



## Dossiê V Colóquio Luso-Brasileiro de Ética e Filosofia Política – Caminhos da Justiça: Diálogos Contemporâneos

**doi** Ideais contemporâneos, poder e subjetividade: a realidade humana frente às novas tecnologias digitais e a inflação do imaginário\*

### Contemporary Ideals, Power, and Subjectivity: Human Realizy in the Face of New Digital Technologies and the Inflation of the Imaginary

**ID** Thiago Wesley da Silva e Silva

**Resumo:** O presente trabalho resgata o conceito de subjetividade que o existencialismo de Jean-Paul Sartre reivindica. Buscaremos configurar o desafio existencialista de tomar por objeto a subjetividade: as dificuldades próprias da busca por conhecer aquilo que, por definição, implica uma obscuridade de si — o não saber — e o ter-de-ser. Devemos articular a noção de subjetividade na conjuntura atual, entrelaçada pelas novas tecnologias digitais, o que configura uma situação peculiar para a realidade humana. Passaremos por alguns elementos dessa digitalização da vida, destacando aspectos envolvidos na utilização de novas tecnologias, como a aclamada inteligência artificial e seus desdobramentos no que chamamos de processo de inflação do imaginário na produção de formas de vida.

**Palavras-chave:** Subjetividade; existencialismo; imaginário; inteligência artificial; Sartre.

#### Abstract

This paper rescues the concept of subjectivity that Jean-Paul Sartre's existentialism claims. We will seek to configure the existentialist challenge of taking subjectivity as its object: the difficulties inherent in the search for knowing that which, by definition, implies an obscurity of self — not knowing — and having to be. We must articulate the notion of subjectivity in the current situation, intertwined by new digital technologies, which configures a peculiar situation for human reality. We will go through some elements of the digitalization of life, highlighting aspects involved in the use of new technologies, such as the acclaimed artificial intelligence and its consequences in what we call the process of inflation of the imaginary in the production of forms of life.

**Keywords:** Subjectivity; existentialism; imaginary; artificial intelligence; Sartre.

---

\* O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

A discussão sobre o lugar do sujeito esteve em destaque no pensamento moderno ocidental, se constituindo como um tensionamento a ser enfrentado pela filosofia contemporânea. Algumas formulações importantes se desdobraram sob a *morte do sujeito* — como entre estruturalistas e pós-estruturalistas. Em certa medida, essa perspectiva encontra terreno na ontologia existencialista. É preciso, portanto, situar as noções que convém a uma filosofia da liberdade recusar, ao tempo em que delinearemos o conceito de subjetividade que reivindica. Buscaremos configurar o desafio existencialista de tomar por objeto a subjetividade: as dificuldades próprias da busca por conhecer aquilo que, por definição, implica uma obscuridade de si — o *não saber* — e o *ter-de-ser*.

Em seguida, devemos articular a noção de subjetividade na conjuntura atual, entrelaçada pelas novas tecnologias digitais, o que configura uma situação peculiar para a realidade humana. Cenário em que, por exemplo, os corpos, atravessados pelo interjogo com os avatares virtuais são vividos como metáfora; em que a produção das identidades se vê desafiada pela multiplicidade de referências pautadas por grupos de interesse e apresentadas através das vias tecnológicas; a expressão *rede social* facilmente recebe a significação de *rede social virtual*, antes de ser pensada como *rede social efetiva, real*. Buscaremos percorrer alguns elementos dessa digitalização da vida, destacando aspectos envolvidos na utilização de novas tecnologias, como a aclamada inteligência artificial e seus desdobramentos no que chamamos de processo de inflação do imaginário na produção de formas de vida.

