



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

O ENTULHO DO CORREIO ELETRÔNICO: sobre o spam na ecologia digital¹

Ruy César Campos Figueiredo²

UERJ

Resumo

O artigo visa dimensionar o spam, um recurso do marketing relacionado ao envio massivo de e-mails, na ecologia e cultura da rede. Irá se fazer isso trazendo diferentes definições para o que é spam, suas modalidades e realizando um recorte de sua história. Feito isso, irá se comentar sobre a abordagem de diferentes autores para o significado do spam na compreensão da economia conforme essa funciona a partir da nossa atenção, afetos e algoritmos. O artigo se orienta principalmente a partir de autores que dão uma ênfase, nos estudos de mídia e comunicação, para as materialidades e infraestruturas da telecomunicação.

Palavras-chave: spam, rede, materialidades

Introdução

Abro minha caixa de e-mail e me dirijo para uma parte que quase nunca vou: dezenas de milhares de mensagens nunca visualizadas de sites de viagem, festivais de cinema, editoras de livros, ofertas de Iphone, roupas íntimas, um órgão sexual maior, produtos para o corpo, cursos online, cupons de promoção de academias de ginástica e restaurante, além de mensagens aparentemente pessoais de completamente estranhos pedindo ajuda ou me oferecendo carros, casamentos e fortunas.

Todo esse amontoado de informação inútil ocupando milhares de *bytes* na minha caixa de entrada envolve um esforço de alguém ou alguma empresa em algum lugar do mundo interessado em se fazer notada por mim como objeto de interesse para o consumo, seja para um descanso de férias, um corpo mais fitness, uma namorada do leste europeu ou uma melhor qualificação profissional. Mas eu

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Comunicação e consumo: periodizações e perspectivas históricas., do 7º Encontro de GTs de Pós-Graduação - Comunicon, realizado nos dias 10 e 11 de outubro de 2018.

² Artista e pesquisador. Doutorando em Comunicação – linha Tecnologias da Comunicação e Cultura – na Universidade do Estado do Rio De Janeiro - UERJ, mestre em Artes, linha Poéticas Contemporâneas e Processos de Criação na Universidade Federal do Ceará - UFCE e Bacharel em Audiovisual e Novas Mídias na Universidade de Fortaleza - UNIFOR.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

nunca realmente fui procurar nada disso na minha caixa de e-mail e no geral sempre me senti mais irritado do que amigável ao incontável número de *spam* que ocupa meu espaço de armazenamento no Gmail. O fato é que, lidando com certa bibliografia relacionada aos estudos de mídia e arte na cultura digital, despertei o interesse por essa parte rejeitada de minha conta de correio eletrônico.

Parikka & Sampson (2009, p. 3) categorizam o *spam* como uma anomalia, um exemplo de poluição digital, assim como são a pornografia forçada, vírus, *malwares*, etc. Apesar de em 2017 representar em torno de 60% (STATISA, 2018) do tráfego global de e-mails, portanto um volume prático de comunicação digital, tais teóricos problematizam o fato de que se dá pouca atenção às implicações culturais desses objetos anômalos no campo de estudos de mídia e comunicação.

Os autores acreditam que esse volume expressivo pode ensejar múltiplas articulações para a definição do que é a Internet e como o espaço da rede está sendo transformado como um meio de comunicação. Enquanto nos anos 1990 a Internet era vista positivamente pelo seu potencial econômico inexplorado, cada vez mais ela tem se tornado um campo marcado pela insegurança e pela contaminação com objetos ilícitos, mentirosos, produtos falsos, etc. Eles apontam como o *spam*, assim como outras anomalias, devem ser percebidas não de fato como uma anormalidade, mas sim como objetos utilizados e explorados de maneira variada em termos de contexto e escala na ecologia da rede.

Por um lado, os negócios de segurança de rede estabeleceram a si mesmos na própria fábrica da economia digital (administração de desperdício é o futuro modelo de negócio do capitalismo tardio). Os discursos que se formaram em torno dessa indústria de segurança de bilhões de dólares, cada vez mais dependente das anomalias para a sua sustentabilidade econômica, posicionam-se na linha de frente da cultura de rede na guerra contra hackers, programadores de vírus, e os spammers; mas esses também dão forma às experiências do usuário de rede. Por um outro lado, a análise do que se tem de tráfego poluído mostra que avaliações são feitas e que os dados são traduzidos em modelos de predição e projetos futuros, tais como a Internet 2.0 e outras redes “livres de vírus e spam”, que acabam sendo propostas como soluções prováveis aos problemas de segurança que os consumidores e negócios online enfrentam. Em outras palavras, as anomalias estão continuamente se processando e se recanalizando de volta para a cultura de rede cotidiana. (PARIKKA & SAMPSON, 2009, P. 4; trad. livre)³

