

poneses⁵³ e caçadores. Mesmo o camponês se comporta hoje como caçador. Maneiras de se comportar como “paciência”, “renúncia”, “serenidade” [*Gelassenheit*], “timidez”, “cuidado” [*Schonen*], que caracterizam o camponês de Heidegger, não pertencem ao *habitus* do caçador. O caçador de informação é impaciente e sem timidez. Ele espreita, em vez de “esperar”. Ele agarra, em vez de deixar as coisas amadurecerem. O importante é, com cada clique, conquistar uma presa. O presente total é a sua temporalidade. Tudo que prejudica a sua visão deve ser tirado rapidamente do caminho. Essa visão total no campo de caça digital se chama transparência. Caçadores e coletores de informação são os habitantes da sociedade da transparência.

Os caçadores digitais de informação estarão sempre andando com os seus Google Glass. Esses óculos de dados substituem as lanças, os arcos e as flechas dos caçadores paleolíticos. O Google Glass liga o olho humano diretamente à internet. Seus usuários, por assim

53 Em alemão, o termo para camponês, *Bauer*, designa igualmente o fazendeiro, o *lavrador* [N.T.].

dizer, veem a tudo. Eles introduzem a era da informação total. O Google Glass não é um instrumento, não é uma “ferramenta” [*Zeug*], não é um “à mão” [*Zuhandenes*] no sentido heideggeriano, pois não se o toma à mão. O celular⁵⁴ seria ainda um instrumento. O Google Glass se aproxima tanto de nosso corpo que ele é percebido como parte do corpo. Ele completa a sociedade da informação ao fazer com que o *ser* coincida inteiramente com a informação.

O que não é informação não é. Graças aos óculos de dados, a percepção humana alcança uma eficiência total. Não apenas com cada clicar [*Klick*], mas também com cada olhar [*Blick*] se conquista presas. O ver do mundo coincide com o capturar do mundo. O Google Glass totaliza a ótica do caçador, que ignora tudo que não é presa, ou seja, que não promete informação. A felicidade animal da percepção, do ver, porém, consiste em sua ineficiência. Ela corresponde ao longo olhar que se demora nas coisas sem as explorar [*ausbeuten*].

54 Em alemão, o termo para celular, *Handy*, remete novamente à mão [N.T.].

Do sujeito ao projeto⁵⁵

O *campônês* de Heidegger é um sujeito, o que significa, originalmente, *ser-submetido* [*Unterworfensein*] (*subject to, subjét à*⁵⁶). O *campônês* se submete ao *nomos da terra*. A ordem terrena produz *sujeitos*. A “submissão” [*Ge-worfenheit*], segundo Heidegger, é a constituição fundamental da existência humana. Hoje será necessário se escrever novamente a ontologia existencial de Heidegger, pois se acredita agora não ser um sujeito submetido, mas sim um projeto que projeta e, sim, otimiza a si mesmo. O desenvolvimento do sujeito em projeto certamente já estava em curso antes da chegada da mídia digital. Mas vale universal-

55 Aqui, o autor faz mais um jogo de palavras, uma vez que *sujeito*, *Subjekt*, e *projeto*, *Projekt*, ambos têm a mesma terminação em alemão [N.T.].

56 Em português, sujeito a (alguém ou alguma) [N.T.].

mente a fórmula: *Cada forma de ser ou de vida impõe, em suas fases críticas, modos de expressão que apenas são preenchidos em uma nova mídia*. Há uma dependência medial da forma de vida. Isso significa que é primeiramente a mídia digital que completa o processo no interior do qual o sujeito se aproxima do projeto. O digital é uma *mídia do projeto*.

Em vista da *Digital Turn* (“Virada Digital”), Flusser reivindica uma nova antropologia, uma antropologia do digital: “Não somos mais sujeitos de um mundo objetivo dado, mas sim projetos de mundos alternativos. A partir da posição submissa subjetiva, nos orientamos no projetar. Tornamo-nos adultos. Sabemos que sonhamos”⁵⁷. O ser humano é, segundo Flusser, um “artista” que projeta mundos alternativos. A diferença entre arte e ciência desaparece. Ambos são projetos. Cientistas são, segundo Flusser, “artistas de computador [*Computerkünstler*] *avant la lettre*”⁵⁸.

57 FLUSSER. *Medienkultur* [Cultura de mídia]. Op. cit., p. 213.

58 *Ibid.*, p. 214.

Estranhamente, Flusser funda a “nova antropologia” no “judaico-cristianismo”, que “Vê no ser humano apenas p^o”⁵⁹. No universo puntiforme digital, todas as grandezas fixas se dissolvem. Não há nem sujeito nem objeto: “Não podemos mais ser sujeitos, pois não há mais objetos dos quais pudéssemos ser sujeitos, e nenhum núcleo duro que pudesse ser sujeito de algum objeto”⁶⁰. O Si é hoje, segundo Flusser, apenas ainda um “ponto nodal de virtualidades que se cruzam”. Também o Nós é um “nó de possibilidades”: “Temos de nos entender como curvaturas ou como protuberâncias no campo de relações, sobretudo inter-humanas, que cruzam umas com as outras. Também nós somos ‘computações digitais’ de possibilidades puntiformes zumbidoras”⁶¹. O messianismo digital de Flusser não faz justiça à topologia atual da conexão digital. Ela não consiste de pontos desprovidos de si e de cruzamentos, mas sim de ilhas narcistas de egos.

59 *Ibid.*, p. 212.

60 *Ibid.*, p. 213s.

61 *Ibid.*, p. 212.

Os primórdios da comunicação foram do-
minados como um todo por utopismos. Assim,
também Flusser tem em mente uma antro-
pologia idealizada do enxame criativo: “Se-
ria o homem telemático um começo de uma
antropologia que diz que ser humano é ser
um telemático ser-conectado com outros, um
reconhecimento recíproco que tem como fim
a aventura da criatividade?”⁶² Flusser eleva
repetidamente a comunicação em rede ao
religioso. A ética telemática da conexão cor-
responderia ao “judaico-cristianismo em sua
demanda pelo amor ao próximo”. Flusser vê na
comunicação digital um potencial messiânico
que a torna útil para “a profunda demanda
existencial do ser humano pelo reconheci-
mento e pelo autoconhecimento no outro, em
suma [para a demanda] pelo amor no sentido
judaico-cristão”⁶³. De maneira corresponden-
te, a comunicação digital promove um tipo de

62 FLUSSER. *Kommunikologie weiter denken – Die Bochumer Vorlesungen* [Continuar a pensar a comunicologia – As preleções de Bochum]. Frankfurt a. M., 2009, p. 299.

