

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO

BARBARA ARANTES LARES LIMA

**A ACELERAÇÃO DO TEMPO NA ERA DIGITAL – CAUSAS E
CONSEQUÊNCIAS DO CONSUMO INFORMACIONAL EM UMA
SOCIEDADE SINTOMÁTICA**

**ESPECIALIZAÇÃO EM SEMIÓTICA PSICANALÍTICA – CLÍNICA DA
CULTURA**

SÃO PAULO

2023

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO

BARBARA ARANTES LARES LIMA

**A ACELERAÇÃO DO TEMPO NA ERA DIGITAL – CAUSAS E
CONSEQUÊNCIAS DO CONSUMO INFORMACIONAL EM UMA
SOCIEDADE SINTOMÁTICA**

**ESPECIALIZAÇÃO EM SEMIÓTICA PSICANALÍTICA – CLÍNICA DA
CULTURA**

Monografia de conclusão de curso de pós-graduação lato sensu, promovido pela Coordenadoria Geral de Especialização, Aperfeiçoamento e Extensão – COGEAE/PUC-SP. Requisito parcial para a obtenção do título de Especialista em Semiótica Psicanalítica: Clínica da Cultura. Trabalho sob orientação da Prof^a. Dr^a. Isabel Victoria Galleguillos Jungk

SÃO PAULO

2023

À minha família, que possibilitou que eu pudesse aprender e me dedicar aos estudos.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente à minha família, que sempre enxergou a educação como uma prioridade e me apoiou incondicionalmente ao longo de toda a minha jornada acadêmica. À minha querida professora e orientadora Isabel Jungk, pelo incentivo constante, orientação precisa, e ensinamentos valiosos que contribuíram para o desenvolvimento desta monografia. Por fim, ao meu companheiro, cujo apoio incansável foi fundamental para enfrentar os desafios da execução deste projeto.

À todos aqueles que direta ou indiretamente contribuíram para a concretização deste trabalho, o meu sincero agradecimento.

A ACELERAÇÃO DO TEMPO NA ERA DIGITAL – CAUSAS E CONSEQUÊNCIAS DO CONSUMO INFORMACIONAL EM UMA SOCIEDADE SINTOMÁTICA

Barbara Arantes Lares Lima

RESUMO

O presente estudo busca analisar o crescente consumo de conteúdo audiovisual em modo acelerado, sobretudo por meio de mídias digitais, e tem como objetivo compreender os fatores motivacionais para tal comportamento. Diante disso, foi preciso revisitar o contexto do surgimento da internet até sua popularização, com a chegada das tecnologias de redes móveis, assim como o surgimento das redes sociais, que revolucionou a maneira de consumir conteúdo da sociedade. Não existem fronteiras para sociedade em rede. Este conceito de Castells (1999) reflete o mundo contemporâneo como um lugar onde não há barreiras, pautado pela globalização, flexibilidade e interatividade. Tais características podem parecer muito positivas, no entanto, o excesso de informação e a cultura do compartilhamento resultam na falta de aprofundamento da compreensão mensagem, além de uma sensação constante de FOMO (fear of missing out), o que resulta em embates para conseguir capturar cada vez mais a atenção do espectador, inclusive disseminar notícias falsas. Nesta lógica, o que mais importa para o indivíduo é assimilar a maior quantidade de mensagens possível dentro do menor período, por isso, o estudo buscou se basear na percepção do tempo de acordo com a psicanálise, segundo Freud (1920) e Lacan (1964), considerando que, com o advento da globalização, a relação com o tempo passou a adquirir novos sentidos. Com isso em mente, o estudo procurou entender como as redes sociais atuam na percepção do sujeito sobre ele mesmo, bem como na percepção de tempo e espaço, e recorreu a Maria Rita Kehl (2009) e Lipovetsky (2007) para compreender a necessidade humana de buscar estímulos a fim de preencher lacunas mentais por meio da socialização, amplamente facilitada pela chegada da internet e das redes sociais. A tecnologia trouxe grandes transformações, mas é importante ressaltar o quanto ela mudou a maneira de se relacionar, e principalmente de se comunicar. Já não se pode mais dissociar o mundo físico do virtual, e o indivíduo, que marca a sua presença online e offline se depara com duas versões do eu. Por este motivo, o estudo procurou comparar a construção da identidade do sujeito com o estágio do espelho. Esta identidade só pode ser constituída através da linguagem, e é por meio dela que o indivíduo atribui a si suas próprias características, alienando-se da realidade e encontrando-se em uma eterna

condição de busca, motivada pelo desejo. O sujeito, como ser faltante, busca os conteúdos disseminados digitalmente a fim de preencher seu vazio existencial, e os conteúdos gerados, por sua vez, são pautados pela lógica do consumo, aqui conceituada por Bauman (2007; 2013), levando a sociedade a uma constante necessidade de informação.

Palavras-chave: comunicação; redes sociais; consumo acelerado de conteúdo; psicanálise; sintomas psíquicos.

THE ACCELERATION OF TIME IN THE DIGITAL AGE: CAUSES AND CONSEQUENCES OF INFORMATION CONSUMPTION IN A SYMPTOMATIC SOCIETY

Barbara Arantes Lares Lima

ABSTRACT

The present study seeks to analyze the growing consumption of audiovisual content in an accelerated way, especially through digital media, and aims to understand the motivational factors for such behavior. In view of this, it was necessary to revisit the context of the emergence of the internet until its popularization, with the arrival of mobile network technologies, as well as the emergence of social networks, which revolutionized the way society consumes content. There are no borders for the network society. This concept from Castells (1999) reflects the contemporary world as a place where there are no barriers, guided by globalization, flexibility and interactivity. Such characteristics may seem very positive, however, the excess of information and the culture of sharing result in a lack of deepening the understanding of the message, in addition to a constant feeling of FOMO (fear of missing out), which results in clashes to be able to capture more and more viewer attention, including spreading fake news. In this logic, what matters most to the individual is to assimilate as many messages as possible within the shortest period, so the study sought to be based on the perception of time according to psychoanalysis, according to Freud (1920) and Lacan (1964), considering that, with the advent of globalization, the relationship with time began to acquire new meanings. With this in mind, the study sought to understand how social networks act on the subject's perception of himself, as well as on the perception of time and space, and resorted to Maria Rita Kehl (2009) and Lipovetsky (2007) to understand the human need to seek stimuli in order to fill mental gaps through socialization, largely facilitated by the arrival of the internet and social networks. Technology has brought about great transformations, but it is important to emphasize how much it has changed the way we relate, and especially the way we communicate. It is no longer possible to dissociate the physical world from the virtual one, and the individual, who marks his presence online and offline, is faced with two versions of the self. For this reason, the study sought to compare the construction of the subject's identity with the mirror stage. This identity can only be constituted through language, and it is through it that the individual attributes his own characteristics to himself, alienating himself from reality and finding himself in an eternal condition of search,

motivated by desire. The subject, as a missing being, seeks digitally disseminated content in order to fill his existential void, and the generated content, in turn, is guided by the logic of consumption, conceptualized here by Bauman (2007; 2013), leading society to a constant need for information.

Keywords: communication; social media; accelerated consumption of content; psychoanalysis; psychic symptoms.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
Capítulo 1 - MUNDO DIGITAL: SOBRE A INTERNET	12
1.1. O advento da Internet	12
1.2. A Revolução do Smartphone	13
1.3. Nova era digital	15
1.4. Efeitos colaterais	16
Capítulo 2 - GUERRA DE INFORMAÇÃO: ALGORITMOS E FAKE NEWS	17
2.1. Algoritmos e interações	17
2.2. Redes sociais e dificuldades de comunicação	18
Capítulo 3 - A PERCEPÇÃO DO TEMPO	21
3.1. Tempo e sociedade	21
3.2. Tempo e percepção do sujeito	23
Capítulo 4 - A IDENTIDADE DO SUJEITO NO AMBIENTE VIRTUAL	26
4.1. A necessidade de socialização	26
4.2. O ser social	29
Capítulo 5 - SOB A ÓTICA DA PSICANÁLISE	31
5.1. O estádio do espelho e a percepção do sujeito no mundo virtual.	31
5.2. O desejo do consumo	33
CONSIDERAÇÕES FINAIS	36
BIBLIOGRAFIA	39

INTRODUÇÃO

Internet e sociedade já convivem há alguns anos no Brasil, em um relacionamento complexo repleto de altos e baixos. Para analisar o cenário, foi preciso olhar para dois períodos separadamente.

O primeiro situa-se na década de 1990. Na época, o alcance da internet encontrava alguns percalços: desafios de infraestrutura, problemas econômicos, entre outros. Era consideravelmente raro ver alguém que tivesse um computador em casa, tal como vemos hoje.

