

ACELERAÇÃO SOCIAL E CULTURA DIGITAL: NOVAS FORMAS DE DOMINAÇÃO

*SOCIAL ACCELERATION AND DIGITAL CULTURE:
NEW FORMS OF DOMINATION*

*ACCELERACIÓN SOCIAL Y LA CULTURA DIGITAL:
NUEVAS FORMAS DE DOMINACIÓN*

MARIA DE FÁTIMA VIEIRA SEVERIANO¹

RESUMO O conceito iluminista de progresso encerrou, no decorrer dos últimos séculos, um otimismo quanto ao futuro da espécie humana: a crença de que os avanços da ciência, da técnica e da razão propiciariam não apenas uma melhoria nas condições objetivas de vida do homem, mas também atenderiam aos anseios por bem-estar subjetivo, felicidade e emancipação. Atualmente, vive-se um tempo em que o mundo digital alcançou níveis exponenciais de crescimento, produzindo uma compressão do espaço e do tempo, que possibilita a automação do trabalho e a realização de tarefas humanas de forma simultânea e sem fronteiras. Entretanto, o “progresso tecnológico” não redundou em “progresso humanitário” (MARCUSE, 1980). Nesse contexto, este trabalho propõe realizar uma reflexão, na perspectiva da Teoria Crítica, acerca das novas temporalidades no contexto da cultura digital, problematizando a atual experiência de aceleração temporal no ritmo de vida dos indivíduos e suas implicações para a emancipação. Privilegia uma reflexão a respeito das repercussões psicossociais da atual regulação do tempo livre como forma de dominação social, a partir de duas perspectivas: a cultura do consumo, que ao transformar o tempo livre em objeto de consumo fetichizado o integra à lógica produtivista do trabalho, e o desenvolvimento e a miniaturização das tecnologias digitais que, convertidos em próteses humanas, transformam o homem num receptáculo, sem mediações, de todas as demandas sociais, econômicas e culturais. Considerando-se que as facilidades auferidas pelos recursos tecnológicos deveriam dar subsídios para a emancipação do indivíduo e sua libertação do trabalho/labuta, interroga-se a respeito do atual paradoxo entre a incessante inovação tecnológica e a frequente escassez de tempo, sob a égide da cultura do consumo.

PALAVRAS-CHAVE: TEMPO; ACELERAÇÃO; TECNOLOGIAS DIGITAIS; CONSUMO; DOMINAÇÃO.

¹ Universidade Federal do Ceará (UFC), Fortaleza/CE – Brasil.

ABSTRACT Throughout the past centuries, the enlightenment concept of progress has ended an optimism as to the future of the Human species: the belief that the advances of science, technique and reason would not only improve the objective conditions of mens lives, but it would also respond to the aspirations for subjective well-being, happiness and emancipation. Currently, a time is lived in which the digital world has reached exponential levels of growth, producing a compression of time and space which enables labor automation and the accomplishment of human tasks in a simultaneous and borderless ways. However, the “technological progress” has not been converted into “humanitarian progress” (MARCUSE, 1980). In this context, this paper proposes a reflection about the new temporalities in the digital culture context through a critical theory perspective, questioning the current experience of time acceleration in individuals’ life pace and its implications to emancipation. It also privileges a reflection about the repercussions of current psychosocial free time regulation as a form of social domination from two perspectives: the consumerism culture which has transformed free time into a fetishized consuming object integrating it to the labor production logic and the development of miniaturized digital technologies converted in human prosthetics that transform men into a receptacle without mediations from all social, economic and cultural demands. Considering that the facilities conquered with the technological resources should subsidize individuals emancipation and free them from labor, the current paradox between continuous technological innovation and the frequent scarcity of TIME UNDER THE ENTREPRENEURSHIP NEOLIBERAL IDEOLOGY IS QUESTIONED.

KEY-WORDS: TIME; ACCELERATION; DIGITAL TECHNOLOGIES; CONSUMERISM; DOMINATION.

RESUMEN El concepto ilustrado de progreso, en los últimos siglos, expressava un optimismo sobre el futuro de la especie humana: la creencia de que los avances en la ciencia, la tecnología y la razón podría proporcionar, no sólo una mejora de las condiciones objetivas de la vida del hombre, pero también el deseo de bienestar subjetivo, la felicidad y la emancipación. Actualmente, la sociedad experimenta un momento en que el mundo digital alcanzó niveles exponenciales de crecimiento, produciendo una compresión del espacio y el tiempo, lo que permite la automatización de los trabajos y la realización de tareas de manera simultánea y sin fronteras. Sin embargo, el “progreso tecnológico” no dio lugar a un “progreso humanitário” (MARCUSE, 1980). En este contexto, el presente trabajo se propone llevar a cabo una reflexión, desde la perspectiva de la Teoría Crítica, sobre las nuevas temporalidades en el contexto de la cultura digital, cuestionando la actual experiencia de aceleración temporal del ritmo de la vida de las personas y sus implicaciones para la emancipación. Favorece una reflexión sobre los efectos psicosociales de la regulación actual del tiempo libre como una forma de dominación social, desde dos perspectivas: la cultura de consumo, que a la vez que transforma el tiempo libre en objeto fetiche del consumo, lo integra a la lógica productivista del trabajo y el desarrollo y la miniaturización de las tecnologías digitales, convertidas en prótesis humanas, transforman el hombre en un tipo de envase, sin mediaciones, de todas las demandas sociales, económicos y culturales. Teniendo en cuenta que las comodidades que han sido obtenidos por los recursos tecno-

lógicos deberían proporcionar la emancipación del individuo y su libertad del peso del trabajo, se pregunta sobre la paradoja existente entre la innovación tecnológica incesante y la frecuente escasez de tiempo, bajo la cultura de consumo.

PALABRAS CLAVE: TIEMPO; ACELERACIÓN; TECNOLOGÍAS DIGITALES; CONSUMO; DOMINACIÓN.

INTRODUÇÃO

Este artigo propõe uma reflexão acerca das novas formas de controle social relacionadas ao domínio do tempo na era da cultura digital, à luz dos pensadores da Teoria Crítica da Escola de Frankfurt, considerando as repercussões psicossociais da atual regulação do tempo livre como nova forma de dominação social e suas implicações para a emancipação do indivíduo, no contexto da atual cultura de consumo.

A compreensão das formas de dominação no âmbito da cultura foi pioneiramente investigada pelos frankfurtianos, em especial Adorno e Horkheimer (1991) e também Marcuse (1982), em cujas análises acerca do conceito de dominação permitiram, àquela época, prognosticar alguns fenômenos implicados nas atuais formas de controle social. Para além da exploração visível das classes operárias da época do capitalismo industrial, já analisadas pelo marxismo, esses teóricos denunciaram que a dominação extrapolou os muros das fábricas, passando a abranger também a esfera da cultura e do psiquismo humano, desta feita de forma sutil, pela manipulação da própria subjetividade humana e da gratificação dos desejos pela lógica do mercado, via indústria cultural.