³ On the one hand, network security businesses have established themselves in the very fabric of the digital economy (waste management is the future business model of late modernity). The discourses formed around this billion-dollar security industry, ever more dependent on anomalies for its economic sustenance, lay claim to the frontline defense of network culture against the hacker, the virus writer, and the spammer, but they also shape the experiences of the network user. On the other hand, analysis of the build up of polluted traffic means that evaluations are made, data is translated into prediction models, and future projects, such as Internet 2.0 and other “spam and virus-free” networks, are proposed as probable solutions to the security problems facing online businesses and consumers. In other words, anomalies are continuously processed and rechanneled back into the everyday of network culture. (PARIKKA & SAMSON, 2009, P. 79)



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Essa dimensionalização do *spam*, um recurso do *marketing* visando o consumo, na ecologia e cultura da rede, através da ênfase na sua relação com a administração de resíduos e entulhos por uma indústria que vende segurança online posiciona tal objeto de estudo no ponto de interesse do presente artigo. Irá se trazer definições do que é o *spam*, traçar brevemente sua história, para a partir daí comentar sobre as implicações de sua consideração como um elemento significativo para se compreender a rede para além de modelos mais estabelecidos na teoria da comunicação e das mídias, trazendo uma diversidade de autores que refletem sobre essa prática geralmente desagradável na experiência de ser objetificado e massificado aleatoriamente como consumidor digital.

Spamming: definições e história

Uma definição bastante sensata do que é o *spamming*, a prática de enviar *spam*, é dada por Steyerl (2017, p. 79): “*Spamming* é a repetição sem sentido de algo sem valor e irritante, várias e várias vezes, para extrair uma pequena faísca de valor que resta latente em audiências inertes.”⁴ Além de sensata, a definição é um tanto despojada em seu esforço para contextualizar o envio massivo de mensagens comerciais ou fraudulentas que representam mais da metade dos e-mails que chegam indesejados nos correios eletrônicos da rede global. Para a artista e pesquisadora alemã, o *spam* faz parte do cálculo comercial de um negócio viável, ainda que a fração de consumidores adquiridos por meio da prática seja extremamente pequena, no que se evidencia que a mera reprodução tecnológica sem esforço é o que forma o enquadramento econômico desse tipo de empreendimento.

Mais robustamente e agregando um sentido próprio da lógica da economia na internet, que lucra e extrai dados a partir da atenção humana, Brunton (2013) define o *spam* como “o uso da infraestrutura de tecnologia da informação para explorar agregações existentes de atenção humana”⁵. Ainda que hajam filtros que tentam controlar o fluxo de propaganda mirando uma esparsa porcentagem de consumidores digitais, o *spam* permanece como uma parte integral da experiência cotidiana de atenção dos usuários da Internet.

Ocasionalmente cômicos, frustrantes e principalmente desagradáveis, os spams são enviados massivamente para bases de dados de endereços eletrônicos e assim circulam

⁴ Spamming is the pointless repetition of something worthless and annoying, over and over again, to extract a tiny spark of value lying dormant within inert audiences. (STEYERL, 2017, P. 79)

⁵ Spam is the use of information technology infrastructure to exploit existing aggregations of human attention



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

internacionalmente. Seu volume aumentou consideravelmente no meio dos anos 1990 conforme listas de e-mail e mensagens massivas acidentais foram trocadas por empreendimentos bem mais organizados e comerciais. O spam promove de tudo desde promoções irresistíveis para se pagar sua hipoteca até acesso fácil a Cialis, Viagra e Valium – de diplomas já prontos da universidade até notificações de prêmios de loteria e sites de pornografia comercial. (PAASONEN, 2009, P. 159; trad. livre)⁶

Possivelmente a primeira vez que algo do gênero tenha acontecido foi bem antes da cultura digital se estabelecer e com ela o *spam* como o conhecemos. Conforme Strong (2017), um dos primeiros casos possíveis de *spam* se deu em 1864, na forma de telegrama a partir do dentista londrino Messrs Gabriel, que enviou em maio mensagens não requisitadas para os membros do parlamento britânico avisando o horário em que seu consultório estaria aberto em outubro. Strong (2017) apresenta um recorte da notícia do caso no jornal *The Times of London*, depois que um dos parlamentares buscou a imprensa para expressar sua irritação com a prática. Conforme o caso foi parar no jornal, o alcance da informação atingiu milhares de possíveis consumidores do serviço e o dentista afinal não precisou de fato pagar pela publicidade lograda.