No início dos anos 2000 foi esboçado um plano de digitalização, capitaneado pelas principais capitais nacionais, ofertando computadores e internet a “preços populares”. Tal segredo de sucesso foi permitindo que, cada vez mais, pudéssemos ver pessoas aderindo às inúmeras possibilidades que oferecia – e ainda oferece – a internet. Em pouco tempo, redes sociais já eram a grande tendência do Brasil. Para as principais empresas de tecnologia, a notícia foi vista com bons olhos: haviam ali encontrado milhões de usuários, com alta aceitação de seus produtos.

Na década seguinte, os smartphones começaram a chegar aos lares brasileiros. Mais uma vez, as principais empresas de tecnologia do mundo tinham no Brasil um forte aliado, cujo mercado estava em constante aquecimento, e com picos de venda cada vez mais constantes.

Com o crescimento do alcance de meios tecnológicos, observa-se que as redes sociais também tiveram adesão em níveis similares. Seja qual for a plataforma, os brasileiros marcam presença de uma maneira significativa. O Brasil então, se tornou um mercado muito importante quando se fala em tecnologia no mundo.

Até aqui, é possível verificar apenas os pontos positivos. Agora tem-se o outro lado da moeda. Apesar de tudo isso ser muito positivo para a sociedade brasileira, chegamos a um momento onde a internet tem passado por grandes mudanças.

Algoritmos, inteligência artificial, redes sociais mudam a forma de interagir da sociedade. Os meios de busca passam a oferecer resposta sobre tudo e todos. As respostas são as mais variadas possíveis, podendo ser baseadas em fatos verídicos, ou meras invenções para gerar cliques. Isso que acende o sinal de alerta quanto à segurança das informações. Percebendo a rapidez dos fatos, os usuários passam a produzir então novos conteúdos, criando ainda mais informação. O fluxo de mensagens se torna tão grande que, para uma notícia simples (que em outros tempos verificaríamos no jornal ou no noticiário da televisão), agora precisamos olhar fontes e mais fontes para ter certeza quanto à sua veracidade.

Percebendo isso, os meios digitais então passam a oferecer uma “assistência” para os usuários: de agora em diante, é possível assistir a um vídeo (ou até mesmo um filme), escutar um podcast (ou até mesmo uma mensagem de áudio) de forma mais rápida. Aquilo que durava dez minutos, dura cinco. Durava dois minutos? Agora dura um. Dura um minuto? Muita coisa, então por que não assistir em trinta segundos. Assim, em dez minutos, em que era possível assistir a apenas um vídeo, agora é possível consumir muito mais conteúdo.

E aqui é onde reside a nossa problemática. Como lidar com o excesso de informação? Mais do que isso: como lidar com essa compulsão por acelerar conteúdos? Qual é o reflexo disso? Este estudo que está dividido em cinco capítulos procura entender como isso funciona na prática.

Para isso, o primeiro passo foi revisitar o contexto do nascimento, desenvolvimento e popularização da Internet, traçando um panorama desde a ARPAnet, até a difusão dos smartphones, que revolucionaram a maneira de se comunicar.

Em seguida, foi necessário discorrer sobre como toda esta nova maneira de criar e compartilhar conteúdos resulta em uma disputa constante por audiência, abrindo precedentes para a disseminação de mensagens sem aprofundamento, ou até mesmo falsas, uma vez que o objetivo não é informar, mas sim gerar engajamento.

No terceiro capítulo, procura-se entender como as narrativas se relacionam com o tempo, não apenas em termos de percepção de cronologia, mas sobretudo aos conceitos de tempo pela visão da psicanálise.

Após discorrer sobre a temporalidade das narrativas, faz-se necessário compreender quem é este sujeito que habita a internet e as redes sociais e consome conteúdo de maneira desenfreada. Por isso, no capítulo quatro é discutida a necessidade de socialização que leva à cultura do compartilhamento inerente do mundo digital.

Por fim, o estudo levanta algumas possíveis causas para o hábito de assisir ou escutar conteúdos em modo acelerado, motivadas pelo preenchimento de um vazio existencial e potencializada pela lógica do consumo.

Neste cabo de guerra da informação, o espectador adquire o poder de influência e o desejo de influenciar, e estar informado e participar de tudo ao mesmo tempo, agora, passa a ser uma necessidade básica do sujeito, a ponto de produzir sintomas, quando é preciso refletir sobre como lidar com esse fluxo e até mesmo sobre quando se distanciar do ambiente digital.

Capítulo 1 - MUNDO DIGITAL: SOBRE A INTERNET

1.1. O advento da Internet

A última metade do século XX foi um período revolucionário para o mundo. Apesar do fim da Segunda Guerra Mundial em 1945, as batalhas entre diversas nações persistiram.

Um dos conflitos mais marcantes deste período foi a Guerra Fria, que marcou tempos de tensão ideológica e geopolítica entre potências mundiais protagonizados por Estados Unidos e União Soviética (representantes dos sistemas capitalista e socialista, respectivamente). Os confrontos que duraram entre 1947 e 1991 aconteceram nos campos da economia, ciência, esporte, tecnologia, entre muitos outros.

Foi durante este período da história que, na Universidade da Califórnia (UCLA), entre o final da década de 60 e início da de 70, começou-se a desenvolver o conceito de redes de computadores, o que culminou no surgimento da Advanced Research Projects Agency Network (ARPAnet).

Inicialmente, a ARPAnet, a qual era financiada pelo Departamento de Defesa dos Estados Unidos, permitia que vários computadores se comunicassem em uma única rede, como uma espécie de circuito entre computadores interligados por uma linha telefônica, conforme definido por Leiner et al. (1997). Naquele momento, os pesquisadores envolvidos ainda nem sabiam que as descobertas que ocorreriam a partir dali iriam revolucionar a vida do mundo inteiro com o surgimento da internet.

Pouco depois da invenção da ARPAnet, na década de 80, pesquisadores chegaram em um grande avanço em termos tecnológicos com a invenção de um novo protocolo de comunicação chamado “*Transfer Control Protocol/Internet Protocol* (TCP/IP)”, cuja terminologia é utilizada até os dias atuais. Com tal criação, diferentes tipos de computadores em distintas poderiam agora se comunicar por meio de protocolos de comunicação únicos.

Apesar dessa escalada tecnológica, o aumento exponencial dos adventos acima mencionados só teria grande efeito a partir da década de 90. Com o fim da Guerra Fria em 1991, o mundo sentia os primeiros efeitos da globalização, intercomunicação e inovações tecnológicas, e assim, a internet foi uma das principais chaves para possibilitar muitas das grandes mudanças que foram vivenciadas por toda a sociedade contemporânea.

Pode-se dizer que a globalização acarretou uma nova percepção de tempo e espaço, o que encurtou distâncias e gerou impactos significativos na cultura, e principalmente na maneira de se comunicar. Hall (2016, p. 60) apresenta sua definição para o conceito de globalização como a “intensificação das relações sociais em escala mundial, que ligam localidades distantes de tal maneira que acontecimentos locais são modelados por eventos ocorrendo a muitas milhas de distância e vice-versa”.

A grande mudança neste contexto ocorre então na década seguinte. O começo do século XXI emerge mudanças nos campos sociais e tecnológicos, em uma sociedade ainda mais conectada, como nunca antes vista.

As principais empresas globais que conhecemos hoje, começam ali a serem conhecidas globalmente, com seus aparatos tecnológicos cuja premissa era mudar a história e a sociedade. A internet, que décadas atrás era distante do alcance de parte majoritária da população brasileira, agora entrava nas casas de todo o Brasil, conectando pessoas. Anos depois, os smartphones materializaram a ideia de se conectar a qualquer hora, e em qualquer lugar, revolucionando a comunicação de forma ainda mais dinâmica e imediatista.

1.2. A Revolução do Smartphone

No século XVII, Thomas Hobbes, filósofo e analista das relações sociais, já havia dito que "*scientia est potentia*", ou “Conhecimento é poder” (HOBBS, 1983). Essa talvez seja a frase mais importante e mais relevante quando se estuda o que, de fato, é a internet.

Em uma linguagem técnica, conforme exposto acima, a internet é uma ferramenta criada para conectar pessoas, ideias e informações. Mas na prática, ela representa tudo aquilo que sabemos ou queremos saber. É o meio pelo qual verificamos nossas dúvidas – cotidianas, técnicas, profissionais, e até mesmo existenciais – e buscamos encontrar respostas a respeito de tudo o que existe. Tanto isso é verdade que, por exemplo, se o filósofo Sir Thomas More vivesse nos dias atuais, poderia encontrar na internet as respostas necessárias para esclarecer ao mundo o conceito de utopia.