A compreensão das novas formas de dominação social constitui-se em nosso objeto de estudo privilegiado, com atenção especial às implicações psicossociais decorrentes de um modo de subjetivação fundado predominantemente sob a égide do mercado, o qual subordina o desejo aos seus fins. Por meio de pesquisas realizadas pela autora acerca do consumo, no âmbito da Psicologia Social, concebe-se “Cultura do consumo” como aquela em que o consumo se estabelece como fonte de referência identitária e fator preponderante de produção de subjetividades e de reconhecimento social; uma vez que também se consomem imagens, lugares, pessoas e estilos de vida que, por sua vez, significam e prescrevem determinados ideais, modos de ser, estar, amar e sentir.

A utilização da lógica do desejo com fins mercantis configura-se, pois, em nossa maior preocupação política. Isto porque a promessa de realização imediata dos anseios e carências humanos por meio de objetos e serviços escamoteia a atual supremacia da esfera econômica, que travestida de cultura, liberdade e pluralidade, apresenta esta sociedade como a utopia já realizada: um mundo dadivoso, democrático e feliz, graças às *benesses* auferidas pelo consumo, com sérios prejuízos para os processos de emancipação do indivíduo.

Atualmente, com o desenvolvimento exponencial da informática e da robótica, novos elementos somaram-se às formas eficientes de controle social, já denunciadas pelos autores da Teoria Crítica, desta feita, vinculadas ao próprio domínio do tempo dos indivíduos. Por esse motivo, introduzimos neste estudo a temática referente ao “tempo”, como categoria de investigação, considerando-o um dos mais valiosos e raros objetos de consumo da con-

temporaneidade. Assim, analisar o tempo no contexto das práticas e ideais de consumo significa considerá-lo submetido às leis do valor de troca à semelhança de qualquer objeto de consumo: carros, celulares, computadores, cartões de créditos e corpos idealizados.

É, justamente, esse estatuto de mercadoria cada vez mais rara, o que confere ao tempo o seu caráter de controle na contemporaneidade. Isto porque, além do tempo estabelecer formas de organização e medição que marcaram a história da humanidade, regulando modos, hábitos e estilos de vida dos grupos sociais, atualmente a habilidade no uso, regulação e domínio do tempo é significativamente potencializada pelos recursos da tecnologia digital, produzindo, não apenas uma alteração e compressão na relação do espaço com o tempo, mas uma transformação de grande magnitude na própria experiência subjetiva e intersubjetiva do indivíduo, que finda transformando-o em uma espécie de *central de informações*, de demanda e produção ininterruptas.

Esse desenvolvimento exponencial dos novos recursos da informática também leva a uma maior expansão da lógica do mercado e da racionalidade instrumental para todas as esferas do mundo da vida, produzindo outra forma de dominação: a instrumentalização do tempo liberado do trabalho e a sua conversão em valioso bem de consumo a partir da transformação do tempo livre em lazer programado, facilitado principalmente pela indústria cultural em sua versão digital, em especial na chamada Web.2, a partir de múltiplas estratégias publicitárias, sob a aparência de recreação, amizade e liberdade.

Adorno (1995), já à sua época, advertira para as formas de controle que se inserem sorrateiramente no chamado tempo livre, afirmando que: “por baixo do pano, porém, são introduzidas, de contrabando, formas de comportamento próprias do trabalho, o qual não dá folga às pessoas”; além do que, em última instância, tais atividades têm por função “restaurar a força de trabalho” (ADORNO, 1995, p. 73).

Atualmente, em face da atual aceleração social informatizada, dá-se ainda menos “folga às pessoas”. Rosa (2012), um estudioso contemporâneo da Teoria Crítica, aponta três tipos de aceleração, característicos da Modernidade tardia, as quais serão de grande valia para analisarmos as novas formas de dominação no mundo digital. A primeira delas diria respeito à *aceleração técnica* de caráter intencional e objetivo, que abrange o âmbito dos transportes, da comunicação digital e os avanços da tecnociência e da biotecnologia. A segunda forma seria a *aceleração social*, a qual se refere à velocidade das mudanças sociais e culturais, o que implica novas e sempre mais voláteis formas de associações, empregos, práticas, formas de consumo, valores e estilos de vida, caracterizando-se principalmente pela instabilidade de referências política, profissional, estética, técnica, científica e cognitiva. Por último, teria uma forma de aceleração que incide sobre o próprio *ritmo de vida dos indivíduos*, a qual abrangeria tanto o âmbito do trabalho, quanto o âmbito do lazer, produzindo uma diluição entre as fronteiras de ambos, a partir do uso generalizado dos novos recursos tecnológicos informatizados. Isto promoveria uma impressão de compressão temporal e uma intensificação da lógica concorrencial de tal magnitude que produziria uma sensação contraditória de insuficiência permanente, na medida em que quanto mais coisas fazemos, quanto mais recursos tecnológicos utilizamos, tanto menos tempo temos (ROSA, 2012).

Assim, deparamo-nos com um dos grandes paradoxos da história contemporânea: a experiência de crescente escassez de tempo, ao lado de uma incessante inovação e expansão das novas tecnologias informatizadas; que contradiz o sonho ancestral da humanidade, segundo o qual os avanços da ciência, da técnica e da razão propiciariam não apenas uma melhoria nas condições objetivas de vida do homem, mas também atenderiam aos anseios por bem-estar subjetivo, felicidade e emancipação.

Tais questões serão problematizadas a partir de duas instâncias culturais proeminentes: *a cultura do consumo*, que ao transformar o tempo livre em objeto de consumo fetichizado, integra-o à lógica produtivista do trabalho, e *a cultura digital*, cujo progresso e miniaturização das tecnologias, convertidas em próteses humanas, transforma o homem em um receptáculo, sem mediações, de todas as demandas sociais, econômicas, culturais e psíquicas.

Ressaltamos, por fim, que a nossa abordagem das transformações tecnológicas do mundo digital não nega o progresso tecnológico existente, no que concerne às *benesses* auferidas por esses recursos na esfera instrumental e utilitária em vários campos da ciência e da indústria. Mas questiona os atuais efeitos políticos, psicossociais e subjetivos da tecnologia, negando a sua neutralidade e apontando elementos que parecem expressar a continuidade de um “projeto histórico específico”, já referido por Marcuse (1982): “a saber, a experiência, a transformação e a organização da natureza como mero material de dominação” (p.19).