Everett-Church narra em artigo publicado na Wired em 1999 seu envolvimento e ódio pessoal pelos eventos que se sucederam em 13 de abril de 1994, o dia em que o primeiro *spam* da era digital afetou o seu cotidiano de trabalho como "especialista da informação" em uma associação de advogados de imigrantes.

Naturalmente, eu era visto pelos membros da associação como o cara “faz-tudo” de todas as coisas tecnológicas. É por isso que, quando cheguei no escritório na manhã de 13 de abril de 1994, a recepcionista me entregou uma pilha de faxes raivosos e abriu a caixa eletrônica repleta de ligações furiosas. Todas as mensagens eram sobre a Internet, a Green Card Lottery e um punhado de advogados do Arizona. Na hora que eu entrei no meu cubículo, eu tinha conhecido o inimigo. Seus nomes eram Laurence Canter e Martha Siegel.⁷ (EVERETT-CHURCH, 1999; trad. livre)

⁶ Occasionally amusing, frustrating, and mainly annoying, spam is sent to massive address databases and circulated internationally. Its volume increased steadily in the mid-1990s as chain letters and accidental mass mailings were replaced by far more commercial and organized ventures. Spam promotes everything from irresistible mortgage bargains to fast access to Cialis, Viagra, and Valium—from ready-made college diplomas to lottery award notifications, and commercial pornography sites.

⁷ Naturally, I came to be seen by the staff of AILA as the "go-to" guy for all things technological. That's why, when I arrived in the office on the morning of 13 April 1994, the receptionist handed me a stack of angry faxes and forwarded a voice mailbox full of furious calls. All the messages were about the Internet, the Green Card Lottery, and a pair of Arizona lawyers. By the time I stumbled to my cubicle, I had met the enemy.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Canter e Siegel, um escritório de advocacia de um casal, resolveu nessa data inovar tecnologicamente nos seus serviços direcionados à potenciais imigrantes consumidores de um *green card*. O casal escolheu a Internet, mais especificamente um fórum de notícias chamado Usenet, como o meio para oferecer seus serviços de preços abusivos para aqueles que esperavam consumir a cidadania americana. Desde então a Internet nunca mais foi a mesma.

Entre 1996 e 1999, o número de usuários de *e-mails* foi de 25 para 400 milhões, conseqüentemente, gerando uma indústria dedicada especialmente em *spamming*. Para se produzir *spam* é necessário banda larga, endereços de *e-mail* que não estejam bloqueados, servidores para armazenar a fonte das mensagens e páginas web para hospedar as páginas com formulários de compra que as pessoas devem preencher. As primeiras técnicas de prevenção envolveram fazer uma "lista negra" (*blacklisting*) de endereços IP de servidores que enviam *spam*. Posteriormente, outras técnicas foram surgindo, como o uso de filtros que começou a se dar a partir de 2001. Controlando e identificando os remetentes, sugeriram também tecnologias como SPF (*Sender Policy Framework*) e DKIM (*DomainKeys Identified Email*).

Para Brunton (2013, p. 199), o spam é um fenômeno da tecnologia da informação e está relacionado ao uso da infraestrutura da Internet de maneira extremamente eficiente e no seu máximo:

Entre seus vários modos e domínios, os spammers empurram as propriedades da tecnologia da informação para o seus extremos: a capacidade de automação, manipulação algorítmica e scripting; o alavancar dos efeitos da rede e vastas economias de escala; conectividade distribuída e participação livre e a baixo custo. De fato, desde uma perspectiva perversa – uma com conseqüências para meu argumento – o spam pode ser apresentado como o uso da infraestrutura da Internet maximizado e mais eficiente, para um certo valor de uso.⁸ (BRUNTON, 2013, P. 199; trad. livre)

Brunton (2013, p. 68) aponta como os anos de boom do *spam*, que se deram após o episódio de 1994, levaram para uma rápida especialização de modelos de *spam*, os quais ele divide em dois eixos principais: 1. legitimado e para contrato; 2. torto e para si mesmos.