Conforme dito anteriormente, o fim da década de 90 e os anos 2000 representaram um grande passo da inclusão digital que ainda seria vista com maior profundidade nos próximos anos. Neste período, pessoas de todas as idades se adaptavam – cada um à sua maneira – às novidades que tal instrumento refletia em suas vidas. Os jovens encontravam na internet um caminho para pesquisar e para a socialização. Os adultos, por sua vez, além de criar uma rede de relacionamento, também faziam da internet um local de trabalho. Aqueles que vivenciaram este período da história, puderam ali ver um novo mundo nascendo, cada vez mais conectado e dependente dessa nova ferramenta criada.

O primeiro telefone inteligente (os chamados smartphones) foi criado em 1992, pela IBM, mas se popularizou apenas nos anos 2000, com a chegada do iPhone, que teve sua primeira versão lançada em 2007 e contou com cerca de 6 milhões de aparelhos vendidos (REVISTA GALILEU, 2019). Incluir essa fonte nas referências

No Brasil, pouco tempo antes deste momento, o acesso a internet ainda era limitado por cabos de rede, altos custos de telefonia, celulares com valores exorbitantes, tecnologias retrógradas, entre outros fatores. Mas foi a partir de 2004, ano em que a tecnologia 3G desembarcou no país, que as barreiras físicas foram quebradas.

Isso porque o 3G passou a permitir a disseminação de *smartphones*, que transformaram a experiência do usuário, possibilitando novas formas de interação, ampliaram as possibilidades de acesso à informação, além de se tornarem símbolo de status social. De acordo com o último levantamento

realizado pela FGV, no ano de 2022, o Brasil já conta com mais de 240 milhões de smartphones, o que significa mais do que um celular por pessoa (considerando a população total do país é de 214 milhões de habitantes, segundo o IBGE).

1.3. Nova era digital

Com o alcance da internet em profusão, a sociedade brasileira então se mostrou cada dia mais imersa em um universo a parte. O grande sinal disso foi o surgimento das redes sociais, o qual se demonstrou como um indicador de que a sociedade agora se relacionava de uma forma diferente – à distância, cada um em sua casa.

Com isso, as pessoas começam então a procurar saber mais sobre tudo aquilo que sempre quiseram conhecer, mas não tinham como alcançar tanta informação em tão pouco tempo. Em 2005, uma das principais redes sociais globais surge com alcance meteórico em todo o mundo, e principalmente no Brasil: o Youtube. A ideia de compartilhar vídeos sobre acontecimentos corriqueiros, momentos com amigos e família, notícias e demais eventos rapidamente incrementou a forma como a sociedade utilizava a internet.

De agora em diante, sempre que alguém quisesse se interar sobre um assunto, aprender sobre um tema, ver uma receita de bolo, divulgar um conhecimento ou uma teoria, teria ali uma ferramenta que lhe conectava com todo o mundo. A ideia se difundiu de forma tão intensa que, segundo a Forbes (2023), o YouTube é até hoje o segundo site mais acessado do planeta, ficando atrás somente do Google, e possui cerca de 2 bilhões de usuários ativos mensalmente, conforme o ranking Alexa. Neste ranking, o Brasil aparece em terceiro lugar do ranking de países com o maior número de usuários do YouTube em 2023, com cerca de 142 milhões de brasileiros assistindo ao conteúdo somente no primeiro mês do ano.

Ao observar que o Youtube se consolidou na internet como uma das principais redes sociais do mundo, novas plataformas de vídeo despontaram,

seguiram a mesma trilha, e atingiram sucessos muito similares. Netflix, Amazon Prime, Disney Plus, HBOmax, GloboPlay, entre outros canais de streaming entenderam o que a sociedade buscava: conteúdo midiático diverso capaz de informar e entreter.

1.4. Efeitos colaterais

Como reflexo de tais transformações, a internet vem deixando há algum tempo de ser apenas o lugar do conhecimento, para se tornar o lar da distopia. As pessoas então buscam incessantemente por informações rápidas e, conseqüentemente, de baixo aprofundamento, visto o crescente surgimento de ferramentas de aceleração de tempo nos aplicativos que já transcenderam as redes sociais, fazendo-se presentes em aplicativos de *streaming*, em uma clara demonstração de FOMO (*fear of missing out*, ou medo de ficar de fora, em tradução livre).

Diante de uma perspectiva onde os meios digitais se tornaram onipresentes, o medo de perder alguma atualização é o reflexo de uma sociedade onde se observa uma extrema valorização da informação e do conhecimento com a finalidade de disseminá-los de forma rápida, conforme Rodrigues e Costa (2016, p. 645).

Capítulo 2 - GUERRA DE INFORMAÇÃO: ALGORITMOS E FAKE NEWS

2.1. Algoritmos e interações

Desde a era do rádio, a tecnologia dos meios de comunicação evoluiu gradualmente pouco a pouco. A chegada da televisão ao Brasil, na década de 50, representou um novo momento para as telecomunicações, que adquiriam o status de multimídia.

Antes da chegada da internet, a informação era massivamente difundida por meio de jornais, revistas, rádio e televisão. Mesmo com esta variedade de veículos, a disputa por audiência se restringia apenas aos veículos disponíveis em cada cidade.

Com o surgimento da internet, estes canais adquiriram a possibilidade de migrar para o ambiente digital, o que abriu novas possibilidades para ampliar o alcance, mas a grande transformação ocorreu de fato com o surgimento das redes sociais.

Muito além de conectar pessoas, as redes sociais surgiram como espaços de criação e compartilhamento de conteúdos entre as comunidades. Desta maneira, elas descentralizaram o poder de disseminar informações de forma massiva, que antes pertencia aos veículos tradicionais acima citados. Assim, o espectador saiu do papel de mero receptor, para se tornar comentarista, ou até mesmo o próprio agente propagador da mensagem.

De acordo com Saldanha, Castro e Pimenta (2022, p. 216), a dinâmica das redes se sustenta sob o pilar de “passar adiante”. Deste modo, o público pode adquirir o status de jornalista, humorista, pesquisador, pensador, entre muitas outras ocupações.

Cada usuário fornece seus dados pessoais e comportamentais, que são captados pelas plataformas a fim de traçar o perfil dos indivíduos, e é partir destas informações que elas oferecerão anúncios publicitários cada vez mais específicos e personalizados para empresas, conforme descrito abaixo por Saldanha, Castro e Pimenta (2022, p.315):

Controladas pelo capital financeiro, as “redes sociais” lucram negociando, com os anunciantes publicitários, palavras-chaves vinculadas aos dados pessoais de seus usuários. Essas palavras, nas conversações ordinárias ou comerciais através dessas “redes”, carregam os incomensuráveis significados possíveis de qualquer interação social humana. [...] Trata-se de trabalho semiótico “puro” numa relação mercantil semiótica “pura” cujo substrato material-energético são as frequências eletro-eletrônicas, além, claro, dos dispositivos tecnológicos.

De acordo com o dicionário Houaiss da Língua Portuguesa, o termo algoritmo significa um conjunto ordenado e finito de regras e operações que, aplicado a um número finito de dados, permite solucionar classes de problemas ou realizar tarefas específicas. A dinâmica das redes é estabelecida a partir destas informações, conforme descrito por Saldanha, Castro e Pimenta (2022, p.132):

Muito mais do que uma simples ação de natureza tecnológica ou matemática, os algoritmos representam uma dimensão radical da cultura exatamente porque, através de seu trabalho, que podemos chamar também de semiótico, a vida social – em seus mais variados aspectos – tem ganhado novos contornos. Ou seja, muitas de nossas experiências subjetivas têm sido moldadas a partir da nossa interação com os dispositivos digitais, mas apenas porque, entre nós e eles, existe uma atividade incessante dos algoritmos normalmente agindo discretamente sob verdadeiras caixas pretas. Ou seja, entre o input e o output, age uma lógica geralmente secreta ou pouco clara – colocada em prática por grandes empresas globais e diferentes organizações, governamentais e não governamentais – que precisa ser objeto de avaliação.

2.2.Redes sociais e dificuldades de comunicação

A sociedade contemporânea vive sob constantes estímulos sensoriais resultantes dos avanços tecnológicos. Tudo isso, leva o indivíduo a uma busca permanente por conteúdo, seguindo a mesma lógica capitalista do consumo, permeada pelo algoritmo, afinal, é ele quem dita o ritmo dos conteúdos acessados pelos usuários.