CULTURA DO CONSUMO FETICHIZADO – NOVAS FORMAS DE DOMINAÇÃO

A percepção de aceleração temporal vigente diz respeito não apenas à esfera da produção, mas também e, cada vez mais intensamente, à esfera da circulação de bens de consumo e de bens simbólicos, cuja inserção sistemática e constante de sempre mais novidades é essencial, não apenas para incrementar os lucros empresariais, mas para manter o jogo concorrencial em todos os âmbitos da vida.

A atual lógica concorrencial, principal força motriz da aceleração social, é de tal grandeza que se investe grandes energias para poder manter-se competitivo. Até um ponto em que os esforços não são mais um meio para a consecução de uma vida autônoma, em função de objetivos autodeterminados, mas se desdobra no atendimento de constantes demandas em função de objetivos externos, fundamentalmente determinados pela lógica do mercado (ROSA, 2012).

Nesse contexto, a luta por um lugar de reconhecimento social, via signos do consumo, faz-se incessante: temos que portar objetos de marca reconhecida, usufruir de serviços *personalizados*, receber ininterruptamente curtidas na vitrina virtual das redes sociais, mostrar-nos constantemente “interessantes”, “divertidos”, “bem relacionados”, “atrativos” e “sarados”, sob o risco de cairmos no mais sombrio anonimato. Tudo isso requer tempo, habilidades e estilo em vários níveis: no consumo de bens e serviços, na intensificação da atividade laboral com vistas à ascensão na hierarquia social e no uso das redes sociais vir-

tuais em prol do investimento de si próprio – principal mercadoria a demandar constantes *up grades*.

Portanto, a noção de *consumo* não se reduz a uma mera troca mercantil; tampouco a chamada *sociedade de consumo* implica a crença no estabelecimento de um mundo de abundância, mas aponta para uma cultura em que os signos do consumo se estabelecem como fonte produtora de subjetividades e lugar de reconhecimento intersubjetivo, mesmo naqueles que não podem comprar, na medida em que também consumimos imaginariamente lugares, tempos, pessoas e estilos de vida que, por sua vez, significam e prescrevem determinados ideais, modos de ser, estar, amar e sentir. Assim, o consumo é concebido, principalmente, como um sistema complexo de comunicação e de poder; como uma linguagem, permeada por valores, ideais e ideologias, em que se ordenam signos sociais e subjetivos, capazes de promover a integração/exclusão de grupos, bem como, o reconhecimento/rejeição de indivíduos.

Trata-se do que Baudrillard (1976) denominou de a lógica do *valor signico*, em que o objeto é orientado não pelo seu valor de uso, mas por um sistema distintivo de imagens de marca, ditado pela moda, que tem por função atribuir significados ao indivíduo, de acordo com os atributos subjetivos e de prestígio social nele agregados, como prazer, potência, reconhecimento social e afetivo, sensualidade, singularidade, felicidade, entre outros, como se emanassem *naturalmente* do próprio objeto - uma expressão contemporânea do fetichismo da mercadoria.

À época de Marx (1984), o fetichismo da mercadoria consistia numa espécie de inversão das relações reais entre os homens, as quais ficam ocultas, sob a forma da mercadoria. Esta, em sua aparência, passa a apresentar apenas uma relação entre coisas, quando na realidade, nela estão representadas as relações entre os trabalhadores e o dispêndio da força humana de trabalho; ou seja, características sociais são apresentadas como características materiais, reduzidas a um único denominador comum que é o dinheiro – o valor de troca da mercadoria. Entretanto, nas sociedades contemporâneas, não é apenas na esfera do trabalho que incide o fetichismo da mercadoria. Ou melhor, o fetichismo da mercadoria não oculta mais unicamente as relações de produção, mas se expande para a esfera da cultura e da vida cotidiana, passando também a alienar os próprios ideais e desejos dos indivíduos.

A isso denominamos de o *duplo fetichismo* (SEVERIANO, 2001), em que estão alienadas na mercadoria não apenas as relações sociais de produção, mas a própria subjetividade humana, na medida em que atualmente são os próprios objetos e serviços de consumo que fornecem significados ao homem. Trata-se de uma nova fase do capitalismo, que implica uma virtualização do valor, ou seja, com o desenvolvimento das novas tecnologias informatizadas, a mercadoria sofre um processo de desmaterialização, transformando-se em puros signos do consumo, inclusive, intercambiáveis em suas significações, em vistas do atual obsoletismo planejado – forma de aceleração do tempo na configuração e estilo do próprio objeto. Assim é que, se em determinada época possuir um computador e celular significava *status* ou distinção social, hoje o fetichismo sofisticou-se, dado que não só temos que possuir um *Ipad* ou um *Iphone*, mas há que saber manusear e eleger determinadas

imagens e signos de consumo desejáveis para nos fazer “reconhecíveis” e “atrativos”, nas vitrinas do mundo virtual.

Marcuse (1982), por ocasião de sua crítica à sociedade unidimensional, já explicitara à sua época uma das formas de fetichismo bastante utilizadas pela publicidade: a *dessublimação repressiva*. Esta constituiu-se em uma das estratégias, considerada por ele, mais original da sociedade industrial: a integração do sexo ao trabalho, sem que o corpo deixasse de ser instrumento de trabalho, mas ao contrário, para seguir as exigências da indústria cultural e da moda, tornando mais atrativas as mercadorias a serem consumidas. A gratificação assume, sob esse prisma, o aspecto de *dessublimação*.

Para Marcuse (1982), a *sublimação*, como em Freud, é fruto da repressão, porém, não é simplesmente seu efeito, pois, ao mesmo tempo, ela é capaz de reagir ante a repressão, uma vez que encerra em seu íntimo um potencial de rebelião libertadora: “A sublimação preserva a consciência das renúncias que a sociedade repressiva inflige ao indivíduo e assim preserva a necessidade de liberação” (p. 85). O indivíduo, cujo superego censura os impulsos inconscientes e implanta a consciência, também guarda o registro da proibição, mantendo, assim, as marcas da repressão que a sociedade lhe impõe.

Ocorre, pois, uma “liberalização” controlada da sexualidade, uma reorientação do desejo para objetivos compatíveis com as ofertas do sistema, enfraquecendo gravemente a tensão entre desejo e realização ainda existentes na sublimação. O resultado é a perda da consciência crítica e a produção de uma “consciência feliz” que se explica como plena aceitação das mitificações da realidade, na qual o real e o racional quedam de todo identificados, pacificando assim o desejo e o integrando à lógica da mercadoria, por meio das estratégias da indústria cultural.

O conceito de “Indústria Cultural”, desenvolvido por Adorno e Horkheimer, em 1947, por ocasião da publicação da obra, *A Dialética do Esclarecimento*, auxilia-nos a esclarecer o fenômeno da *dessublimação repressiva* e a diagnosticar muitos outros vinculados ao ordenamento e modelação dos sonhos e desejos dos consumidores, a partir do mecanismo de reprodução ampliada das próprias necessidades dos indivíduos.

