

Presídios digitais: Infocracia e controle psicopolítico na Sociedade da Informação

Digital prisons: Infocracy and psychopolitical control in the Information Society

Leonardo Perin Vichi

Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ / Freie Universität Berlin¹

RESUMO

Neste artigo se pretende discutir a noção de infocracia apresentada pelo filósofo austro-coreano Byung-Chul Han em sua obra homônima. Nesta noção encontram-se abarcados muitos dos temas abordados pelo filósofo em outras obras de sua autoria. A Sociedade da Transparência, o controle psicopolítico, a digitalização e a crise da democracia são temas que ressurgem associados ao fenômeno do aprisionamento digital nas redes. Fenômeno em que se debatem entre si a informação produzida pela dinâmica da transparência e o holismo do *Big Data*. O objetivo deste artigo é, portanto, partindo dessas noções, refletir sobre a relação entre o indivíduo das redes e a sua dimensão discursiva em relação à informação e a percepção da verdade.

PALAVRAS-CHAVE

Presídios digitais; Infocracia; psicopolítica; sociedade da informação

ABSTRACT

In this article, the aim is to discuss the notion of infocracy presented by the Austro-Korean philosopher Byung-Chul Han in his homonymous work. This notion encompasses many of the themes addressed by the philosopher in other works of his authorship. The Transparency Society, psychopolitical control, digitization and the crisis of democracy are topics that re-emerge associated with the phenomenon of digital imprisonment in networks. A phenomenon in which the information produced by the dynamics of transparency and the holism of Big Data are contended. The objective of this article is, therefore, starting from these notions, to reflect on the relationship between the individual of the networks and his discursive dimension in relation to information and the perception of truth.

¹ E-mail: contact@leonardovichi.com Orcid: <http://orcid.org/0000-0001-7527-8419>

KEYWORDS

Digital prisons; Infocracy; psychopolitics; information Society

INTRODUÇÃO

“Clicar aqui para aceitar todos os *Cookies*” se transformou no passaporte direto para a prisão digital. O aviso, capaz de irritar o mais dócil dos usuários da rede, imposto pelas regras da Lei Geral de Proteção de Dados europeia, a GDPR, alerta que informações serão coletadas ao acessar determinado site ou serviço digital. Os *cookies*, pequenos arquivos de texto instalados pelos servidores dos sites de internet, coletam e armazenam informações sobre os hábitos de uso dos usuários. Essas informações vão desde os dados de *login*, informações pessoais e até mesmo preferências de produtos, termos de buscas e dados emocionais do indivíduo.

Disfarçados sob a inofensiva imagem de um biscoito, os *cookies* são os responsáveis também por alimentar plataformas de dados de corporações como a Google e a Meta para realizar, através das informações coletadas, o disparo de propagandas direcionadas, ou seja, a oferta de produtos e serviços que são mais prováveis de serem consumidos de acordo com as preferências demonstradas pelos indivíduos.

A alegoria do biscoito em nada contraria o conto de João e Maria, coletado pelos irmãos Grimm. A percepção da necessidade de manter-se informado, o assédio das redes que vendem não apenas a experiência de pertencimento, mas as promessas de fama, sucesso e dinheiro através da conquista de *followers*, curtidas e engajamento, transformaram a figura do *cookie* na imagem do rastro de doces que seduziu João e Maria até o encarceramento na casa da bruxa. Para ter acesso à Sociedade da Informação é necessário, em troca, ingressar pela porta da Sociedade da Transparência, despojar-se da privacidade, e entregar, como bilhete de entrada, seus próprios dados para que possa ser submetido ao controle psicopolítico do pensamento e do comportamento. Para que possa ser aprisionado dentro do espaço que “torna o ser humano completamente transparente”².

A finada rede *Orkut* cunhou, no passado, outra expressão cuja alegoria nos interessa para o debate: “*no donut for you*”, — sem *donut* para você. Embora o aviso original fosse dirigido aos erros dos próprios servidores da empresa Google, onde estava hospedada a pioneira rede social, a imagem da recusa do doce poderia sintetizar o mesmo fenômeno da punição àqueles que não se sujeitam ao Regime de Informação. Sem doce para você reverbera, em sua essência, o processo de negação do acesso à informação que permite que o indivíduo exista digitalmente, que se mantenha informado.

Nessa dinâmica, o indivíduo que aceitou os *cookies* ingressa na sensação da liberdade de poder curtir, compartilhar e interagir dentro da rede, mal se dando conta de que, enquanto acredita estar influenciando através de suas escolhas que calibram o algoritmo, está sendo influenciado pelas evidências entregues às redes e que permitem

² Han (2022b), p. 16.

que elas escolham por você aquilo que você irá consumir, os produtos que comprará, os ideais em que acreditará e até mesmo, na instância mais dramática do fenômeno do aprisionamento digital, os políticos em quem irá votar, o que representa hoje, em suma, a crise da própria democracia.