No ano de 1961, em palestra proferida em Roma, Sartre busca evidenciar as margens do conceito de subjetividade no território do pensamento de Marx. Através da dialética dos três termos nas considerações sobre o homem total (necessidade, trabalho, prazer) o filósofo delimita o campo de constituição e o lugar próprio da subjetividade. Na leitura sartreana do pensamento de Marx, esses três termos definem uma

[...] ligação sintética do homem com o mundo material e, nessa e por essa ligação, de uma relação mediada dos homens entre si. [...] a realidade do homem aparece primeiro como a ligação a uma transcendência, a um além, ao que está fora dele e diante dele. Tem-se necessidade de algo que não está em si, o organismo precisa de oxigênio; o que já constitui uma relação com o meio, com a transcendência (Sartre, 2015b, p. 23)

A relação com a transcendência é indício daquilo que é o movimento próprio da subjetividade, isto é, movimento de transcender-se a si mesma em direção aos objetos. É, portanto, nos objetos mesmos, no mundo que é mundo para uma consciência, que o fenômeno da subjetividade pode ser situado. Tomando distância de qualquer subjetivismo, Sartre assume que a “subjetividade está fora,

como característica de uma resposta, e, na medida em que é um objeto que é constituído, como característica do objeto” (Sartre, 2015b, p. 30).

Os objetos, isto é, objetos para uma consciência, expressam a materialidade mesma da subjetividade. Ao ter-de-ser transcendência, as relações no mundo, com os outros, ganham seu destaque na realidade humana. Há sempre vínculo com um mundo material, em relação a uma exterioridade; “há subjetividade quando um sistema em interioridade, mediação entre o ser e o ser, interioriza, sob a forma do ter-de-ser, qualquer modificação exterior, e que ele a reexterioriza sob a forma de singularidade exterior” (Sartre, 2015a, p. 34).

A montagem do par dialético interiorização/exteriorização implica a recusa de perspectivas como o idealismo materialista de Lukács, que não reconheceriam o espaço para a subjetividade na compreensão dialética do social. Como correlato dialético do inter-subjetivo histórico, a subjetividade é vista, portanto, como uma encarnação da sociedade total. O que se exterioriza é uma encarnação total do ser que se é, assim como aquilo que se interioriza é uma encarnação total da sociedade. Essas totalizações, contudo, são geralmente desconhecidas. Tal desconhecimento, por sua vez, não é casual e se apresenta como uma condição própria da subjetividade. “Se a subjetividade é, por definição, não saber, mesmo no nível da consciência, é porque o indivíduo, ou o organismo, tem de ser o seu ser” (Sartre, 2015a, p. 32).

O Ter-de-ser implica a consciência não tética de si, como no caso de subir escadas: esse ato exige um conjunto de processos que, se buscarmos atentar para cada um deles, poderemos encontrar dificuldades em realizar a tarefa de subir a escadaria. Antes de sabermos que somos de uma determinada maneira, *somos* de alguma maneira para os outros. Ao que parece, somos os últimos a ter notícias sobre nós mesmos. Tomamos consciência de nós mesmos através dos outros e articulamos imagens de nós mesmos no campo das expectativas que os olhares dos outros lançam sobre nós. “Para ser plenamente antissemita”, diz Sartre, “o indivíduo não precisa saber que o é” (Sartre, 2015a, p. 33). Certamente, para ser plenamente racista, machista ou idiota o indivíduo também não precisa saber que o é, e em seu estado mais vívido, de fato, não o sabe.

Ter-de-ser seu ser é ser sempre uma resposta àquilo que se apresenta como forma de existência sugerida no tecido da vida em sociedade. O ter-de-ser não determina, contudo, a maneira de ser, de singularização. É no plano da maneira de ter-de-ser seu ser que o lugar do sujeito pode ser desenhado; maneira de reexteriorizar expectativas sociais e projetos existenciais interiorizados numa vida.

A partir dessas considerações preliminares — em que articulamos o ter-de-ser e a obscuridade/desconhecimento de si — tomemos como exemplo e objeto de reflexão um fenômeno

que expressa um peculiar entrelaçamento de processos de interiorização/exteriorização nos cenários possibilitados e estruturados pelas tecnologias contemporâneas — como dispositivos eletrônicos, *smartphones*, *internet*, redes sociais, etc.