O termo “Indústria Cultural”, cunhado a fim de substituir a expressão “cultura de massa”, nega ambos os termos da expressão, ou seja, nem “cultura” nem “massa”. Isto denuncia a impossibilidade de haver qualquer vestígio de igualdade entre cultura de massa e democratização da cultura, na medida em que se sublinha o caráter compulsório da indústria cultural, por Adorno concebida como “a integração deliberada, a partir do alto, de seus consumidores” (1986, p. 92), na qual é suprimida tanto a complexidade da “cultura erudita” quanto a rudeza espontânea da cultura popular, que permitia resistir ao controle da “sociedade administrada”. Sua finalidade não seria a de servir às massas, mas à racionalidade tecnológica e administrativa do grande capital, produzindo, assim, uma falsa conciliação entre indivíduo e sociedade, sujeito e objeto, na qual o particular (indivíduo) seria diluído na universalidade do social, instaurando assim o reino da positividade e o culto ao presente imediato como a única forma de realidade possível. Constitui-se em um mecanismo de dominação social dos mais eficazes, na medida em que transforma bens culturais e simbó-

licos em mercadorias e vice-versa. Isto porque, apesar de ser organizada de forma racional e instrumental, segundo interesses do capital, se apresenta enquanto emanção dos desejos dos consumidores, organizando assim identidades pré-fabricadas – formas de ser, pensar e sentir, pseudoindividualizadas.

A *individualidade* assim forjada não passa de *pseudoindividualização*, visto que se pauta numa suposta diferenciação do indivíduo tendo por base a eleição, pretensamente livre, de estilos de consumo produtores de identidades, já previamente estandardizados e articulados pela lógica do mercado, o qual se serve, fundamentalmente, da lógica do desejo para promover uma identificação idealizada com seus objetos e ideais.

Atualmente, com o incremento das redes sociais informatizadas, a Indústria Cultural, em especial a publicidade, dissemina-se nas redes sociais digitais, tornando-se um dispositivo fundamental na colonização do tempo livre pela lógica do capital, valendo-se prioritariamente dos anseios por individualidade e reconhecimento social.

Isto pode ser ilustrado por meio de dois exemplos, oriundos de nossas recentes pesquisas na pós-graduação, considerados paradigmáticos para a explicitação das novas formas de controle no mundo digital, seja pela inserção da publicidade de produtos de forma inadvertida e “amistosa”, seja por meio da transformação do próprio consumidor em um produto exibível e desejável.

O primeiro deles, intitulado: *Razão instrumental e consumo na Internet – um estudo sobre a publicidade na web 2.0* (ARAÚJO, 2016), diz respeito ao modo como o próprio mercado conseguiu inserir-se de forma inadvertida e enganosa na internet, a partir da chamada Web.2 – considerada interativa e de conteúdo livre – a exemplo dos sites de compartilhamento de vídeos e blogs. A pesquisa demonstrou que através de técnicas não intrusivas de marketing, os publicitários conseguiram conquistar o interesse dos internautas, sem que os anúncios publicitários fossem percebidos enquanto tais, transformando assim, os blogs livres em blogs comerciais a partir da venda da audiência de blogueiros para os seus patrocinadores, entretanto mantendo o clima de “amizade” e a impressão de “autonomia”, “individualidade” e “livre escolha” do usuário, num claro exemplo de que a racionalidade instrumental cada vez mais se sofisticava e se apresenta como gratificação, para os mesmos fins mercantis, outrora denunciados pelos frankfurtianos.

O outro exemplo trata-se de um estudo relativo ao fenômeno do *selfie*, bastante proeminente na atual cultura digital, intitulado: *Autoexposição e imagens: uma análise do fenômeno selfie na sociedade de consumo* (CARVALHO, 2016), que analisou a profusão desse fenômeno em redes sociais virtuais, em especial, o culto à autoexposição estetizada do corpo-imagem e suas relações com a lógica publicitária. As formas de controle aí se evidenciaram por meio da produção incessante de ideais estéticos e culturais midiáticos veiculados por intermédio de modelos desejáveis do corpo *fitness*, sempre em busca de reconhecimento e singularidade. A alta ocorrência do *dar-se ao consumo*, a fim de credenciar-se ao recebimento de curtidas, apontou para uma maneira de subjetivação escassa em experiências, construída a partir de ideais mercantis, em eterna busca por “perfeição”, desta feita com uma *aura* de produção singularizada. Evidenciou-se, assim, a cooptação das

próprias relações humanas, em seus anseios por reconhecimento e visibilidade, revelando a permanência da racionalidade instrumental e da subordinação do desejo à lógica do capital, de uma forma ainda mais sutil, porque supostamente produzida pelo próprio indivíduo.

E é, justamente, nessas novas formas de controles sutis que reside mais uma realização *original* da sociedade de consumo contemporânea, em sua dimensão virtualizada. Isto porque, se no mundo unidimensional (MARCUSE, 1982), a repressão se exercia por meio de uma falsa liberação da sexualidade – a dessublimação repressiva – hoje, tal “liberalização” parece dada por “realizada”, já tendo sido largamente capitalizada pela indústria da publicidade. O que temos agora (apesar da sexualidade ainda continuar sendo um eficiente álibi) é uma nova forma de controle, aparentemente horizontal e descentralizada, que busca legitimar essa sociedade não só como uma sociedade “livre”, mas também uma sociedade capaz de prover “singularidade” e “autonomia”, afastando, desta feita, o fantasma da sociedade “massificada e homogênea”, da era industrial.

Essa nova forma de dominação centra-se na exaltação da *autonomia* e da *singularidade*, com ênfase nas chamadas *múltiplas possibilidades de escolhas*, supostamente propiciadas pelo consumo, delegando ao próprio homem a responsabilidade pelo seu sucesso ou fracasso por meio de *suas escolhas*. Entretanto, é importante ressaltar que o *leque de escolhas* já é dado de antemão, de acordo com o segmento do mercado ao qual pertence o consumidor.

As distinções entre categorias de produtos, próprias da segmentação do mercado, visando a distinguir o *level* de cada tipo de consumidor e lhe dando a impressão de pluralidade de escolhas, já foram sinalizadas por Adorno e Horkheimer (1991):

Para todos algo está previsto; para que ninguém escape, as distinções são acentuadas e difundidas. O fornecimento ao público de uma hierarquia de qualidades serve apenas para uma quantificação ainda mais completa. Cada qual deve se comportar, como que espontaneamente, em conformidade com seu *level*, previamente caracterizado por certos sinais, e escolher a categoria dos produtos de massa fabricada para seu tipo (p. 116).