Neste artigo, discutiremos a noção de Infocracia como apresentada pelo filósofo e ensaísta austro-coreano Byung-Chul Han. Importa-nos aqui, compreender o fenômeno dos presídios digitais do Regime de Informação e como o controle psicopolítico se manifesta como dimensão do poder infocrático.

1 A SOCIEDADE DA TRANSPARÊNCIA E O CONTROLE PSICOPOLÍTICO DO PENSAMENTO

O medo da não-informação é o combustível que impulsiona a Sociedade da Transparência e acirra o controle psicopolítico. A síndrome de FoMO (*Fear of Missing Out*), ou o medo de estar de fora, é o que produz a necessidade de abastecer-se com um volume cada vez maior e imponderável de dados e informações para aplacar a sensação de não estar a par do que está ocorrendo no entorno. De forma muito recorrente, a noção de que saber é poder é repercutida seja nos veículos de mídia, seja no ciberespaço. Esse é o mote da Era da Informação. É também a arma discursiva empregada para produzir controle. Você é o quanto você sabe, e seria pedestre afirmar o quanto está embricada nesse discurso a noção da informação como produto. Trata-se da mesma abordagem largamente empregada por *coaches* de marketing digital que vendem estratégias para a comercialização de cursos *online*. Não é incomum ouvi-los afirmar que qualquer indivíduo pode vender um curso de qualquer assunto, mesmo que, de fato, não conheça nada sobre ele. Não basta apenas, no Regime de Informação, consumir informação, mas também produzi-la e principalmente autoproduzir-se através da criação de informação.

A ideia de que tudo deve ser visível e compartilhado é, para Han, o que define as bases da Sociedade da Transparência. Para Han, a transparência pode levar à vigilância e ao controle, pois torna todos os aspectos de nossas vidas abertos para análise e julgamento. Além disso, a transparência pode levar à homogeneização, pois, quando tudo é visível e comparável, as pessoas tendem a se conformar com as normas sociais, resultando na perda de individualidade.

O que está em jogo, contudo, é o estabelecimento do controle através da vigilância. Num tempo em que todos podem ser *influencers*, produz-se, na verdade, uma falsa percepção de poder, que reside não nas mãos destes, mas nas próprias redes e no próprio mecanismo de controle. Em um domínio difuso como o cibernético, a dinâmica das influências é variável e suscetível à própria dimensão da informação. A transparência induz o indivíduo a se pôr em visibilidade para, logo após, à menor contrariedade, puni-lo. O indivíduo que se autoproduziu como *influencer*, ao menor dissabor provocado no outro, poderá ser condenado ao cancelamento, à exclusão. O Regime de Informação produz, assim, a uberização da democracia, quando a oposição passa a poder ser silenciada por meio do botão de *dislike*, do *block*, e do *link* de “denunciar conteúdo”. A rejeição em massa do outro alimenta, por sua vez, o

algoritmo, a quem caberá o papel do verdugo que eliminará o indivíduo, lançando-o para fora da rede, através da conta bloqueada, da suspensão e, principalmente, da desmonetização do conteúdo do suposto *influencer*. O corte do poder de influência é, dessa forma, também econômico. O balizamento do poder nas redes é dado, não por quem produz a informação, mas por aqueles que definem o quanto aquela informação é ou não tolerável pelo coletivo. A Sociedade da Transparência, dessa maneira, cria a percepção da liberdade, justamente ao produzir a ilusão da democracia através da possibilidade de seleção de conteúdo, – da calibragem do algoritmo. Queremos que o *feed* do Instagram tenha a nossa cara, que a *for you* do TikTok traga os *tiktokers* com os quais concordamos, podemos inclusive denunciar como “abominável” algum conteúdo que nos seja acidentalmente sugerido pelo YouTube e que não reflita nossa forma de pensar e de ver o mundo. Temos o poder censor que nos parece inofensivo no olhar microfocado, mas que coletivamente produz o poder da exclusão definitiva do outro. No micro trata-se apenas da calibragem do algoritmo para que, à luz do *microtargeting*, possa nos oferecer conteúdo que iremos *curtir*, e em troca nos oferecer produtos que estaremos mais inclinados a consumir; mas, no macro, revela a dimensão do poder punitivista do coletivo, do linchamento digital (ou até mesmo físico e real, em casos trágicos e não mais tão incomuns), reproduzidos na figura do cancelamento. Não queremos apenas nos limitar a clicar no *dislike*, no *unfollow* e no *block*, queremos a punição daqueles com quem não concordamos, queremos que sejam presos do lado de fora do lugar onde, em verdade, nós é que estamos aprisionados. A rede social *Orkut*, em seus primórdios, nos anos finais da década de 2000, definia de forma pictórica essa noção, ao substituir o avatar de seus usuários punidos por uma imagem de um indivíduo atrás das grades. Esses indivíduos, então, se viam impedidos de *curtir*, comentar ou compartilhar conteúdo naquela rede, ou seja, se encontravam cerceados da possibilidade de voto, de voz e de participação na rede. Qualquer poder seu de influência havia sido subtraído como punição. É assim que podemos definir o poder que é efetivamente associado às figuras a quem se evoca o epíteto de *influencers* nas redes e questionar o alcance real do seu poder de influência, quando a mera contrariedade do coletivo bastará para esvaziar tal poder. É o que, de acordo com o próprio Han, pode ser compreendido como a percepção de que o “espaço da internet, sobretudo, não é unilateral, o que leva a um aumento radical da contingência. Além disso, é apropriado diferenciar poder e influência. Um poder que não possa exercer influência claramente não é um poder” (HAN, 2019. p. 141,142).