63 FLUSSER. *Kommunikologie* [Comunicologia]. Frankfurt a. M., 1998, p. 299.

societade pentecostal. Ela liberta o ser huma-
no do Si isolado para si e cria um *espírito*, um
espaço de ressonância: “A rede vibra, ela é um
pathos, é uma ressonância. Essa é a base da te-
lemática, essa simpatia e antipatia da proximi-
dade. Penso que a telemática é uma técnica do
amor ao próximo, uma técnica para a realiza-
ção do judaico-cristianismo. A telemática tem
a empatia como base. Ela aniquila o humanis-
mo em nome do altruísmo. Só o fato de que
essa possibilidade exista já é algo inteiramente
colossal”⁶⁴. A sociedade da informação é, se-
gundo Flusser, uma estratégia para “desfazer
a ideologia de um Si a favor do conhecimento
de que existimos um para o outro e que nin-
guém existe para si mesmo”. Ela produz “auto-
maticamente” uma “anulação do Si a favor de
uma efetivação intersubjetiva”⁶⁵.

A conexão digital não é, para Flusser, uma
mídia da *busca compulsória* pelo novo, mas
sim da “confiança”, que empresta ao mundo

64 FLUSSER. *Kommunikologie weiter denken...* Op. cit.,
p. 251.

65 FLUSSER. *Medienkultur*. Op. cit., p. 146.

“um aroma”, “um cheiro específico”. A comunicação digital torna possível a experiência de uma proximidade afortunada, o instante afortunado (*kairos*), ao esconjurar a distância temporal-espacial. “Essa é a imagem que tenho: quando me comunico telematicamente com meu amigo em São Paulo, então não apenas o espaço se vela, e ele vem a mim e eu vou a ele, mas também o tempo se vela, o passado se torna futuro, o futuro se torna passado, e ambos se tornam presentes. Essa é a minha vivência da intersubjetividade”⁶⁶. Esse *messianismo da conexão* não se confirmou. A comunicação digital, muito antes, faz com que a comunidade, o Nós eroda. Ela destrói o espaço público e aguçá a individualização do ser humano. Não o “amor ao próximo”, mas sim o narcisismo domina a comunicação digital. A técnica digital não é uma “técnica do amor ao próximo”. Ela se mostra, muito antes, como uma máquina de ego narcisista. E ela não é uma mídia dialógica. O dialógico, pelo qual o

pensamento de Flusser é completamente determinado, prepondera demais sobre seu pensamento acerca da conexão [digital].

O *projeto* para o qual o sujeito se liberta se mostra hoje ele mesmo como figura de coação. Ele desdobra a coação na forma do desempenho, da auto-otimização e da autoexploração. Vivemos hoje em uma fase histórica especial, na qual a liberdade, ela mesma, provoca coações. A liberdade é, na verdade, a figura oposta da coação. Agora, essa figura oposta produz, ela mesma, coações. Mais liberdade significa, assim, mais coação. Isso seria o fim da liberdade. Assim nos encontramos hoje em um beco sem saída. Não podemos nem avançar nem retroceder. Essa dialética, da liberdade, preñhe de fatalidade, dialética que inverte essa liberdade em seu oposto, fuge inteiramente a Flusser. O seu messianismo é responsável por isso. A sociedade atual não é uma sociedade do “amor ao próximo”, na qual nos realizaríamos reciprocamente. Ela é, muito antes, uma sociedade do desempenho, que nos individualiza.

O sujeito de desempenho explora a si mesmo

66 FLUSSER, *Kommunikologie weiter denken...* Op. cit., p. 251.

até ruir. E ele desenvolve uma autogressividade que não raramente desemboca no suicídio. O Si como belo projeto se mostra como *pro-jetil*, que ele, agora, aponta contra si mesmo.

Nomos da Terra

No embalo do *Digital Turn*, deixamos definitivamente a terra, a ordem terrena. Somos assim libertos do peso e da imprevisibilidade da terra? A ausência de peso e a fluidez digital não nos fariam cair, muito antes, em uma insustentabilidade? Heidegger foi o último grande defensor da ordem terrena. A sua “terra” faz com que “toda intervenção apenas calculada se converta em uma destruição”. A ordem digital totaliza justamente o calculável ou o aditivo. A ordem terrena se apoia em um fundamento firme [*festem*]. A sua lei se chama *Nomos*: “Convoco ao senhor sagrado dos mortais e dos imortais / o *nomos* celeste, o ordenador das estrelas; / do mar salgado rumo-rejante / e da Terra selo sagrado, / imutável e

certo”⁶⁷. A ordem digital se despede definitivamente do *nomos* da Terra. Carl Schmitt louva a Terra antes de tudo por causa de sua firmeza, que permite demarcações e distinções claras. A ordem terrena consiste de muros, fronteira e fortes. Também o “caráter” firme, que escapa inteiramente ao *homo digitalis*, pertence à ordem terrena. A mídia digital se iguala, em contrapartida, àquele “mar”, no qual não se pode “traçar nenhuma linha firme”⁶⁸.

Categorias como espírito, agir, pensar ou verdade têm seu lugar na ordem terrena. Elas deverão ser substituídas pelas categorias da ordem digital. No lugar da ação, entra a operação. Nenhuma decisão em sentido enfático precede a essa. A hesitação ou a vacilação, que seria constitutiva do agir, é percebida como um distúrbio operativo. Ela prejudica a eficiência. Operações são *actomes*, isto é, ações atomizadas no interior de um processo am-

plamente automático, ao qual falta a ampliação temporal e existencial.

Também o pensamento em sentido enfático não é uma categoria do digital. Ele dá lugar ao calcular. Os passos aritméticos apontam para um modo de proceder inteiramente diferente do pensar. Eles são protegidos contra surpresas, rupturas ou acontecimentos. Também a verdade hoje soa anacrônica, em vista da transparência. Ela vive na negatividade da exclusão. Com a verdade se *põe*, no mesmo movimento, a falsidade. Uma decisão produz o verdadeiro e o falso ao mesmo tempo. Também a dicotomia de bom e mal se baseia nessa estrutura narrativa. Ela é uma *narrativa* [Erzählung]. Diferentemente da verdade, a transparência não é narrativa. Ela torna, de fato, translúcido, mas ela não é *esclarecedora*. A luz, em contrapartida, é um *medium* narrativo. Ela é *direccionada e direciona*. Assim ela aponta *caminhos*: O *medium* da transparência é a *radiação sem luz*.

Também o amor está atado à tensão negativa do ódio. Assim ele habita a mesma ordem que o verdadeiro e o falso ou que o bem e o

67 Hymnos na *Nomos* [Hino ao *Nomos*]. In: ORPHEUS. *Altgriechische Mysterien* [ORFEU. Mistérios da Grécia antiga]. Munique, 1982, p. 107.