Portanto, essa diferenciação dos produtos em vários segmentos no mercado, travestida de liberdade e autonomia, em face das supostas múltiplas escolhas, já havia sido desmistificada pelos frankfurtianos. Segundo Adorno e Horkheimer (1991), o indivíduo continua submetido ao “poder absoluto do capital” (p. 113), numa relação imediata e de subordinação às condições de produção e exigências da lógica do mercado. A segmentação do mercado, que cada vez mais se sofisticava devido aos recursos tecnológicos informatizados, não revoga o imperativo básico dessa lógica, ao contrário, *diversifica para melhor submeter*. A atitude homogênea de subordinação aos ditames do capital persiste, acrescida sempre mais da ilusão de atendimento das necessidades específicas de cada indivíduo, agora de forma acolhedora e amigável, seja através de *blogs*, do *face book* ou de outras modalidades de redes sociais digitais. Essa “individualidade” serve unicamente de artilharia para uma maior intensificação do consumo, que agora, ainda mais do que antes, atrela a identidade aos ideais

e estilos prescritos pelo mercado, reforçados seja por “conselhos” e/ou “curtidas” – nova moeda do mundo virtual.

Adorno (1986), em seu ensaio sobre *A Indústria Cultural*, sempre esteve atento para as chamadas “formas de produção individual”:

...cada produto apresenta-se como individual; a individualidade mesma contribui para o fortalecimento da ideologia, na medida em que se desperta a ilusão de que o que é coisificado e mediatizado é um refúgio de imediatismo e de vida (p. 94).

Portanto, nesse universo assim configurado, a crescente adesão dos homens à lógica do consumo não só se perpetuou e se globalizou, como adquiriu neste século XXI uma dimensão fundante da subjetividade, supostamente autoproduzida de forma livre e autônoma. O chamado “capitalismo virtual” parece ter enredado a tudo e a todos ao universo do consumo: a exigência de integração universal dada pela expansão globalizante do domínio do mercado, onde o mundo inteiro se liga através dos fluxos transnacionais propiciados pelas novas tecnologias de informática, caracteriza uma época em que a *padronização* alcança aí seu mais alto grau de sofisticação: ela não se encontra mais no produto, mas na *atitude* compulsiva e generalizada de *ter que* consumir/exibir para só assim existir como indivíduo. A afirmação de Adorno (1986) a propósito de sua análise *Sobre Música Popular* apresenta-se, neste contexto, extremamente contemporânea:

A estilização (...) é apenas um aspecto da standardização. Concentração e controle, em nossa cultura, escondem-se em sua própria manifestação. Não camuflados eles provocariam resistências. Por isso, precisa ser mantida a ilusão e, em certa medida, até a realidade de uma realização individual (p. 123).

Assim floresce mais um novo e produtivo nicho de mercado: o da busca da *individualidade* e do *reconhecimento social*, em que o homem, supostamente, sem mais qualquer coerção externa e sob livre iniciativa concorrencial, entrega-se de corpo e alma, na aventura da construção de si mesmo e de sua felicidade, por meio dos inúmeros signos fetichizados do consumo, mediados por suas próteses virtuais.

Entretanto, essa aventura parece infrutífera. A luta por individualidade e por um lugar de reconhecimento social não tem fim. A atual lógica concorrencial é de tal grandeza que se investe grandes energias para poder continuar-se competitivo, até um ponto em que os esforços não são mais um meio para manter-se uma vida autônoma em função de objetivos autodefinidos, mas em função de objetivos externos e heterodeterminados. Como nos adverte Rosa (2012): deve-se andar sempre cada vez mais rápido para, pelo menos, continuar no mesmo lugar. Além, do que a “fome temporal” (ROSA, 2012, p. 29) paradoxalmente cresce à medida que se produzem e se disseminam mais e mais aparatos tecnológicos informatizados e miniaturizados, contrariando antigos ideais que associavam o progresso tecnológico à felicidade humana.

A CULTURA DIGITAL – ILUSÕES DO PROGRESSO E NOVOS RUMOS

Os ideais iluministas de progresso, o qual encerrava um explícito otimismo quanto ao futuro da espécie humana, pautavam-se na crença de que os avanços da ciência, da técnica e da razão propiciariam, como já referido, além de uma melhoria nas condições objetivas de vida do homem, mas também atenderiam a antigas reivindicações por bem-estar subjetivo, realização pessoal e felicidade. Isto se deveria, principalmente, à combinação de alguns elementos do campo da tecnociência, a saber: o avanço do saber científico, o domínio crescente da natureza pela tecnologia e o aumento exponencial da produtividade e da riqueza material. Através do “indubitável” progresso, as máquinas trabalhariam pelo homem e, assim, a História se “resolveria”.

Marx depositou grande expectativa no que concerne ao potencial da tecnologia. Dois fatores seriam responsáveis por seu otimismo: primeiro, dado o crescente processo de tecnologização da produção, a energia física dispendida seria substituída por energia mental, implicando uma desmaterialização do trabalho; em segundo lugar Marx fala de um *distanciamento* do trabalhador em relação aos instrumentos de produção em consequência de um sistema de máquinas cada vez mais automatizadas, não usadas como sistema de exploração. Assim, ao final do sistema capitalista, os trabalhadores deixariam de ser os agentes diretos da produção material e se converteriam em seus supervisores e reguladores. Isto representaria o surgimento de um sujeito livre no interior do reino da necessidade: um indivíduo livre para dedicar-se às atividades mais variadas, que “alternam a caça, a pesca, a crítica etc.”, em substituição ao indivíduo alienado da divisão do trabalho no modo de produção capitalista (MARX citado por MARCUSE, 1969, p. 15).

Esse otimismo também animou, inicialmente, Marcuse, o qual considerou que o progresso técnico e o processo cada vez mais acelerado de automação implicariam uma inevitável redução de mão de obra e tornariam obsoleta a necessidade de trabalhar em tempo integral. Como a energia utilizada no trabalho/labuta é retirada principalmente de Eros, com a diminuição deste trabalho, tal energia retornaria à esfera do erótico e ocuparia o conjunto do organismo, mobilizando, desta forma, a totalidade das atividades humanas.

Como consequência, Marcuse (1969) apontou que o trabalho continuaria indispensável, no entanto, não mais subordinado ao “princípio do desempenho” – a forma histórica predominante do Princípio de Realidade, que implica noções de eficiência e rendimento como imperativo moral – e à “mais repressão” – referente aos controles adicionais requeridos pela dominação social muito além daqueles necessários à perpetuação da raça humana. Para ele, o que seria eliminado seria a “organização da existência humana como instrumento de trabalho” (p. 85). Neste caso, o trabalho em si seria erotizado, transformando-se em jogo, possibilitando a criação de relações de trabalho novas, criativas e duráveis.

