VI ComCult 08 e 09/11
VÍNCULOS, REDES E AMBIENTES
VI CONGRESSO INTERNACIONAL DE COMUNICAÇÃO E CULTURA

VICIADOS EM SMARTPHONES: CONEXÕES QUE NOS ENCLAUSURAM [1]

SMARTPHONES ADDICTED: CONNECTIONS THAT LOCK US IN

Márcia Siqueira Costa Marques e Maria Carolina Garcia[2]

Resumo
Este artigo trata da gula imagética, ou seja, do apelo viciante que a profusão de imagens difundidas nas mídias sociais digitais desencadeia no usuário e suas consequências para a domesticação e eventual fragilidade dos sentidos humanos. Para tanto, o estudo considera as percepções acerca da imagem nas novas mídias presentes nos trabalhos de Alter (2017), Qualman (2011), Flusser (2008), Santaella (2004), McLuhan (2007) e Harari (2018), por meio de revisão bibliográfica e estudo de caso concentrado especialmente no uso do *smartphone*. Como resultado, nota-se que a proliferação exarcebada de imagens digitais não apenas gera fadiga visual, como orquestra o enfado diante dessa multiplicação sem fim.

Palavras-chave: Imagem. Gula. Mídias Sociais Digitais.

Abstract
This article discusses imagistic gluttony, that is, the vicious appeal that the excess of images spread on digital social media fuels on users, as well as their consequences to the domestication and eventual fragility of human senses. In order to do so, it considers the perceptions on images and new media present in the work of Alter (2017), Qualman (2011), Flusser (2008), Santaella (2004), McLuhan (2007) e Harari (2018), through bibliographic review and the smartphone case study. As a result, it verifies that the image proliferation not only generates visual stress, but also orchestrates numbness due to such endless multiplication.

Keywords: Image. Gluttony. Digital Social Media.

---

[1] Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Vínculo e Corpo na Comunicação, do VI ComCult, Universidade Paulista , Campus Paraíso, São Paulo – Brasil, 08 a 09 de novembro de 2018.

[2] Márcia Siqueira Costa Marques é Doutora em Comunicação pela PUC-SP. Professora de graduação e pós-graduação no curso de Design e de Mídias Sociais Digitais no Centro Universitário Belas Artes em São Paulo. Líder do grupo Design e Convergência no CNPq.marciasiqueira253@gmail.com
Maria Carolina Garcia é Doutora em Comunicação pela PUC-SP. Diretora de Internacionalização, coordenadora da graduação em Mídias Sociais Digitais, professora do Mestrado profissionalizante do de curso de Arquitetura no Centro Universitário Belas Artes em São Paulo. Líder do grupo Design e Convergência no CNPq. maria.garcia@belasartes.br .

Introdução

Um estudo do jornal britânico *The Telegraph*[3], ainda em 2011, com estudantes de 12 universidades de 10 países, incluindo a Grã-Bretanha, onde circula o periódico, traz a informação de que quatro em cada cinco estudantes tiveram desconforto físico, mental, pânico, confusão e isolamento extremo quando forçados a se desligar da tecnologia por um dia inteiro e que a maioria dos mil estudantes entrevistados admitiu estar viciada em tecnologias como *smartphones, laptops*, bem como em redes sociais como o Facebook e o Twitter. Eles também foram incapazes de evitar seus aparelhos eletrônicos voluntariamente por um dia inteiro, como conclui a pesquisa.

Segundo a mesma pesquisa, uma estudante americana, não identificada, admitiu que seu desejo de estar conectada e desfrutando da tecnologia era semelhante à "comichão" de um drogado que é viciado em crack. Outros alunos descreveram que sentiram ansiedade e até depressão de ter que largar seus dispositivos, mesmo que por um curto período.

No vídeo *Socialnomics 2018*[4], de Eric Qualman, autor do livro *Socialnomics* (2011) (em alusão ao *Economics*), há uma informação de que nossa a capacidade de atenção e pensamento lógico para associar imagens e ideias se fixa em 7 segundos – em contraposição a um peixinho dourado que tem 8 segundos de atenção. O autor também afirma que mais pessoas possuem dispositivos móveis do que escovas de dente e que 53% dos Millenials (A geração Y que também é chamada geração do milênio, geração da internet, ou somente Millennials) prefeririam ficar sem seu olfato a perder seus aparatos tecnológicos.