O *desafio do cotonete* ocupou as manchetes de importantes veículos de comunicação no Brasil em novembro de 2022. O desafio consiste em compartilhar um vídeo — em rede social de compartilhamento de vídeos curtos — fumando hastes flexíveis (produzidas com material plástico que, em combustão, produzem fumaça sabidamente tóxica. Atraídos pelo sucesso instantâneo, adolescentes estão se expondo a condições que efetivamente ameaçam suas vidas. Contradição evidente nesse fenômeno é o fato da ferramenta tecnológica utilizada para a produção e compartilhamento do vídeo poderia facilmente ser utilizada para acessar informações sobre riscos para a saúde desse ato. Claramente esse fenômeno encontra na banalização do risco um elemento fundamental de sua configuração. Evidentemente, sem alguma noção dos riscos implicados, não haveria tamanho impacto e circulação desse tipo de conteúdo nas redes. Esse gesto que se dá, no limite, sob o pano de fundo de um ato suicida, tem como determinante central a banalização da própria vida. Tal *desafio*, é mais um modismo, de tantos que tem ocupado o tempo das pessoas mediando a interação social. Expressão da lógica de reprodução sustentada pela atrofia da capacidade de julgar. Mal que, tendemos a crer, afeta sobretudo aqueles que dispõem de poucos recursos para a simbolização; os que vivem etapas das mais importantes e sensíveis nos processos de desenvolvimento humano: as crianças e os adolescentes.

Se subjetividade é “projeção do ser de alguém sobre o ser de além” (Sartre, 2015a, p. 40), a pergunta que aqui se coloca é: nessa situação, qual o ser de além em relação ao qual os seres de alguém se projetam?

Em geral, tem-se assumido mais riscos para produzir a foto perfeita, ou o registro em vídeo de momentos precisos com potencial de viralização. O preço a se pagar pelo sucesso na rede se amplia indefinidamente e as apostas de inovação nesse cenário são cada vez mais perigosas. O cálculo dos riscos e benefícios perde suas referências de dimensionamento e razoabilidade. Como o organismo que necessita do oxigênio, essas subjetividades anseiam pelo reconhecimento, pela atenção de uma legião de seguidores como promessa de satisfação e sucesso pessoal.

Os novos produtos tecnológicos constituem novas exigências de conhecimentos e habilidades dos usuários que precisam estar constantemente informados sobre as atualizações dos sistemas e sobre as mais variadas tendências criadas pelo mercado. A aceleração da proliferação de novas exigências impõe processos de subjetivação proporcionalmente acelerados. É preciso, nesse sentido,

reconhecer o que se impõe como “exigência prática do objeto inanimado. [...] é o objeto que designa seu homem como aquele de quem se espera certa conduta” (Sartre, 2002, p. 295). Sabemos que essas observações são feitas sobre a realidade do operário trabalhando em uma fábrica com máquinas automáticas. No entanto, através dessa chave de reflexão apostamos na possibilidade e premência de leitura dos processos de subjetivação implicados no fenômeno da difusão universal da cultura da *internet* e das redes sociais. Nesse contexto atual, umas das forças estruturantes é a obsolescência programada. Como recurso fundamental para o aquecimento das relações comerciais no mundo contemporâneo, organiza a produção das mercadorias e também se revela no plano das exigências dessa nova cultura em relação aos indivíduos que nela se constituem. A obsolescência dos produtos é programada, mas também a dos postos de trabalho, do conhecimento técnico, das habilidades e competências exigidas dos trabalhadores, das formas de vida, da própria subjetividade.

### **A naturalização das tecnologias digitais**

Entre as mercadorias que disputam pelo desejo de consumo no mercado global, os produtos que ocupam as primeiras posições no *ranking* de interesse são os computadores pessoais, *notebooks*, e em particular, dispositivos móveis como o *smartphone*. Nesses produtos são utilizados recursos com funções as mais diversas, extrapolando em muito a dimensão informacional e comunicativa. O que emerge como problema de interesse nesse trabalho são as modalidades de impactos problemáticos dessas ferramentas — que no século XXI alcançam significativa capilaridade comercial — nas condições da vida em nosso tempo. Aqui não nos debruçamos sobre a prática de cibercriminosos, roubo de dados, etc. Estes são elementos de grande relevância e que certamente merecem a atenção das instituições reguladoras e das investigações no campo jurídico. No entanto, direcionamos o olhar para a situação das práticas, dos usos comuns dos dispositivos e suas possíveis repercussões na direção de crises da subjetividade.