⁸ Across their many modes and domains, spammers push the properties of information technology to their extremes: the capacity for automation, algorithmic manipulation, and scripting; the leveraging of network effects and vast economies of scale; distributed connectivity and free or very low-cost participation. Indeed, from a certain perverse perspective — one with consequences for my argument — spam can be presented as the Internet ’ s infrastructure used maximally and most efficiently, for a certain value of “ use. ”



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

O autor exemplifica o eixo legitimado e para contrato através da pessoa de Laura Betterly, uma contadora que gostava de trabalhar em casa e começou um negócio de e-mails massivos, defendendo a prática como um empreendimento legítimo de *marketing* e livre comércio, cobrando \$1,000 por um milhão de mensagens e com custos adicionais a partir do resultado das vendas.

O outro eixo, torto e para si mesmos, é exemplificado pelo autor através da figura de Davis Hawke, uma espécie de neonazista com uma carreira tida como bizarra na indústria de *spam*, criando um império a partir da venda de uma pílula chamada Pinnacle, o que lhe rendeu um processo da AOL no valor de \$12.8 milhões de dólares e o fez fugir, sendo atualmente buscado pela Interpol.

A maior parte do *spam* hoje não chega nem a ser visualizada pelos consumidores devido aos avanços na tecnologia de segurança da rede, mas isso não significa que a prática não acontece e não envolve custos para a rede e a energia que ela demanda. Estima-se, conforme estudo publicado pela empresa de Anti-vírus McAfee (2009), que 33 bilhões de quilowatts de energia são consumidos por *spam*. Outros estudos, por vez, tentaram quantificar o custo financeiro total do *spam* para os negócios e os consumidores. A empresa americana de pesquisa de mercado Ferris Research estimou em 2005 que o custo total de *spam* no mundo era de \$50 bilhões de dólares, a partir dos custos de produtividade, serviço de apoio e tecnologia *anti-spam*. Castro (2013) aponta que esse estudo não incluiu os custos de capacidade de servidor e banda larga para se lidar com o as mensagens *spam*, nem outros custos diretos como fraude, roubo, falhas de segurança e negócios perdidos, além de não ter trabalhado com *e-mails* pessoais para a sua estimativa, apenas e-mails corporativos. Em 2009 o estudo foi atualizado, estimando o custo total para \$130 bilhões. Um outro estudo feito pela Microsoft Research e o Google usaram fontes de dados diferentes, mas metodologias semelhantes, estimando o custo como sendo entre \$18 e \$26 bilhões.

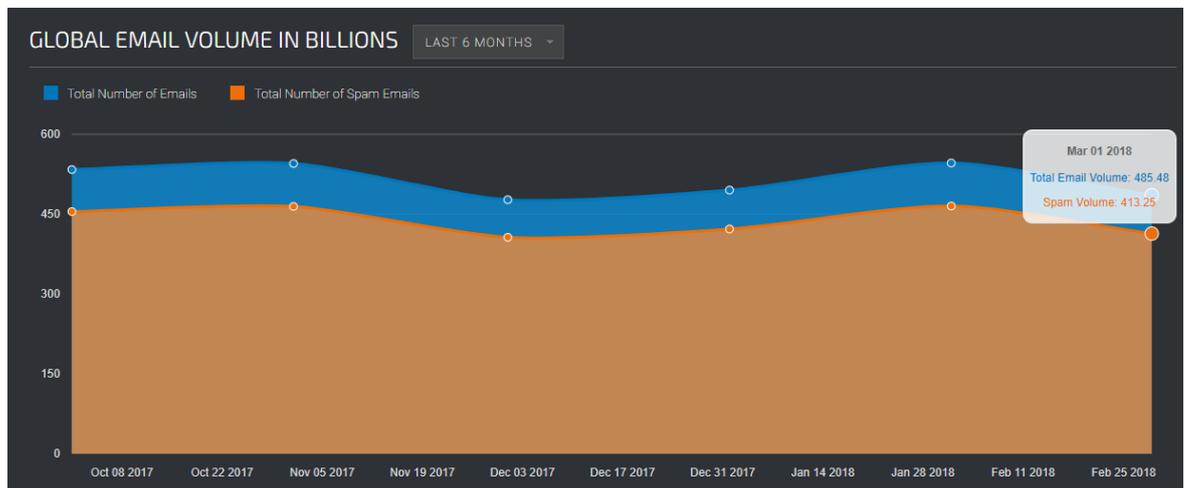
A tabela em seguida mostra o volume global de *e-mails* em bilhões, nos últimos seis meses contando a partir de fevereiro de 2018. A área azul corresponde ao total de *e-mails* e a área laranja o total de spam. Em fevereiro de 2018, portanto, o volume total de emails foi de 545.85 bilhões com um total de 465 milhões sendo spam. Desse total, o Brasil foi responsável por 8.8 bilhões de spams enviados, disputando regularmente o segundo lugar com a China no ranking de maiores produtores de spam