Ele é capaz de determinar quais conteúdos tendem obter a atenção do espectador a fim de mantê-lo conectado o maior tempo possível, o que

influencia diretamente no processo de disseminação do conteúdo. Raquel Racuero (2009, p.116) dissertou a respeito de como esta dinâmica altera a percepção da mensagem:

Os processos de difusão das informações são emergentes e resultado das interações e dos processos de conflito, cooperação e competição. [...]Os aspectos dinâmicos das redes contribuem ainda para a percepção das alterações da rede diante dos contextos e das interações dos atores que a constituem. Muitas dessas informações são difundidas de forma quase epidêmica, alcançando grandes proporções tanto on-line quanto off-line.

Para Castells (1996, p.414), a cultura é moldada pela comunicação e sofre grande influência das transformações tecnológicas. Ele salienta que a sociedade estaria prestes a se submeter a grandes mudanças, e que a interatividade exerceria um papel de destaque, graças ao que ele chamou de “o novo sistema eletrônico de comunicação caracterizado pelo seu alcance global”.

É fato que a internet, e principalmente as redes sociais, estabeleceram o sentimento de proximidade entre espaços e indivíduos. Francisco Gutierrez (1978, p.31) traz um debate a respeito da percepção do sujeito diante da multiplicidade de linguagens das comunicações de massa:, quando diz que “o homem é um ser social e a comunicação faz parte da natureza humana”. O trecho destacado a seguir refere-se a um recorte temporal de muito antes da popularização da internet, mas segue pertinente ao momento atual:

No século da Comunicação de massas, corremos o risco da mais terrível incomunicação – instantânea e universal – e, sem dúvida, nunca o homem sofreu tanto os efeitos da incomunicação. Paradoxalmente, na era das comunicações, nos demos conta das grandes dificuldades da Comunicação. (GUTIERREZ, 1978, p.31)

Tudo isso leva ao questionamento da qualidade das mensagens e informações absorvidas em meio a um bombardeio de ideias. Ocorre que na contemporaneidade, a sociedade está submetida a um excesso de informações desordenadas, resultando, portanto, em uma escassez de conhecimento (MORIN, 2003, p.2).

Como resultado desta circunstância, acompanha-se o crescimento constante do fenômeno das chamadas engenharias sociais, conforme definição da ClearSale:

A técnica é empregada com o objetivo de induzir os usuários a enviarem dados confidenciais, infectar seus computadores com malware ou abrir links para sites infectados. Ou seja, a engenharia social é a capacidade de conseguir acesso a informações confidenciais e dados sigilosos por meio de técnicas de persuasão, trabalhando a partir da manipulação psicológica. (CLEARSALE, 2022)

Como parte da crescente criação e desenvolvimento das engenharias sociais, tal como definido acima, a internet se torna um ambiente repleto de *fake news* (notícias falsas) e *click-baits* (termo usado para se referir a conteúdos online projetados para engajar internautas e atrair cliques por meio de mensagens enganosas e/ou sensacionalistas), conforme descrito por Saldanha, Castro e Pimenta (2022, p.163):

O recurso computacional – marca de nossa cultura digital, de nossa cultura marcadamente de visibilidade da informação na contemporaneidade – e sua materialidade nos seduz como Narcisos ao mesmo passo que nos amputa a perspectiva crítica sobre sua origem e sobre seus objetivos. Não detemos controle daquilo que é mais e mais automatizado. [...] Ao final e ao cabo, o que nos conectaria e permitiria um acesso sem igual ao conhecimento, produziu bolhas informacionais nas quais muitos se tornaram reféns e [...] produziu-se dúvida, ódio e mentira em escalas jamais imaginadas.

Não a toa, uma das maiores preocupações e metas da sociedade brasileira contemporânea está exatamente em criar ferramentas, leis e conscientização social sobre tais males, e partir disso, mitigar os danos reflexos das fake news e das demais artimanhas desenhadas nas engenharias sociais.

Capítulo 3 - A PERCEPÇÃO DO TEMPO

3.1. Tempo e sociedade

Nesta evolução descompasada a qual discorreremos, denota-se o encurtamento das fronteiras, e o encurtamento do espaço-tempo. As conexões entre as diferentes culturas ao redor do mundo se sucederam em um bombardeamento de infiltração cultural.

Chegamos a um ponto onde um determinado assunto em específico – e aqui, é desnecessário entender o quanto ele é ou não relevante – gera inúmeros resultados nas ferramentas de pesquisa da internet. Com a disponibilidade dos meios tecnológicos, toda e qualquer pessoa tem um poder nunca antes visto com apenas um clique.

Maria Rita Kehl aponta que filósofos como Jean-François Lyotard dedicaram-se a estudos sobre a pós-modernidade e identificaram uma relação entre o fim das grandes narrativas e a predominância dos saberes ligados às atuais exigências de eficácia da técnica.

De acordo com Kehl (2009, p.158), “para Lyotard, a desvalorização das narrativas, como meio de legitimação do saber, é uma das características marcantes da pós-modernidade”. A autora aponta ainda, de acordo com Fédida (2002), a relação entre necessidade de respostas constantes a estímulos do presente com a supressão do tempo e a depressividade no sujeito:

Entendo que o depressivo foi arrancado de sua temporalidade singular; daí sua lentidão, tão incompreensível e irritante para os que convivem com ele. Ele não consegue entrar em sintonia com o tempo do Outro. Fédida enfatiza o valor da lentidão que caracteriza o percurso de uma psicanálise para sujeitos deprimidos. Para ele, a aceleração imposta aos atos mais corriqueiros da vida cotidiana contribui para uma “pauperização da vida psíquica”, na forma de uma “desaparição normalizada do tempo da comunicação humana”. (FÉDIDA, 2002, apud KEHL, 2009, p. 15)

O que leva para uma reflexão a respeito do conceito de tempo e o que ele representa para a sociedade atual. Veja que em tempos passados, a problemática social era a falta de respostas para as nossas perguntas. Hoje, vivemos em um momento histórico onde temos excessos de respostas para nossos questionamentos.

Neste cenário, cabe a cada um nós, pacientemente, verificar em diversas fontes para entender o fato, e a partir dele, realizar um filtro de veracidade – tal como um jornalista minuciosamente faria para investigar um crime – para muitas vezes responder coisas que a princípio, seriam muito simples. Veja o que propõe Bucci (2019, p.15) a respeito:

A IFLA distribuiu um cartaz em linguagem infográfica, dirigido a bibliotecários e, principalmente, aos frequentadores das bibliotecas, em diversos idiomas, com orientações sintéticas para prevenir as pessoas contra as notícias fraudulentas. Nesse cartaz, a entidade instrui seus integrantes a considerar o fenômeno da desinformação a partir de oito critérios distintos no enfrentamento contra as mentiras disseminadas nas redes sociais. São eles:

1. Verificar a fonte (ou checar a credibilidade do site que divulga a notícia);
2. Ler mais a respeito antes de compartilhar (ou procurar confirmar por outros sites e outras publicações).
3. Comprovar a autenticidade e a seriedade do autor do relato ou da imagem.
4. Ver se o conteúdo traz links de apoio que comprovam a história.
5. Ter o cuidado de se certificar se a data da publicação não é antiga (se aquela narrativa ou aquela imagem não se refere a outro período).
6. Assegurar-se de que não se trata de uma paródia, uma piada ou uma produção humorística que as pessoas possam estar levando a sério por engano.
7. Avaliar se não são os seus próprios preconceitos que o estimulam a acreditar no conteúdo sem necessidade de maiores comprovações.
8. Na dúvida, consulte o bibliotecário ou algum especialista no assunto. (BUCCI, 2019, p. 15)

O problema aqui, além das engenharias sociais, desinformação e excesso de informações, ganha um novo ponto: a quantidade de tempo que se perde para entender algo que a internet informa.

3.2. Tempo e percepção do sujeito

Em sua obra *Crítica da Razão Pura*, o filósofo Immanuel Kant buscou conceituar tempo, tratando-o como uma forma intangível onde as percepções se organizam, conforme descrito em Kant (2001, p. 98):

O tempo não é mais do que a forma do sentido interno, isto é, da intuição de nós mesmos e do nosso estado interior. Realmente, o tempo não pode ser uma determinação de fenômenos externos; não pertence a uma figura ou a uma posição etc., antes determina a relação das representações no nosso estado interno.

Desde o momento do nascimento, o ser humano aprende a lidar com o tempo. Esta talvez seja uma das únicas grandezas que não se altera, independente do local ou cultura que o indivíduo pertença. Afinal, o tempo é a unidade que mede o intervalo entre um acontecimento e outro, sua duração e a relação entre passado, presente e futuro, de modo que somos submetidos a eles antes mesmo de termos discernimento para procurar conceituá-lo (NUNES, 1988).