O que leva mais da metade de uma geração a afirmar essa preferência? Como imaginar perder um dos cinco sentidos pode ser melhor do que perder um aparelho que permite substituição? Parece estranha tal afirmação, mas se formos examinar a nova geração "altamente conectada" por dispositivos móveis, dependentes de conexões digitais para quase tudo, talvez possamos entender uma declaração dessas.

Alter (2017) acredita que nos tornamos dependentes de nossos *smartphones* e *laptops* e analisa o mecanismo dos vícios comportamentais. Dessa forma, explica quais são os

[3] The Telegraph (2011). Student 'addiction' to technology 'similar to drug cravings', study finds. < https://www.telegraph.co.uk/technology/news/8436831/Student-addiction-to-technology-similar-to-drug-cravings-study-finds.html

[4] Socialnomics (2018). https://www.youtube.com/watch?v=2IcpwISszbQ

ingredientes para construir uma experiência viciante e assim conseguir o vício comportamental. Eles estão presentes na construção da interação de redes sociais, games e sites da internet. São: definição de metas a serem alcançadas (que sempre podem ser superadas); realimentação constante e contínua (para continuidade e acertos); progresso gradual (como fases de games); intensificação de sensações; ganchos para as próximas fases e interação social. E assim, de fase em fase, de objetivo em objetivo, passamos horas perdidos nas buscas e posts na internet. Cada vez mais, a dependência não é de drogas e sim expressada em comportamento compulsivo.

O autor acredita que o vício tecnológico, "um problema de saúde pública," deve ser encarado na trincheira doméstica. "Os pais é que têm o poder," diz. "A criança acompanha o olhar dos pais. Quer saber porque a atenção se afastou dela e não sai da tela do celular. E vai desejar a tela." Assim, crianças se iniciam no vício comportamental seguido pelos pais.

Alter (2017) explica também como fazer bom uso das tecnologias — para melhorar a maneira como nos comunicamos uns com os outros e todas as outras coisas que fazemos ao usar a internet, bem como para saber como definimos os limites entre trabalho e lazer. Ele ainda busca esclarecer como aliviar os efeitos mais nocivos desse uso "viciante" em termos de bem-estar e saúde. Uma recomendação feita por Alter se refere à arquitetura do comportamento. "Como um arquiteto projeta uma casa, nós podemos projetar a distribuição da tecnologia no nosso ambiente," sugere. "Podemos deixar os celulares mudos numa gaveta durante as refeições", mas quem deixa de lado sua *janela para o mundo*?

Smartphones

Em janeiro de 2017, a Apple comemorou dez anos de seu telefone celular: o Iphone, modelo que mudou o significado da palavra *smartphone* para o mercado, pois possibilitou que pessoas comuns criassem, distribuíssem e vendessem aplicativos de maneira global e simples, e permitiu o acesso móvel à internet, de uma maneira até então inimaginável. É uma mudança significativa ter um *smartphone* ao alcance dos dedos durante o dia todo.

Em abril de 2016, o governo brasileiro publica resultados de pesquisa sobre a utilização de Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) na qual constava que, pela primeira vez, o acesso à internet por meio do telefone celular ultrapassou os computadores no País. De 2013 para 2014, entre os domicílios que acessaram a internet por celular saltou de

53,6% para 80,4%. A presença da banda larga móvel (celular) pulou de 43,5% para 62,8% dos domicílios com Internet[5].

Os *smartphones* acrescentaram uma nova dimensão de uso aos aparelhos celulares, pois trouxeram a possibilidade de conexão e navegação na internet por intermédio de uma interface similar à utilizada em computadores, porém de maneira personalizada, com a escolha individualizada de aplicativos. Os principais aplicativos do *smartphone* são muitas vezes gratuitos, entre eles o Facebook, o Whatsapp, o Instagram e o Twitter, entre outros.

A comunicação mediada pela internet reúne atributos nunca vistos antes numa mídia, a digitalização, o hipertexto, a velocidade, a interatividade, entre outros, todavia o mais importante é a articulação em rede, pois isso a torna global e acessível de qualquer lugar. É por meio da comunicação que a mente humana cria vínculos em sua interação com o ambiente social e natural. Esse processo de comunicação opera segundo a estrutura, a cultura, a organização e a tecnologia de comunicação desta sociedade.

O filósofo Vilém Flusser (1985, p. 7) destaca que "o homem já não se serve mais das imagens em função do mundo, passa a viver em função destas imagens" e McLuhan (2007, p.77) apregoa que a humanidade é uma extensão de suas tecnologias e que as pessoas são servomecanismos que agem em função de artefatos tecnológicos de sua época. Ele se referia "aos meios de comunicação como extensões de nossos sentidos" [6]. Para o autor, "o mundo fica eletricamente contraído, o globo já não é mais do que uma vila" com os efeitos da luz elétrica que "acabou com o regime de noite e dia, do exterior e do interior" e que a "mensagem da luz elétrica é mudança total. É informação pura, sem qualquer conteúdo que restrinja sua força transformadora e informativa" (McLuhan, 2007, p. 71).

