artificial (IA) começaram seu desenvolvimento após a Segunda Guerra Mundial com a finalidade inicial de impulsionar a indústria bélica. O termo “inteligência artificial” pode ter como ponto de partida uma palestra do cientista americano e pioneiro da área John McCarthy, no Dartmouth College, nos Estados Unidos, em 1956 (*Valor Econômico*, 10/04/2015, Suplemento Eu & Fim de Semana, p. 27).

mecanosfera na qual os meios de comunicação e a grande mídia mundial seriam os grandes “controladores” e “operadores” das relações.

E retornando à dupla face da soberania política analisada no início do nosso trabalho, parece que o capitalismo continua por operar com um duplo movimento: ao mesmo tempo em que promove um empobrecimento da experiência e das capacidades humanas, ele forja cada vez mais a ação artificial. É tornando o ser humano cada vez menos capaz (fisiologicamente, anatomicamente, socialmente – em suas percepções, em suas ações) que será possível (des)equilibrar as suas forças com a inteligência artificial<sup>157</sup>, a qual, por sua vez, não cessará de se desenvolver, enquanto o ser humano, em sua capacidade inata e adquirida *per se*, parece retroceder em suas plenas capacidades.

O ser humano criou e cria as máquinas para dar a elas todo tipo de tarefas (das mais simples às mais sofisticadas) que antes ele próprio fazia. Porém estudos evidenciam que a “inteligência humana” tem se retraído à medida que se torna mais dependente da inteligência artificial (IA) e por isso a crescente dependência das máquinas técnicas pode ter seus efeitos<sup>158</sup>. Baudrillard (2002, p. 119), com sua análise crítica, é enfático em afirmar que os homens, desesperados “secretamente” com sua inteligência, imaginam ou criam as máquinas inteligentes, visando livrar-se da responsabilidade do saber e, por isso, para ele o “Homem Virtual será um deficiente motor e cerebral”.

Cada vez mais os dispositivos tecnológicos são dotados de perspicácia e precisão. Eles já podem medir dados do ambiente, resolver problemas complicados, fazer julgamentos sutis e até mesmo aprender com a experiência, com o hábito. Eles podem, cada dia mais, reproduzir muitos dos “talentos” intelectuais humanos. O processo de desenvolvimento dos dispositivos para agir no “real” de forma mais potente parece andar de forma análoga ao desenvolvimento da inteligência artificial. Mas, pela complexidade do cérebro humano – e dificuldade em copiá-lo, imitá-lo –, parece que se desenha um futuro em que primeiro aparecerão os “super-humanos”<sup>159</sup> para depois

<sup>157</sup> Utilizamos o termo comum “inteligência artificial” conscientes de tratar-se de uma inteligência humana aplicada às máquinas técnicas (“sobre humanas” no sentido nietzschiano).

<sup>158</sup> A primeira leva de automação aconteceu para o autor nos Estados Unidos depois da Segunda Guerra Mundial. Tratava-se da instalação nas fábricas de aparelhos controlados eletronicamente que tornaram ao mesmo tempo a indústria mais eficiente e o trabalho mais monótono. Hoje a automação “saiu da fábrica” e invadiu os escritórios, assumindo trabalhos que eram considerados privilégio de profissionais bem educados e treinados. No entanto, Carr não é um crítico da inteligência artificial, mas sim um defensor. “Em uma “automação centrada no ser humano” [sic], os talentos das pessoas têm prioridade. Os sistemas são criados para manter o operador humano no que os engenheiros chamam de “ciclo de decisão” – o processo contínuo de ação, feedback e formulação de juízo. [...] Se confiarmos demais na automação, vamos nos tornar menos capazes e mais subservientes às nossas máquinas. Vamos criar um mundo mais apropriado para robôs do que para nós (*Valor Econômico*, 28/11/2014, B11). Impossível não ligar ao nosso estudo, em que o ser humano é apenas uma parte do terminal de feedback dos sistemas homens-máquinas.

<sup>159</sup> Diretamente do laboratório capitalista de invenções: A Bionic Eye é uma lente biônica desenvolvida pela Universidade de Washington, liderada pelo cientista Babak Parviz. Com 1 milhão de pixels, ela poderá ser uma fonte de

aparecerem as máquinas que “lutam” contra eles ou os superam. O desenvolvimento das próteses neurais, por exemplo, os dispositivos que restauram ou complementam as capacidades da mente humana através de componentes eletrônicos inseridos no sistema nervoso, que podem mudar a forma humana de perceber o mundo e interagir com ele, tem experimentado um grande avanço. Se no início, o alvo eram as pessoas portadoras de certa deficiência (auditiva, visual, anatômica etc.), cada vez mais sugere-se o seu desenvolvimento para aprimorar o desempenho humano: memória, concentração, percepção etc., culminando, até mesmo, na predição das ações humanas – com capacidade de antecipar as necessidades antes mesmo que se possa articulá-las<sup>160</sup>. Uma forma de forjar os super-humanos será pela seleção, a partir de um banco de dados, de traços do bebê, como cor, risco de doenças, força muscular, longevidade etc.<sup>161</sup>.

Já no campo da inteligência artificial, Baudrillard (2002, p. 122) destaca que a última aposta do progresso é que a máquina comece a “pensar”. No entanto, para ele, trata-se de um aparente paradoxo, já que a inteligência artificial é, para ele, incompatível com o pensamento, o qual, por não poder ser reduzido a uma operação, não pode ser intercambiável com o cálculo operacional. As máquinas de informação operam na tradução das percepções e das informações em ações (ao encontrar isso, faça determinada coisa), ou seja, os computadores, de modo geral, estão cada vez mais aptos a responder perguntas, mas não a “pensar” por si mesmos.

Como quer que seja, o uso do computador não introduz somente um aumento da potência de cálculo, modifica o tipo de fenômenos suscetíveis de receber um tratamento informático. Torna-se capaz de fazer surgir novos fenômenos implicados por tal ou tal tipo de cálculo. A simulação da informática se torna, então, uma forma de interpretação dirigida pelos modelos matemáticos e técnicos – *um tipo de novo aparelho mental...* (BAUDRILLARD, 2002, p. 122, grifo nosso).

Carr (2008, pp. 207-8) é categórico em afirmar que o que move toda revolução informática que está se desenhando é resultado da vontade de fazer com que o ser humano funcione como “processador de dados”, como “rodas dentadas de uma máquina intelectual”, cujas finalidades

---

informação valiosa para quem a possuir. Ao cruzar com alguém na rua, a lente pode operar o reconhecimento facial e disponibilizar várias informações ao seu possuidor. Será, definitivamente, o fim de qualquer intenção de privacidade. Além do mais, isso poderá afetar materialmente a composição cerebral, pois a memória torna-se cada vez menos necessária nesse caso (Programa popular science – super humans). Outro exemplo é a remoção do gene miostatina do corpo humano, que torna as pessoas mais fortes.