68 SCHMITT, C. *Nomos der Erde* [Nomos da Terra]. Berlin, 1950, p. 13s.

mal. A negatividade se distingue do *curtir*, que é positivo e, por isso, acumulativo ou aditivo. Tanto aos amigos de Facebook como aos correntes falta a negatividade que distingue o “amigo” do “inimigo”, no sentido de Carl Schmitt. Também proximidade e distância pertencem à ordem terrena. O digital aniquila a ambos a favor de uma ausência de afastamento [*Abstandslosigkeit*], que significa uma supressão simples da distância. A ausência de afastamento é uma grandeza positiva. Falta a ela a negatividade que caracteriza a proximidade. A distância está inscrita nela. A “dor da proximidade da distância”⁶⁹ é estranha à comunicação digital.

O espírito desperta em vista do *outro*. A *negatividade do outro* o mantém vivo. Quem se refere apenas a si mesmo, quem persiste em si mesmo é sem espírito. O espírito designa a capacidade “de suportar a negação de sua imediatidade individual, a dor infinita”⁷⁰.

69 HEIDEGGER, M. *Vorträge und Aufsätze*. Op. cit., p. 104.

70 HEGEL, G.W.F. *Enzyklopädie der philosophischen Wissenschaften im Grundrisse III, Die Philosophie des Geistes*

O positivo, que remove toda negatividade do outro, deífnha no “ser morto”⁷¹. Apenas o espírito que eclode de sua “relação simples a si”⁷² tem *experiências*. Sem dor, sem negatividade do outro, no excesso da positividade, nenhuma *experiência* é possível. Viaja-se para tudo quanto é lugar sem se chegar a uma experiência. Conta-se sem parar, sem poder se narrar. Toma-se conhecimento [*Kenntnis*] de todas as coisas sem chegar a um reconhecimento [*Erkenntnis*]. A dor, esse sentimento ondulante em vista do outro, é o *medium* do espírito. O *espírito é dor*. A *Fenomenologia do espírito* de Hegel descreve uma *via dolorosa*. A fenomenologia do digital, em contrapartida, é livre da dor dialética do espírito. Ela é uma *fenomenologia do curtir*.

[Enciclopédia das Ciências Filosóficas em Compendio III, Filosofia do Espírito]. Frankfurt a. M., 1970, vol. 10, p. 25. [Werke in 20 Bänden [Obra em 20 volumes].

71 HEGEL, G.W.F. *Wissenschaft der Logik II* [Ciência da Lógica III]. Hamburgo, 1932, p. 58.

72 HEGEL, G.W.F. *Enzyklopädie*. Op. cit.

Fantasmas digitais

Para Kafka, a carta aparece como um meio de comunicação inumano. Ela teria trazido um assustador arruinamento das almas ao mundo. Em uma carta, ele escreve a Milena: “Como se chegou à ideia de que seres humanos poderiam se relacionar uns com os outros por cartas! Pode-se pensar em uma pessoa distante e pode-se tocar uma pessoa próxima, todo o resto vai além da força humana”⁷³. A carta se relaciona com fantasmas. Beijos es-critos não chegam à sua destinação. No meio do caminho, eles são presos e esvaziados por fantasmas. A comunicação postal fornece sus-tento apenas para fantasmas. Por meio desse rico sustento eles cresceram em números de

73 KAFKA, F. *Briefe na Milena* [Cartas a Milena]. Frankfurt a. M., 1983, p. 302.

maneira inaudita. A humanidade luta contra isso. Assim eles inventaram trens e carros, a fim de “eliminar o máximo possível o fantasmagórico entre os seres humanos” e alcançar o “intercurso natural”, a “paz das almas”. O lado oposto seria, porém, muito mais forte. Assim, eles inventaram, depois do correio, o telefone e a telegrafia. Kafka, então, extrai disso a conclusão: “Os fantasmas não morrerão de fome, mas nós afundaremos”⁷⁴.

Os fantasmas de Kafka também inventaram, nesse meio-tempo, a internet, o smartphone, o e-mail, o Twitter, o Facebook e o Google Glass. A nova geração de fantasmas, a saber, os digitais, se tornam, assim diria Kafka, mais vorazes, mais audazes e barulhentos. As mídias digitais não iriam de fato “além da força humana”? Elas não levariam a um rápido, não mais controlável aumento dos fantasmas? Não desaprendemos com elas, de fato, a pensar em uma pessoa distante e a tocar uma pessoa próxima?

A *Internet das Coisas* produz novos fantasmas. As coisas, que antigamente eram mudas, começam, agora, a falar. A comunicação automática entre as coisas, que ocorre sem qualquer intervenção humana, fornecerá novo sustento para fantasmas. Ela é como que conduzida por mãos fantasmagóricas. Os fantasmas digitais cuidariam talvez para que tudo em algum momento saísse de controle. A narrativa *The Machine stops* [A máquina para], de E.M. Forster, antecipa essa catástrofe. Enxames de fantasmas arruinam o mundo.

A história da comunicação se deixa descrever como uma crescente iluminação da pedra. O meio óptico, que envia a informação na velocidade da luz, termina definitivamente a idade da pedra da comunicação. Mesmo o silício aponta ainda para o *sillex* latino, que significa seixo. A pedra surge frequentemente em Martin Heidegger, e, de fato, como exemplo favorito da “mera coisa”. Ela é algo que se furta à visibilidade. Em uma preleção antiga, Heidegger observa: “[...] uma mera coisa, uma

74 Ibid.

pedra, não tem luz em si”⁷⁵. Dez anos mais tarde ele escreve no artigo sobre a obra de arte: “A pedra pesa e manifesta o seu peso. Mas enquanto esse peso nos pesa, ele recusa, ao mesmo tempo, todo penetrar nele”⁷⁶. A pedra como *coisa* é uma figura contrária à transparência. Ela pertence à Terra, à ordem terrena, e representa o velado e o cerrado. Hoje, as coisas perdem cada vez mais em significado. Elas se submetem às *informações*. Essas, porém, apenas oferecem novo sustento a fantasmas: “Não a coisa, a informação é o econômico, social, político, concreto. Nosso ambiente se torna visivelmente mais fraco, nebuloso, espectral”⁷⁷.

A comunicação digital toma não apenas forma espectral, mas também viral. Ela é contagiante na medida em que ela ocorre imediatamente em planos emocionais ou afetivos. O *contágio* é uma comunicação pós-hermenêutica, que não dá verdadeiramente nada a ler ou pensar. Ela não pressupõe nenhuma *leitura*, que se deixa acelerar apenas de maneira limitada. Uma informação ou um conteúdo, mesmo com significância muito pequena, se espalha rapidamente na internet como uma epidemia ou pandemia. Nenhuma outra mídia é capaz desse contágio viral. A mídia escrita é lenta demais para isso.