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Figura 1- Volume Global de Emails e Spam – Fonte: Talos Intelligence



Spam, carne e topologia da rede

Ainda não foi mencionado, todavia, um dos aspectos mais curiosos da história do *spam* e alvo de profunda análise por Steyerl (2017) envolvendo carne, história, ecologia e a lógica do consumo na Internet. De onde viria a palavra spam para dar nome à essa prática?



Figura 2 - Monte Python. Fonte: Tumblr



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Spam é, antes de tudo que foi dito até agora, uma marca de carne enlatada popularizada largamente após a Segunda Guerra Mundial não só nos Estados Unidos, como também no Japão, Coréia do Sul e Alemanha, países ocupados pelos norte-americanos após o fim do conflito global. O que fez o termo ser usado para denominar essa prática direcionada aos consumidores da rede foi um sketch específico transmitido na década de 1970 pelo grupo de comédia britânico Monte Python. A cena se passa em um café, onde dois consumidores entram para o desjejum.

Cena: Um Café. Todos os clientes são Vikings. O Sr. e a Sra. Bun entram.

MR BUN. Bom dia.

ATENDENTE. Bom dia.

MR BUN. O que você tem, então?

ATENNDENTE. Bem, tem ovo e bacon; ovo, salsicha e bacon; ovo e spam; ovo, bacon e spam; ovo, bacon, salsicha e spam; spam, bacon, salsicha e spam; spam, ovo, spam e spam, bacon e spam; spam, spam, spam, ovo e spam, spam spam spam spam spam spam, feijão cozido, spam spam spam e spam; ou lagosta aux crevettes com molho branco guarnecido com pânté, ovo frito por cima e spam.

SRA. BUN. Você tem alguma coisa sem spam?

ATENDENTE. Bem, tem spam, ovo, salsicha e spam. Não tem tanto spam nesse prato.

SRA BUN. (*Irritada*) Eu não quero nenhum spam!
[...]

SR BUN. Não perca a paciência, querida. Eu vou comer o seu spam. Eu amo. Eu vou querer spam, spam, spam, spam... Vou querer spam, spam, spam, spam, spam ...

VIKINGS. (*CANTANDO*) Spam, spam, spam, spam ...

SR BUN. ... feijão cozido, spam, spam and spam.

ATENDENTE: feijão cozido acabou.

A carne processada invade todos os itens do menu, assim como todo o diálogo e os próprios créditos da cena, ao final. Conforme Steyerl (2017, p.. 79, trad. livre), “no sketch spam se refere inicialmente a carne enlatada de mesmo nome. Mas então esse significado é torcido para enfatizar a



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

reiteração verbal e a replicação descontrolada do próprio termo em si”⁹. A artista aponta como esse segundo significado começou a ser utilizado na década de 1980 em jogos de RPG realizados em servidores virtuais, onde o termo spam era utilizado como uma estratégia de, por meio da repetição, expulsar pessoas novas e indesejadas dos fóruns. Era, portanto, uma prática que não priorizava o conteúdo, mas seu efeito na experiência do espaço virtual.

Conforme Steyerl (2017, p. 81), a carne enlatada spam é desprovida de qualquer atributo pomposo, sendo barata e modesta, feita de pedaços e restos que são reciclados e processados para a venda. Essa carne é o ponto de partida para uma reflexão profunda da artista e acadêmica sobre o significado do spam online em relação à nossa própria condição econômica atual, nossa posição de prestadores de serviços e sobre como o consumo afeta e se direciona para nossos corpos:

Spam passa pelo moedor de carne da produção industrial. Essa é a razão de sua fabricação ressoar com a geração igualmente industrial (ou pós-industrial) das populações ao redor do mundo, que aguentaram o triturador da acumulação primordial repetida. Ciclos seguidos de dívidas, êxodo subsequente, conduzidas ao labor industrial ao mesmo tempo que repetidamente rejeitadas desse, forçadas de volta à agricultura de subsistência para logo se verem reemergir de pequenos campos como trabalhadores da área de serviços pós-fordista. Como a sua contraparte eletrônica de mensagem spam, essas multidões [crowds] formam a vasta maioria do seu tipo mas são consideradas supérfluas, irritantes e redundantes. Elas também são colocadas como se reproduzissem descontroladamente. Essas populações são spam, não carne; feitas de material que esteve no solo por gerações e massacre incessante do capital, reempacotadas em forma de objetos sempre novos e híbridos. O spam eletrônico destaca a dimensão especulativa desses corpos. (STEYERL, 2017, P. 81; trad. livre)