Em se tratando do poder de influenciar, vemos este sendo empregado de maneira organizada na rede quando analisamos o seu uso político à luz da comunicação estratégica. Na história da Internet, o fenômeno visto através das ações do Exército Zapatista de Liberação Nacional, em meados dos anos 90 do século XX, demonstra a capacidade do emprego da informação como arma para, de maneira estratégica, produzir a alteração do balanço do poder na natural assimetria entre atores estatais e não-estatais. Embora a Sociedade da Informação denegue a possibilidade da revolução, a figura do Comandante Marcos, líder da EZLN, contraria essa denegação ao produzir informação para fora do território mexicano, para atores políticos capazes

de repercutir essa informação de maneira estratégica e, assim, produzir força capaz de subjugar o poder estatal daquele país. A primeira guerra cibernética que se tem notícia, então, operou, a partir do domínio cibernético para dentro do sexto domínio operacional, o domínio do psicológico, produzindo transparência, vigilância e controle de fora para dentro. Como afirmam Franchi e Vichi:

The EZLN was the first guerrilla force to use the internet in a systematic way to publicise its written materials and to create space for debates in which the movement itself was the central theme. The widespread use of a worldwide computer network to link the Zapatista movement to Mexican and international public opinion provided significant support for the EZLN (FRANCHI, VICHI, 2018. p. 134).

O controle psicopolítico das redes não se difere do poder de influência da cibernautia quando se utiliza da tentativa do controle da narrativa para estabelecer a necessidade da constante vigilância. A própria instância do “combate às *fake news*” pode resultar na vacuidade do factual à medida em que a própria Sociedade de Mídia, por sua natureza corporativa, seleciona a relevância daquilo que é considerado factual de acordo com suas próprias políticas editoriais. A seleção do relevante é, por isso, a seleção do que é vigiável, do que precisa ser submetido a controle para manutenção do poder. Não se faz *fact-checking* do que não é relevante, do que não ameaça a hegemonia dos canais evocados como veículos oficiais (ou profissionais) de informação. Assim, asseguram a manutenção do poder de influenciar e, portanto, do poder de controlar. O poder atribuído às mídias, às redes e às militâncias digitais, dessa forma, se assemelha ao sistema Panóptico de Bentham abordado por Foucault. A constante vigilância individual, com objetivo de controle estabelecido por meio de um sistema de recompensas e punições é característica compartilhada igualmente pelos conglomerados de mídia, ao controlarem o que é relevante de ser veiculado, e que vai desde as últimas notícias da pandemia até a celebridade que atravessa o calçadão; passando pelos termos de uso das redes que limitam o alcance do conteúdo dos influenciadores que contrariam suas posições³, até as militâncias digitais, seja do campo da direita ou dos “coletivos tribais identitários [que] denegam todo e qualquer discurso, todo e qualquer diálogo” (HAN, 2022(b). p. 59). “O esquema panóptico é um intensificador para qualquer aparelho de poder: assegura sua economia (em material, em pessoal, em tempo); assegura sua eficácia por seu caráter preventivo, seu funcionamento contínuo e seus mecanismos automáticos. É uma maneira de obter poder” (FOUCAULT, 2008. p. 170).