O tempo, por si, é um tema importante na filosofia e na psicologia. Questões filosóficas envolvem a natureza do tempo, sua relação com o ser e a realidade, e sua compreensão dentro de diferentes sistemas de pensamento. Na psicologia, o tempo é estudado em relação à percepção, memória e desenvolvimento humano, bem como em termos de como as pessoas lidam com a passagem do tempo e projetam-se para o futuro.

Na psicanálise, o tema é essencial. Freud (1920), criou o conceito de "compulsão à repetição", cuja relação com a percepção do tempo é revelada em eventos traumáticos do passado que se manifestam no presente, rompendo a linearidade temporal.

Tal conceito retrata um fenômeno em que os indivíduos tendem a repetir padrões de comportamento, experiências ou situações traumáticas de forma persistente. Essa repetição ocorre independentemente das consequências negativas ou da racionalidade envolvida, muitas vezes resultando em um ciclo de repetição que perpetua o sofrimento psíquico.

Tal tendência repetitiva está relacionada ao retorno de experiências traumáticas do passado e à necessidade inconsciente de dominar ou lidar com essas experiências de forma diferente. Freud (1920) sugeriu que a compulsão à repetição é uma forma de lidar com o trauma e tentar encontrar uma resolução para o conflito emocional não resolvido.

A compulsão à repetição é um conceito complexo que envolve a interação entre o passado, o inconsciente e a dinâmica psíquica do indivíduo. Freud enfatizou que a análise psicanalítica pode oferecer a oportunidade de conscientizar e trabalhar com esses padrões repetitivos, possibilitando uma compreensão mais profunda do passado traumático e abrindo caminho para uma mudança significativa na vida do indivíduo (FREUD, 1920).

Lacan (1964) por sua vez, aborda a ideia do "tempo lógico", onde o tempo psíquico não segue necessariamente uma progressão linear, mas é estruturado pela linguagem e pela cadeia de significantes, isto é, não é linear nem baseado na noção convencional de passado, presente e futuro.

Em suma, o conceito de tempo lógico de Lacan (1964) destaca a natureza estrutural e simbólica do tempo na psicanálise. O tempo lógico não segue uma progressão linear, mas é influenciado pela dinâmica do desejo, pelas estruturas simbólicas da linguagem e pela experiência temporal subjetiva do sujeito.

Esse conceito ressalta a complexidade e a falta inerente à experiência do tempo na psique humana, oferecendo uma abordagem diferenciada e original para a compreensão dessa dimensão fundamental da vida psíquica.

Em conjunto, os conceitos de Freud e Lacan contribuem para uma compreensão mais profunda do tempo na psicanálise. Freud enfoca a repetição e a influência do passado na psique, enquanto Lacan enfatiza a

influência da linguagem e da estrutura simbólica na experiência temporal. Ambas as abordagens reconhecem a complexidade do tempo na vida psíquica, destacando como o passado, a linguagem e as estruturas inconscientes influenciam nossa relação com o tempo presente e moldam nossa subjetividade

Capítulo 4 - A IDENTIDADE DO SUJEITO NO AMBIENTE VIRTUAL

4.1. A necessidade de socialização

Como já havia dito filósofo e sociólogo Karl Marx na abertura de O 18 de Brumário de Luís Bonaparte, “a história se repete”. Em outras palavras, a célebre frase busca esclarecer que o estudo da socialização por meio de plataformas digitais é algo que o homem procura realizar de tempos em tempos, a fim de entender melhor a si mesmo enquanto indivíduo e enquanto membro de uma sociedade.

Prova disso é a Teoria dos Grafos. Por volta da metade do século XVIII, o matemático Leonhard Euler se propôs a resolver um enigma chamado de "Problema da Ponte Königsberg". Em suma, a cidade de Königsberg foi construída próxima ao rio Pregel, constituída por duas ilhas que ficam no meio do rio, interligadas por sete pontes, as quais ligavam as ilhas.

O enigma consistia em saber se existia um caminho que cruzasse todas as sete pontes em uma única vez, e depois retornar ao ponto inicial. A analogia desta teoria com as redes é basicamente entender que as pessoas são cada um dos pontos marcados (*i.e.*, os grafos) e as pontes são os meios pelos quais as pessoas se interligam (redes).

Desde então, os avanços da tecnologia permitiram que a internet se tornasse um novo ambiente de relacionamento global que se intensificou e popularizou com o surgimento das redes sociais.

Segundo a Enciclopédia Britânica, o termo redes sociais significa “a atividade de criar relacionamentos pessoais e comerciais com outras pessoas, especialmente compartilhando informações, mensagens pessoais, etc.”. A mesma enciclopédia define socialização como “conversar e fazer coisas com outras pessoas de maneira amigável”.

Comentar hoje em dia sobre mídias sociais se tornou assunto popular, ainda mais considerando que o acesso a internet vem se popularizando ano a ano no Brasil. De acordo com a Agência Brasil (2022), a pesquisa TIC Domicílios identificou que tanto na área urbana (64%) quanto na rural (39%), a maioria das residências está conectada à rede por meio de fibra óptica ou cabo. Em seguida vem a rede móvel, à qual 20% dos domicílios de áreas rurais e 17% dos das zonas urbanas estão interligados. Praticamente 99% dos usuários acessam a internet por meio de aparelhos celulares, enquanto 50%, ou 74,5 milhões de habitantes do país, utilizam a televisão, que já ultrapassa os computadores (36%). O brasileiro, desde o início dos anos 2000 vem se acostumando e aderindo à ideia de se socializar através de mídias sociais.

As mídias sociais, então, começaram a crescer na primeira parte do século XXI, se apresentando como um espaço onde as pessoas poderiam interagir umas com as outras, a fim de se conectar e descobrir pontos em comum.

As redes são, portanto, um espaço que convida para o novo. A dinâmica apresentada pelos algoritmos e a oferta de mensagens dos mais distintos assuntos convidam o usuário a mudar de foco por um instante. Enquanto o indivíduo estiver conectado e imerso, todos os sentidos tornam-se voltados para as redes, e é por isso que é tão comum a sensação de perder-se a noção do tempo. Já observava Kehl (2009, p.156) que é natural do homem a necessidade de entender a socialização e os fenômenos globais:

Se a experiência não nos vincula ao patrimônio que herdamos, ele se torna um peso ou um adorno vazio. Nas primeiras décadas do século XX, o homem moderno já se sentia pressionado a estar sempre disponível para acolher o novo, fosse ele qual fosse. A velocidade das mudanças que se generalizaram a partir da guerra de 1914 exigiu que as pessoas se despojassem tanto de sua própria história quanto da memória de seus antepassados. Na vivência cotidiana dos sobreviventes, habitantes das cidades devastadas e reconstruídas, era necessário impedir as invasões do psiquismo pelas reminiscências espontâneas (fragmentos vivos do passado no presente), por pelo menos duas razões: em primeiro lugar, porque a memória de tantas referências destruídas tornaria a vida insuportável; em segundo, para manter a atenção consciente trabalhando a todo o vapor a fim

de promover as reações adequadas e imediatas aos estímulos e solicitações do novo mundo.

Lipovetsky (2007, p.159) transporta esta perspectiva para a sociedade contemporânea diante da lógica do consumo. Para ele, as comunidades mais desenvolvidas apresentam-se sob uma ótica de busca incessante pelo conforto e pelo prazer, o que passa pela eliminação de esforços físicos e pela busca de maneiras para ganhar de tempo. No entanto, tudo isso acaba por trazer à tona algumas inquietudes do sujeito, conforme observa o autor:

Assim, instalam-se novos hábitos que levam os indivíduos a passar da busca do prazer à evitação do sofrimento. Nessas condições, o consumidor médio vive tanto com vista à satisfação proporcionada pelos bens de conforto, quanto por evitar os inconvenientes resultantes do seu abandono. A exemplo de um toxicômano, o consumidor moderno acha-se em estado de dependência em relação ao conforto: é o desejo de evitar o incômodo e a frustração provocados pela interrupção de um hábito que o motiva muito mais que uma procura de satisfação suplementar. (LIPOVETSKY, 2007, p.160)

Com tais analogias citadas acima, insta compreender que era apenas uma questão de tempo para que cada vez mais pessoas buscassem meios para preencher suas lacunas mentais com diferentes estímulos, e o consumo e compartilhamento de conteúdos em mídias digitais assumiram este papel.

A prévia conclusão clara que se tira deste momento histórico é que aqueles que não haviam se conectado pelo fascínio ao novo mundo que estava ali sendo criado – formado por perfis online, com informações pessoais – conectaram-se pelo receio de não se adaptarem e não serem aceitos socialmente.