Como pedras e muros, o segredo pertence à ordem terrena. Ele não é compatível com a produção e disseminação aceleradas de informação. Ele é a figura contrária à comunicação. A topologia do digital consiste de espaços planos, lisos e abertos. O segredo, em contrapartida, dá a preferência a espaços que, com seus entalhes, masmorras, esconderijos, cavidades e oscilações, dificultam a disseminação de informações.

O segredo ama o silêncio. Assim, o secreto se distingue do fantasmagórico. Assim como o espetáculo, o espectral depende do ser e do ser visto. Por isso, os fantasmas são barulhentos. Fantasmagórico é o vento digital que asso-

75 HEIDEGGER, M. *Prolegomena zur Geschichte des Zeitbegriffs* [Prolegômenos à história do conceito de tempo]. Frankfurt a. M., 1979, p. 412 [Gesamtausgabe, vol. 20].

76 HEIDEGGER, M. *Holzwege*. Op. cit., p. 35.

77 FLUSSER, *Medienkultur*. Op. cit., p. 187.

pra pela nossa casa: “Em todo o caso, o vento é para o nômade aquilo que o solo é para o sedentário. [...] Há algo fantasmagórico [...] nisso. O vento, esse fantasmagórico intocável que dá impulso aos nômades e a cujo chamado eles obedecem, é uma experiência que se tornou apresentável para nós como cálculo e computação”⁷⁸. A sua alta complexidade faz das coisas digitais fantasmagóricas e as faz incontroláveis. A complexidade, em contrapartida, não é marca do segredo.

A sociedade da transparência tem o seu lado avesso ou invertido. Ela é, de certa perspectiva, um *fenômeno de superfície*. Por trás ou abaixo dela se abrem *espaços espectrais* que se furtam a toda transparência. O *Dark Pool*, por exemplo, designa o comércio anônimo com produtos financeiros. O assim chamado comércio de alta velocidade em mercados financeiros é, em última instância, um comércio com fantasmas ou entre fantasmas. São algoritmos e máquinas que se comunicam entre si e que conduzem guerras. Essas formas

fantasmagóricas de comércio e de comunicação vão “além”, como Kafka diria, “da força humana”. Elas levam a acontecimentos espectrais imprevisíveis como o *Flash Crash*⁷⁹. Os mercados financeiros atuais também gestam monstros que, por causa de [sua] complexidade mais elevada, podem fazer suas atrocidades [*Urwesen*] incontrolados. Chama-se *Tor* a, por assim dizer, rede subterrânea em que se pode circular de maneira inteiramente anônima. Ela é o *mar profundo digital* na rede, que se furta a toda visibilidade. Com a transparência crescente, também cresce a escuridão.

78 *Ibid.*, p. 156.

79 Quebra de trilhões das bolsas de valores norte-americanas que ocorreu em 2010 e que durou aproximadamente 36 minutos, considerada um dos episódios mais turbulentos da história do mercado financeiro norte-americano [N.T.].

Cansaço da informação

Era 1936 quando Walter Benjamin descreveu como “choque” a forma de recepção do filme. O choque tomou o lugar da *contemplação* enquanto postura de recepção frente a uma pintura. O choque, porém, não é mais adequado para a caracterização da percepção hoje. Ele é um tipo de reação imunológica. Nisso ele se assemelha à repulsa. As imagens não provocam hoje nenhum espanto. Mesmo imagens repulsivas devem nos entreter (como *Dschungelcamp*⁸⁰). Elas são tornadas consumi-

80 *Dschungelcamp* (“acampamento na selva”) é um apelido dado ao *reality show* alemão chamado *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus* (“Eu sou uma estrela – tire-me daqui!”), no qual de 10 a 12 pessoas, geralmente famosas, ficam até duas semanas em um acampamento na selva, devendo conquistar a audiência e ficar o máximo possível no acampamento para serem eleitos como “rei” ou “rainha da selva”, de modo semelhante ao Big Brother [N.T.].

veis. A totalização do consumo suprime toda forma de contração imunológica.

Uma defesa imunológica intensa sufoca a comunicação. Quanto menor a barreira imunológica, mais rápida se torna a circulação de informação. Uma barreira imunológica elevada torna a troca de informações mais lenta. Não a defesa imunológica, mas sim o *curtir* promove a comunicação. A rápida circulação de informações acelera também a circulação de capital. Assim, a supressão [da barreira] imunológica cuida para que massas de informação nos adentrem sem colidirem com uma defesa imunológica. A baixa barreira imunológica fortalece o *consumo* de informações. A massa de informação não filtrada faz, porém, com que a percepção seja embotada. Ela é responsável por alguns distúrbios psíquicos.

SFI (Síndrome da Fadiga da Informação), o cansaço da informação, é a enfermidade psíquica que é causada por um excesso de informação. Os afligidos reclamam do estupor crescente das capacidades analíticas, de déficits de atenção, de inquietude generalizada ou de incapacidade de tomar responsabilidades.

Em 1996 o psicólogo britânico David Lewis cunhou esse conceito. SFI se referia primeiramente àquelas pessoas que precisavam trabalhar profissionalmente por um longo tempo uma grande quantidade de informação. Hoje todos são vítimas da SFI. A razão disso é que todos somos confrontados com quantias rapidamente crescentes de informação.

Um dos principais sintomas da SFI é o estupor das capacidades analíticas. Justamente a capacidade analítica constitui o pensamento. O excesso de informação faz com que o pensamento defínhe. A faculdade analítica consiste em deixar de lado todo material perceptivo que não é essencial ao que está em questão. Ela é, em última instância, a capacidade de distinguir o essencial do não essencial. A enxurrada de informações à qual estamos hoje entregues prejudica, evidentemente, a capacidade de reduzir as coisas ao essencial. É necessariamente própria ao pensamento, porém a negatividade da distinção da seleção. Assim, o pensamento é sempre *exclusivo*.

Mais informação não leva necessariamente a melhores decisões. Justamente devido à

crecente massa de informação a faculdade do juízo definha hoje. Frequentemente, menos informação gera mais. A negatividade do deixar de fora e do esquecer é produtiva. Mais informação e comunicação não esclarecem o mundo por si mesmo. A transparência não torna também [por si mesma nada] clarividente. A massa de informação não produz por si mesma nenhuma verdade. Ela não traz nenhuma luz à escuridão. 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 [*informativ*], mas sim deformadora [*deformativ*], e a comunicação não é mais comunicativa, mas sim cumulativa.