McLuhan (2007, p. 67) já mencionava o "cruzamento ou hibridação dos meios" e que, dessa forma, novos índices relacionais são estabelecidos "não apenas entre os nossos sentidos articulares, como também entre si, na medida em que se inter-relacionam". Ele segue articulando (p. 75) "O híbrido, ou encontro de dois meios, constitui um momento de verdade e revelação, do qual nasce a forma nova".

Dessa maneira, podemos perceber que "o rádio alterou a forma das estórias noticiosas, bem como a imagem fílmica, com o advento do sonoro. A televisão provocou mudanças drásticas na programação do rádio e na forma das radionovelas" (McLuhan, 2007, p. 72).

[5] Dados da pesquisa do IBGE http://www.brasil.gov.br/editoria/infraestrutura/2016/04/pela-primeira-vez-celulares-superaram-computadores-no-acesso-a-internet-no-pais

[6] "Os meios de comunicação como extensões do homem" para o título original do autor: *Understanding Media*.

A internet se torna o primeiro meio, no qual oralidade, textualidade e mundo imagético, coexistem, além de mesclar privado e público, individual e coletivo ao mesmo tempo.

McLuhan (207, p. 77) já antecipava que "Nesta era da eletricidade, nós mesmos nos vemos traduzidos mais e mais em termos de informação, rumo à extensão tecnológica da consciência" e, logo depois, explica que:

> Ao colocar nosso corpo físico dentro do sistema nervoso prolongado, mediante meios elétricos, nós deflagramos uma dinâmica, pela qual todas as tecnologias anteriores - meras extensões das mãos, dos pés, dos dentes e dos controles de calor do corpo, incluindo as cidades como extensão do corpo - serão traduzidas em sistemas de informação.

Para o autor (p. 78), "com os novos meios também é possível armazenar e traduzir tudo; e quanto à velocidade, não há problema. Nenhuma aceleração maior é possível aquém da barreira da luz." E ele antecipa que "tendo prolongado ou traduzido nosso sistema nervoso central em tecnologia eletromagnética, o próximo passo é transferir nossa consciência para o mundo do computador". Ele também prenunciava que ao sofrer o impacto com uma nova tecnologia "o sistema inteiro é que muda" (p. 84).

O *smartphone* carrega consigo as principais características das mídias secundárias e terciárias que lhe antecederam, fruto da convergência tecnológica. Ele funciona como um canivete suíço – que tem várias funcionalidades-, pois agrupa ferramentas que antes eram encontradas separadas. Grande parte do que se é possível fazer com o aparelho está presente nas funções ditas nativas, pois são incorporadas aos aparelhos ainda no chão de fábrica (ou ao baixar o sistema operacional dos telefones), ou seja, funções que utilizamos no cotidiano e que sequer percebemos, como tirar fotos, gravar vídeos, realizar ligações, navegar na internet, etc., já está tudo "embarcado" nos aparelhos. Além disso, os principais aplicativos do *smartphone* aqueles que se revelam como preferidos dos usuários, tais como as redes sociais digitais, também são aparentemente "gratuitos". Entre estes o Instagram, rede social que tem a tecnologia mediando muitas imagens e pouco texto, e o Facebook que é a maior rede social digital Ocidental destinada ao compartilhamento de conteúdo de todos os tipos, mas que na realidade não produz conteúdo algum e depende do conteúdo gerado pelo usuário. As informações são compartilhadas pelo usuário que também é o próprio gerador da riqueza da rede em questão – sem receber nada por essas tarefas. Além disso, sabemos que os dados de utilização dos usuários são valiosos e comercializados por essas redes. Ou seja, os usuários fazem todo o trabalho e ainda se tornam objetos à venda, nesse modelo de negócios de

comercialização da rede, na qual temos a impressão de que tudo é grátis, quando na verdade talvez o custo seja alto demais para os serviços prestados.

McLuhan (2007, p. 88) já antecipava que alugaríamos nossos "olhos, ouvidos e nervos para os interesses particulares". Quando o autor discorre sobre a Imprensa, aponta que por muito tempo as pessoas ainda imaginavam que a mídia de massa não passava de:

> [...] formas de informação pagas pelos fabricantes e usuários de bens de consumo [...] mas, à medida que a automação avança, vai ficando claro que a informação é o bem de consumo mais importante e que os produtos "sólidos" são meramente incidentais no movimento informacional (McLuhan, 2007, p. 234).