<sup>160</sup> Gary Marcus e Christof Koch, *Valor Econômico*, 24/03/2014, p. B13.

<sup>161</sup> A empresa americana *23andMe* (fundada com aporte de US\$ 3,9 milhões do Google e de outras empresas de biomedicina, por ter como uma das fundadoras Anne Wojcicki, ex-mulher de Sergey Brin, co-fundador do Google) registrou a patente para um teste de DNA, a partir de um método que usa algoritmo, que permite a escolha das características do bebê a ser “concebido” (Rafael Garcia, *Folha de S. Paulo*, 04/10/2013, p. C9).

e formas de funcionamento estão, para ele, além do nosso alcance<sup>162</sup>. Ainda para o autor, o grande perigo não é conseguir que os computadores pensem como os humanos, mas que os humanos comecem a pensar como os computadores<sup>163</sup>.

### Nietzsche: ação e artificialidade

Vimos que em um mundo cada vez mais mecanocêntrico, a ação sobre o real requer uma crescente artificialidade. O ser humano necessita das máquinas técnicas e dos dispositivos, diagramas e equações inerentes a elas para “falar” e compreender o mundo “virtual”, e para agir nos processos de desterritorialização, para “aumentar sua potência”. Dentro deste sistema “homens-máquinas”, as máquinas também têm a capacidade de expressão e de comunicação, e o fazem tanto com o ser humano, quanto com outras máquinas.

Para Nietzsche<sup>164</sup>, todos os conceitos que o ser humano inventou e inventa são simulações, erros, dissimulações de que ele se utiliza para “determinar uma certa regularidade e estabilidade no tempo”, para que ele possa *agir*. Nietzsche mostra que o ser humano sempre operou por dissimulação e que as máquinas técnicas ampliaram a capacidade de simulação humana, e mais ainda: uma vez inserida no paradigma cérebro-informação, a função da simulação torna-se, ela própria, um “dispositivo maquínico” (LAZZARATO, 1996). Sendo assim, não haveria diferença entre os procedimentos que o ser humano elabora para tornar o mundo apreensível e a linguagem da programação dos computadores, por exemplo. A consequência é que as formas de simulação,

<sup>162</sup> Ao mesmo tempo que opera a rotinização das tarefas (servidão maquínica), o capitalismo também parece operar, a partir da proliferação do entretenimento em escala global, a infantilização do ser humano (sujeição social), cujo assunto, por si só, requereria um estudo aprofundado que, infelizmente, foge ao escopo de nosso trabalho. Mais uma vez, trata-se de uma dupla operação de captura da subjetividade, cuja consistência procura forjar indivíduos serializados.

<sup>163</sup> O software *Mechanical Turk*, da Amazon utiliza os humanos apenas como apêndice da inteligência da máquina. Os humanos só são solicitados para realizar tarefas nas quais os computadores ainda não se saem muito bem. Por exemplo, se um programador está desenvolvendo um aplicativo que inclui a identificação de prédios em fotografias digitais, um trabalho facilmente realizado pelos humanos, mas de difícil execução para os computadores, o software realiza um “pedido” para que um humano execute a tarefa que não lhe cabe. Este pedido é enviado para o site da *Mechanical Turk*, da Amazon e várias pessoas competem para realizá-lo por um valor determinado pelo programador (CARR, 2008, p. 199). A “nuvem de gente” é a mais recente novidade em termos de exploração do ser humano para ser apêndice da máquina. Nessa nova forma de realizar tarefas, os empregos de menor qualificação são divididos em centenas de projetos/tarefas e depois dispersos em uma “nuvem” virtual de trabalhadores (*Folha de S. Paulo*, 17/10/2015, p. A30).

<sup>164</sup> Partimos de Nietzsche e da análise inédita que Lazzarato faz de sua obra *A vontade de poder*. Para Lazzarato (1996), a filosofia do pensador alemão foi construída em torno da relação entre forças e signos e por isso Nietzsche é a chave para se compreender tanto a semiótica quanto a semiologia modernas. Lazzarato ainda nos aponta que podemos partir da obra de Nietzsche também para perceber que o “desenvolvimento da capacidade de afetar e de ser afetado” é “diretamente proporcional à capacidade de construir “formas” e de inventar signos” e, como veremos, de incremento da potência. Sabemos, graças a ele, que no ser humano e fora dele operam-se incalculáveis e expressivos fluxos e movimentos dos quais ele não toma consciência e que a única maneira de apreendê-los é através da semiótica. Para Nietzsche, tanto a lógica quanto o sentido do espaço humanos são “faculdades de abreviação” capazes de reduzir as experiências em sinais, constituindo, dessa forma, a “força suprema do homem”.

auxiliadas pelas máquinas técnicas, permitem que a “máquina humana” se torne ainda mais sofisticada. Essas máquinas técnicas são, pois, na expressão nietzschiana, “dissimulações que simulam”, e dessa forma nos abastecem com instrumentos para agir no real. Assim, para Nietzsche, é a partir simplesmente das dissimulações que o ser humano pode agir “além do homem e do seu mundo”. Por isso, não há nenhuma diferença entre as tecnologias virtuais e os procedimentos que o ser humano elabora para tornar o mundo reconhecível já que, em ambos os casos, trata-se de uma função de simulação, uma função até então reservada ao cérebro e ao sistema nervoso, mas que com os dispositivos maquínicos, tornam essas faculdades automáticas e reproduzíveis<sup>165</sup>. Para Lazzarato (1996, p. 156), a função de simulação torna-se, ela própria, um dispositivo maquínico, permitindo que o ser humano opere no mundo de forma ainda mais “sofisticada”. Mas o que são essas tecnologias? “São dissimulações que simulam”, e que nos dão instrumentos para agir. São, acima de tudo, “dissimulações que nos permitem agir além do “homem” e do seu mundo”. Lazzarato, ainda se referindo a Nietzsche, esclarece que para o pensador alemão, tanto a linguagem quanto os conceitos são formas “pobres” de semiótica que impedem “a possibilidade de desenvolvimento e de metamorfose do organismo na forma ‘homem’”, e que a maior parte dos fluxos-movimentos pouco tem em comum com a consciência porque quando eles chegam à nossa percepção, são já selecionados, ordenados, semiotizados.