Steyerl começa, nesse trecho, fazendo uma analogia entre a carne barata da marca spam e o spam como forma de propaganda online, relacionando a qualidade de carne pobre enlatada e o corpo das populações mundiais que são alvo do capitalismo em suas formas através do tempo até chegarmos ao comércio online e seus modos de propaganda, como o spam:

É dolorosamente óbvio que a maior parte dos produtos propagandeados por meio do spam online supostamente melhoram a aparência do corpo, a performance ou a saúde. O spam de email é um formato que tenta agir sobre nossos corpos: ao lucrar com modelos padrões de gente uniformemente drogada, aprimorada, super magra, super ativa e super tesuda vestindo relógios replicados para estar sempre na hora em seus trabalhos de serviço. Mais de 65% do spam de email tenta nos empurrar anti-depressivos e Viagra, ou pílulas que tem os mesmos efeitos, vendendo assim fantasias de corpos perfeitamente exploráveis, produtos para multidões supérfluas. Ambas essas formas de spam são pós-carnais: elas lidam com a produção do

⁹ *In the sketch spam initially refers to the canned meat of the same name. But then this meaning is twisted around to emphasize verbal reiteration and the uncontrolled replication of the term itself*



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

aprimorado, alterado, artificial, processado, melhorado ainda que sempre formas degradadas da carne. (STEYERL, 2017, P. 81; trad. livre)

O termo *spam* tem, portanto, conforme Spannen (2009, p. 163), um outro sedimento afetivo como um termo vinculado a ideia de carne processada, industrializada a partir de restos massivos de quase dejetos. Esse sedimento afetivo é transversalizado por Steyerl para refletir sobre como esses dejetos afetam nossos corpos na condição em que se encontram objetificados pela propaganda digital. O *spam* eletrônico encontra nossos endereços em bases de dados e busca inundar nossa atenção como propagandas direcionadas aos nossos corpos, esperando extrair daí uma faísca de valor estando consciente de que na maior parte dos casos será ignorado ou redirecionado por tecnologias de segurança e filtragem.

O *spam* segue a lógica da Internet que se movimenta economicamente a partir dos dados e resíduos gerados pela atenção dos usuários, que tem seus hábitos de consumo analisados para assim serem vendidos. Na contemporânea economia da rede, o conteúdo não é tão relevante quanto a proliferação e a agregação dos dados que os proprietários das corporações midiáticas recombina infinitamente para descobrir os gostos e os hábitos dos usuários, vendendo tais informações a terceiros, numa-em uma reestruturação do capital a partir da abstração do trabalho informatizado, e anomalias como o spam tem um papel nessa lógica. Nesse sentido, o spam funciona economicamente explorando a atenção humana, aproveitando-se da infraestrutura da rede para atingir seu alvo, uma pequena porcentagem de consumidores que foram alvos de mensagens massivas. Para Branton (2013), o uso dessa atenção é exploração não porque ela extrai algum valor disso, mas porque fazendo isso eles desvalorizam nossa atenção para todo o resto, ou seja, nos fazem perdermos tempo.

Sendo assim, o spam e outras anomalias devem ser compreendidas não como meramente representacionais, mas também, conforme Parikka & Sampson (2009, p. 8), como partes componentes de uma práxis sócio-técnica-tecnológica (*sociotechnicallogical*), e que fazem possível se tocar e pensar sobre o modo do capitalismo avançado no contexto da rede. Não se deve interpretar a cena de Monty Python, conforme os autores, a partir de uma perspectiva essencialista que define como o aspecto comunicacional mais importante da cena a questão dos códigos comunicacionais e seu funcionamento efetivo, opondo normas comunicacionais perfeitas com a imperfeição da anomalia causada pela palavra spam e sua reiterabilidade. Ao invés disso, os autores acreditam que o café britânico se tornou, nessa



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

cena, exposto à força transformadora de eventos espontâneos em um sentido de pensamento topológico, não atado à essências estáticas ou signos de políticas identitárias.