A definição do nível de vida em termos de automóveis, televisões, aviões, e tratores é a do próprio ‘princípio de desempenho’... o nível de vida poderia ser medido por outros critérios: a gratificação universal das necessidades humanas básicas e a liberdade contra a culpa e o medo – tanto internalizado como externo, tanto instintivo como ‘racional’ (MARCUSE, 1982: 86).

Entretanto, não tardaram as “desilusões”. Se, em seu livro “Eros e Civilização”, escrito em 1955, Marcuse tenta estabelecer as condições para o advento de uma utopia fundada na liberação de Eros, em sua obra posterior “A Ideologia da Sociedade Industrial – o homem unidimensional” concluída em 1964, ele põe o acento nas dificuldades crescentes à constituição do sujeito revolucionário, visto a aderência quase completa do indivíduo à ordem unidimensional, que com o seu aparato tecnológico e uma sofisticada rede de comunicações de massa manipula e falsifica as consciências individuais, eliminando assim as condições subjetivas capazes de gerar uma atitude de oposição crítica à ordem estabelecida. Em seu prefácio à edição de 1966 de “Eros e Civilização”, Marcuse revela a sua desilusão: “Precisamente, as forças que puseram a sociedade em condições de resolver a luta pela existência serviram para reprimir nos indivíduos a necessidade da libertação”. Marcuse, nessa ocasião, aponta que, “apesar de não mais predominarem os motivos que, no passado, haviam tornado aceitável o domínio do homem sobre o homem; a escassez e a necessidade do trabalho/labuta foram mantidos de modo apenas artificial, com a finalidade apenas de preservar o sistema de dominação”. E finaliza afirmando que: “...esses motivos, agora em processo de extinção, foram enormemente reforçados (e não substituídos) por formas ainda mais eficientes de controle social” (MARCUSE, 1975, p. 90).

Também Adorno e Horkheimer (1991) iniciam o texto da *Dialética do Esclarecimento* com uma não menos contundente desilusão:

No sentido mais amplo do progresso do pensamento, o esclarecimento tem perseguido sempre o objetivo de livrar os homens do medo e de investi-los na posição de senhores. Mas a terra totalmente esclarecida resplandece sob o signo de uma calamidade triunfal (p. 19).

Autores contemporâneos, de distintas perspectivas teóricas, a exemplo de Lipovetsky e Serroy, discorrem igualmente sobre as desilusões do progresso:

A vitória da livre-troca planetária deveria trazer o crescimento, a estabilidade, a redução da pobreza. O resultado foi, em muitos casos no mundo, o agravamento da miséria, a precariedade, a incerteza do amanhã ou mesmo o risco, que se acreditava desaparecido, das grandes fomes. [...] Por toda parte a riqueza do mundo progride, ao mesmo tempo que as disparidades se acentuam, tanto no plano dos países quanto no das camadas sociais; os mais ricos são cada vez mais ricos, os mais pobres cada vez mais pobres; no ringue planetário, os *winner*s deixam os *losers* no chão (LIPOVETSKY; SERROY, 2011 p. 35).

A irracionalidade objetiva do sistema apontada na *Dialética do Esclarecimento* funda-se, justamente, nessa discrepância entre “progresso tecnológico” e “progresso humanitário”, em que ocorre uma distribuição irracional dos bens objetivos e subjetivos que a civilização já conquistou. Isto porque, apesar de todo o progresso tecnológico já alcançado, o modo como a riqueza social, o saber acumulado e as aptidões humanas foram orientados não redundaram em “progresso humanitário” com vistas à extinção progressiva da miséria

e do trabalho alienado; mas ao invés, resultaram em uma subordinação cada vez maior do homem ao aparato produtivo e de consumo, concebido como um fim em si mesmo (MARCUSE, 1982; ADORNO e HORKHEIMER, 1991).

A concepção de que a técnica sempre encarna um *Projekt*, ou seja, que nela são projetados os interesses dominantes da sociedade e suas intenções com relação aos homens e às coisas, foi há tempos denunciada por Marcuse (1982), à sua época. Para ele:

A racionalidade tecnológica ter-se-á tornado racionalidade política [...]. O aparato técnico de produção e distribuição não funciona como a soma total de meros instrumentos que possam ser isolados de seus efeitos sociais e políticos, mas como um sistema que determina, a priori, tanto o produto do aparato como as operações de sua manutenção e ampliação. [...]. A tecnologia serve para instituir formas novas, mais eficazes e mais agradáveis de controle social e coesão social (p. 14-19).

Desse modo, em face da permanência, e mesmo da exacerbação das desigualdades sociais e econômicas na contemporaneidade, as facilidades auferidas pelos recursos tecnológicos não propiciaram subsídios para a emancipação do indivíduo. Ao contrário: atrelam-no cada vez mais à lógica do capital, capturando inclusive o tempo liberado do trabalho, por meio da diluição entre as fronteiras dessa temporalidade e do tempo laboral, seja por meio do consumo do lazer, seja por intermédio das inúmeras formas de invasão do tempo livre orquestradas pelas próteses tecnológicas a demandar constantes atividades. Hoje, como ontem, o “progresso tecnológico” segue não resultando em “progresso humanitário”.

Importa lembrar que Adorno (1995), em seu ensaio sobre *Tempo Livre*, afirma que, no modo de produção capitalista, o tempo livre é “determinado desde fora (...), acorrentado ao seu oposto”, aquele preenchido pelo trabalho, tornando-se tão abstrato e alheio ao homem, quanto o tempo de trabalho (p. 70).

Atualmente, o tempo livre, transformado em lazer programado, torna-se um tempo de alta produtividade. O fato de o capital inserir-se no tempo livre, não significa que ele libertou-se; significa sim, que ele subordinou o tempo livre à lógica do lucro e da produtividade. O capital “viaja leve” para mais sutilmente inserir-se definitivamente no tempo livre, diluindo as antigas formas de divisão do trabalho e inserindo o capital, também, na esfera psíquica – no âmbito do desejo, da fantasia e dos ideais.

Entre os *novos rumos* que a cultura digital impingiu ao homem, destaca-se também o fato de o esforço físico ter se transmutado em capacidade de *domínio de informação*, a qual passa a ser concebida como insumo de poder e recurso indispensável na gestão dos negócios e da própria vida. A atual indústria da produção de bens eletrônicos e midiáticos inundou o planeta com *gadgets*, ou seja, equipamentos cada vez mais miniaturizados, mais leves, práticos e mais próximos de nossos corpos – verdadeiras próteses humanas. Nesse caso, o termo “prótese”, que designa extensão, “não designa algo separado do sujeito, à maneira de um instrumento manipulável, e sim a forma resultante de uma extensão especular ou espectral que se habita, como um novo mundo, com nova ambiência, código próprio e sugestões de conduta” (SODRÉ, 2006, p. 21).