Lazzarato ainda aponta que Nietzsche mostrava que o ser humano cria coisas que não existem como os conceitos, a linha, o átomo, enfim, que para agir, para poder pensar e viver; que ele atua por simulação, precisando da semiótica, de imagens e de dissimulações (como o sujeito e o objeto). Para Nietzsche, as “verdades” residiriam apenas no mundo inorgânico, e com (no) mundo orgânico, começaria o erro, a aparência, a simulação. Haveria, portanto, um crescimento da simulação na medida em que se sobe na hierarquia dos seres. Se essa hierarquia é medida pela “dose” de simulação, Lazzarato pondera que o desenvolvimento maquínico poderia ser o sinal de uma elevação dessa hierarquia, mas que no uso capitalista, a máquina tecnológica (com suas proto-subjetividades, alteridades, consistências ontológicas) é tomada como dispositivo de poder. “Os dispositivos de poder definem novas formas de sujeição e servidão que passam pela nova dimensão dos fluxos e do devir” (1996, p. 165). Trata-se de um *novo duplo movimento: a desterritorialização através dos fluxos e a reterritorialização através dos dispositivos de poder*. Tal reterritorialização, para Lazzarato, relaciona-se às velhas formas de expressão (na qual a representação ainda é a mais

---

<sup>165</sup> Hoje, com a invenção de óculos de realidade virtual, por exemplo, estamos por vivenciar uma dupla dissimulação, ou melhor, uma segunda dissimulação das coisas (além dos nossos sentidos, que operam por simulação), utilizamos também cada vez mais os dispositivos tecnológicos.

eficaz) e também às velhas formas de subjetivação (em que o sujeito ainda é o modelo). Um exemplo eficaz está nos dispositivos de poder da conexão, em que os internautas são transformados em apenas parte de um banco de dados que os excede. Os fluxos a-significantes os dominam. Mas ao mesmo tempo, eles também são solicitados a reentrar no processo de “subjetivação” e sua “consciência” é chamada à ação novamente.

E as forças capitalistas têm se utilizado deste expediente de forma cada vez mais intensa. Como vimos anteriormente de Lazzarato (1996), uma das formas privilegiadas de expressão do sistema é através do desenvolvimento das semióticas (sobretudo a-significantes). Aprendemos também que os dispositivos tecnológicos inventados e desenvolvidos não devem ser entendidos como “extensões”, como próteses humanas, mas o que eles objetivam, acima de tudo, é simular as condições que dirigem a constituição do próprio ser humano<sup>166</sup>. Utilizando termos nietzschianos, elas seriam um produto da “vontade de potência”, da capacidade de agir, já que essas condições “empurram” a força de afetar o “mundo” para onde nossos sentidos “humanos” não podem chegar por si só e, por isso, essa situação é, para Nietzsche, uma condição do “incremento da potência”.

A “barreira” entre o real e o virtual vai se tornando cada vez mais tênue e o ser humano vai conseguindo mais “poder” de afetar através do desenvolvimento dos dispositivos tecnológicos.

### **Benjamin: percepção maquínica**

No interior de grandes períodos históricos, a forma de percepção das coletividades humanas se transforma ao mesmo tempo que seu modo de existência.  
Walter Benjamin

Para Santos (2003, p. 153-5), as mudanças na percepção humana são consequências da introdução das novas tecnologias a partir do início do século XX e Walter Benjamin foi o primeiro a analisar a metamorfose da percepção em virtude delas. Na expressão de Santos, Walter Benjamin formulou a “síntese da experiência perceptiva moderna”.

Para Benjamin – e aí reside a importância para nosso trabalho – *o meio pelo qual a percepção se realiza é determinado não só pela natureza, mas pelas circunstâncias históricas* (1936, p. 169). Lazzarato (1996, p. 187) afirma que a metodologia benjaminiana, forjada a partir da

---

<sup>166</sup> Para Lazzarato (1996), as tecnologias informáticas e da comunicação não são, como pensa Marshall McLuhan, “próteses” dos sentidos, dos órgãos e das faculdades do homem, mas devem ser consideradas como um produto da “vontade de potência” e da “capacidade de agir”.

análise do advento do cinema como tecnologia adequada à socialização das formas de percepção introduzidas pelo capitalismo, liga de forma direta “a mecanização do trabalho e a mecanização da percepção, a forma coletiva da produção e a forma da recepção, o choque produzido pela rede de montagem e o choque produzido pela rede das imagens montadas”. Em poucas palavras, trata-se de uma metodologia que une a análise da socialização da percepção com o desenvolvimento do capitalismo. E é esta conexão que se faz necessária. Por isso, a obra de Walter Benjamin é a base de nossa análise sobre a percepção humana no capitalismo e também sobre como a questão dos dispositivos maquínicos afetam a mesma. Ao estudar o advento do cinema como dispositivo maquínico, Benjamin analisava as transformações que o mesmo provocava. No cinema, o que a visão humana conseguia ver era “filtrado” pelo olho da câmera de captura de imagem. A percepção humana começava, pois, a tornar-se “maquínica”. Lazzarato (2014, p. 59) parte da obra de Benjamin para analisar a “metamorfose do sujeito, do objeto e do seu modo de expressão” forjadas pelas máquinas do cinema, da arte e da produção industrial. Para ele, a invenção do cinema fez aflorar uma “realidade que se expressa sem passar pela representação ou mediação linguística”. Nesta nova realidade, não era mais necessário traçar signos e símbolos para mostrar um objeto, seres e relações, pois “a realidade significava a si mesma”. Ainda para o autor, o maquinismo cinematográfico foi capaz de desfazer a “unidade do sujeito” ao desterritorializar a imagem e a percepção.

As intensidades, os movimentos e a duração das imagens dos filmes podem produzir efeitos de dessubjetivação e desindividuação [...]. O cinema suspende a percepção e as coordenadas habituais da visão, fazendo o sistema sensório-motor funcionar de modo falho. As imagens e os movimentos já não mais dependem do movimento do objeto ou do cérebro; em vez disso, elas se tornam produtos automáticos de um agenciamento maquínico (2014, p. 98).

Se no início do século XX o advento do cinema se restringia a locais restritos (poucas salas em reduzidos países) e um público seletivo, uma mudança acontecerá: com a proliferação do rádio, a invenção da televisão etc., a percepção humana torna-se cada vez mais maquínica. Hoje, os dispositivos tecnológicos que são carregados no bolso, como o celular, parece conseguir cobrir cada indivíduo e cada espaço do globo terrestre. A percepção maquínica torna-se, a partir de então, a forma por excelência da percepção humana<sup>167</sup>.