No contraponto da punição e do castigo há a recompensa, vendida na figura da liberdade. A noção de liberdade promovida pelas redes está associada à permissão de

³ Como visto em abril de 2023, no episódio da proposta de legislação para a regulação das redes sociais quando usuários denunciaram que suas postagens favoráveis à regulação tiveram seu alcance reduzido ou até mesmo foram excluídas para redes e que as próprias redes, como Google e Telegram, utilizaram sua infraestrutura de comunicação para disparar para seus usuários conteúdos contrários à regulação.

postar e curtir, compartilhar dentro do espaço da rede⁴. Ou seja, dentro da própria noção de existir no interior da virtualidade. Essa permissão, em primeira instância, é obtida após a aceitação dos Termos de Uso da Plataforma. Documento que opera à guisa de um escrito sagrado, imponderável posto que nunca lido. O botão de aceitação dos termos está sempre mais facilmente acessível do que o link para a leitura dos mesmos. No entanto, se a leitura não é convidativa, *a priori*, haja vista que o usuário deseja e anseia fortemente estar inserido no espaço situado após a tela de *login*, a sua leitura é sempre propagada como algo desnecessário, embora se saiba que a qualquer momento poderá ser usada contra o usuário. À menor contrariedade da rede, sua liberdade dentro dela será cassada sob alegação de violação dos Termos de Uso, uma transposição da noção cristã de pecado para a dimensão cibernética, onde quem se comporta pode ter acesso aos privilégios do *feed* ou da *timeline*, mas quem ousa profanar suas regras será condenado ao inferno da existência *off-line*. Portanto, na Sociedade da Transparência, a liberdade simboliza quem está dentro, e a prisão é retratada na figura daquele que é retido do lado de fora das redes. Essa sacralidade das redes é vista por Han na figura do que chama de “eucaristia digital”, em que os *followers* operam à guisa dos seguidores, a rotina das influências ocupam o lugar da liturgia e onde o “like é amém” e o consumo, redenção⁵. Han defende que a protocolização total é o que garante o caminho para o controle psicopolítico do comportamento, ao mesmo tempo em que permite que nos imaginemos com liberdade. O ambiente excluído do outro, onde todos os aderentes aos termos de uso compartilham entre si das mesmas informações concordantes é o cenário da liberdade em que não há incertezas, não há contrariedades. No entanto, Shoshana Zuboff em seu “Capitalismo de Vigilância” declara que:

Simplificando: não há liberdade sem incerteza. [...] Então estabeleçamos o que irá nos guiar. Incerteza não é caos, e sim o hábitat necessário do tempo presente. [...] Na ausência dessa liberdade, o futuro desmorona num presente infinito de mero comportamento, no qual não pode haver sujeitos nem projetos: apenas objetos (ZUBOFF, 2021. p. 373, 377).

As redes não impõem seus termos de uso, nem mesmo forçam que seus usuários a conheçam ou a recitem. Deixa os seus usuários livres para agirem, embora assombrados pelo fantasma da punição, a ameaça inquisitorial medieval ressuscitada nos domínios digitais. Como afirma Han, “no Regime de Informação neoliberal, a dominação se dá como liberdade, comunicação e *Community*, comunidade”⁶. O poder de influenciar é, no entanto, regulado pelos próprios termos de uso na rede, que impedem movimentações que possam produzir alterações indesejadas ao modelo de controle psicopolítico, – “O Like exclui toda revolução”⁷. Não é incomum ver

⁴ Han (2022b), p. 19.

⁵ Han (2022b), p.19.

⁶ Han (2022b), p.17.

⁷ Han, (2022b), p.17.

influencers comentando em seus conteúdos que não podem dizer isso ou aquilo sob risco de perder o alcance de suas postagens, ou que não podem usar determinados termos, banidos pela rede, ainda que em causas de interesse público, como o combate ao *bullying* ou ao suicídio, por medo de serem penalizados e serem trancados do lado de fora das zonas de inserção da manifestação do poder de influência. Não há castigo maior do que se tornado alguém incapaz de influenciar.

2 A PRISÃO DIGITAL INFORMACIONAL

Em “*Infocracia: digitalização e a crise da democracia*”, Han declara que o “presídio digital é transparente” na medida em que as pessoas estão aprisionadas na informação, ao se comunicarem e ao produzirem informação⁸. Dentro dessa perspectiva, podemos depreender que o indivíduo se aprisiona na busca de encontrar no coletivo a reverberação de seus próprios valores, de sua própria ideologia. Esse fenômeno parece natural à medida em que pode ser detectado em outros segmentos, como a passagem da primeira infância à idade escolar, o ingresso no mercado de trabalho, a escolha da carreira e até mesmo as filiações culturais, filosóficas e religiosas escolhidas pelo indivíduo. O auto encarceramento em sistemas fechados é antes de tudo algo inerente à própria natureza humana, conforme traz Gilles Deleuze ao afirmar que “o indivíduo não cessa de passar de um espaço fechado a outro, cada um com suas leis: primeiro a família, depois a escola [...], eventualmente a prisão, que é o meio de confinamento por excelência” (DELEUZE, 2013. p. 223).