Nesse sentido, evidencia-se uma mudança que concerne diretamente ao corpo humano: a existência cotidiana, seja no trabalho, seja nos lares, de corpos *chipados* ou plugados às suas próteses eletrônicas a receber fluxos informacionais de todas as partes do planeta. Aqui não há necessidade de deslocamentos do indivíduo no espaço, mas deslocamento em fluxo contínuo e *on-line* de informações, num tempo mais acelerado possível, em direção ao próprio corpo. A revolução digital e imagética torna, assim, o mundo visível, transparente e acessível ao clicar de uma tecla, e o corpo transforma-se em um terminal de informações.

Estamos, assim, longe do ideal marxista de promover um distanciamento do trabalhador em relação aos meios de produção, permitindo que as máquinas trabalhem sozinhas, com vistas à liberação do homem do esforço físico para alçá-lo à condição de “supervisor ou regulador” do processo. No caso atual, a tecnologia digital opera justamente o contrário: aproxima todo homem, em qualquer lugar que esteja e a qualquer momento, de suas atividades de produção, ainda que esteja a quilômetros de distância de seu local de trabalho.

A capacidade de interação à distância e o fato de a mobilidade humana não depender mais de um ponto fixo e imóvel, ao qual o homem teria que se dirigir, trouxeram enormes mudanças e rupturas na ordenação tradicional do tempo e do espaço, nas relações interpessoais, de trabalho e na própria concepção do humano. Isto porque o homem passou a tornar-se, como já referido, o próprio receptáculo, sem mediações, de todas as demandas sociais, econômicas, culturais e psíquicas advindas do meio; ao mesmo tempo, as próteses eletrônicas o transformam em presença virtual em todas as partes do mundo, ainda quando, muitas vezes, à sua revelia, a exemplo da invasão do mundo do trabalho na esfera doméstica, disponibilizando o homem praticamente 24 horas por dia.

Explicita-se, assim, outro tipo de dominação travestida de flexibilidade. A noção de “flexitempo” (SENNET, 2010) é bastante esclarecedora a esse respeito, visto que explicita as novas estratégias de controle vigentes na esfera do trabalho, em que os turnos fixos são substituídos de várias maneiras por turnos “flexíveis”: desde a escolha de horários de trabalho ao longo da semana, à compressão do tempo de trabalho em mais horas diárias e em menos dias, até o “trabalhar em casa”. Apesar de tal organização ter uma aparência de liberação do tempo de trabalho, subvertendo rotinas e propiciando opções de escolhas, Sennet (2010) denuncia o engodo dessa forma de organização, afirmando que:

Um trabalhador em flexitempo controla o local do trabalho, mas não adquire maior controle sobre o processo de trabalho em si (...) a supervisão do trabalho muitas vezes é na verdade maior para os ausentes do escritório que para os presentes. (...) Os trabalhadores assim, trocam uma forma de submissão ao poder – cara a cara – por outra, eletrônica. (...) Na revolta contra a rotina, a aparência de nova liberdade é enganosa. O tempo nas instituições e para os indivíduos não foi libertado da jaula de ferro do passado, mas sujeito a novos controles do alto para baixo. O tempo da flexibilidade é o tempo de um novo poder (SENNET, 2010, p. 67-68).

Desse modo, o homem, ao tornar-se o destino comum de informações, mensagens, imagens e produtos culturais de toda a sorte, transforma seu corpo em um veículo tec-

nológico excitável, sempre em estado de prontidão mediante os ininterruptos fluxos em altíssima velocidade, gerando constantes exigências de *performance* demandadas, seja no mercado de profissões, seja no lazer ou no consumo compulsivo de objetos/imagens e serviços que encarnam modelos ideais e estilos de vida.

Em todos esses âmbitos, o indivíduo é demandado a mostrar aptidões imediatas sem a mediação do pensamento reflexivo: o imperativo é o de reagir, mais que refletir; comprovar, mais que analisar; apresentar dados, mais que questionar; mostrar resultados, mais que produzir sentidos. O saber-fazer é substituído pela *performance*, a formação pelo treinamento, o ócio criativo pelo entretenimento repetitivo e a ideia de “cuidado de si” pela indústria cultural das imagens de si. Todos são conclamados constantemente ao máximo impacto, ao consumo do excesso e ao imediato descarte, instaurando, desse modo, uma vida sob o efeito de constantes choques que gera respostas automáticas, reflexas, à semelhança dos animais quando em prontidão para atacar a sua presa. Não se trata propriamente de atenção, mas de tensão ao ato, ausente de reflexão.

É nesse sentido que Khel (2009) comenta que “a decadência das grandes narrativas corresponde à perda de referências que caracterizam a forma subjetiva do indivíduo, que se vê na condição desamparada de ter de se tornar autor de sua própria vida” (p. 159). Isto significa a perda da verdadeira *experiência*. A experiência, assim, transmuta-se em vivência imediata sempre premida por um eterno presente a demandar total disponibilidade e urgência. E é, justamente, a pauperização da experiência transmutada em multiplicidade de vivências imediatas e irreflexivas o que constitui em mais um elemento das novas formas de dominação no mundo virtual.

Walter Benjamin, no ensaio “O Narrador”, define “experiência” como “o sentido que uma coletividade é capaz de extrair a partir do que seus antepassados viveram, ou das narrativas que seus contemporâneos trouxeram” (Citado por KHEL, 2009, p. 155-156). Assim, sem poder valer-se da experiência ancestral do passado, capaz de fornecer ao indivíduo um suporte cultural por meio da narrativa que transmitia um “saber-viver, o saber-fazer, o saber-escutar...” (p. 158), a vida se reduz à eterna novidade de um presente unidimensional.

Em artigo sobre “A Indústria Cultural”, escrito em 1944, Adorno (1986) já realizara a crítica ao esvaziamento dos significados da linguagem:

...quanto mais as palavras se convertem de veículos substanciais do significado em signos destituídos de qualidade, quanto maior a pureza e a transparência com que transmitem o que se quer dizer, mais impenetráveis elas se tornam. A desmitologização da linguagem, enquanto elemento do processo total de esclarecimento, é uma recaída na magia. Distintos e inseparáveis, a palavra e o conteúdo estavam associados um ao outro (...). A decisão de separar o texto literal como contingente e a correlação com o objeto como arbitrária acaba com a mistura supersticiosa da palavra e da coisa. O que, numa sucessão determinada de regras, vai além da correlação com o evento é proscrito como obscuro e como verbalismo metafísico. Mas, deste modo a palavra, que não deve significar mais nada e agora só pode designar, fica tão fixada na coisa que ela se torna uma fórmula petrificada. Isso afeta tanto a linguagem quanto o objeto (ADORNO, 1986, p. 153 e 154).