No entanto, as mídias sociais se consolidaram da forma como se apresentam hoje a partir do momento em que o mundo da tecnologia passou a trabalhar para torná-la mais acessível às pessoas.

Conforme abordado anteriormente, veja que até então, no começo das redes sociais, o uso ainda era limitado. Sua popularização se deu a partir do amplo acesso a dispositivos móveis.

4.2. O ser social

Com o surgimento dos *smartphones*, tablets, e tecnologias relacionadas, a mesa do computador deu lugar às mochilas, ou até mesmo ao próprio bolso dos usuários. Assim, tornou-se possível comunicar-se via internet com qualquer pessoa, em qualquer lugar do mundo.

O ponto transformador em tudo isso então passa a ser a mudança de papel de cada um de nós dentro dessa nova sociedade. Nós, enquanto sujeitos, deixamos de ser espectadores para tornarmos o meio. Entre o período que compreende entre a década de 50 até o início do século XXI, onde a televisão e o jornal eram os principais meios de comunicação, o sujeito apenas assistia os fatos.

Agora, com todas essas novidades acima percorridas, e um novo contexto social em que cada indivíduo passa a ter um grande poder de comunicação através dos meios sociais. Desta forma, o sujeito, passou a se tornar também o meio de comunicação. Assim, o indivíduo não é mais somente o receptor da comunicação – ele também comunica, o que o torna o meio e a mensagem.

No entanto, as inovações tecnológicas que traçaram a cultura digital até aqui, despertaram uma série de sentimentos nos usuários. O excesso de informações, estímulos e linguagens encontradas nas redes são capazes de provocar diferentes emoções no indivíduo . Ao mesmo tempo que as redes assumem a função de entreter e informar, o sujeito adquire o poder de influenciar, mas para isso, é preciso mais do que estar em dia com os últimos acontecimentos: é preciso manter um perfil ativo e engajado.

A partir daí, pôde-se notar uma intensa transformação na maneira como a sociedade produz e consome conteúdo. Zampier (2020) aponta uma possível divisão da sociedade em dois mundos: o real (que aqui se remete a tudo aquilo que é palpável e se pode tocar) e o virtual (aplicado no sentido de ausência de tangibilidade), no entanto, hoje é possível detectar uma fusão entre os dois

universos. O autor destaca ainda a virtualização da sociedade ao afirmar que o computador, em suas mais diversas formas contemporâneas, proporciona às pessoas uma oportunidade da autocontemplação.

A tecnologia pode parecer uma outra versão do "eu", à medida que se insere uma extensa parcela da existência, da memória e das relações pessoais no disco rígido desses objetos.

Capítulo 5 - SOB A ÓTICA DA PSICANÁLISE

5.1. O estádio do espelho e a percepção do sujeito no mundo virtual.

Os meios digitais enquanto segundo “eu” do indivíduo podem seguir uma lógica similar ao estádio do espelho, que ocorre quando a criança vive uma experiência de autoidentificação que é essencial para a formação do Eu, conforme dispõe Lacan (1998).

Basta-nos compreender o estádio do espelho como uma identificação no sentido pleno que a análise dá a esse termo, ou seja, a transformação produzida no sujeito quando ele assume uma imagem - cuja predestinação para esse efeito de fase é suficientemente indicada pelo uso, na teoria, do antigo termo *imago*.

Sendo assim a construção da identidade de um indivíduo nos meios digitais se baseia no reconhecimento de um novo eu, que habita tanto a superfície, como do lado de dentro da tela e se reconhece no chamado mundo real, e é este sujeito que irá nutrir-se dos conteúdos que são disponibilizados na rede.

Garcia-Roza (2009, p.149) reforça a construção do eu segundo a imagem do outro (o eu refletido no espelho) que a partir deste momento dará início a uma transformação através da linguagem. “O objeto é desnaturalizado e adquire a função de signo; em seguida ele passa para o plano da linguagem e a partir de então a palavra passa a ser mais importante que o objeto”. O autor reitera que a palavra é a mídia por onde o desejo do indivíduo pode ser representado.

A linguagem é o meio por onde é possível produzir sentido e atribuí-lo a tudo que existe no mundo. Sobre a constituição da língua, Santaella (1983, p.78) aponta para um sistema que agrupa os padrões fundamentais para a comunicação:

É um produto social de cuja assimilação cada indivíduo depende para o exercício da faculdade da linguagem. A fala, por seu lado, é a parte individual da linguagem, diz respeito ao

uso e desempenho efetivo e substancial das regras da língua num ato de fala e comunicação particulares.

Desta forma, construção do eu virtual, que não está dissociado do eu real, só é possível por meio da linguagem. Esta identificação que ocorre no campo do imaginário mostra a percepção do sujeito por um viés idealizado, e é a partir dela que o indivíduo irá atribuir suas próprias características - ou seja, ele se aliena do verdadeiro eu, uma vez que passa a assumir uma identidade ilusória. Leite (2010, p.99) sintetiza a alienação, descrita por Lacan em 1960:

Alienação quer dizer que o sujeito não existe senão como um significante faltante. Como um enigma sobre si mesmo, ao mesmo tempo que faz essa experiência pela linguagem, ao se inscrever num Outro que o causa, é que se aliena

Retoma-se aqui a relação existente entre desejo e palavra. Laplanche (2001, p.118) relaciona que é preciso dissociar desejo de necessidade e demanda:

A necessidade visa um objeto específico e satisfaz-se com ele. A demanda é formada e dirige-se a outrem. Embora incida ainda sobre um objeto, este não é essencial para ela, pois a demanda articulada é, no fundo, demanda de amor.

O autor cita que, segundo Lacan, é por meio da linguagem e do inconsciente que o desejo procura se impor e ser reconhecido. O consumo de conteúdos em mídias digitais transita entre os campos do simbólico e do real, conceituados por Lacan e sintetizados por Garcia-Rosa:

Antes de ascender ao plano do simbólico, o desejo se realiza no plano do imaginário. Inicialmente, é por referência ao outro ou à imagem do outro que a criança vai construir seu esboço de ego, sendo esse momento descrito por Lacan na sua formulação da fase do espelho, em relação à qual a frase “o desejo do homem é o desejo do outro” tem seu lugar preciso. “Com efeito”, escreve Lacan, “os desejos da criança passam inicialmente pelo outro especular. É aí que são aprovados ou reprovados, aceitos ou recusados. (GARCIA-ROZA, 1979, p. 148).

Desta forma, enquanto ser faltante, o sujeito encontra-se em uma eterna condição de busca impulsionada pelo desejo. O consumo de conteúdos é, portanto, uma das maneiras de buscar preencher este vazio existencial. O indivíduo então se vê com um dispositivo na palma da sua mão que lhe oferece um mundo infinito de possibilidades, e como não há barreiras e nem limitadores, cabe a ele dizer quando é o momento de parar. Desta maneira, vê-se então o consumo de conteúdo de forma contínua, descontrolada e acelerada.

5.2. O desejo do consumo

Seria o ato de acelerar mídias a fim de consumir conteúdos de forma rápida um sintoma da cultura atual? Para responder a esta pergunta, é preciso entender a definição de sintoma, conforme Nasio (1993 p. 13) expõe:

Sabemos, comumente, que o sintoma é um distúrbio que causa sofrimento e remete a um estado doentio do qual constitui a expressão. Mas, em psicanálise, o sintoma nos surge de maneira diferente de um distúrbio que causa sofrimento: ele é, acima de tudo, um malestar que se impõe a nós, além de nós, e nos interpela. Um malestar que descrevemos com palavras singulares e metáforas inesperadas. [...] o sintoma é, antes de mais nada, um ato involuntário, produzido além de qualquer intencionalidade e de qualquer saber consciente. É um ato que menos remete a um estado doentio do que a um processo chamado inconsciente. O sintoma é, para nós, uma manifestação do inconsciente.

Com isso em mente, um dos autores buscados para levantar as hipóteses que podem ser trabalhadas no estudo foi Bauman. Em sua obra, ele teoriza sobre diversos assuntos presentes na vida cotidiana, como amor, trabalho, consumo, entre outros.

A ótica utilizada por Bauman é a da liquidez das relações, pautadas pelo imediatismo, superficialidade, e mudanças na percepção de tempo-espço como característica comportamental da pós modernidade, descrita por Bauman (2007, p.21) em sua obra Tempos Líquidos. Neste contexto, o

sociólogo discorre a respeito da sensação de FOMO (fear of missing out, ou medo de ficar de fora).

O progresso se transformou numa espécie de dança das cadeiras interminável e ininterrupta, na qual um momento de desatenção resulta na derrota irreversível e na exclusão irrevogável. Em vez de grandes expectativas e sonhos agradáveis, o “progresso” evoca uma insônia cheia de pesadelos de “ser deixado para trás” — de perder o trem ou cair da janela de um veículo em rápida aceleração.