No livro que editaram, os teóricos apresentam a possibilidade de se fazer uma análise material dos objetos anômalos, apontando que para se lograr fazer isso é necessário desconsiderar a ideia da internet como uma máquina de cálculos ideais voltada para o esclarecimento de indivíduos racionais em um contexto livre de fricções, e ter claro de que os acidentes não são falhas esporádicas na estrutura social ou identidade cultural, mas que expressam as características topológicas do uso cultural e social das tecnologias midiáticas. Essa abordagem pensa a rede para além de ser um espaço de troca de informação entre um remetente e um destinatário, um emissor e um receptor. O processo excessivo de produção de informação, como os spams, envolve múltiplos eventos comunicacionais que são eventos da própria topologia da rede em si. Essa lógica topológica está interessada nas composições heterogêneas de forças afetando umas às outras, de uma maneira não necessariamente baseada em efeitos causais e indeterministas. O topológico estaria relacionado a co-causalidade, uma configuração intermediadas e corpos não lineares. A topologia é usada para lidar com as complexidades da sociedade em rede, não restritas ou determinadas pelo determinismo tecnológico ou os efeitos da tecnologia na sociedade, mas considerando as dobras complexas de componentes tecnológicos com outros aspectos da realidade cultural e social. (PARIKKA & SAMPSON, 2009, P. 5)

Em outras palavras, o argumento dos autores é de que a cultura de rede, ao apresentar anomalias tais como o *spam*, não pode ser reduzida a uma representação do modo de consumismo capitalista a partir do humano, mas na própria lógica algorítmica dos softwares que sustentam a rede. Além de possivelmente representarem aspectos do modo de produção capitalista, o *spam* conforme é programado também expressa uma lógica de ação e uma materialidade através da postagem automatizada múltipla e excessiva, da replicação viral e da apropriação de bancos de dados aleatórios. Essas ações, para Parikka e Samson, não são necessariamente um índice de uma relação disfuncional em um ambiente de comunicação normalizada, mas sim capacidades e potências do código software. Essas capacidades e potências estão intimamente ligadas com o modo pós-fordista de trabalho e produção de conhecimento imaterial, onde o capitalismo é mais uma máquina que se aproveita das modulações criativas e variações do funcionamento topológico da rede e seus softwares. Não se trata de dizer que a rede e os processos sociais são reduzidos a determinação capitalista, mas que seus



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

códigos de funcionamento envolvem um poder de seguir mudanças, resistências e anomalias nas redefinições de sua natureza e potências.

Software aqui não é compreendido como um objeto estável ou uma configuração de rotinas matematicamente determinadas, rotinas prescritas, mas como um campo emergente de estudos críticos de software propõe, é um processo que atinge o que está fora do computador e se dobra como parte das arquiteturas digitais, redes, agendas políticas e sociais. Quando nós combinamos essa capacidade do software com nosso foco na dinâmica da agregação sóciotécnica da rede, em seu amplo espectro, nós experimentamos sistemas que transferem quantidades massivas de pornô, spam e infecção viral. Tal capacidade, que em nossa mente excede a distinção crua entre o normal e o anormal, torna-se uma parte crucial da distribuição expressiva e material da cultura de rede. (PARIKKA & SAMPSON, p. 8, 2009; trad. livre)¹⁰

Reconhece-se, assim, que o spam e outras anomalias tem efeitos tanto no nível material quanto representacional. É necessário, todavia, pensar o fenômeno das anomalias para além de seus efeitos, como se tem feito no geral, conforme Samson & Parikka, no campo de estudos de mídia e comunicação, ao pensar os efeitos que são cultivados no senso de realidade de uma audiência. Uma abordagem menos interessada na causalidade conferida aos significados da mídia e mais no processo de comunicação em si. Ao invés de se pensar linearmente a relação entre um emissor A e um emissor B em meio aos possíveis ruídos de uma anomalia, pode-se pensar em termos de afeto e etologia:

como várias agregações de corpos (sejam tecnológicos, biológicos, políticos ou representacionais) são compostos em interação um com o outro e como são definidos, não por formas e funções, mas por capacidades causais. Em outras palavras, estamos interessados em como uma agregação, uma composição heterogênea de forças, pode afetar uma outra. (SAMSON & PARIKKA, P. 6, 2009; trad. livre)