O uso comercial dos aviões como meio de transporte tem como condição um certo aspecto existencial que buscaremos apontar. Os seres humanos, em sua dimensão biológica, como mamíferos terrestres, desprovidos de aparato anatômico necessário para a realização de voos, conservam certa tendência na experiência emocional com a altura. As sensações que envolvem o ato de tomar um ponto de observação a partir de um penhasco, um abismo. Aí se configura, de maneira geral, uma situação desafiadora, que exige certa coragem, um lidar com o medo e a vertigem. Situação que, em algum nível, se dá como ameaça e risco. Esse tipo de vivência, no entanto, se torna a exceção no uso em larga escala das aeronaves.

A legitimidade do uso comercial de aeronaves como meio de transporte implica uma confiança, ou mais, uma certeza da estabilidade e segurança dessa possibilidade. Uma espécie de superação em massa da vertigem na experiência de voo. A montagem desse cenário não tem, vale destacar, o objetivo de reafirmação da essência humana ao nível da biologia. Antes, colocar em evidência o tipo de experiência que o uso de dispositivos tecnológicos implica.

Nesse sentido, supomos que algo semelhante a essa situação brevemente descrita acontece no plano da utilização dos dispositivos tecnológicos que constituem os meios de comunicação e informação. O uso desses dispositivos implica uma confiança do usuário na adesão a este recurso como um meio viável e seguro para estabelecer a comunicação e ter acesso a informações. Os *termos e condições* de utilização são frequentemente ignorados já que o que está posto é esta adesão como *naturalizada*, forma entranhada de nosso tempo. Parece não haver alternativa. O convite para a *existência virtual*, ocupação do espaço das redes, assume relevância incalculável. Essa formação de contrato é sistematicamente invisibilizada, não questionada, enquanto ampara certos usos — muitas vezes eticamente questionáveis — dos dados informacionais que dizem respeito aos próprios usuários. A banalização do uso das redes se faz acompanhada pela diminuição do senso de autopreservação; um adormecimento de defesas instintuais que se configura como uma ingenuidade frente aos riscos iminentes.

Nesse envolvimento imaginário das situações o que parece estar em jogo é uma naturalização pela familiaridade. Algo semelhante ao que se descreve na controversa *síndrome de Estocolmo* — processo em que a vítima em uma situação de abuso e violência sistemática acaba por tomar seu algoz como objeto de afeto. A noção de realidade da vítima recebe as cores apresentadas pelo agressor, sob as quais as formas de violência ganham outros significados, o que afasta a tomada de consciência da situação como ameaçadora. Uso de dispositivos que, em oposição à expectativa de superação de distâncias pelas redes de comunicação globais, incorre numa suspensão da realidade; mergulho no imaginário que absorve a consciência e usurpa a possibilidade de uma pessoa saber de si em meio ao mundo circundante. Desengajamento do mundo, portanto, pelo aumento da viscosidade das redes virtuais de socialização e consumo — como uma espécie de extramundaneidade. A primazia é das lógicas digitais em detrimento da experiência de mundo não mediatizada. Automatização de rotinas, comportamentos, reações a determinados conjuntos de estímulos. Esta *aprendizagem* tende a ser aplicada nas situações mundanas, aplicada no âmbito da vida real. Isto implica um esmaecimento das fronteiras e talvez um aumento da porosidade que possibilita o transbordamento daquilo que é do ambiente virtual sobre o mundo real.

## Inteligência Artificial e a inflação do imaginário

O que podemos esperar de mecanismos manifestamente capazes de condicionar comportamentos? Ao despertar emoções e desejos, podem transmitir e sugerir formas de vida marcadas pelo engajamento em amplo espectro de padrões de consumo através de uma espécie de inflação do imaginário.