Isso porque os anunciantes pagam por tempo e espaço nos veículos de comunicação, contudo, estão comprando um pedaço da atenção do leitor/espectador. Essa atenção que os anunciantes "de bom grado pagariam diretamente ao leitor, ao ouvinte e ao telespectador, por sua preciosa atenção e por seu precioso tempo se soubessem como fazê-lo". A importância da atenção como moeda, e do papel do homem como "coletor da informação" (McLuhan, 2007, p. 318) são ressaltadas no texto que agora evoluem para o gerador de conteúdo e responsável pelo compartilhamento em suas redes.

No caso da mídia digital, os algoritmos do Facebook, Instagram, Google, entre outros, são destinados a manter o usuário conectado e atuante na rede pelo maior tempo possível. Todo nosso consumo de mídia hoje é oferecido numa atualização contínua que mantém as pessoas em constante busca e espera. Os programas destas redes e aplicativos são destinados a manter o internauta grudado na plataforma. A Netflix oferece *binge watching*, com episódios recarregados automaticamente. Já existem clinicas especializadas na reabilitação de *gamers*, que passam de fase em fase e não conseguem parar de jogar, em alguns casos perdendo muito dinheiro em apostas ou fazendo compras de itens dentro dos aplicativos - para permanecerem ativos nos jogos.

Quanto mais habitantes houver no planeta, maior será a necessidade de produtos e serviços e esse fato nos leva a uma maior e mais diversificada obrigação de busca de informação para, desse modo, preencher esses desejos e precisões de consumo.

A indústria cultural sempre dependeu de atrair nossa atenção. Mas, na era pré-digital, havia ponto final na leitura de um livro, de um jornal ou uma revista de papel. Telenovelas tinham horário marcado e ocupavam uma hora do nosso tempo livre e voltavam no dia seguinte. Havia possibilidade de paradas e continuações pré-programadas, mas os intervalos eram obrigatórios na programação.

Flusser (2015, p. 43) procura mostrar que a conectividade já estava presente nos correios, "uma conectividade em rede na qual cada pessoa é um nó de fios. Nesse nó, informações entram, são processadas e saem". Segundo esse modelo, se pensarmos em uma sociedade em rede, a capacidade de conectividade só se amplia, mas as conexões se tornam menos profundas, embora sejam mais numerosas. Ainda falando sobre a conectividade pelos correios, o autor acredita que "a identidade se perde, porque a identidade e a diferença implicam uma na outra, que a existência (*Dasein*) se torna dialógica, que o "eu" é reconhecido como aquilo a quem se diz "você"".

Nossas conexões chegam às centenas e algumas pessoas possuem milhares de "amigos" ou seguidores. Só que os vínculos são superficiais e temporários. A convergência tecnológica e a velocidade trazem a comunicação móvel em tempo real em todo o planeta. Esses meios de comunicação, já utilizados, em grande escala, como extensões protéticas do homem, são realidade na atualidade, mas é interessante pensar o que está acontecendo ao mundo em termos de comunicação. Estar no ciberespaço pode nos conectar com o mundo, mas também pode nos afastar das pessoas presentes em nossa realidade concreta. A nova lógica da desigualdade virtual gira em torno aptidão de conexão à rede (e operabilidade dessa rede) e da velocidade (de utilização, aprendizado e equipamentos *up to date*), mas os vínculos dependem de nossa interação cotidiana e constante.

Gula Imagética[7]

Muitas pessoas se tornaram obcecadas com seus e-mails, jogos e atualizações de redes sociais, e passam horas usando seus *smartphones*. De acordo com a revista Meio e Mensagem, baseada no relatório Mary Meeker 2017, as pessoas estão aumentando o tempo que passam online. Nos EUA, os adultos passaram 5,9 horas diárias no digital em 2017, 5,6 horas a mais do que o ano retrasado. Por volta de 3,3 horas foram dedicadas ao *mobile*, responsável pelo aumento geral no consumo de mídia digital[8].