O sociólogo discorre ainda, em *A Cultura do Mundo Líquido Moderno* (2013), sobre a chamada sociedade de caçadores, que é pautada pela lógica do consumo, onde a atenção e a energia ficam cada vez mais concorridas, e o tempo torna-se alvo de disputa. “O tempo realmente passa, e o truque é manter o mesmo ritmo dele. Se você não quer afundar, deve continuar surfando, ou seja, continuar mudando com tanta frequência quanto possível” (BAUMAN, 2013, p. 27).

Bauman (2013) ainda cita o filósofo e matemático Blaise Pascal (1623 – 1662) ao comparar a caça com uma droga, que se torna um vício e tem como principal efeito a fuga de si mesmo. Com isso, o indivíduo não é capaz de lidar com sua própria condição de infelicidade, e por isso ocupa-se de atividades que dificultem a reflexão.

Ao observar os conceitos trabalhados por Bauman e buscar conectá-los com a psicanálise, logo de início é possível encontrar a relação entre os conteúdos gerados nas mídias digitais – que adquiriram a função de preencher o vazio existencial humano – e o falo, conforme descrito por Márcio Peter de Souza Leite (2010, p.85): “Para Lacan, o falo é um significante, porque, ao fazer uma operação de substituição significante, o falo será o significante da falta”.

Desta forma, uma das premissas é a do consumo de conteúdo acelerado assumindo a função de significante fálico do sujeito. Tais produções audiovisuais se dão no campo do imaginário, como já descrito neste estudo, e é a partir do simbólico que eles vão adquirindo novos significados. Mas é no

real que a compulsão acontece. Gradim et. al. (2018 p. 99) disserta sobre a sensação que tal consumo causa no indivíduo:

Quando a maquinaria da imagem entra em cena e passa a dirigir a percepção desde fora, a autopercepção do sujeito entra em crise. Para evitar a angústia e a crise de realização gerada pelo esvaziamento do significado dos elementos que antes serviam, mesmo que precariamente, de apoio à sua imagem – contexto em relação ao qual ele se percebeu “privado” –, ele se dirige para aqueles momentos que acredita “fazerem sensação”, ou seja, os que são percebidos como novos e que o afastam ainda mais de si, na crença de se reapropriar do expropriado. [...] O vazio deve ser preenchido de alguma forma e, na falta de outros meios, agarra-se ao primeiro que aparece, condicionando uma série de comportamentos de addictus das emissões e recepções de mensagens audiovisuais.

Com o avanço do capitalismo, o consumo apresenta-se como uma forma de satisfazer os desejos do sujeito, mas em uma sociedade que lida com uma série de demandas interiores e exteriores (sociais, econômicas, materiais, etc), a busca por soluções para preencher o vazio torna-se cada vez mais incessante. Sobre isso, Jungk (2021) discorre:

Uma nova época surgiu com o capitalismo de consumo, verdadeira “civilização do desejo” construída ao longo da segunda metade do século XX e que provocou a modificação nos modos de vida e costumes, fazendo surgir novas hierarquias de objetivos e fins existenciais, novas relações com o tempo, com coisas, consigo mesmo, com o próprio corpo e com os outros. (JUNGK, 2021, p. 2)

Neste cenário, todos os dias, milhões de pensamentos inundam a mente de um ser pensante. Os ambiente digital é habitado por pessoas inundadas por ideias, conceitos, notícias, tendências, e tal complexidade de informações é difundida diariamente, de forma incessante, mesmo que o indivíduo não queira, já que hoje é praticamente impossível ter uma vida 100% offline. A informação ultrapassa a barreira da privacidade, e não há direito de esquecimento.

A arte de se fazer perguntas é natural de cada indivíduo. Em um mundo onde todas as informações e respostas podem supostamente serem

encontradas, debatidas e difundidas de forma virtual, o conteúdo tornou-se uma mercadoria que gera desejo e ansiedade. Por fim, o sujeito é quem produz a própria substância que vicia e o torna viciado.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O surgimento da internet e a popularização das redes sociais desestabilizaram os meios tradicionais de veiculação de conteúdo. Idealmente, isso poderia representar a democratização da informação, no entanto, tornou-se uma armadilha, uma vez que a cultura do compartilhamento e a busca incessante por engajamento fomenta a produção de notícias falsas, ou até mesmo o famoso efeito "teledfone sem fio", quando uma mensagem se modifica pouco a pouco ao ser transmitida em cadeia de uma pessoa para outra, até que seu sentido seja alterado.

A socialização por meio das plataformas digitais revela uma busca constante do indivíduo de compreender a si mesmo, bem como a necessidade de interação entre pessoas, que é escancarada pela da cultura de compartilhamento. Desde os tempos da Teoria dos Grafos, a interconexão das pessoas por meio das redes, tal como a cidade de Königsberg e suas pontes, revela tal necessidade de socialização.

Com o avanço da tecnologia e o surgimento das redes sociais, a internet se tornou um ambiente global de interação e relacionamento. A popularização das mídias sociais no Brasil reflete a crescente adesão dos brasileiros à ideia de se socializar digitalmente.

No entanto, o uso dessas plataformas também trouxe desafios, como a busca constante por estímulos e a necessidade de se adaptar e ser aceito socialmente. Com o surgimento dos dispositivos móveis, a comunicação via internet tornou-se acessível a qualquer pessoa em qualquer lugar do mundo, transformando os indivíduos em protagonistas da comunicação. As inovações tecnológicas despertam diferentes emoções nos usuários, e ao mesmo tempo proporcionam poder de influência a ponto de transformar a produção e o consumo de conteúdo. O papel que antes era exercido pelas mídias tradicionais (TV, rádio, jornais, revistas, etc), agora passa para as mãos dos espectadores, que ao mesmo tempo, consomem, produzem e reproduzem conteúdos.

Hoje, observa-se uma fusão entre os mundos real e virtual, em que a tecnologia se torna uma extensão da identidade pessoal e das relações interpessoais. O digital já faz parte da vida das pessoas exercendo um papel fundamental em todos os campos - desde educação e trabalho, até mediando relacionamentos.

No campo da psicanálise, a construção da identidade no mundo virtual pode ser comparada ao estágio do espelho, descrito por Lacan, no qual o sujeito se identifica com a sua própria imagem refletida e atribui as características ali identificadas a si mesmo.

Essa identificação ocorre por meio da linguagem, que desempenha um papel fundamental na representação do desejo do indivíduo. No entanto, o consumo acelerado de conteúdo nas mídias digitais pode se tornar um sintoma da cultura atual, caracterizada pela busca incessante por preencher um vazio existencial que permanece independentemente do advento tecnológico.

A lógica do consumo, descrita por Bauman (2007, 2013), reflete a sociedade líquida e o imediatismo presente na pós-modernidade. O desejo de consumir conteúdo se torna um significante fálico que preenche a falta do sujeito, mas também pode levar a uma compulsão e afastá-lo de si mesmo. O vazio existencial é evidenciado de diversas formas, e o consumo desenfreado de conteúdo audiovisual surge como uma tentativa de preenchimento.

No entanto, é importante compreender que a busca por soluções externas para preencher o vazio interior pode se tornar uma jornada incessante e insatisfatória. A complexidade das informações e a constante inundação de pensamentos no ambiente digital podem gerar ansiedade no indivíduo, que se vê em um ciclo vicioso de produzir e consumir conteúdo.

Neste sentido, analisa-se o consumo acelerado de conteúdo na internet, cuja tendência explica-se em consumir informações de maneira rápida e constante, no entanto, sem consistência e aprofundamento. Com o avanço da tecnologia e o acesso fácil à internet, as pessoas são expostas a uma infinidade de conteúdos, como artigos, vídeos, imagens e redes sociais, que podem ser consumidos em ritmo acelerado, de forma inédita na história. Essa

nova possibilidade é impulsionada pela busca pelo novo, pela necessidade de estar atualizado e pelo medo de perder informações relevantes. Entretanto, essa prática pode levar à sobrecarga de informações, falta de aprofundamento e dificuldade em absorver e assimilar o conteúdo de forma significativa. Além disso, o consumo acelerado pode contribuir para a sensação de ansiedade e insatisfação, já que nunca parece ser suficiente.

Como se pode observar, este consumo está relacionado ao desejo do sujeito de encontrar respostas, entretenimento e conexão com os outros. No entanto, essa prática tornou-se um sintoma da cultura atual, caracterizada pela lógica do consumo e pelo imediatismo. O indivíduo busca no consumo de conteúdo uma forma de fugir de si mesmo e evitar o enfrentamento de suas angústias e insatisfações.