Ao cansaço da informação também pertencem sintomas que são característicos da depressão. A depressão é, sobretudo, uma enfermidade narcisista. A autorreferência exagerada e doentiammente sobrecarregada leva à depressão. O sujeito narcisista-depressivo sente apenas a reverberação de si mesmo. Há significado apenas lá, onde ele de algum modo se reconhece.

O mundo aparece a ele apenas sob a sombra do Si. No fim, ele se afoga em si mesmo, esgotado e cansado de si mesmo. A nossa sociedade hoje se torna cada vez mais narcisista. Mídias sociais como o Twitter ou o Facebook acentuam esse desenvolvimento, pois elas são mídias narcisistas.

Pertence ao quadro de sintomas da SFI também a incapacidade de tomar responsabilidade. A responsabilidade é um ato que está ligado a certas condições mentais e também temporais. Ela pressupõe, primeiramente, obrigatoriedade. Assim como o prometer ou o confiar, ela *estabelece um compromisso* [*binden*] com o futuro. Os meios de comunicação atuais promovem, em contrapartida, a não obrigatoriedade, a arbitrariedade e a duração de curto prazo. A absoluta prioridade do presente caracteriza o nosso tempo. O tempo é desmontado em uma mera sucessão de presentes disponíveis. O futuro definha, aí, em um presente otimizado. A totalização do presente aniquila as ações *que dão tempo* [*zeitgebenden*] como o [se] responsabilizar e o prometer.

Crise da representação

Roland Barthes descreve a fotografia como [a] “emanação do referente”⁸¹. A representação é a sua essência. De um objeto real, que já esteve uma vez aí, saíram raios que afetaram o filme. A fotografia conserva os rastros quase *materiais* do referente real. Ela tem o seu referente “sempre por consequência”. A fotografia e o seu referente são “condenados à mesma imobilidade, que é própria ao amor ou à morte, em meio ao mundo movido”⁸². A fotografia e o seu referente estão “ligados um ao outro, membro por membro, como o condenado que, em certos tipos de tortura, era acorrentado a um cadáver, ou como um par de peixes

81 BARTHES. *Die helle Kammer*. Op. cit., p. 90.

82 *Ibid*, p. 13.

que só nadam juntos, como se estivessem unidos em um ato sexual eterno”⁸³.

A *verdade da fotografia* consiste, segundo Barthes, em que ela está fatídica e inseparavelmente ligada ao referente, ou seja, ao objeto real de referência, que ela expõe a *emanação do referente*. O amor e a fidelidade ao referente a caracterizam. A fotografia não é o espaço da ficção ou da manipulação, mas sim um espaço da verdade. Barthes fala da “obstinação do REFERENTE”⁸⁴. “A câmara clara” gira em torno de uma fotografia invisível de sua mãe no jardim de inverno. A mãe é o referente pura e simplesmente, para quem vigora o seu luto e o seu trabalho de luto. A mãe é a *guardiã da verdade*.

Barthes tem evidentemente a pintura de René Magritte “Ceci n’est pas une pipe” [Isto não é um cachimbo] em mente quando escreve: “A fotografia tem, por natureza, algo de tautológico: um cachimbo é, aqui, sempre um cachimbo”⁸⁵. Por que ele reivindica tão enfati-

camente a *verdade* para a fotografia? Pressentiria ele o tempo vindouro do digital, no qual ocorreria a separação definitiva da representação do referente real?

A fotografia digital coloca a verdade da fotografia radicalmente em questão. Ela encerra definitivamente a era da representação. Ela marca o fim do real. Nela não está mais contida nenhuma referência ao real. Assim, a fotografia digital se aproxima novamente da pintura: “Ceci n’est pas une pipe”. Como *hiperfotografia*, ela apresenta uma *hiper-realidade*, que deve ser mais real do que a realidade. O real existe nela apenas sob a forma da citação e do fragmento. As citações do real são referidas umas às outras e misturadas com o imaginário. Assim, a hiperfotografia abre um espaço *autorreferencial, hiper-real*, que está completamente desacoplado do referente.

A crise da representação fotográfica tem o seu correspondente na política. Em *Psicologia das massas*, Gustave Le Bon observa que os representantes no parlamento seriam os *servidores* da massa de trabalhadores. A representação política é *forte*. Ela está ligada ime-

83 Ibid.

84 Ibid., p. 14.

85 Ibid., p. 13.

diatamente ao seu referente. Ela defende de fato os interesses da massa de trabalhadores. Hoje, a relação da representação está, como no caso da fotografia, tremendamente abalada. O sistema econômico-político se tornou autorreferencial. Ele não representa mais os cidadãos ou a esfera pública. Os representantes políticos não são mais percebidos como os servidores do “povo”, mas sim como *servidores do sistema* que se tornou *autorreferencial*. É nessa autorreferencialidade do sistema que está o problema. A crise da política só se deixa superar por meio do seu re-acoplamento ao referente real, às pessoas.

As massas, que anteriormente conseguiam se organizar em partidos e que eram animadas por uma ideologia, deterioraram-se agora em enxames de *unos barulhentos*, ou seja, em *Hikkomorris*⁸⁶ digitais para si isolados, que não formam nenhuma esfera pública e que não participam de nenhum discurso público. Ao sistema autorreferencial se contrapõem os indivíduos para si isolados, que não agem po-

86 Cf. nota 13 [N.T.].

liticamente. O Nós político, que seria capaz da ação em sentido enfático, desmancha-se. Que tipo de política, que tipo de democracia seria pensável hoje, haja vista a esfera pública em desvanecimento, haja vista a egoificação e a narcisificação crescentes do ser humano? Seria necessária uma *Smart Policy*⁸⁷ que tornaria as eleições, disputas eleitorais, o parlamento, ideologias e assembleias de membros completamente superficiais, uma democracia digital, na qual o botão de curtir substituiria completamente a cédula de votação? Para que são necessários partidos hoje, *se cada um é ele mesmo um partido*, se as ideologias, que formavam outrora um *horizonte* político, degeneram em incontáveis opiniões individuais e opções individuais? Em que medida a democracia é pensável também *sem discurso*?

87 Termo usado por empreendedores que defendem uma solução técnico-instrumental para questões de administração pública [N.T.].

De cidadãos a consumidores

Nos anos de 1970 houve nos Estados Unidos um sistema televisor com [uma] função interativa [chamada] QUBE (*question your tube* [questione a sua TV]). *Question* indica a possibilidade da interação. O sistema dispõe de um teclado, que permite, por exemplo, a escolha entre reproduções de diversas peças de roupas. Esse aparato faz possível um simples procedimento de escolha. Mostra-se na tela, por exemplo, candidatos para o posto de diretor de uma escola. Com uma tecla é possível se decidir a favor de um candidato.