Alter (2017) explica que, apesar de essas tecnologias milagrosas encurtarem as distâncias que nos separam, seu magnetismo extraordinário – e às vezes prejudicial – não é

[7] Parte deste texto foi desenvolvida em tese de doutorado de Marques, Márcia Siqueira Costa na PUC-SP, em 2012. Dados corrigidos e ampliados.
[8] Dados da Revista Meio e Mensagem (publicado originalmente na Advertising Age- EUA) http://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/2018/06/04/consumidor-compra-menos-celular-mas-passa-mais-tempo-online.html

mero acaso. As empresas que criam tais produtos se esforçam para torná-los quase impossíveis de serem deixados de lado.

Na nova forma de ordenação da sociedade da comunicação mediada telematicamente, as conexões que se impõem são marcadas basicamente pelo movimento, pela velocidade, rápido crescimento, expansão exponencial, flexibilização, divisão, multiplicação. Os efeitos desses processos de aceleração sobre todas as coisas indica a criação de espaços de interação nesse mundo. Como discorre Santaella:

> Diferentemente da cultura das mídias, que é uma cultura do disponível, a cultura do acesso, na era digital, coloca-nos os não só no seio de uma revolução técnica, mas também de uma sublevação cultural cuja propensão é se alastrar tendo em vista que a tecnologia dos computadores tende a ficar mais barata. (Santaella, 2003, p. 19).

Os novos esquemas culturais fogem dos padrões anteriores e como argumenta a autora, as pessoas não querem somente o que está "disponível", oferecido pelas mídias, os indivíduos buscam seus próprios caminhos na internet e esse fenômeno está se expandindo dia após dia com a evolução das ferramentas e o barateamento da tecnologia.

Nas mídias digitais, o leitor navega pela informação, escolhendo o que mais lhe agrada, na ordem que quiser. Ele tem, ainda, a possibilidade de comentar, questionar, compartilhar conteúdo. A não linearidade da leitura e a inexistência de mediação (ideológica ou por menus de opções) revelam uma falsa liberdade de escolha do usuário, já que pode navegar por todo tipo de informação, mas isso se restringe a menus pré-programados. Assim como para Flusser (2007, p. 54) destaca que o homem deste novo tempo é um funcionário- que é programado pelos aparelhos, ou seja, age segundo as possibilidades oferecidas por eles, mas que acredita ter liberdade, já que não consegue alcançar os limites do programa do aparelho.

Santaella (2004, p. 24) evidencia que partimos do leitor contemplativo, caracterizado como "aquele que tem diante de si objetos e signos duráveis, imóveis, localizáveis, manuseáveis: livros, pinturas, gravuras, mapas, partituras. Esse leitor não sofre, não é acossado pelas urgências do tempo". Posteriormente, tivemos/temos o leitor "movente, fragmentado" que "nasce com o advento do jornal e das multidões nos centros urbanos habitados de signos". Esse é um "leitor apressado de linguagens efêmeras, híbridas, misturadas [...] de memória curta, mas ágil". Em decorrência do abuso da quantidade de informações, é "um leitor que precisa esquecer, pelo excesso de estímulos, e na falta do tempo para retê-los. Um leitor de fragmentos, leitor de tiras de jornal e fatias de realidade" (idem, p.

29). Na atualidade, podemos perceber um novo leitor, o "leitor imersivo, que navega entre nós e conexões alineares pelas arquiteturas líquidas dos espaços virtuais" (idem, p. 31).

O leitor imersivo, virtual, segundo Santaella, é um "leitor implodido cuja subjetividade se mescla na hipersubjetividade de infinitos textos num grande caleidoscópio tridimensional onde cada novo nó e nexo pode conter outra grande rede numa outra dimensão" (Santaella, 2004, p. 33). O desenvolvimento que caracteriza o tipo de leitor é muito didático, revela um caminho interessante, mas não é linear e muito menos sereno. Neste modelo torna-se fácil visualizar esse desenvolvimento, apesar da complexidade cultural que tal percurso significa, já que implica numa mudança avassaladora.

Para Flusser (2007), é próprio do ser humano fabricar coisas, inventar ferramentas, pois o homem é um designer. Ele acredita que se quisermos investigar uma época da história humana, é preciso analisar as suas fábricas. O homem é um inventor de mundos, que constrói modelos para os fenômenos ao formatar a matéria. O autor explica que com o surgimento dos aparelhos eletrônicos se inaugura uma fase na qual o homem cria "não-coisas", isto é, informações imateriais, como as imagens da televisão e os dados armazenados nos computadores. Seu interesse se volta para essas informações e as pontas dos dedos, que pressionam uma tecla, tornam-se a parte mais importante do corpo.