O fim do discurso promovido pela desaparecimento do outro, fruto do processo de exclusão próprio da Sociedade da Transparência, acirra a percepção do aprisionamento. A ausência do outro age na promoção do eu. No momento em que não há mais espaço para o contraditório, o ambiente das redes se torna o palco ideal para a divulgação da própria voz que soará consonante a todas as demais vozes. O mais importante dessa dinâmica, contudo, não será mais a audição das outras vozes, mesmo que consonantes, mas somente da própria voz. Desta forma, “os espaços discursivos ficam cada vez mais recalcados por câmaras de eco, nas quais eu escuto, sobretudo, a mim mesmo falar”⁹. Entretanto, esse estado de reclusão no eu não é diferente do encontrado em instâncias como a religião, partidos políticos e organizações culturais. Como depreende Michiko Kakutani em “*A morte da verdade*”:

[...] está claro que as paredes das nossas bolhas políticas só ganharam corpo; o isolamento acústico das nossas câmaras de eco ficou muito mais espesso. Antes mesmo de sermos encerrados em bolhas com filtros impenetráveis pelos *feeds* de notícias do Facebook e pela busca do Google, já vivíamos em comunidades cada vez mais segredadas em termos de política, cultura, geografia e estilo de vida (KAKUTANI, 2018. p.131).

⁸ Han (2022b), p.14-15.

⁹ Han (2022b), p. 52.

Se as instâncias de confinamento no digital não são exatamente uma novidade, o mesmo não pode ser dito dos modos de controle. O que distancia o modo de aprisionamento das redes em comparação ao aprisionamento passivo das mídias, e dos modelos de controle da religião, do trabalho e da próprio sistema legal, em sua última dimensão, é que ela se produz não mais por uma influência meramente externa, mas por aquilo que Han denomina de *looping-do-eu* permanente, criado pela noção de que “quanto mais tempo eu ficar na Internet, mas minha *Filter Bubble* é preenchida com informações que eu curto e que corroboram minhas convicções”¹⁰. Os *cookies* aqui são os agentes calibradores que definirão o comportamento do algoritmo no processo de controle psicopolítico do pensamento, como afirma Deleuze:

Ao passo que os diferentes modos de controle, os controlatos, são variações inseparáveis, formando um sistema de geometria variável cuja linguagem é digital (o que não quer dizer necessariamente binária). Os confinamentos são moldes, distintas moldagens, mas os controles são uma modulação, como uma moldagem autodeformante que mudasse continuamente, a cada instante, ou como uma peneira cujas malhas mudassem de um ponto a outro (DELEUZE, 2013, p. 225).

Temos, assim, a dimensão criada pelo próprio Panóptico no qual o indivíduo encarcerado é controlado por balizas definidas pelas suas próprias preferências. Os seus grilhões são o somatório das informações coletadas a partir das curtidas e dos *shares*, dos compartilhamentos. Ninguém compartilha aquilo com o qual discorda, a não ser que seja para denunciar, e, aqui, o processo de denúncia também opera à guisa de autopromoção. Denuncio aquilo que não concordo para atrair a atenção daqueles que convergem com o que eu mesmo penso. O denunciar se torna, portanto, ferramenta de propaganda, produzindo informação que, por sua vez, também abastecerá o processo de controle psicopolítico. O somatório dessa massa de informações compostas por *likes*, *dislikes* e *shares* é o que se tornará a matéria prima do cérebro condutor do Regime de Informação – a *Big Data*.

3 BIG DATA, DATA MINING, A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E A DOMINAÇÃO IMPIEDOSA DA INFORMAÇÃO

O volume imponderável de informação não é somente um fenômeno constatável no *front-end* das redes, mas uma consequência do próprio Regime de Informação frente à complexidade da sociedade do século XXI. O resultado final do processo de coleta dos *cookies* aceitos por cada indivíduo, somado ao próprio processo de criação de conteúdo por parte dos usuários e os entrecruzamentos realizados por *Data Mining* e pelos mecanismos de *Machine Learning* produzem uma massa informacional de capacidade sobre-humana de processamento. Todavia, não se trata de informação

¹⁰ Han (2022b), p. 54.

produzida para alimentar os cidadãos digitais imersos na Sociedade da Informação, mas, para alimentar a própria vigilância que opera o controle psicopolítico. É uma ditadura da máquina. Han afirma que “a *Big Data* e a Inteligência Artificial levam o regime de informação a um lugar que é capaz de influenciar nosso comportamento num nível que fica embaixo do limiar da consciência”¹¹. A essa massa informacional mal podemos distinguir dados e informações, considerando que todas elas se tornam, em sua última instância, matéria prima para o controle. No entanto, essa massa informacional possui a capacidade de atingir camadas profundas da psicologia do indivíduo, daí onde encontramos a contenda entre o factual e às *fake news*, a relação entre verdade e pós-verdade e entre opinião e saber. Nesse nível massificado de informação, inexistente comunicação, não sobrevive mais o discurso, pois como esclarece Han:

A massa de informação não produz por si mesma nenhuma verdade. [...] Quanto mais informação é liberada, mais o mundo se torna não abrangível, fantasmagórico. A partir de um determinado ponto, a informação não é mais informativa, mas sim deformadora, e a comunicação não é mais comunicativa, mas sim cumulativa (HAN, 2018a, p.113).