Ainda analisando o trabalho de Benjamin, outro ponto de importância para nosso trabalho reside na análise que o autor fez das consequências do advento dos dispositivos

<sup>167</sup> O acesso à internet ocorre de forma cada vez mais precoce. Desde a infância, as crianças são acostumadas a um novo tipo de percepção através dos dispositivos.

tecnológicos na percepção humana. Benjamin (1996, p. 115) havia percebido que a violência exercida pela guerra havia promovido metamorfoses na subjetividade dos soldados que voltaram da Primeira Guerra Mundial, a ponto de afetar suas percepções. Eles não eram mais capazes de narrarem as experiências que tiveram: “Os combatentes tinham voltado silenciosos do campo de batalha. Mais pobres em experiências comunicáveis”. Além da violência, Benjamin também apontou que o excesso de informação restringia a consciência a “responder com o intelecto aos choques”. A análise de Benjamin via, na sua época da grande indústria, os “choques” como a forma por excelência da sensibilidade/percepção” e que quanto mais a consciência fosse levada a se defender dos choques, mais se desenvolveria uma espécie de “memória” que responderia aos estímulos através de reflexos mecanizados. E mais: os choques que as imagens cinematográficas produziam deveriam ser relacionados com os choques dos trabalhadores com as máquinas na fábrica.

Para Benjamin, o excesso de informação criava uma espécie de “pobreza” de atenção: a comunicação que não comunica, os fluxos de informação que destroem o sentido, e com ela a necessidade de alocar a atenção de uma maneira mais “eficiente” em meio à abundância de informação disponível. Ou seja, quanto mais informação o ser humano recebia, mais difícil era para ele conseguir consolidá-las, o que fazia com que uma espécie de barreira fosse criada como proteção ao excesso de informações<sup>168</sup>.

Lazzarato (1996) ainda aponta que o trabalho de Benjamin nos leva a perceber, através do cinema, uma “socialização nas formas de percepção e recepção”, tendo como objeto as massas<sup>169</sup>. A partir daí, *o processo de produção da subjetividade é organizado, assim como o processo de produção material, por dispositivos tecnológicos (maquímicos)*. Esta forma coletiva de percepção (iniciada pelo cinema) opera uma transformação radical e é tão atual que pode ser aplicada também para a televisão e para outros dispositivos<sup>170</sup>. O capitalismo é responsável por criar

---

<sup>168</sup> Pesquisas indicam também mudanças na forma de o ser humano vivenciar aquilo que lê. Ao passar do papel para as telas digitais, o tempo dedicado à leitura mais profunda diminui (assim como o foco na tela é reduzido), na medida em que a distração e a leitura superficial fazem parte da experiência de leitura digital, a qual é caracterizada pela passagem de olhos pelas reportagens e pela migração de link em link, assim como pelo bombardeamento de mensagens, alertas etc. Dessa forma, os leitores tornam-se mais “seletivos” com relação a histórias e narrativas de maior profundidade (*O Estado de São Paulo*, 14/06/2015, Suplemento Aliás, p. E5 / *Revista de Jornalismo ESPM/CJR*, Lene Bech Sillesen, Chris Ip e David Ubert – Columbia Journalism Review). Podemos pensar de forma análoga à análise de Benjamin sobre os “choques” contra o excesso de mensagens àquela época.

<sup>169</sup> “O espaço em que o homem age conscientemente é substituído por outro em que sua ação é inconsciente” (BENJAMIN, 1996, p. 189).

<sup>170</sup> Ainda para Lazzarato (1996, p. 203), se o cinema implicava a dimensão dos choques, com a televisão e as tecnologias digitais entrou-se na dimensão do fluxo. “... no caso do fluxo, ele nos envolve [...]. Não somente as transmissões televisivas vão em onda, mas todo o real, inclusive nós. As imagens não nos provocam mais choques porque não são mais externas à nossa percepção, mas somos nós mesmos que nos tornamos imagens”.

e produzir dispositivos tecnológicos, como telefones, aparelhos de televisão, celulares, tablets etc., que são capazes de operar uma metamorfose na percepção “humana”<sup>171</sup>.

Pobreza de experiência: não se deve imaginar que os homens aspirem a novas experiências. Não, eles aspiram a libertar-se de toda experiência, aspiram a um mundo em que possam ostentar tão pura e tão claramente sua pobreza externa e interna [...] eles ‘devoraram’ tudo, a ‘cultura’ e os ‘homens’, e ficaram saciados e exaustos (BENJAMIN, 1996, p. 118).

Para Benjamin, o “monstruoso desenvolvimento da técnica” forjou uma nova forma de miséria da experiência, uma experiência que não vinculava nenhuma arte, nenhuma invenção com o “nós”. Essa pobreza de experiência já não era mais privada, mas “privilégio” de toda a humanidade. Benjamin via um tempo em que os seres humanos, antes que aspirar a novas experiências, aspiravam a libertar-se de todas elas. “Em seus edifícios, quadros e narrativas, a humanidade se prepara, se necessário, para sobreviver à cultura”<sup>172</sup>. Os dispositivos criados pelo capitalismo só vieram a corroborar o pensamento de Benjamin.

### A nova espécie – *maquinus humanus* – e seu deus *iGod*

Pode-se já prever o dia em que o homem civilizado, depois de ter criado tantas variedades animais ou vegetais, apropriadas às suas necessidades ou aos seus caprichos, e moldado à sua vontade e vida inferior como que para se exercitar num mais alto desígnio, ousará abordar o problema de *ser o seu próprio inovador, de transformar conscientemente e deliberadamente a sua própria natureza física no sentido mais conforme aos desígnios da sua civilização final*. Mas enquanto esperamos essa obra prima viva da arte humana, *essa raça humana artificial e superior, destinada a suplantiar todas as raças conhecidas*, podemos dizer que cada um dos tipos nacionais formados desde a aurora da história é uma variedade fixa do tipo humano devida à ação longamente continuada de uma civilização particular que a produziu inconscientemente para nela se admirar” (Tarde, s/a, p. 287, grifos nossos).

Gabriel Tarde (s/a, p. 163), que via o jornal não somente como uma fonte de informação, mas também como resultado do auxílio no desenvolvimento do pensamento do leitor,

<sup>171</sup> Para o neurocientista Robert Knight, professor da Universidade da Califórnia (EUA), “temos inúmeras evidências de que *o contexto afeta o processamento neural*. Assim, existem diferenças substanciais entre comprar por meio de um computador e estar mergulhado em um ambiente multissensorial de loja, com outros clientes ao redor. [...] Se você assiste a um jogo de futebol em um bar, com 50 pessoas em volta, seu comportamento é diferente daquele de quando você acompanha a partida sozinho em casa. No sofá, você não se empolga tanto, não tem as mesmas emoções. *Estar em um contexto social traz um efeito amplificador* [...]. Na loja, o consumidor registra dicas sutis, como pessoas em um corredor, e intuitivamente decide ver o que está sendo oferecido ali. Você nem pensa, simplesmente vai. O ato de ver outras pessoas comprando um produto influencia sua decisão de compra. [...] *O contexto e o ambiente alteram seu comportamento. A compra on-line, porém, é uma experiência diferente, porque é uma interação entre você e uma tela*. As opiniões de outros clientes e o histórico de navegação são formas bastante eficazes de criar esse contexto” (Revista *NoVarejo*, nov/dez 2014, pp. 23-4, grifos nossos).