"Que tipo de homem será esse que, em vez de se ocupar com coisas, irá se ocupar com informações, símbolos, códigos, sistemas e modelos?" (Flusser, 2007, p.57). Esse é o homem contemporâneo que vive em mundos criados artificialmente, como na internet, por exemplo, que tem efeitos tão reais quanto aquele propiciado pelo sistema nervoso central. Ironicamente, o autor observa que: "Esse é um belo caldeirão de bruxas: cozinhamos mundos com as formas que quisermos e o fazemos ao menos tão bem como o fez o Criador no decorrer dos famosos seis dias" (Flusser, 2007, p.79).

O filósofo anuncia o surgimento de um novo tempo, a pós-história, que corresponde a uma nova civilização das imagens. Trata-se de um processo que já se iniciou com o código bidimensional das superfícies (tecno-imagens), e que adquire relevância crescente, mas ainda não se compreende integralmente a transformação que ele opera. A pós-história corresponderia a uma nova civilização, na qual ocorreria a síntese das duas mídias, isto é, o pensamento-em-superfície absorveria o pensamento linear. Ele explica que: "Todos os textos fluirão para essa caixa (notícias e comentários teóricos sobre acontecimentos, *papers* científicos, poesia, especulações filosóficas) e sairão como imagens (filmes, programas de

TV, fotografias)". (Flusser, 2007, p.146). Há possibilidade de que isso represente criatividade e liberdade, mas não há certezas, é um futuro que ainda se delineia.

Flusser (2008), em seu livro *A história do diabo*, identifica que "diabo" e "história" são dois aspectos do mesmo processo e que o diabo nos tenta o tempo todo pelos pecados. Para o autor, a jornada do homem se baseia na criação da segunda realidade, a simbólica e ele usa a metáfora dos "Sete Pecados Capitais" para explicar que por meio deles (a saber, luxúria, ira, gula, inveja, avareza, soberba e preguiça ou tristeza do coração), o diabo procura nos seduzir para que acreditemos que existe um sentido para a "absurdidade" de tudo e que o mundo ilusório dos fenômenos sensíveis é real. Afirma ainda, como somos afetados pelos pecados em nossa vida e adverte que "no fundo são, portanto, todos os sete pecados um único – são sete aspectos da mesma atitude. [...] e referem-se, todos eles, ao homem (Flusser, 2008, p. 26).

O autor acredita que "a liberdade reside no *'peccare posse'* (na possibilidade do pecado) e enfatiza que "a liberdade realizada é escravidão, porque não deixa margem para escolha". Dessa maneira, "o paraíso terrestre é o pecado inteiramente realizado" (Flusser, 2008, p. 80). Ele acredita que alguns pecados se atualizaram, se deslocaram do campo material e se espiritualizaram. Para o filósofo embora a vida tenha surgido no líquido, ele própria não pode ser definida como um líquido. Ele acredita que "nossos conceitos se liquidificaram, os contornos de nossas definições se borraram, estamos em ambientes líquidos, fluidos e presas da correnteza furiosa do tempo" (idem, p. 51). A metáfora de um mundo líquido seguida por Bauman em seus textos já estava presente na filosofia do autor.

A gula, para Flusser, já é um pecado plenamente dedicado à transformação do mundo natural ao industrial, e é ligada ao metabolismo. O autor acredita que "a gula é um pecado idealista" (Flusser, 2008, p. 121) e que a história da vida pode ser descrita como a evolução da fome. Para ele, a vida "não dispões de órgão para a gula. Esse órgão é mental", ou seja, gula é o "prazer de devorar por devorar" (idem, p. 125).

Nós somos gulosos e devoramos o mundo dos sentidos para incorporá-lo, na forma de língua (sistema de símbolos), e excretá-lo como tecnologia (máquinas e instrumentos). A tecnologia aparece como novo horizonte de realidade, por isso a gula é uma atividade criadora de ilusão. "A mente, essa única realidade, devora ilusão, digere ilusão, e excreta ilusão informada por mente. Esses excrementos a mente dispõe ao seu redor, para esconder-se neles" (Flusser, 2008, p. 130). Observa ainda, que:

> [...] as máquinas e instrumentos formarão uma muralha chinesa em redor da mente, e evitarão que o acaso, a necessidade e outras influências, teoricamente caóticas, possam inquietá-la. [...]. Dentro das muralhas haverá um novo senso do 'estar abrigado', portanto de realidade. (Flusser, 2008, p.126).