A internet tornou-se um ambiente comparável a um grande shopping, onde no lugar de lojas, há diferentes janelas de conteúdo, dos mais variados assuntos e formatos. Todos eles disputam de alguma maneira a atenção dos usuários, e é papel do produtor encontrar um mecanismo capaz de converter a visualização. Do outro lado da tela, existem os consumidores, que sentem a necessidade constante de obter o maior número de mensagens possível.

Cada vez mais, torna-se impossível pensar um mundo sem a presença do digital. A busca incessante por novidades cria, desta forma, um ciclo vicioso, que faz com que os usuários usem a internet de forma desenfreada, e abrigam em si ansiedade, inquietude, insatisfação e dificuldade em estabelecer relações mais profundas e significativas no mundo *offline*.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA BRASIL. **Em 2021, 82% dos domicílios brasileiros tinham acesso à internet, aponta pesquisa.** Agência Brasil, 24 de junho de 2022. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2022-06/em-2021-82-dos-domicilios-brasileiros-tinham-acesso->. Acesso em: 09.jul.2022.

BAUMAN, Zygmunt. **A Cultura do Mundo Líquido Moderno.** Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

BAUMAN, Zygmunt. **Tempos Líquidos.** Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

BRITTANICA. Socialization. **Encyclopaedia Britannica.** Disponível em: <https://www.britannica.com/dictionary/socialization>. Acesso em: 10 jul. 2022.

BRITTANICA. Social media. **Encyclopaedia Britannica.** Disponível em: <https://www.britannica-com.translate.google.com/topic/social-media>. Acesso em: 10 jul. 2022.

BUCCI, Eugênio. **Existe democracia sem verdade factual? Cultura política, imprensa e bibliotecas públicas em tempos de fake news.** São Paulo: Estação das Letras e Cores Editora, 2019.

CALAZANS, Janaina de Holanda Costa, LIMA, Cecília Almeida Rodrigues. **Sociabilidades virtuais: do nascimento da Internet à popularização dos sites de redes sociais online.** 2013. Disponível em <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/9o-encontro-2013/artigos/gt-historia-da-midia-digital/sociabilidades-virtuais-do-nascimento-da-internet-a-popularizacao-dos-sites-de-redes-sociais-online>. Acesso em 08 jul. 2022.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede: A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura.** São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CLEARSALE. **Engenharia Social: o que é, tipos de ataque, técnicas e como se proteger.** Disponível em: <https://blogbr.clear.sale/engenharia-social-o-que-e-e-como-se-proteger>. Acesso em 15 jul 2023.

FGV. **Panorama do Uso de TI no Brasil – 2022.** Disponível em: <https://portal.fgv.br/artigos/panorama-uso-ti-brasil-2022>. Acessado em 03 jun 2023.

FORBES. Brasil é o terceiro país com mais usuários do YouTube em 2023. **forbes.com.br.** Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-tech/2023/05/brasil-e-o-terceiro-pais-com-mais-usuarios-do-youtube-em-2023/>. Acesso em 15 jul 2023.

FREUD, Sigmund. **Além do Princípio do Prazer,** 1920. Rio de Janeiro: Imago, 1996.

GARCIA-ROZA, Luiz Alfredo. **Freud e o inconsciente**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2009.

GRADIM, Anabela (coord.); CORREIA, João Carlos; ZWICK, Elisa; XARÃO, Francisco. **Filosofia, Comunicação e Subjetividade**. Covilhã: Editora labcom, 2018. Disponível em: <https://labcomca.ubi.pt/wp-content/uploads/2021/11/201812181504-201811_filcomsubjectividade1_agradimabaratafxaraojccorreia.pdf#page=135>. Acesso em: 09.jul.2023.

GUTIERREZ, Francisco. **Linguagem Total - A pedagogia dos meios de comunicação**. 1ª Ed. São Paulo: Editora Summus, 1978.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11ª ed. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2016.

HOBBS, Thomas. **Leviatã. Matéria, forma e poder de um Estado eclesiástico e civil**. (Tradução de João Paulo Monteiro e Maria Beatriz Nizza da Silva). 3. ed. São Paulo: Abril Cultural, 1983. Col. Os Pensadores.

JUNGK, Isabel. **Signos do consumo e a insatisfação do sujeito. Signos do consumo**, vol. 13, nº 2, p.1-13, 2021. Disponível em: https://www.academia.edu/87098423/Signos_do_consumo_e_a_insatisfa%C3%A7%C3%A3o_do_sujeito?email_work_card=title. Acesso em 11 jul 2023

KANT, Immanuel. **Crítica da Razão Pura**. Tradução de Manuela Pinto dos Santos, Alexandre Frafique Morujão. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2001.

KEHL, Maria Rita. **O tempo e o cão: A atualidade da depressão**. São Paulo: Boitempo, 2009.

LACAN, Jacques. O estádio do espelho como formador da função do eu. **Escritos**. Rio de Janeiro, Zahar, 1998.

LACAN, Jacques. **O Seminário, Livro 11: Os quatro conceitos fundamentais da psicanálise**. Rio de Janeiro, Zahar, 1964.

LAPLANCHE, Jean; PONTALIS, Jean Bertrand. **Vocabulário da Psicanálise**. Tradução de Pedro Tamen. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

LEINER, Barry M., CERF, Vinton G.; CLARK, David D.; KAHN, Robert E.; KLEINROCK, Leonard; LYNCH, Daniel C.; POSTEL, Jon; ROBERTS, Lawrence G.; WOLFF, Stephen S. The past and future history of the Internet. **Communications of the ACM**, 1997.

LEITE, Márcio Peter de Souza. **Psicanálise Lacaniana – Cinco seminários para psicanalistas Kleinianos**. São Paulo: Iluminuras, 2010.

LIPOVETSKY, Gilles. **A Felicidade Paradoxal: Ensaio Sobre a Sociedade de Hiperconsumo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

MARYVILLE UNIVERSITY. **The Evolution of Social Media: How Did It Begin, and Where Could It Go Next?**. Disponível em <https://online.maryville.edu/blog/evolution-social-media>. Acesso em: 10 jul. 2022.

MORIN, Edgar. A comunicação pelo meio. **Revista Famecos**, Porto Alegre, n. 20, abril, 2003. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3197>. Acesso em: 10 jul. 2022.

NASIO, Juan-David. **Cinco lições sobre a teoria de Jacques Lacan**. Tradução de Vera Ribeiro. Rio de Janeiro. Jorge Zahar Ed., 1993.

NUNES, Benedito. **O Tempo na narrativa**. São Paulo: Editora Ática: 1988

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais: Conceitos e Métodos**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

REVISTA GALILEU. **6 curiosidades sobre a história dos smartphones**. Revista Galileu. Disponível em: <https://revistagalileu.globo.com/Tecnologia/noticia/2019/07/6-curiosidades-sobre-historia-dos-smartphones.html>. Acesso em: 24 de junho de 2023.

RODRIGUES A. Z.; COSTA, J. B. **As tecnologias de informação e comunicação na era da informação**. Anais Seminário Nacional de Sociologia da UFS, Aracaju, Sergipe, Brasil, 1, 640-657, 2016. Disponível em <https://ri.ufs.br/bitstream/riufs/12885/2/TecnologiasInformacaoComunicacao.pdf>. Acesso em: 24 de junho de 2023.

SALDANHA, Gustavo; CASTRO, Paulo César; PIMENTA, Ricardo M. (org.). **Ciência da Informação: Sociedade, crítica e inovação**. Rio de Janeiro: IBICT, 2022. (Coleção PPGCI 50 anos).

SANTAELLA, Lucia. **O que é Semiótica**. 2. ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 1983.

TECMUNDO. O que é TCP/IP? **tecmundo.com.br** Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/o-que-e/780-o-que-e-tcp-ip-.htm>. Acesso em 09 jul. 2022.

UNIVERSITY OF SOUTH FLORIDA. **Introduction to Social Media**. 2022. Disponível em <https://www.usf.edu/ucm/marketing/intro-social-media.aspx>. Acesso em: 10 jul. 2022.

UNIVERSITY SYSTEM OF GEORGIA. **A Brief History of the Internet**. 2022. Disponível em https://www.usg.edu/galileo/skills/unit07/internet07_02.phtml. Acesso em 09 jul 2022.

WORLD HEALTH ORGANIZATION. **Mental Health**. Disponível em https://www.who.int/health-topics/mental-health#tab=tab_1. Acesso em 13 jul 2022.

ZAMPIER, Bruno. **Bens Digitais**. 2ª Edição. São Paulo. Editora Foco, 2020.