<sup>172</sup> Hoje, o exemplo por excelência são os celulares que fazem fotos e vídeos. O prazer de vivenciar a experiência do acontecimento é substituído pela gravação daquele momento para ser “compartilhado” com outros.

já percebia, com muita sensibilidade, no final do século XIX a proeminência que os dados e os números teriam na vida humana. Para ele, as curvas gráficas que os jornais exprimiam como, por exemplo, a variação da bolsa de valores, nas páginas menos importantes, tendia a invadir todas as outras páginas do jornal, tomando, em um certo momento da história, os lugares de honra da comunicação. Ainda para ele, as redações estavam fadadas a tornar-se locais de estatística e os leitores só iriam procurar as informações frias e precisas. Hoje, um campo de estudo recente está por realizar a profecia de Tarde. Trata-se da chamada escrita automática (*robot journalism*), um campo da inteligência artificial. A tecnologia<sup>173</sup> é baseada em algoritmos capazes de responder a invenções específicas. O *Quill*, um autômato, importa dados que se limitam a reportar nomes e números dos mais diversos assuntos (esportes, finanças etc.) das mais diversas fontes, como dados de governos e redes sociais, e converte tudo em uma construção narrativa simples, mas legível e a linguagem pode ser coerente com a linha editorial de determinado jornal, por exemplo. A obra, ou melhor, a notícia varia entre 150 e 300 palavras, criadas em poucos segundos. Quando mais informações disponíveis, mais rápida e certa será a notícia<sup>174</sup>.

Baudrillard (2002) assinala que a inteligência artificial é a prótese maquinal mais prestigiosa e mais carregada de consequências. É através dela que o ser humano tenta produzir uma síntese artificial de todas as suas atividades possíveis. Apesar disso, o autor aponta que a inteligência artificial é incompatível com o pensamento na medida em que o pensamento não é uma operação, e como tal, não é intercambiável com nada, muito menos com a “objetividade de um cálculo operacional, do tipo *input, output e comput*”. Dessa forma, para ele é impossível achar um equivalente técnico-maquínico ao pensamento humano. O autor é categórico em elucidar a distinção entre o funcionamento do homem e o das máquinas. Para ele, o que as máquinas, mesmo as mais inteligentes, não conseguem copiar é “a embriaguez de funcionar, de viver, o prazer”. Ele também destaca que as máquinas podem até trabalhar, calcular, deslocar e conseguir aumentar o prazer do homem, mas não são capazes de gozar como o ser humano. Ainda para Baudrillard, as máquinas são celibatárias e, mesmo que um dia aprendam a dar sinais de prazer, já que a simulação lhe é inerente, elas só estarão a imitar os mecanismos humanos (psicológicos e sociais).

Essa pequena introdução é necessária, pois aprofundar-se no tema das máquinas cognitivas da inteligência artificial passa pela consideração de problematizar o que é *pensar* e o que

<sup>173</sup> Criada pelos especialistas em inteligência artificial da Northwestern University de Illinois, nos Estados Unidos – Larry Birnbaum e Kris Hammond – professores de informática e fundadores da start-up Narrative Science.

<sup>174</sup> <http://operamundi.uol.com.br/conteudo/samuel/39252/> acesso em 15/08/2015 às 14:20.

é *agir*. A crítica nietzschiana da identificação do pensamento com a consciência e a linguagem nos ajuda novamente nesta tarefa. Para Nietzsche (2008), consciência e linguagem são meios de redução e de mutilação do pensamento e da ação, pois esses últimos são multiplicidades, irreduzíveis a qualquer categoria. Lazzarato (1996) afirma que Nietzsche tinha uma ideia muito clara das funções da consciência, e sabendo de sua “pobreza”, não se espantaria pela sua automação “A consciência tem um papel de segundo plano, é quase indiferente, supérflua, talvez destinada a desaparecer e dar lugar a um automatismo mais perfeito” (NIETZSCHE, 2008, p. 275). Ainda para Lazzarato, o computador e os dispositivos tecnológicos praticamente tornaram a consciência “copiável”. Contudo, isso não quer dizer, necessariamente, que a máquina consiga “substituir” o ser humano, mas que *as tecnologias colocam a consciência no seu “devido lugar”*, isso porque *as funções da consciência não correspondem à “realidade”*, já que ela reduz a multiplicidade do mundo à forma lógica, racional e linguística do pensamento. Um dos primeiros impasses da inteligência artificial surgiu exatamente aí. A lógica, modelo de ação e do pensamento que lhe serviu de referência, reduz a multiplicidade do pensamento (e da ação), – subtraindo todas as forças que contribuem para a sua constituição – fazendo restar somente o elemento lógico-racional (uma espécie de rotinização das tarefas). Essa simulação, aplicada aos robôs que reproduzem o pensamento e a ação humanas, resultou em um impasse, pois demonstrou que as regras com as quais se pensa e se age não são redutíveis à “razão”. O pensamento e a razão funcionam, pois, segundo forças que não devem ser definidas como “racionais”. A *lógica*, para Nietzsche, não é o fundamento do pensamento, mas somente *o resultado de uma vontade de potência*, de uma relação que a estabelece.

Para Nietzsche (2008), “o pensamento é uma multiplicidade de pensamentos: pensamento por conceitos, pensamento por imagens e sons, pensamento tátil, mas também pensamento orgânico e pré-orgânico” e todas essas formas coexistem e se reproduzem dentro de cada indivíduo. Para ele, a maior parte da nossa “produção individual” acontece sem que sejamos conscientes e nem mesmo a percebamos. Nietzsche vai ainda mais além, afirmando que o problema mais importante do pensamento é a sua *impotência de pensar*.

E para saber o que é o pensamento, é necessário não ter o intelecto como guia, mas o corpo. Nietzsche propõe o corpo como sendo “uma multiplicidade de seres vivos e inteligentes”, existindo nele inúmeras “consciências” e “seres”. O corpo, ou melhor, aquilo que chamamos de “corpo” é uma classificação hierárquica humana. A consciência, nesse corpo, seria apenas o último trecho somado à composição corporal total. Ainda para Nietzsche, o corpo, além de portar em si

uma infinidade de seres orgânicos, é também a multiplicidade de “instintos sociais” e “funções sociais”, na medida em que ele já afirmava que “transportamos a sociedade em nós” na medida em que somos afetados pela prática social – o corpo é uma multiplicidade diretamente conectada com a multiplicidade social. Para Lazzarato (1996, p. 209), a partir do pensamento de Nietzsche pode-se sentir fortemente o trabalho da “máquina capitalista”: “máquina que desterritorializa os corpos, os sujeitos, as formas de produção e de representação. Máquina que libera as formas e as faculdades do homem...”