Apontaremos aqui, a título de exemplo, o potencial na área do *Geomarketing* presente no jogo digital *Pokémon Go*, desenvolvido pela franquia japonesa *Pokémon* em parceria com a empresa americana *Niantic Games* — considerada a franquia mais lucrativa do mundo atualmente, superando a *Marvel Cinematic Universe* e *Star Wars*, por exemplo<sup>1</sup>. Essa ferramenta oferece aos seus usuários uma forma de entretenimento que envolve realidade aumentada, na qual os cenários próprios ao game se sobrepõem ao contexto geográfico real. Por essa sobreposição de mapas, é parte da “brincadeira” o deslocamento físico dos jogadores; é necessário ocupar uma certa região no espaço, deslocar-se em certas direções para obter ganhos, segundo as regras do jogo. Poderíamos considerar o efeito de colocar pessoas em movimento como fonte de benefício frente ao aumento do sedentarismo, sobretudo em centros urbanos. Algo como um estímulo à atividade física, via prática de caminhadas guiadas pelo mapa do game. Apontamos, no entanto, para o seu potencial de uso pelo *marketing*, já que os deslocamentos reais podem ser, ao menos como hipótese, pré-determinados pela posição geográfica de empresas parceiras, lojas, estabelecimentos e centros comerciais que almejam atrair consumidores. Maquinário efetivo de manipulação de comportamentos. Conduzir pessoas, através da mágica do entretenimento do jogo a hábitos de consumo. Empréstimo literalmente cores e significações, se dá como uma forma de enlace que se vale da fantasia, da magia: fetichização constante.

Esta é uma das expressões daquilo que envolve a *inteligência artificial*, ou estatística multivariada, entre tantos outros potenciais de uso pelo *marketing*, no qual a variável de interesse é efetivamente o comportamento humano. Na prática, opera-se como um behaviorismo, com a sistematização de fatores que visam aumentar a probabilidade de ocorrência de certos comportamentos. Utilizando-se de uma frequência de repetições que tende ao infinito, na medida em que os apelos do *marketing* se multiplicam exponencialmente, há uma ocupação onipresente dos cenários virtuais. Por essa intensidade e violência dos pareamentos comportamentais realizados, o que se espera é a automatização dos comportamentos selecionados pelo mercado. Isto implica uma

---

<sup>1</sup> Dados disponíveis em: <https://exame.com/tecnologia/pokemon-supera-star-wars-e-marvel-como-maior-franquia-do-mundo/>.

diminuição do tempo de reação e escolha. O tempo para a tomada de decisões tende a diminuir, respostas comportamentais mais rápidas, a partir de possibilidades concretas já previamente solidificadas. Nesse contexto, a máxima de Joseph Goebbels, ministro da propaganda na Alemanha Nazista, parece encontrar condições inéditas de efetivação: “uma mentira dita mil vezes torna-se verdade”. Novas *verdades* surgem diariamente pela via da repetição massiva de inverdades — como no exemplo contemporâneo das *fake news*. Situação propícia para a redução da capacidade de buscar critérios de avaliação nas situações cotidianas; vidas que se fazem preencher numa massiva automatização afetiva e comportamental.

Nesse cenário, ganha relevância um recurso em particular: o *profiling*. Envolvendo o uso de algoritmos complexos através da *internet*, se constitui como máquina que tem como elemento de sua estrutura e funcionalidade o objetivo de captura da atenção dos usuários. Consumidores potenciais, alvos das estratégias de *marketing* e propaganda, se tornam, eles mesmos, produtos a serem consumidos. Ininterruptamente os usuários têm sua atenção e memória consumidas vorazmente devido a agressividade e intensidade dos discursos apelativos próprios de uma sociedade de consumo. Atenção capturada pelo máximo de tempo possível: lógica compulsiva como infraestrutura de incontáveis dispositivos tecnológicos. Tempo de uso, atenção retida e recolhimento de dados que produzem mapas dos interesses de consumo, dos projetos e do estilo de vida futuro dos usuários.

O presente texto, por exemplo, para circular no ambiente da *internet* deverá ser convertido num conjunto de dados. Isto é: inserido na linguagem dos computadores como material que poderá ser usado na produção de novos conteúdos. Na prática, novos textos podem vir a ser estruturados artificialmente através da composição com sessões de textos publicados. Ainda mais: pelas combinações que pode realizar, pelo recurso da *aleatoriedade*, respostas inovadoras e criativas podem ser desenvolvidas. O que essa tecnologia permite é o cruzamento dos dados, encontrando aproximações e diferenças com a totalidade dos conteúdos indexados e manejados pelas métricas computacionais. Há, portanto, um enriquecimento exponencial da própria funcionalidade da máquina, o que se apresenta como *autoaperfeiçoamento*. Isso faz parte do modo de funcionamento de ferramentas como o *Chat GPT* desenvolvida por Sam Altman e apresentada ao mercado internacional em 2022. No entanto, já era um dos aspectos de interesse de pesquisa de J. McCarthy, M. L. Minsky, N. Rochester e C.E. Shannon em *A Proposal for the Dartmouth summer research project on artificial intelligence*<sup>2</sup> de 1955.