É interessante perceber que, na era do descartável, a imagem da tecnologia como excremento, ou seja, o homem produzindo "restos", o próprio mundo tecnológico nos fornece a obsolescência programada, tudo é fugaz. Tudo é moda: *in* e *out*. Tudo deve ser substituído. Tudo é troca, um eterno fluxo, mas fugaz. Num mundo de possibilidades ilimitadas, a realidade fica deslocada, meio desfocada em nossa visão e, muitas vezes, não percebemos nossos próprios limites. Não há uma continuidade, tudo é substituído, modificado e o que era um segundo atrás, já não é mais. O baixo custo e a rapidez da internet favorecem a difusão de informações. A abundância pode ser vista pelo lado positivo, como parte vital da manutenção da democracia, em que todas as vozes podem ser ouvidas, mas o excesso da informação também é forma de desinformação. Há um dilúvio informacional que buscamos entender, mas que pode desinformar, não só pelo excesso em si, mas também pelo reforço de boatos ou ocorrências equivocadas.

Flusser (2008) alerta para o fato de o conhecimento especializado ser a faca que "fatia" a natureza, cortando-a em "objetos" e que os veículos são excretados para que possamos estar em todos os lugares ao mesmo tempo. "Servem para devorar o tempo, mas o fazem de uma forma tão diabólica que nos tornam completamente escravos do tempo" (p.127).

Parece óbvio que a gula esteja associada à atividade consumidora. A "gula" faz surgir novos produtos e serviços. Flusser argumenta que 'o problema na gula é o consumo' [...] e o "devorar ininterrupto é acompanhado da vontade de vomitar o devorado. O nojo é a antítese da gula" (Flusser, 2008, p. 128). Numa imagem de bulimia incessante, ou seja, um distúrbio da era atual.

Como enfatiza o autor:

> [...] o homem não passa de órgão no corpo da vida, cuja meta é devorar a natureza que lhe é anterior, transformá-la em instrumentos, e ser devorado por eles. E quando tiver o homem completado esse seu dever, será extinto. O diabo não necessitará mais da sua ajuda [...]. (Flusser, 2008, p. 131).

O autor segue afirmando que :

> Podemos estar cansados e esgotados pelo progresso, podemos querer, exaustos, abandonar a caça. Não podemos fazê-lo. O rolo compressor da gula em progresso nos arrasta consigo, ou

> passa por cima de nós e nos comprime. [...]. A humanidade oferece, atualmente, a imagem da megalomania. (Flusser, 2008, p.136).

As pessoas parecem não perceber como é insustentável essa atividade consumidora "gulosa", devoradora não só dos recursos naturais e dos produtos, mas também devoradora de sujeitos (incluindo nós mesmos, o que nos torna parte do que há para ser consumido).

A internet da nova era é repleta de superlativos. Usuários de *Facebook* e buscas no *Google* ultrapassam a casa dos milhões e chegaram à cifra bilhão com facilidade. Enquanto o rádio levou 38 anos para atingir uma audiência de 50 milhões de usuários e a televisão precisou de 13 anos, o *Facebook* atingiu 100 milhões de usuários em apenas 9 meses. Algumas celebridades têm mais seguidores no *Twitter* do que a população de países inteiros ou de estados brasileiros.

Flusser (2008) pondera que "os homens, ao invés de frear (ou pelo menos tentar frear) os avanços das máquinas, ainda lhes aplicam o chicote para incentivar a sua corrida desenfreada rumo ao abismo" (p.136). Essas chibatadas talvez expliquem a voracidade de aquisições de amigos, seguidores, quantidade de acessos, comentários, posts, presença em redes sociais.

A gula imagética e o consumo desenfreado de imagens (visuais e sonoras) se atualizam na internet de maneira singular, já que os meios de comunicação modificam nosso modo de conhecer o mundo, dado que nossa experiência não é mais o contato com o real, mas com a representação midiática dele. Sabemos que a prioridade da imagem sobre o texto muda a importância da informação contida na notícia e, na internet, somos bombardeados com todo tipo de imagens e as consumimos freneticamente, isso explica as redes sociais inundadas de representações de todos os tipos.

A força de uma imagem está contida na percepção do que ela representa, dessa maneira, ela referencia outras representações precedentes. Na era do *remix*, é interessante perceber a apropriação que devora conteúdos de todos os tipos.