O capitalismo [...] torna ainda mais atual o corpo nietzschiano e a reversibilidade entre corpo individual e prática social. *O coletivo em nós e o coletivo fora de nós são cada vez mais interconectados. Os dispositivos tecnológicos atravessam e constituem estes dois coletivos*, como também as condições pré-individuais e supra-individuais da produção do real e da subjetividade. O desenvolvimento destes dispositivos tecnológicos deve, portanto, ser relacionado não ao crescimento da atividade do intelecto, mas do corpo (LAZZARATO, 1996, p. 209, grifo nosso).

Se com o advento do cinema começou a se delinear uma espécie de “perda da experiência” (que podemos traduzir, neste caso, como empobrecimento da experiência “por imagens e por sons”), isso, de certa forma, serviu para tornar a experiência cada vez mais “lógica” e menos dependente do pensamento e da ação (de volta ao tema da consciência e da representação).

A inteligência artificial demonstra que limitar o pensamento em si mesmo não é apenas um limite filosófico, mas torna-se também um limite “industrial”, já que essa complexidade impede, por enquanto, o pleno desenvolvimento dos robôs. Para sair desse impasse, as ciências que tratam da inteligência artificial serão obrigadas a entender que o pensamento não é um conjunto único e generalizante de habilidade lógico-material operando em todos os campos. Ao mesmo tempo, como vimos, há movimentos que tentam clonar/imprimir o ser humano, fazer uma cópia. Mas isso ainda seria muito “humano”. Então, como sair desse novo impasse?

Como analisado anteriormente, se os dispositivos tecnológicos aumentam nossa capacidade de afetar, quanto mais eles se desenvolvem, mais poderoso se tornam os complexos “homens-máquinas”. As máquinas aprendem o tempo todo e qualquer migalha de informação é suficiente para elas “melhorarem”. Elas vão aprendendo do ser humano, do ambiente, dos agenciamentos. No filme “2001: Uma odisseia no espaço”, um dos astronautas percebe que o computador HAL-9000 descobriu o plano para desconectá-lo (através da leitura labial). Naquela ficção científica, era pela observação dos humanos que o computador aprendia. Hoje, dentro da inteligência artificial, há um campo de estudo denominado *machine learning* (“aprendizado de máquina”) “onde estruturas baseadas nas redes neurais dos animais registram e reconhecem os

padrões preestabelecidos”<sup>175</sup>. Os mais recentes programas desenvolvidos (por exemplo, o Siri da Apple e também os tradutores virtuais) “aprendem” com os comandos. Quanto mais se comunica com eles, mais eles entendem as particularidades da fala, das línguas etc. Essas máquinas inteligentes apresentam capacidade de se adaptar e aprender a partir de estímulos em tempo real, de operar autonomamente (sem supervisão humana) e também de serem capazes de exercer comunicação com outras máquinas<sup>176</sup>. O americano Jaron Lanier, um dos mais importantes analistas de tecnologias, afirma que *quando os desenvolvedores de tecnologias digitais criam um programa que requer a interação de um humano com o computador, como se a máquina fosse uma pessoa, o programa está pedindo implicitamente que o ser humano aceite, em algum canto do cérebro, que ele também pode ser visto como se fosse um programa*. Para ele, nessa interação, *é como se o ser humano fosse igual ao aplicativo que usa*<sup>177</sup>. E é isso o que atualmente se desenvolve de maneira mais palpável – a possibilidade de uma espécie de *fusão homem-máquina*.

Larry Page e Sergei Brin, fundadores do Google, sempre deixaram claro<sup>178</sup> que a maior pretensão deles é conseguir uma espécie de fusão da tecnologia com o cérebro humano. “Você quer acesso ao máximo (de informação) possível, para poder discernir o que é mais relevante e correto” (CARR, 2008). E isso passa necessariamente por receber o conhecimento do mundo inteiro conectado diretamente aos serviços Google. Os próprios fundadores confessam que o futuro da corporação é a inteligência artificial. Para Page, o Google só cumprirá sua missão quando o seu mecanismo (e os seus softwares) forem “IA-completa”. E o mecanismo de busca perfeito seria “tudo do mundo todo”. “No front mais estimulante, você imagina seu cérebro amplificado pelo Google. Digamos que você pensasse em alguma coisa e seu celular lhe sussurrasse a resposta no ouvido”. A ousadia dos dois é tão grande a ponto de afirmarem que no futuro, uma “versão em miniatura” do Google possa ser plugada no cérebro humano. Cada vez mais o capitalismo parece operar por uma indistinção entre o real e o virtual, entre o biológico e o mecânico. O mesmo pode-se dizer da distinção entre o ser humano e a máquina técnica. O objetivo dessas grandes empresas como Google, por exemplo, é conseguir desenvolver uma tecnologia capaz de criar interfaces humano-computador, forjando uma rede de humanos e não humanos que se ligam. Caso consigam, a interface oferece “potencial para o controle externo do comportamento humano por meio da mídia

<sup>175</sup> *O Estado de São Paulo*, 18/08/2014, p. B11.

<sup>176</sup> O Skype, programa de conversa da Microsoft, desenvolveu um tradutor em tempo real. As mensagens instantâneas podem ser traduzidas para até 50 idiomas. A empresa afirma que está “rompendo barreiras linguísticas que historicamente foram um desafio para as pessoas se conectarem” (*O Estado de São Paulo*, 12/05/2015).

<sup>177</sup> *Valor Econômico*, 26/02/2013, p. D3, Oscar Pilagallo.

<sup>178</sup> Em uma entrevista em 2004, dias antes da estreia do Google na bolsa de valores NASDAQ.

digital”. Sim, o ser humano poderá passar a ser programável (CARR, 2008, p. 198). Será que a violência da inteligência artificial, uma vez hegemônica, não parecerá também que “sempre existiu”, que sempre esteve lá? Voltamos, agora, ao mesmo tema que iniciou nosso trabalho: a violência. Read (2003, p. 36) afirmava que para a constituição do modo capitalista de produção, foi necessário um novo tipo de produção de subjetividade capaz de entrar no âmago do ser humano e da sociedade, das dimensões existenciais cotidianas. Carr (2008, p. 210) é bem preciso quando afirma que à medida que as antigas gerações se vão, leva-se também a perda da experiência de um mundo “pré-internet”. As crianças eram e continuam sendo bombardeadas por artifícios da sujeição social, como a propaganda “clássica”, mas também entram cada vez mais no mundo dos dados, ingressam no mundo “virtual” (servidão maquínica) antes mesmo de começarem a falar. Os jovens que em 2015 tinham vinte e poucos anos pouco se lembram de como era a vida antes da internet e os ainda mais jovens só conhecem o mundo pós-internet. Para aqueles que ficam e os que nascerão dessa aurora, fica a impressão de que o advento da mega rede mundial só trouxe vantagens; para ele, o “progresso” disfarça suas pegadas de violência, “refazendo perpetuamente a ilusão de que o lugar onde estamos é aquele onde devíamos estar”. Não se trataria de uma nova etapa do desenvolvimento capitalista, em que estaríamos caminhando para um mundo, digamos, pós-humano, e/ou forjando uma nova espécie humana – *maquinus humanus*?<sup>179</sup>

---

<sup>179</sup> Mas não há motivo de preocupação para o caso de os humanos desaparecerem: a empresa Eternime promete “imortalizar” a memória de qualquer indivíduo (desde que possa pagar pelo seu serviço). A empresa coleta os “pensamentos, histórias e memórias e [...] criando um avatar inteligente que se parece com você. Este avatar viverá eternamente e isso possibilita que, no futuro, pessoas [ou robôs] acessem suas memórias”. Até o mês de agosto de 2015, 30.000 pessoas já tinham se inscrito no serviço. [www.eterni.me](http://www.eterni.me) acesso em 24/08/2015 às 16h.