---

<sup>2</sup> Disponível em: <http://jmc.stanford.edu/articles/dartmouth/dartmouth.pdf>.

O *profiling*, portanto, se aperfeiçoa. No entanto, no lugar da produção de respostas sobre um tema qualquer, aqui os dados analisados dizem respeito aos hábitos de uma pessoa, seus interesses, desejos, curiosidades, ambientes que frequenta, etc. Como resultado, pode oferecer um sistema de *marketing* capaz de sugerir práticas de consumo que levam em consideração variáveis as mais sutis. Anúncios que surgem na tela dos usuários em momentos, lugares (graças aos sistemas de geolocalização), e situações específicas nas quais a chance de influência sobre o comportamento é maior.

Lógica que concorre para a identificação e produção de desejos de consumo, para a montagem de conjuntos de expectativas. Algo como um *toyotismo* em que na linha de montagem estão formas de subjetivação. Aqueles que determinam a forma de uso para o marketing e propaganda, esperam certos efeitos, confiam nos resultados a serem alcançados, apostam na alta eficiência dessas ferramentas. O interesse objetivo por quem paga pelas novas ferramentas é o controle comportamental dos indivíduos; tornar cada vez mais provável tal ou qual comportamento. Com manejo dos perfis de consumo desenvolvidos com a estatística multivariada, a probabilidade de consumo de um certo produto de mercado pode ser calculada com precisão cada vez maior.

Assim, compreendemos que o *profiling* intensifica a identificação imaginária, agrava o ímpeto em *ter-de-ser* o ser que suas bolhas algorítmicas constroem e sugerem num jogo dialético do desejo e dos novos produtos de consumo. O que impera é a valorização do mais primitivo e arcaico, das pulsões animalescas, da barbárie, do apelo à sexualidade e ao poder (reconhecimento público, número de seguidores, riqueza, sucesso, influência, etc.). Os algoritmos funcionam como critérios de seleção de conteúdos na composição do espaço vital; também aumenta a força de atração pela ocupação do ambiente virtual, seja em publicações de cunho pessoal ou profissional. O apelo à atenção também é, ao mesmo tempo, convite para atrair a atenção dos outros, pela imitação, pela reprodução de modelos de sucesso. Estes, por sua vez, são legitimados por marcadores como o número de curtidas, visualizações, compartilhamentos, etc. Assim, aquilo que mais ganha destaque, que gera *engajamento*, que se torna mais pregnante no universo virtual, se caracteriza por despertar certas paixões e sentimentos, numa prevalência da superficialidade, do supérfluo e do irrefletido.

Em sua abordagem sobre o *comportamento diante do irreal*<sup>3</sup> Sartre desenvolve uma diferenciação de sentimentos, tomando o amor a título de exemplo. Mais precisamente, há uma proposta de compreensão do processo de transformação ao nível do sentimento quando a pessoa amada não está presente. O sentimento verdadeiro do amor se dá em presença do objeto desse amor,

---

<sup>3</sup> Texto que compõe a obra *O imaginário* de 1940.

e a distância desse objeto implica uma mudança desse sentimento. “[...] é preciso reconhecer a existência de sentimentos-paixões autênticos: a tristeza, a melancolia, até o desespero em que essa ausência me lança” (Sartre, 2019, p. 225). Estar à distância do objeto de amor é condição transformadora do sentimento relativo a esse objeto. Nesse sentido, é preciso considerar os desdobramentos de uma situação em que a distância dos objetos que efetivamente despertam sentimentos se torna a regra.