É justamente facilitado pela disformidade da massa informacional que os atores com diferentes níveis de poder de influência dentro da rede podem se locomover no tabuleiro discursivo, ou como Bakhtin definiria, na Arena da Palavra, para promover seus mecanismos de influência, exatamente da forma como Han definira ao dizer que um poder sem capacidade de influência não é um poder. Figuras como *coaches*, *influencers* políticos, profissionais de *social media* e *copywriters* deslindam os mecanismos pelos quais podem controlar narrativas para a consecução de seus objetivos. Como traz van Dijk:

Para exercer esse controle social sobre os outros, entretanto, os atores sociais precisam satisfazer critérios pessoais e sociais que os permitem influenciar outros, em primeiro lugar. [...] As condições sociais de controle manipulador portanto, precisam ser formuladas – pelo menos no nível macro de análise – em termos de pertença de grupos, posição institucional, profissão, recursos simbólicos ou materiais e outros fatores que definem o poder dos grupos e de seus membros. [...] Nós observamos que a manipulação é uma das práticas sociais discursivas de grupos dominantes que servem à reprodução do seu poder. Esses grupos dominantes podem fazer isso também de várias (outras) formas, por exemplo, através da persuasão, fornecendo informações, educação, instrução outras práticas sociais que objetivam influenciar o conhecimento, as crenças e (indiretamente) as ações dos receptores (VAN DIJK, 2008, p. 236-237).

¹¹ Han (2022b), p. 23.

Os gatilhos mentais, termo usado por profissionais da área do marketing digital, tornaram-se assim as ferramentas para sintonizar-se ao próprio controle psicopolítico e, em consonância com suas dinâmicas, produzir a capacidade de influenciar e determinar comportamentos e pensamentos. Noções como urgência, escassez, exclusividade e autoridade tornaram-se os sacramentos que povoam a liturgia dos *influencers* na promoção de seus próprios produtos e do produto maior, eles mesmos. A informação produzida por esses gatilhos é alimentada pela própria informação deixada pelas *footprints* dos usuários. O simples clique em um produto em um site de *e-commerce* é o suficiente para disparar em poucos instantes uma mensagem enviada por e-mail para “recuperação de carrinho”, ou seja, para incitar o usuário a retornar àquela loja *online* e adquirir aquele produto feito exclusivamente para ele, do qual existem poucas unidades, que ele precisa para ontem e que é produzida pelo mais competente fabricante. Nessa dinâmica, a propaganda não é mais deixada no caminho para ser absorvida pelo inconsciente do passante numa rua, no caso de um *outdoor*, ou do telespectador que não consegue escapar à propaganda ao qual é passivamente submetido durante o telejornal, mas esta o persegue indo em sua direção, não mais aguardando que ele chegue sozinho até ela. É a forma encontrada para burlar as restrições oligopolistas do mercado, não mais esperando que o usuário tome a decisão pelo consumo, mas decidindo por ele. Como Habermas deslinda:

The flooding of the public sphere with advertising publications is not explained by the liberalization of the market, although business advertising in the old style arose just about simultaneously with it. The incomparably greater efforts of scientifically directed marketing became necessary only as the degree of oligopolistic restriction of the market increased. [...] The decreasing transparency of the market, usually regarded as the motive for expanded advertising, is in good part actually just the opposite, that is, its consequence (HABERMAS, 1991. p. 189).

Nesse ponto, as estratégias de marketing operam no Regime de Informação de forma não transparente, ainda que dentro da Sociedade da Transparência, pois, como Han afirma: “a sala de máquinas da transparência é escura”¹².

Por trás dessa sala de máquinas encontra-se a Inteligência Artificial, talvez, ainda de acordo com Han, a única dentro da Sociedade da Transparência capaz do ouvir atento. Esta, por fim, opera sozinha não apenas como a vigia que define qual imagem é adequada para ser postada no Instagram, mas incapaz de distinguir uma imagem pornográfica e o David de Michelangelo, mas é ela também a definidora do que é verdade.

Sua seleção não se opera nos critérios daquilo que é relevante aos olhos dos veículos de mídia, mas dentro daquilo que é relevante a partir dos seus próprios critérios de ranqueamento nos motores de busca. O Regime de Informação aqui não se preocupa mais com a verdade, nem mesmo com a checagem do fato, mas define o que

¹² Habermas (1991), p. 16.