### Para não concluir – Crítica e resignação ociosa

Se começamos o trabalho com Marx, ousamos agora finalizar com Max Weber e de sua análise do capitalismo. O sociólogo brasileiro Gabriel Cohn, analisando a vida e obra do sociólogo alemão, escreveu um livro intitulado *Crítica e resignação*. Para Cohn, Weber era um resignado, via o sistema capitalista como fatal. Para Michael Löwy (2014, pp. 12, 44-5), a visão trágica do mundo que Weber expõe é baseada na sua certeza de que não há nenhum meio para conter o avanço e o triunfo do capitalismo. Löwy inclui Weber na categoria de “românticos” designados – aqueles que não acreditavam nem na possibilidade de restauração dos valores pré-capitalistas, e nem mesmo em uma utopia futura – e destaca que, por isso, Weber é capaz de nos revelar uma sombria premonição sobre o futuro da civilização capitalista – uma espécie de resignação heroica. Juntamos a crítica e resignação de Weber com a possibilidade que Lazzarato (2014b) levantou a partir da obra do pintor, escultor e escritor francês Marcel Duchamp – a ação ociosa. É com isso em mente que pretendemos escrever estas últimas páginas.

O pessimismo weberiano é revelado, principalmente, em seu conceito “habitação duro como o aço”<sup>180</sup>, que aparece nas últimas páginas de sua obra *A ética protestante e o espírito do capitalismo*, e que refere-se “a submissão a um mecanismo todo-poderoso, o aprisionamento por um sistema que nós mesmos inventamos” (LÖWY, 2014, p. 38). Para o sociólogo alemão, a partir do momento que o capitalismo escapou de seu manto religioso, atingindo a vida profissional, ele forjou um “poderoso cosmo da ordem econômica moderna, que ligada às condições técnicas e econômicas da produção mecânica e maquinista”, subverte cada forma de vida, e determina “com uma força coercitiva irresistível, o estilo de vida de todos os indivíduos que nascem dentro dessa engrenagem” (2004, p. 165)<sup>181</sup>. Não há como não pensar na questão da servidão maquinista que permeou todo nosso trabalho. Weber alerta tanto para a questão da “máquina”, quanto para os indivíduos – economicamente ativos ou não – como peças da engrenagem. Já no início de *A ética protestante*, Weber mencionava com clareza

Atualmente a ordem econômica capitalista é um imenso cosmos em que o indivíduo já nasce dentro e que para ele, ao menos enquanto indivíduo, se dá como um fato, uma crosta [habitação] que ele não pode alterar e dentro da qual tem que viver. Esse cosmos impõe ao indivíduo, preso nas redes do mercado, as normas de ação econômica (2004, pp. 47-8).

<sup>180</sup> A expressão “habitação duro como o aço” é “talvez a mais poderosa metáfora já utilizada por um sociólogo” (TIRYAKIAN apud LÖWY, 2014).

<sup>181</sup> Optamos por utilizar, em algumas palavras, a tradução de Michael Löwy (2014, p. 48).

Para Löwy (2014), Weber fazia referência à “servidão dos tempos futuros”, em que os humanos voltariam a ser como os escravos no Egito Antigo<sup>182</sup>, mas cujo deus supremo não seria mais Osíris, mas a “Máquina moderna” – o habitáculo da servidão.

Ninguém sabe ainda quem no futuro vai viver sob essa crosta [jaula de aço] e se ao cabo desse desenvolvimento monstro hão de surgir profetas inteiramente novos, ou um vigoroso nascer de velhas ideias e antigos ideais, ou – se nem uma coisa nem outra – o que vai restar não será uma *petrificação mecanizada*, arrematada com uma espécie convulsiva de autossuficiência. Então, para os “*últimos homens*” desse desenvolvimento cultural, bem poderiam tornar-se verdade as palavras: “Especialistas sem espírito, gozadores sem coração: esse Nada imagina ter chegado a um *grau de humanidade nunca dantes alcançado*” (WEBER, 2004, p. 166, grifos nossos).

A lucidez de Weber permitiu que ele predissesse, profetizasse – Weber se encarava como o profeta Jeremias de sua época – o tempo em que as máquinas, esse “grau de humanidade nunca dantes alcançado”, dominariam o planeta. Ainda para ele, os “últimos homens” talvez não serão tão “humanos” assim, não possuindo nem “coração”, nem “espírito”. O profetismo se transforma, então, em uma espécie de *profetismaquínico*, ou seja, as ações futuras serão sabidas e desenhadas de antemão pelas máquinas. E para Mumford (2009), esse desenvolvimento maquínico implica também em uma nova religião que se formou, cuja fé não tem mais intenção de mover montanhas, mas sim máquinas. Interessante é o paralelo que tanto Weber quanto Mumford fazem em alusão ao Egito, terra de escravidão para o auto-declarado povo de Deus.

No desenvolvimento recente do capitalismo, Weber mais uma se faz necessário: “não o florescer do verão está à nossa frente, mas antes uma noite polar, glacial, sombria e rude” (apud Löwy, 2014).

Mas o que fazer diante disso? Lazzarato (2014b), analisando a obra de Marcel Duchamp, esclarece: exercer uma ação ociosa.

Lazzarato ainda destaca que Duchamp “lutava” para não se submeter aos papéis, funções e normas da sociedade capitalista. Para Lazzarato, ele nos permite operar essa “recusa” não somente como produção ou como produtividade. A recusa de Duchamp vai além desses critérios: trata-se de uma *prática ético-política revolucionária*. Ainda para Lazzarato (2014b, p. 15), Duchamp nos mostra que a recusa, que a ação ociosa “cria como possibilidade [uma] reconversão da subjetividade, inventando novas técnicas de existência e novos modos de vivenciar o tempo”. Exatamente pela não-ação ser uma tomada de posição, Lazzarato afirma que ela pode nos levar ao forjamento de uma nova “ética”, de uma nova “antropologia”.