Como o meu existir corpo se dá em uma situação na qual a copresença efetiva dos corpos se torna escasso? Por óbvio que pareça, é preciso lembrar que a interação social mediada pelas tecnologias digitais não substitui interações reais entre corpos. Não estamos efetivamente presentes quando, através dos novos meios, interagimos e socializamos. A socialização está restrita, empobrecida, carece da “profundidade inesgotável do real” (Sartre, 2019, p. 223). A situação é imaginária, não real. Nesse sentido, as vivências sentimentais podem sofrer uma transformação importante. Sentimentos reais que surgem pelos gestos do outro em sua corporeidade e são vividos num contexto de copresença efetiva dão lugar a uma forma de sentimento degradado, imaginário, relativo à lembranças, imagens, objetos irrealis.

A liberdade, imersa nas lógicas próprias da mediação digital, se depara com possibilidades de escolhas pré-organizadas pelos modos de funcionamento dos dispositivos utilizados. A consciência imaginante se encontra imersa numa disponibilização de molduras rígidas de reconhecimento do outro; adensamento de um individualismo. Se assumirmos a hipótese de identificação do universo digital como determinada pelo império do imaginário, devemos reconhecer um caráter circular, que retroalimenta suas formas ideais já pré-definidas. “Devido à própria pobreza essencial das imagens, as ações imaginárias que projeto só tem as consequências que quero lhes dar” (Sartre, 2019, p. 228).

Nessa situação, o manejo das coisas e as interações sociais se encontram relegados, progressivamente, a um segundo plano na vida quotidiana. A digitalização das relações aceleradamente ganha protagonismo em detrimento das interações efetivas. Prioridade que, devemos supor, implica uma dissolução dos repertórios comportamentais próprios das interações reais. A sociabilidade humana, atravessada pelos novos meios, se contamina com o aspecto tóxico dos mecanismos tecnológicos. Risco à capacidade de interação, no sentido da produção do diálogo e da dignidade do contraditório, por exemplo. O aumento da viscosidade da adesão às crenças previamente significativas para a pessoa, junto à intolerância ao outro em sua alteridade e diferença, apontam para uma situação de crise no plano da intersubjetividade. O outro, na realidade virtual, como aponta

Alejandro Cerletti (2023, p. 51), “não se encontra em sua realidade material, em carne e osso, mas sim como uma realidade metaforizada, analogizada, imitada”.

Como parte desse individualismo, o que parece estar em curso é um espessamento daquilo que já foi largamente nomeado como *sensu comum*. A imediatividade da circulação das opiniões com pouca ou nenhuma justificação razoável indica uma tendência à horizontalização dos discursos. O valor de uma opinião se confunde com o valor de uma análise criteriosa no campo da ciência ou da filosofia. Esse contexto também potencializa a mobilização de grupos, tornando a ocorrência de mobilizações coletivas, no plano da ação conjunta, um aspecto iminente no cenário contemporâneo. Aqui está em jogo evidentemente o aspecto político em que a mobilização dos afetos para o compromisso subjetivo em relação a uma causa, independentemente de qual seja, parece se tornar própria da condição do indivíduo em situação. Há uma nítida potência de amplificação do chamado *discurso de ódio* e de fundamentalismos. Exemplo disso é a intensidade de disseminação de conteúdos relacionados à extrema direita, como pela reprodução de estereótipos sociais e tendências marcadas por parâmetros preconceituosos de discriminação social<sup>4</sup>.

O direito de sustentar as próprias opiniões, de assumi-las como verdadeiras sem que sejam submetidas à uma atenção própria ao espírito crítico, parece posicionar subjetividades em relação à verdade nos moldes de uma afirmação como a que se atribui a Luís XIV: “O Estado sou eu!”. Nesse caso, o que estava em jogo era a ênfase numa autoridade absoluta, o que no contexto francês do século XVII ainda ganhava legitimidade por remetimento ao divino. A força dessa espécie de autoridade parece estar presente quando se afirma: *essa é a minha opinião*, ou *é assim que eu penso e ponto final!* Uso do discurso que enfatiza mais o valor da exposição da opinião do que propriamente do debate de ideias, da troca dialógica efetiva, da consideração cautelosa dos argumentos. Espaços virtuais que dão lugar a tomadas de posição algo autoritárias sob a justificativa de um frágil e limitado entendimento da liberdade de expressão. A imagem de um reinado pode nos ser útil ainda para analisar um aspecto mais específico no campo das novas tendências comportamentais.