é verdadeiro através dos critérios do SEO (*Search Engine Optimization*). Plataformas de Inteligência Artificial como o ChatGPT da OpenAI, Bing da Microsoft e Bard do Google produzem sozinhos textos calibrados de acordo com o SEO, favorecendo que informações alcancem alto nível de ranqueamento independente de seu conteúdo. Daí o receio de que se agrave o quadro atual em relação à disseminação de desinformações produzidas com auxílio das ferramentas de Inteligência Artificial, mais um desafio à sobrevivência da Verdade.

4 O CANCELAMENTO DA VERDADE

Nas doutrinas militares não é incomum se ouvir o dito de que durante a guerra a verdade é a primeira baixa. Entretanto, podemos afirmar que em momentos críticos para a humanidade, incluindo aí a própria guerra, mas não apenas nela, a verdade também se enquadra na contagem dos primeiros mortos. A pandemia demonstrou esse fenômeno através do que o próprio Han cita, na fala do diretor geral da Organização Mundial da Saúde (OMS), Tedros Adhanom: "Não estamos combatendo apenas uma epidemia, estamos combatendo uma 'infodemia'"¹³. Nesse quadro infodêmico, figuras como Donald Trump, nos EUA e Jair Bolsonaro no Brasil performaram o protagonismo de disseminação da desinformação que desafiou a própria maneira como os Estados lidam com a informação. Ainda que se saiba que

"Every government lies. Here and everywhere". Information produced by governments and political institutions of governmental or party bias has as priority its own interests and agendas. Howsoever, is a big risk for communication operators, like journalists, to be tangled by first-hand information offered by official government channels and consequently to reverberate information that are not totally correct or even completely false (VICHÍ, 2022. p. 1).

O processo de cancelamento da verdade promovido pela figura do Estado não é mais do que a manifestação de sua própria agenda de controle psicopolítico. A desinformação estatal é a estratégia pela qual este pode exercer a vigilância, na medida em que pode localizar facilmente, pelo discurso, seus opositores e atuar contra esses. O cancelamento da verdade produzido por figuras como Trump e Bolsonaro, tornou-se o *shiboleth* capaz de alimentar, no domínio cibernético, suas massas de seguidores no sentido de permitir que esses detectem oponentes, candidatos à exclusão pelo Regime de Informação que se opera no campo da direita, como afirma Han:

A vigilância digital é mais eficiente porque é aperspectivista. Ela é livre de limitações perspectivistas que são características da óptica analógica. A óptica digital possibilita a vigilância a partir de qualquer ângulo. Assim, elimina pontos cegos. Em contraste com a óptica analógica e perspectivista, a óptica digital pode espiar até a psique (HAN, 2018. p. 78).

¹³ Han (2022b), p. 34.

Na sua dimensão digital, Trump e Bolsonaro puseram a teste a noção foucaultiana de “verdadeira democracia”, guiada pela liberdade de se expressar, a *isegoria* e pelo ato de dizer a verdade, a *parrhesia*¹⁴.

5 A UBERIZAÇÃO DA VERDADE

Mais do que o fenômeno do cancelamento da verdade, ou seja, de sua própria exclusão de dentro da Sociedade da Transparência, o que se depreende é a tendência à sua uberização. Não basta banalizar a verdade, removendo dela a racionalidade e introjetando na informação a opinião, é necessário atacá-la, taxá-la com o *dislike*, avaliando-a negativamente e bloqueando, assim, a possibilidade de seu compartilhamento. Como Charaudeau afirma, o processo não é muito distante ao próprio fenômeno religioso, em especial o inquisitorial.

A crença cega em certas ideias, a fé em uma religião e os preconceitos incondicionais levam alguns a encontrar um inimigo para denunciar e, ao mesmo tempo, apoiar quem poderá entregá-los (CHARAUDEAU, 2022. p. 144.).

Aqui a verdade é enquadrada na função de combustível das teorias de conspiração, instância na qual a crença e a opinião exercem um papel mais importante que o raciocínio e a reflexão. É, no entanto, difícil definir se seus operadores o fazem de boa-fé, qual inquisidor tomado por genuíno fervor religioso, ou de forma premeditada, sabendo que o que repercutem contraria o racional. E prossegue Charaudeau:

Os transmissores das contraverdades, quando não agem por convicção [...] justificam-se dizendo que não escondem a verdade, que dizem o que realmente é e que não têm nada a lucrar revelando o que os outros escondem, especialmente aqueles que têm o poder (CHARAUDEAU, 2022. p. 159).