Vimos, portanto, nesse tópico, como o spam integra a ecologia da rede afetando materialmente os seus servidores e demandando uma larga quantidade de energia para circularem com seu interesse em conquistar a atenção de uma pequena porcentagem dos milhões de destinatários massivamente e aleatoriamente capturados de bancos de dados online. Esses destinatários tem direcionado à seus corpos propagandas que prometem todo tipo de coisa, de um aumento de seus órgãos sexuais à uma adequação instantânea aos padrões corporais, desde uma chance de obter cidadania norte-americana, falando para

¹⁰ Software is not here understood as a stable object or a set of mathematically determined, prescribed routines, but as the emergent field of critical software studies is proposing, it is a process that reaches outside the computer and folds as part of the digital architectures, networks, social, and political agendas. When we combine this capacity of software with our focus on the dynamics of the sociotechnical network assemblage, in its entire broadband spectrum, we experience systems that transfer massive amounts of porn, spam, and viral infection. Such capacity, which in our view exceeds the crude distinction between normal and abnormal, becomes a crucial part of the expressive and material distribution of network culture.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

nós acerca da nossa própria condição econômica, especialmente se pensarmos desde nossa posição do Brasil enquanto um país no top 3 do ranking de produção de spam. O Brasil, um país mais pobre e cujos corpos de seus trabalhadores é de interesse na lógica capitalista de encontrar mão de obra mais barata, ao mesmo tempo que por sua dimensão populacional tem um volume considerável de participação nos mercados, legais e obscuros, da Internet.

Conclusão

A pesquisa sobre o tema revelou uma diversidade de referências bibliográficas sobre o tema e que trazem diferentes aspectos e pontos de vista para se pensar o fenômeno do *spam*. Para além do que foi dito, seria possível também trazer uma análise da evolução da relação dos sistemas jurídicos com o spam, sua regulação; também teria sido possível trazer uma história mais detalhada da evolução do spam, principalmente a partir de Branton (2015), que em seu livro detalha profundamente esse processo.

Creio, todavia, que o recorte selecionado dimensiona o *spam* e o define levando em consideração uma diversidade de fontes bibliográficas que provocam o pensamento comunicacional à desdobrar perspectivas mais transversais de se pensar o spam e como esse pode nos provocar a refletir sobre detalhes menos visíveis ou destacados da cultura em rede e da sociedade cada vez mais economicamente se desenvolvendo a partir de interesses algorítmicos para além do humano, ainda que pautados na atenção e no afeto humano para gerarem valor.

Bibliografia

BRUNTON, Finn. **Spam: a shadow history of the internet**. Boston: MIT PRESS. 2013.

CASTRO, Daniel. **How to Stop The Billions Wasted Anually on Email Spam**. ITIF - Information Technology & Inovation Foundation. [www2.itif.org/2013-billions-wasted-email-spam.pdf]. Acessado em 14 de abril de 2018. 2013

EVERETT-CHURCH, Ray. **The Spam That Started It All**. Wired Magazine. [<https://www.wired.com/1999/04/the-spam-that-started-it-all/>] Acessado em 14 de abril de 2018. 2009.

MCAFEE, **The Carbon Footprint of Email Spam Report**. [http://www.mclellancreative.com/files/mcafee_report_carbon_footprint_of_email.pdf] Acessado em 14 de abril de 2018. 2009.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

PAASONEN, Susana. **Irregular Fantasies, Anomalous Uses**: pornography spam as boundary work. In: PARIKKA, Jussi. SAMPSON, Tony D. **The Spam Book: On Viruses, Porn and Other Anomalies From the Dark Side of Digital Culture**. Hampton Press. 2009.

PARIKKA, Jussi. SAMPSON, Tony D. **The Spam Book: On Viruses, Porn and Other Anomalies From the Dark Side of Digital Culture**. Hampton Press. 2009.

STATISTA. **Global spam volume as percentage of total e-mail traffic from January 2014 to sempter 2017, by month**. [<https://www.statista.com/statistics/420391/spam-email-traffic-share/>]. Acessado em 14 de abril de 2018. 2018.

STEYERL, Hito. **Duty Free Art: Art in the age of planetary civil war**. Verso Books. 2017.

STRONG, Kaila. **The History of Spam in Marketing**. [<https://www.act-on.com/blog/the-history-of-spam-in-marketing/>] Acessado em 14 de abril de 2018. 2017.

TALOS INTELIGENCE. **Total Global Email & Spam Volume for March 2018**. [https://www.talosintelligence.com/reputation_center/email_rep]. Acessado em 14 de abril de 2018. 2018