---

<sup>182</sup> Em um artigo de 1917 sobre o Parlamento na Alemanha.

Mas essa possibilidade duchampiana, atualizada para o tempo presente, nos traz um ulterior impasse: como não acessar a internet, como não “trabalhar”, se já nos tornamos todos viciados e dependentes? Se a nossa conexão implica, de certa forma, uma “integração subjetiva” no capitalismo, então, como tal, ela é regida pelas regras, normas e valores do Capital.

Para Duchamp, não poder viver sem trabalhar – *hoje, não poder viver sem acessar a internet* – era coisa horrível, e trabalhar para viver – *hoje, conectar para viver, para “ser”* – era uma idiotice. Parafraseando a última frase de Lazzarato na análise da obra de Duchamp, “essa idiotice é a nossa história, porque ela ainda [e mais do que nunca] governa o mundo”, ou seja, a lógica do Capital.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAUDRILLARD, J. *A troca impossível*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2002.

BENJAMIN, W. *Magia e técnica, arte e política. Ensaio sobre literatura e história da cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1985. 10ª reimpressão (1996).

CAMARGO, S.C. *Modernidade e dominação. Theodor Adorno e a teoria social contemporânea*. São Paulo: Annablume, 2006.

CAMARGO, S. C. *Trabalho imaterial e produção cultural. A dialética do capitalismo tardio*. São Paulo: Annablume, 2011.

CARR, N. *A grande mudança. Reconectando o mundo, de Thomas Edison ao Google*. São Paulo: Editora Landscape, 2008.

COHN, G. *Crítica e resignação. Max Weber e a teoria social*. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

COPPIN, B. *Inteligência artificial*. Rio de Janeiro: LTC, 2004.

DELEUZE, G. *A ilha deserta e outros textos*. São Paulo: Iluminuras, 2010.

\_\_\_\_\_. *Conversações (1972-1990)*. São Paulo: Editora 34, 2013.

DELEUZE, G.; GUATTARI, F. *O Anti-Édipo. Capitalismo e esquizofrenia 1*. São Paulo: Ed. 34, 2010. 2ª edição (2011).

\_\_\_\_\_. *Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia 2, vol. 5*. São Paulo: Ed. 34, 1997. 2ª edição (2012).

DUJARIER, M. *Il lavoro del consumatore. Come coproduciamo ciò che compriamo*. Milano: Egea, 2009.

GUATTARI, F. *Caosmose. Um novo paradigma estético*. São Paulo: Editora 34, 1992. 2ª edição (2012).

\_\_\_\_\_. *O inconsciente maquínico. Ensaio de esquizo-análise*. Campinas: Papirus, 1988.

\_\_\_\_\_. *Líneas de fuga. Por outro mundo de posibles*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Cactus, 2013.

\_\_\_\_\_. *Revolução molecular. Pulsões políticas do desejo*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1987, 3ª edição.

\_\_\_\_\_. *Da produção de subjetividade*. In: PARENTE, A. (org.). *Imagem-máquina. A era das tecnologias do virtual*. São Paulo: Ed. 34, 1993. 4ª edição (2011).

GUATTARI, F; NEGRI, A. *Os novos espaços de liberdade*. Coimbra: Centelha, 1987.

GUATTARI, F.; ROLNIK, S. *Micropolítica. Cartografias do desejo*. 8ª ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2007.

LANIER, J. *Bem-vindo ao futuro. Uma visão humanista sobre o avanço da tecnologia*. São Paulo: Saraiva, 2012.

LAZZARATO, M. *Videofilosofia. La percezione del tempo nel postfordismo*. Roma: DeriveApprodi, 1996.

\_\_\_\_\_. *As revoluções do capitalismo*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.

\_\_\_\_\_. *O governo das desigualdades. Crítica da insegurança neoliberal*. São Carlos: EdUFSCar, 2011.

\_\_\_\_\_. *La fabbrica dell'uomo indebitato. Saggio sulla condizione neoliberalista*. Roma: DeriveApprodi, 2012.

\_\_\_\_\_. *Il governo dell'uomo indebitato Saggio sulla condizione neoliberalista*. Roma: DeriveApprodi, 2013.

\_\_\_\_\_. *Signos, máquinas, subjetividades*. São Paulo: Edições Sesc São Paulo/ N-1 edições, 2014.

\_\_\_\_\_. *Marcel Duchamp e il rifiuto del lavoro*. Milano: Edizioni Temporale, 2014b.

LÖWY, M. *A jaula de aço. Max Weber e o marxismo weberiano*. São Paulo: Boitempo, 2014.

MARX, K. *Grundrisse. Manuscritos econômicos de 1857-1858. Esboços da crítica da economia política*. São Paulo: Boitempo, 2011.

\_\_\_\_\_. *O Capital. Crítica da economia política. Livro I*. São Paulo: Boitempo, 2013.

MUMFORD, L. *The myth of the machine. Vol. I*. New York: Harvest Book, 1967.

\_\_\_\_\_. *Textos escogidos*. Buenos Aires: Cactus, 2009.

NEGRI, A. *Marx oltre Marx*. Roma: Manifestolibri, 1998.

\_\_\_\_\_. *La forma stato. Per la critica dell'economia politica della costituzione*. Milano: Feltrinelli, 1980.

NIETZSCHE, F. *A vontade de poder*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2008.

PASQUINELLI, M. *Google's PageRank Algorithm: A diagram of the Cognitive Capitalism and the Rentier of the Common Intellect*". In: BECKER, K.; STALDER, F. (orgs.). Depp Search. London: Transaction Publishers, 2009.

\_\_\_\_\_. *Capitalismo macchinico e plusvalore di rete: note sull'economia politica della macchina di Turing*. Uninomade, 17/11/2011, disponível em: <http://www.uninomade.org/capitalismo-macchinico>.

\_\_\_\_\_. *A medida da fera coletiva: o valor na era das novas instituições algorítmicas de ranqueamento e avaliação*. Revista Lugar Comum, n. 42, pp. 131-141, 2014.

READ, J. *The Micro-Politics of Capital. Marx and the Prehistory of the Present*. New York: State University of New York Press, 2003.

REISCHL, G. *El engaño Google. Una potencia mundial sin control en Internet*. Buenos Aires: Sudamericana, 2009.

SANTOS, L.G. *Politizar as novas tecnologias. O impacto sociotécnico da informação digital e genética*. São Paulo: Editora 34, 2003.

SNOW, R. Ford. *O homem que transformou o consumo e inventou a era moderna*. São Paulo: Saraiva, 2014.

TARDE, G. *As leis da imitação*. Porto: Rés-Editora, s/a.

WEBER, M. *A ética protestante e o espírito do capitalismo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.