Conclusões

Nesse mundo criado e recriado pela técnica, a diferença entre realidade e virtualidade torna-se cada vez mais difusa, assim como a própria identidade de se ser humano. Num mundo inconstante, inseguro e veloz, o indivíduo já não pertence a categorias precisas. A falta de distinção entre o público e o privado, a anulação de fronteiras territoriais, a supremacia do

tempo real, ocasionados por meio das inovações tecnológicas, estão inscritos na vida cotidiana das pessoas e modificam a participação social e política de todos, além da econômica e profissional. A fragmentação dos públicos, a segmentação em nichos minúsculos, a variedade de mídias, os bancos de dados infinitos, enfim, todas as novas possibilidades do processo ajudam nessa dissolução. As tecnologias de comunicação descortinam a era da velocidade das mudanças e da economia de tempo. Estamos vivendo aqui outro regime de tempo, o da velocidade em todos os sentidos. A aceleração das mudanças faz parte deste cenário.

Como enfatiza Alter, "a tecnologia pode ser uma janela maravilhosa, mas ela deve servir para aumentar o mundo real, não para se tornar o substituto dele", pois apesar de poderem encurtar as distâncias que separam as pessoas, o magnetismo do *smartphone* é irresistível, às vezes prejudicial, porque foi criado para que se torne quase impossível se desconectar, pois o mundo acontece aqui-agora, na sua tela.

Em seu livro, 21 lições para o século 21, Yuval Harari (2018, p. 109), na parte II, traça os desafios políticos a serem enfrentados, sendo um deles "Comunidade" que se inicia com a frase "os humanos têm corpos" e ele enfatiza que "durante o século passado a tecnologia nos distanciou de nossos corpos" e dessa maneira "ficamos absorvidos com nossos *smartphones* e computadores". Ele ressalta que as "pessoas vivem vidas cada vez mais solitárias num planeta cada vez mais conectado". Para o autor "comunidades físicas têm uma profundidade que comunidades virtuais não são capazes de atingir", pois seus milhões de amigos nas redes sociais não são capazes de dar a intimidade carinhosa que uma única Irmã ou amiga de verdade propiciam. Como destaca o autor: seus amigos on-line do outro lado do planeta não poderiam lhe trazer sopa se você ficasse doente.

Referências

Alter, Adam. (2017) Irresistible: the rise of addictive technology and the business of keeping us hooked. New York: Penguin Press.

Caputo, V. (2017) Revista Exame versão online. iPhone, o produto que mudou tudo, completa 10 anos. Recuperado em 06 de junho de 2018, de https://exame.abril.com.br/especiais/iphone-o-produto-que-mudou-tudo-completa-10-anos/

Flusser, Vilém. (1985) Filosofia da caixa preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia. São Paulo: Editora Hucitec. Recuperado em 15 de maio de 2018, de http://www.iphi.org.br/sites/filosofia_brasil/Vil%C3%A9m_Flusser_-_Filosofia_da_Caixa_Preta.pdf

_____. (2005) A história do Diabo. São Paulo: Annablume.
_____. (2007) O mundo codificado. Por uma filosofia do desing e da comunicação. São Paulo: Cosac Naify.
_____. (2015) Comunicologia: reflexões sobre o futuro. São Paulo: Martins Fontes.

Harari, Yuval. (2018). 21 lições para o século 21. São Paulo: Companhia das letras.

Hough, Andrew. (2011). Student 'addiction' to technology 'similar to drug cravings', study finds. The Telegraph. Recuperado em 25 de maio de 2011.
< https://www.telegraph.co.uk/technology/news/8436831/Student-addiction-to-technology-similar-to-drug-cravings-study-finds.html>

IBGE. (2016) Celulares superam computadores no acesso à internet. Recuperado em 05 de junho de 2018, de http://www.brasil.gov.br/editoria/infraestrutura/2016/04/pela-primeira-vez-celulares-superaram-computadores-no-acesso-a-internet-no-pais

Marques, Márcia. (2012). Tese de Mestrado. O blog como meio de comunicação. Origem, apropriações e horizontes da blogosfera na sociedade contemporânea. Disponível em < https://sapientia.pucsp.br/handle/handle/4459>

McLuhan, Marshal. (2007) Os meios de comunicação como extensões do homem. São Paulo: Cultrix.

Qualman, Erik. (2011) Socialnomics. São Paulo. Saraiva.
_____Socialnomics (2018). Recuperado em 30 de setembro 2018. < https://www.youtube.com/watch?v=2IcpwISszbQ>

Santaella, Lúcia. (2003). Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus.
_____. (2004). Navegar no ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo. São Paulo: Paulus.

Slefo, George. (2018) Consumidor compra menos celular mas passa mais tempo online. Revista Meio e Mensagem versão online(publicado originalmente no jornal Advertising Age). Recuperado em 06 de junho 2018, de< http://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/2018/06/04/consumidor-compra-menos-celular-mas-passa-mais-tempo-online.html>.