Flusser distingue as decisões do sistema QUBE de decisões existenciais. Entre uma decisão existencial e as suas consequências imprevisíveis se estende um “abismo temporal e existencial”⁸⁸. Não é possível fazer imediata-

88 Ibid., p. 129.

mente a experiência das consequências de minha decisão. Assim, toda decisão existencial está atada a dúvidas. A hesitação e a vacilação a acompanham. Flusser admite que o sistema QUBE nos permitiria decompor decisões existenciais em “decisões puntiformes e atômicas”, a saber, em *actomos*, que são instantaneamente efetivos.

Partindo do sistema QUBE, Flusser retrata para si uma democracia futura. O sistema QUBE faria possível uma “democracia direta de vilarejo”⁸⁹. Flusser tem em mente uma “democracia desideologizada”, na qual tudo que conta é o saber e a competência: “Isso significa que, no sistema QUBE, a competência de cada um dos participantes e o peso de cada competência, livre de toda ideologia, entra claramente na ordem do dia”⁹⁰. Nessa democracia desideologizada, os políticos são substituídos por especialistas que administram e otimizam o sistema. Tanto representantes políticos como partidos seriam, então, superficiais.

89 *Ibid.*

90 *Ibid.*

Flusser liga, além disso, o sistema QUBE a uma forma utópica de vida, na qual o ócio e o engajamento político coincidem: “Para os assinantes do sistema QUBE, o ócio já é o lugar das verdadeiras decisões, a observação da tela é, para eles, o lugar do engajamento político, social e cultural, e o seu espaço privado é, para eles, a república, a coisa pública”⁹¹. Política é ócio. No belo futuro de Flusser, a participação política corre bem sem qualquer “discurso” cansativo e entediante. Hoje, aquele “sistema QUBE extremamente aprimorado no qual uma grande parte da humanidade participa”, sobre o qual Flusser sonhava, tornou-se realidade. Ele torna possível escolhas digitais que ocorrem diariamente e de hora em hora. A política ocorre, então, por assim dizer, colateralmente. O botão de curtir é a cédula eleitoral digital. A internet ou o smartphone são o novo local de eleição. E o clique do mouse ou um rápido toque com o dedo substitui o “discurso”.

A “democracia direta de vilarejo” de Flusser porta, como a sua ideia de conexão, tra-

91 *Ibid.*, p. 132.

cos utópicos. Contrariamente à sua crença, a decisão política em sentido próprio é sempre uma decisão *existencial*. Aquelas “decisões puntiformes e atômicas”, que são “instantaneamente efetivas”, aprofundam para o nível de uma decisão de compra descompromissada e sem conseqüências. Já na tela do QUBE a distinção entre escolher e fazer compras é inteiramente suspensa. Escolhe-se como se compra. Assim, o ócio se mostra como *shopping* [fazer compras]. O seu sujeito não é o *homo ludens* [homem lúdico], mas sim o *homo oeconomicus* [homem econômico].

O fazer compras não pressupõe nenhum discurso. O consumidor compra aquilo que lhe apraz. Ele segue as suas inclinações individuais. O *Gurrir* é o seu lema. Ele não é um *cidadão*. A responsabilidade pela comunidade caracteriza o cidadão. Ela falta, porém, ao consumidor. Na *ágora* digital, onde local de eleição e mercado, *polis* e economia se tornam o mesmo, eleitores se comportam como consumidores. É de se prever que a internet logo substituirá inteiramente o local de eleição.

Assim, eleições e compras ocorreriam, como no caso do QUBE, na mesma tela, ou seja, na mesma esfera de consciência. Propagandas eleitorais se misturariam com propagandas comerciais. Também o governar se aproximaria do *marketing*. O questionário político se iguala, então, a uma pesquisa de mercado. As opiniões eleitorais serão descobertas por meio de *data mining* [mineração de dados]. Os votos negativos serão sanados por meio de propostas novas e mais atrativas. Aqui não somos mais agentes ativos, não somos cidadãos, mas sim consumidores passivos.

Protocolamento total da vida

No panóptico⁹² digital não é possível nenhuma confiança – ela não chega nem mesmo a ser necessária. A confiança é um *ato de fé* [*Glaubenakt*], que se torna obsoleto em vistas informações facilmente disponíveis. A sociedade da informação descredita toda crença. A confiança torna possível relações com outros sem conhecimentos precisos sobre eles. A

92 Conceito criado pelo filósofo e jurista inglês Jeremy Bentham, em 1785, utilizado para descrever uma penitenciária ideal, em que todos os prisioneiros podem ser vigiados simultaneamente pelo vigia, sem que eles mesmos possam saber se estão sendo vigiados ou não, o que resultaria em eles se comportarem do modo desejado pelo vigia. O conceito, embora criado por Bentham, encontrou ampla repercussão devido a Foucault, para o qual a nossa sociedade se organizaria, de certo modo, de acordo com as demandas que se encontram por trás do ideal do panóptico, quais sejam, as demandas de uma vigilância de todos por todos que visaria a que os sujeitos se comportassem da maneira desejada pelo poder [N.I.].

possibilidade de uma aquisição rápida e fácil de conhecimento é prejudicial à confiança. A crise de confiança atual é, vista desse modo, também mediamente condicionada. A conexão digital facilita a aquisição de informação de tal modo que a confiança, como práxis social, perde cada vez mais em significado. Ela dá lugar ao controle. Assim, a sociedade da transparência tem uma proximidade estrutural à sociedade de vigilância. Onde se pode adquirir muito rápido e facilmente informações, o sistema social muda da confiança para o controle e para a transparência. Ele segue a lógica da eficiência.

Todo clique que eu faço é salvo. Todo passo que eu faço é rastreável. Deixamos rastros digitais em todo lugar. Nossa vida digital se forma de modo exato na rede. A possibilidade de um protocolamento total da vida substitui a confiança inteiramente pelo controle. No lugar do Big Brother, entra o Big Data. O protocolamento total e sem lacunas da vida é a consumação da sociedade de transparência.

A sociedade de vigilância digital apresenta uma estrutura especial panóptica. O panóp-

tico de Bentham consiste de células isoladas umas das outras. Os prisioneiros não podem se comunicar uns com os outros. As divisórias cuidam para que eles não possam ver uns aos outros. Tendo por finalidade o melhoramento, eles são expostos à solidão. Os habitantes do panóptico digital, em contrapartida, se conectam e se comunicam intensamente uns com os outros. Não o isolamento espacial e comunicativo, mas sim a conexão e a hipercomunicação que tornam o controle total possível.