Han admite essa possibilidade, ao abordar a noção de “*Bullshitter*” proposta pelo filósofo estadunidense Harry Frankfurt, e conclui que “quem fala merda não se opõe à verdade”¹⁵. Define-se então uma dicotomia entre a *isegoria* e a *parrhesia* na atual crise da Democracia, em que a liberdade de se expressar abarca a liberdade de opinar “falando merda”, ou, para usar a alegoria dos antigos egípcios, “trazendo para fora o conteúdo de seu próprio ventre”, figura empregada para definir o discurso não racional, produzido unicamente pelas emoções¹⁶. Portanto, o que se constata é que esse dualismo se fundamenta unicamente entre o confronto entre o saber e a opinião, esta

¹⁴ Han (2018), p.100.

¹⁵ Charaudeau (2016), p.85.

¹⁶ Para os antigos egípcios a sede das emoções estava localizada nos intestinos e não no coração.

última carreadora das manifestações emotivas do indivíduo, como acrescenta Charaudeau:

Mas não se deve ocultar que o problema colocado por esse gênero de democracia é o do confronto entre um saber *expert* e um saber de *opinião*. O primeiro [...] é oriundo de uma conjunção entre um conhecimento aprofundado do domínio político adquirido através dos estudos [...] e [...] de uma prática da coisa política [...]. O segundo, o saber de opinião, como vimos, se pode ter uma parte de racional, está sob a influência da emoção e do imediatismo (CHARAUDEAU, 2016. p. 179).

E aqui a relação do saber com a opinião e a verdade, em especial no que tange à política, é o que determina a crise da democracia dentro da Sociedade da Informação. Em um Regime de Informação, “a crise da verdade é sempre uma crise da sociedade” e “apenas a infocracia se sustenta sem verdade”¹⁷.

CONCLUSÃO

A noção de Infocracia proposta por Byung-Chul Han desvela a dimensão formada entre o aprisionamento dos indivíduos dentro do Regime de Informação e o controle psicopolítico exercido pelas redes. No próprio fenômeno de movimentação por dentro de instâncias de reclusão – família, escola, trabalho, prisão –, as redes sociais se protraem como instrumento de aprisionamento digital. A transparência se torna, nessa reclusão, o mecanismo que desvela indivíduos alimentando o *Big Data* e permitindo a ampliação da vigilância e do controle de forma autônoma, por meio de mecanismos como a Inteligência Artificial e o *Machine Learning*; recompensando os aderentes com a sensação da liberdade percebida pela possibilidade de se manifestar dentro das redes, curtindo e compartilhando informação, e punindo as vozes dissonantes através da exclusão. O apagamento do outro silencia o discurso e cancela a verdade. E sem o discurso e a verdade, se deleta a democracia.

77

REFERÊNCIAS

- CHARAUDEAU, Patrick. *A conquista da opinião pública: como o discurso manipula as escolhas políticas*. São Paulo: Editora Contexto, 2016.
- _____. *A manipulação da verdade: do triunfo da negação, às sombras da pós-verdade*. São Paulo: Editora Contexto, 2022.
- DELEUZE, Gilles. *Conversações*. 3ª Edição. São Paulo: Editora 34, 2013.
- FOUCAULT, Michael. *Vigiar e punir*. 35ª ed. Petrópolis: Vozes, 2008.
- FRANCHI, Tássio; VICHI, Leonardo. *The beginning of warfare on the internet: Zapatista strategic communications*. In. *Defense Strategic Communications*, 6, 2018, p.123-154
- HABERMAS, Jürgen. *The structural transformation of the public sphere: an inquiry into a category of bourgeois society*. Massachusetts: MIT Press, 1991.

¹⁷ Charaudeau (2016), p. 97 e 100.

HAN, Byung-Chul. *A expulsão do outro: sociedade, percepção e comunicação hoje*. Petrópolis: Editora Vozes, 2022a.

_____. *Infocracia: digitalização e a crise da democracia*. Petrópolis: Vozes, 2022b.

_____. *No exame: perspectivas do digital*. Petrópolis: Vozes, 2018a.

_____. *O que é poder*. Petrópolis: Vozes, 2019.

_____. *Sociedade da transparência*. Petrópolis: Vozes, 2016.

_____. *Psicopolítica: o neoliberalismo e as novas técnicas de poder*. Belo Horizonte: Âyiné, 2018b.

KAKUTANI, Michiko. *A morte da verdade: notas sobre a mentira na era Trump*. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2018.

NYE, Joseph, *O Futuro do Poder*. São Paulo: Benvirá, 2011.

VICHI, Leonardo. *Cyberdeterrence as policy for democracy defense*. In. *IA Policy Brief Series*, 1(1), 1–3.

<https://doi.org/10.5281/zenodo.5829466>

VAN DIJK, Teun A. *Discurso e poder*. São Paulo: Editora Contexto, 2008.

ZUBOFF, Shoshana. *Capitalismo de Vigilância: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder*. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2021.

Submetido: 7 de junho de 2023

Aceito: 7 de julho de 2023