Tradicionalmente, desde a antiguidade, aos reis foram oferecidos espetáculos artísticos, teatrais e musicais, para seu agrado e entretenimento. Ao rei, cabia desfrutar das expressões artísticas, optando pela variação de cenários na medida do seu maior ou menor interesse. A vontade do rei era então a lei e a sua satisfação alvo da atuação dos artistas. Que semelhança podemos encontrar entre essa situação e a posição que se toma diante das tecnologias digitais? Identificamos uma expressão

---

<sup>4</sup> Fatos largamente documentados e investigados nos últimos anos. Destacamos aqui o trabalho de Marlucci Stein, Cristine Hermann Nodari e Julice Salvagni: Disseminação do ódio nas mídias sociais: análise da atuação do *social media*.

desse aspecto na ferramenta de *rolagem infinita* criada em 2006 por Aza Raskin. Atualmente faz parte de grandes plataformas digitais como *TikTok*, *Instagram*, *Facebook* e *YouTube*. Cada usuário tem a liberdade de variar de estímulos por um gesto simples com as pontas dos dedos sobre a tela. Liberdade em apostar no prazer potencial que parece se esconder sempre no próximo conteúdo. Vídeos curtos que se seguem como que disputando entre si pela atenção, pelo olhar do usuário. Cada vídeo, selecionado pelos filtros algorítmicos, é apresentado como uma tentativa de provocar uma experiência inédita para o usuário. Uma experiência que arrebate a pessoa de sua situação cotidiana para experimentar algo da ordem do inacreditável, um êxtase. Cada vídeo que viraliza amplia o seu potencial de provocar uma tal experiência num número cada vez maior de pessoas. Daquilo que nos captura a atenção, se destaca a surpresa, o espanto frente uma dada situação. Os ditos conteúdos *virais* arrebatam o usuário em direção à situação ali representada. Convite constante para um tipo de experiência extraordinária e extramundana. A expectativa que o sistema de rolagem infinita desperta é justamente a de encontrar no próximo vídeo algo surpreendente. Um recurso que é, portanto, mecanismo que amplia sua utilização por um manejo do anseio pela novidade. Não por acaso, esse recurso foi apelidado por seu criador como uma “cocaína comportamental”, dando ênfase ao seu significativo potencial de vício<sup>5</sup>.

Os circuitos imaginários, desenhados com o auxílio dos recursos matemáticos da estatística multivariada, parecem se retroalimentar em subjetividades como em espiral ascendente que, com o advento dos novos recursos, está em plena ascensão acelerada. Algo como uma programação de *personalidades* que se irrealizam pela destituição do lugar do *sujeito da ação*, do poder de ação de uma pessoa sobre si e em situação. Uso amplo de ferramentas que se inserem, no limite, na totalidade do enredo de uma vida, oferecendo *métricas*, inserindo tendências objetivas no campo da liberdade humana.

## Referências

- Cerletti, A. A. (2023). La realidad, entre lo virtual e lo real. In G. D’Odorico (coord.), *El sueño de lo real: nuevos realismos y tecnología digital* (pp. 37-54). Buenos Aires: Teseo.
- Sartre, J.-P. (2002). *Crítica da razão dialética*. Rio de Janeiro: DP&A.
- Sartre, J.-P. (2015a). *O que é subjetividade?* Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- Sartre, J.-P. (2015b). *O ser e o nada: ensaio de ontologia fenomenológica*. Petrópolis: Vozes.

---

<sup>5</sup> Declaração feita em documentário produzido pela British Broadcasting Corporation (BBC) em 2018. Cf. <https://www.bbc.com/news/technology-44640959>

Sartre, J.-P. (2019). *O imaginário*. Petrópolis: Vozes.

Stein, M., Nodari, C. H. e Salvagni, J. (2018). Disseminação do ódio nas mídias sociais: análise da atuação do *social media*. *Interações*, Campo Grande, 19(1), 43–59.