Os habitantes do panóptico digital não são prisioneiros. Eles vivem na ilusão da liberdade. Eles abastecem o panóptico digital com informações que eles emitem e expõem voluntariamente. A autoexposição é mais eficiente do que a exposição por meio de outro. Aí reside um paralelo com a autoexploração. A autoexploração é mais eficiente do que a exploração por outro porque ela é acompanhada do sentimento de liberdade. Na autoexposição a exibição pornográfica e o controle panóptico coincidem. A sociedade de controle tem a sua consumação lá, onde os habitantes se comunicam não por coação exterior, mas sim por

carência interna, onde, então, o medo de ter de abdicar de sua esfera privada e íntima dá lugar à carência de se colocar desavergonhadamente à vista, ou seja, onde a liberdade e o controle são indistinguíveis.

A vigilância e o controle são uma parte *inerente* da comunicação digital. O característico ao panóptico digital consiste em que a distinção entre o Big Brother e os prisioneiros dilui-se cada vez mais. Aqui, todos observam e vigiam a todos. Não são apenas serviços secretos do governo que nos espionam. Empresas como o Facebook ou o Google trabalham elas mesmas como serviços secretos. Elas expõem a nossa vida para conseguir capital em troca das informações espionadas. Firmas espionam os seus funcionários. Bancos examinam a fundo potenciais clientes de crédito. O *slogan* da Schufã⁹³, “Nós criamos confiança”, é puro cinismo. Na realidade, ela desfaz inteiramente a confiança e a substitui pelo controle.

93 Agência de crédito privada alemã que coleta informações sobre credores para vendê-las para seus clientes a fim de protegê-los de risco de créditos [N.T.].

“Oferecemos-lhes uma visão de 360 graus de seus clientes.” Com esse *slogan* a empresa norte-americana de Big Data Accxion se anuncia para contratos. Accxion é uma das firmas de dados que se multiplicam explosivamente hoje. A Accxion dispõe de um gigantesco armazém de dados com milhares de servidores. A sua sede no estado americano do Arkansas é protegida e fortemente vigiada como um prédio do serviço secreto. A empresa tem dados pessoais de por volta de 300 milhões de cidadãos norte-americanos, ou seja, de praticamente todos. Evidentemente, a Accxion sabe mais sobre os cidadãos norte-americanos do que o FBI ou o IRS (o serviço norte-americano de imposto de renda).

O lado econômico da espionagem se tornou, nesse processo, difícil de se demarcar em relação a seu uso pelo serviço secreto. O que a Accxion faz não se distingue fundamentalmente da atividade de um serviço secreto. A Accxion claramente trabalha mais eficientemente do que o serviço norte-americano. No contexto da investigação do ataque terrorista de 11 de setembro de 2001, a Accxion ofereceu

para os órgãos públicos dados de caráter pessoal de 11 suspeitos. O mercado de vigilância no Estado democrático tem uma proximidade perigosa do Estado de vigilância digital. Na sociedade de informação contemporânea, na qual o Estado e o mercado se fundem cada vez mais, as atividades da Acxiom, do Google e do Facebook se aproximam das atividades de um serviço secreto. Frequentemente, eles se servem da mesma equipe. E algoritmos do Facebook, de bolsas e de serviços secretos executam operações semelhantes. Aspira-se em todo lugar a uma exploração máxima da informação.

Por meio de uma adaptação nada espetacular do protocolo de internet versão 6, o número de endereços de web disponíveis hoje é praticamente ilimitado. Assim, é possível dotar qualquer coisa do dia a dia com um endereço de internet. Os Chips-RFID (Identificação por Radiofrequência) fazem das próprias coisas remetentes e agentes ativos da comunicação, que podem enviar informações e comunicar-se entre si autonomamente. Essa internet das coisas é a consumação da sociedade de controle. Coisas que nos cercam, que

nos observam. Somos agora observados, desse modo, também pelas coisas que usamos todo dia. Elas enviam, sem pausa, informações sobre o nosso fazer e o nosso deixar [de fazer]. Elas participam ativamente do protocolamento total de nossa vida.

O Google Glass nos promete uma liberdade sem limites. O chefe da Google, Sergey Brin, deslumbra-se como o Google Glass poderia fazer imagens maravilhosas, graças à sua função de tirar uma foto automaticamente a cada 10 segundos. Essas imagens fantásticas não seriam de modo algum possíveis sem o Google Glass. Justamente esses óculos de dados tornam, porém, possível que sejam por manentemente fotografados e filmados por estranhos. Com os óculos de dados, cada um praticamente carrega consigo uma câmera de vigilância. *Sim, os óculos de dados transformam o olho humano ele mesmo em uma câmera de vigilância.* O ver coincide inteiramente com a vigilância. Todos vigiam a todos. Todos são o Big Brother e o presidiário simultaneamente. Essa é a consumação digital do panóptico de Bentham.

Psicopolítica

Segundo Foucault, o poder se manifesta, desde o século XVII, não mais como o poder do soberano sobre a morte, mas sim como biopoder. O poder do soberano é o da espada. Ele ameaça com a morte. O biopoder, em contrapartida, trabalha com o “estímulo, [o] fortalecimento, [o] controle, [a] vigilância, [o] aumento e [a] organização das forças sujeitadas”. Ele visa a “produzir forças, deixá-las crescer e organizá-las, em vez de coibi-las, dobrá-las ou aniquilá-las”⁹⁴. O poder de morte do soberano dá lugar a uma administração e a um controle zelosos da população. O biopoder é, essencialmente, mais refinado, mais preciso do que o poder de morte, o qual, por causa de seu cará-

94 FOUCAULT, M. *Der Wille zum Wissen – Sexualität und Wahrheit I* [A vontade de saber – Sexualidade e verdade I]. Frankfurt a. M., 1977, p. 163.

ter rudimentar; não apresenta nenhum *podér de controle*. Assim, ele interfere nos processos e leis *biológicas* pelos quais a população é guiada e conduzida.

O controle biopolítico abrange, porém, apenas fatores externos como reprodução, taxa de mortalidade ou estado de saúde. Ele não está em posição de penetrar ou intervir na *psyche* da população. Também o Big Brother no panóptico de Bentham observa apenas o comportamento externo dos prisioneiros silenciosos e privados de fala. Os seus pensamentos permanecem ocultos a ele.

Hoje uma nova mudança de paradigma se realiza. O panóptico digital não é uma sociedade disciplinar biopolítica, mas sim uma sociedade da transparência psicopolítica. E, no lugar do biopoder, entra o *psicopoder*. A psicopolítica está em posição para, com ajuda da vigilância digital, ler e controlar pensamentos. A vigilância digital toma o lugar da ótica inconfiável, ineficiente e perspectivista do Big Brother. Ela é eficiente porque ela é *aperceptiva*. A biopolítica não permite nenhum acesso sutil à *psyche* de pessoas. O psicopoder, em

contrapartida, está em condições de intervir nos processos psicológicos.

Há algum tempo, Chris Anderson, redator-chefe da *Wired*⁹⁵, publicou, sob o título de “The End of Theory” [“O fim da teoria”], um artigo bastante digno de nota. Ele afirma que a quantidade imaginavelmente grande de informações tornaria modelos teóricos completamente superficiais: “Hoje, empresas como o Google, que cresceram em uma era de massas gigantescas de dados, não precisam se decidir a favor de modelos falsos. Elas não precisam nem mesmo mais se decidir a favor de nenhum modelo”⁹⁶. A análise do Big Data dá a conhecer modelos de comportamento que também tornam prognósticos possíveis. No lugar de modelos teóricos hipotéticos, entra uma comparação direta de dados. A correlação substitui a causalidade, a questão do *por que*

95 Revista de publicação mensal norte-americana de tecnologia, ciência, entretenimento, *design* e negócios [N.T.I.].

96 *Wired Magazine* de 16/07/2008: “Today companies like Google, which have grown up in an era of massively abundant data, don’t have to settle for wrong models. Indeed, they don’t have to settle for models at all”.

é assim [Wieso] se torna supérflua em vista do *é assim que é* [Es-ist-so]: “Chegou ao fim o tempo de toda a teoria do comportamento humano, desde a linguística até a sociologia. Esqueça a taxonomia, a ontologia e também a psicologia. Quem pode dizer por que o ser humano faz o que ele faz? Ele o faz simplesmente, e nós podemos medir e rastrear isso com uma exatidão sem igual. Quando há dados o suficiente, os números falann por si”⁹⁷. A teoria é um constructo, um meio de auxílio, que compensa a falta de dados. Se há dados o suficiente, ela é, então, superficial. A possibilidade de decifrar modelos de comportamento a partir do Big Data anuncia o começo da *psicopolítica*.

Toda nova mídia revela um inconsciente. Assim, a câmera oferece a entrada para o “inconsciente ótico”: “Sob o aumento do *zoom* o espaço se expande, sob a câmera lenta, o movimento. [...] Assim se torna palpável que é uma

97 “Out with every theory of human behavior, from linguistics to sociology. Forget taxonomy, ontology, and psychology. Who knows why people do what they do? The point is that they do it, and we can track and measure it with unprecedented fidelity. With enough data, the numbers speak from themselves.”

outra natureza que fala com a câmera do que aquela que fala com o olho. Outra sobretudo pelo fato de que, no lugar de um espaço permeado pelo ser humano com consciência, entra um espaço permeado inconscientemente. [...] Se já nos é familiar, no [gesto] rudimentar de quando apanhamos um isqueiro ou uma colher, que dificilmente sabamos algo daquilo que ocorre entre a mão e o metal, muito menos sabemos como oscila tudo isso que diz respeito aos diferentes estados em que nos encontramos. Aqui, a câmera entra com os seus recursos, com as suas subidas e descidas, suas interrupções e isolamentos, suas expansões e tomadas do ocorrido, o seu aumentar e o seu diminuir. Ficamos sabendo do inconsciente ótico primeiramente por meio dela, como ficamos sabendo do inconsciente-pulsional por meio da psicanálise”⁹⁸.

A câmera é uma mídia que traz à luz algo que se furta aos olhos, a saber, o inconsciente ótico. O *Data-Mining* torna visível os modelos

98 BENJAMIN, W. *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit* [A obra de arte na era de sua reproduzibilidade técnica], Frankfurt a. M., 1963, p. 36.

coletivos de comportamento dos quais não se está, enquanto indivíduo, nem sequer consciente. Assim, ele torna acessível o *inconsciente-coletivo*. Em analogia ao inconsciente-ótico, pode-se também chamá-lo de *inconsciente-digital*. O psicopoder é mais eficiente do que o biopoder na medida em que vigia, controla e influencia o ser humano não de fora, mas *sim a partir de dentro*. A psicopolítica se empedera do comportamento social das massas ao acessar a sua lógica inconsciente. A sociedade digital de vigilância, que tem acesso ao inconsciente-coletivo, ao comportamento social futuro das massas, desenvolve traços totalitários. Ela nos entrega à programação e ao controle psicopolíticos. A era da biopolítica está, assim, terminada. Dirigimo-nos, hoje, à era da psicopolítica digital.

**EDITORA
VOZES**
Editorial

CATEQUÉTICO PASTORAL

Catequese – Pastoral
Ensino religioso

CULTURAL

Administração – Antropologia – Biografias
Comunicação – Dinâmicas e Jogos
Ecologia e Meio Ambiente – Educação e Pedagogia
Filosofia – História – Letras e Literatura
Obras de referência – Política – Psicologia
Saúde e Nutrição – Serviço Social e Trabalho
Sociologia

TEOLÓGICO ESPIRITUAL

Biografias – Devocionários – Espiritualidade e Mistica
Espiritualidade Mariana – Franciscanismo
Autoconhecimento – Liturgia – Obras de referência
Sagrada Escritura e Livros Apócrifos – Teologia

REVISTAS

Concilium – Estudos Bíblicos
Grande Sinal
REB – SEDOC

PRODUTOS SAZONAIS

Folhinha do Sagrado Coração de Jesus
Calendário de mesa do Sagrado Coração de Jesus
Agenda do Sagrado Coração de Jesus
Almanaque Santo Antônio – Agenda
Diário Vozes – Meditações para o dia a dia
Encontro diário com Deus
Guia Litúrgico

VOZES NOBILIS

Uma linha editorial especial, com
importantes autores, alto valor
agregado e qualidade superior.

VOZES DE BOLSO

Obras clássicas de Ciências Humanas
em formato de bolso.

CADASTRE-SE

www.vozes.com.br

EDITORA VOZES LTDA.

Rua Frei Luís, 100 – Centro – Cep 25689-900 – Petrópolis, RJ
Tel.: (24) 2233-9000 – Fax: (24) 2231-4676 – E-mail: [vendas@vozes.com.br](mailto: vendas@vozes.com.br)

UNIDADES NO BRASIL: Belo Horizonte, MG – Brasília, DF – Campinas, SP – Curitiba, MT
Oriximiná, PA – Fortaleza, CE – Goiânia, GO – Juiz de Fora, MG
Mairaus, AM – Petrópolis, RJ – Porto Alegre, RS – Recife, PE – Rio de Janeiro, RJ
Salvador, BA – São Paulo, SP