Crochík (1998), apesar de referir-se a outro contexto – o pedagógico –, explicita muito apropriadamente a distinção entre saber e informação:

O saber é fruto da história humana, oriundo das necessidades sociais de adaptação à natureza. Nesse sentido, a compreensão de um fenômeno não pode ser entendido em si, mas em relação ao desenvolvimento social, constituindo-se, então, num saber absoluto, mas relativo à razão humana que é histórica. (...). O conhecimento é transmitido como informação, não só quando não é dada aos sujeitos a possibilidade de conhecer os invariantes de um sistema, mas quando o próprio sistema é percebido e é dado a perceber-se como um sistema em si. (...). Como o saber convertido em informação é a negação do próprio saber, na medida em que desengaja aquele que conhece do conhecimento, todas as informações podem ser convertidas em objetividades isentas de subjetividades e, portanto, com características de uniformidade e precisão (p. 103-104).

Esse culto ao dado imediato, desprovido de seus determinantes históricos, culturais e sociais; o empobrecimento da experiência humana; a identificação ou a exortação de si mesmo como uma mercadoria; a invasão e a comercialização do tempo do ócio, transformando-o em mercadoria e extensão da lógica produtivista do trabalho constituem-se justamente no oposto do que acalentara o sonho do desenvolvimento tecnológico de Marx a Marcuse, o qual implicava o desenvolvimento da capacidade de imaginação, de criatividade e, principalmente, de emancipação do homem de um mundo reificado, por meio de uma racionalidade sensível.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O aparente paradoxo, inicialmente referido, acerca da discrepância entre o desenvolvimento tecnológico e a compressão do tempo, com conseqüente aceleração do ritmo de vida dos indivíduos, é perfeitamente condizente com a lógica do modo de produção capitalista na era da cultura digital. Isto porque existe uma estreita autoalimentação entre as três formas de aceleração: a *aceleração técnica* que ocorre em face da emergência de novas tecnologias traz, ante a atual exacerbação da lógica concorrencial potencializada pela ideologia neoliberal de um Estado mínimo dessolidarizante e individualista, uma série de novas demandas e mudanças nas práticas sociais, nas formas de comunicação e nos próprios ideais dos indivíduos, resultando em *aceleração social*. Isto é facilmente observável, considerando que a internet não apenas aumenta as trocas comunicacionais e a virtualização de processos econômicos e produtivos, mas também inaugura novas estruturas profissionais, econômicas, comunicativas, além de impulsionar novas necessidades, desejos e modos de subjetivação que, por sua vez, implicam novos modos de interação social, e de produção de identidades. Isto foi observável, neste estudo, nos fenômenos apresentados referentes à elevação do consumo fetichizado, na inserção de novos modos de inserção publicitária em blogs e na proliferação dos *selfies*, como nova forma de reconhecimento social – fenômenos proeminentes na cultura digital. Tudo isso promove uma avalanche de demandas

diretamente ao indivíduo, que plugado ininterruptamente às suas próteses eletrônicas, é premido a tudo responder de forma imediata, sob o risco de tornar-se obsoleto, de naufragar no mais obscuro anonimato profissional, e/ou de perder o apreço de seus pares.

Assim, a aceleração das mudanças sociais e todo o desenvolvimento tecnológico nela implicada não cumprem o ideal iluminista de progresso e felicidade, mas produzem um efeito contrário: uma busca infrutífera e ininterrupta por sucesso e felicidade, em face a uma profusão de “múltiplas escolhas” no consumo, o que torna qualquer opção insuficiente, apesar da atual *aceleração do ritmo de vida do indivíduo*. Há uma produção, deliberada, de modelos ideais inatingíveis, objetos descartáveis, prazeres preliminares excitados e demandas excessivas, própria da ideologia hedonista das sociedades de consumo, que atualmente ganham uma visibilidade extrema na era da internet; mas que, como antes, seguem apenas como espectro a instigar o consumo e a invadir o tempo livre, resultando na pauperização das experiências produtoras de sentido, imprescindíveis à emancipação do indivíduo.

A prontidão do indivíduo contemporâneo em tornar-se um terminal, um receptáculo sem mediações, das múltiplas informações e demandas de toda ordem e em qualquer lugar, revela-nos a eficácia da atual ideologia neoliberal, numa adesão acrítica à lógica do sistema.

É justamente essa adesão acrítica dos homens à lógica do mercado que constitui o cerne da crítica frankfurteana à sociedade *unidimensional*, a qual cria “a falsa identidade do universal e do particular” (ADORNO e HORKHEIMER, 1991, p. 114), onde tudo é integrado e nada é negado, a não ser a própria liberdade de não consumir/conectar. Nesse sentido, o mais fundamental da crítica não se reduzia a uma mera denúncia da estandarização dos produtos e serviços da era industrial, mas principalmente à subsunção e dissolução do indivíduo na esfera do social. Como afirmam Adorno e Horkheimer (1991): “Na indústria, o indivíduo é ilusório não apenas por causa da padronização do modo de produção. Ele só é tolerado na medida em que sua identidade incondicional com o universal está fora de questão” (p. 144).

A identidade incondicional propaga-se nas redes sociais virtuais por entre os excessos e a avidez por reconhecimento e visibilidade; em meio à naturalização da velocidade das demandas e à imediatez das respostas em todas as esferas da vida; em face da permissibilidade e prontidão da invasão do próprio tempo livre pelas demandas da produtividade e do consumo fetichizado – concebidos como horizontalidade, multiplicidade e singularidade.

Esses são, por fim, alguns dos elementos, atualizados a partir de uma leitura frankfurteana, que apontam algumas das novas formas de dominação contemporânea no mundo digital. Ontem, como hoje, os meios que possibilitam e controlam essa “identidade incondicional com o universal” seguem presentes, de forma ainda mais sofisticada e contínua. Vislumbra-se aí um possível *novo* mundo unidimensional, que enclausura a subjetividade, a experiência, o tempo e a singularidade do desejo no instante do *clac* digital, confinado ao eterno presenteísmo e aos imperativos do consumo. Uma sofisticada rede de controle, sob a aparência de liberdade.

Nesse sentido, o diagnóstico de Adorno (1985) permanece válido no mundo digital:

(...) a própria necessidade de liberdade é funcionalizada e reproduzida pelo comércio; o que elas (as pessoas) querem lhes é mais uma vez imposto. Por isso, a integração do tempo livre é alcançada sem maiores dificuldades: as pessoas não percebem o quanto não são livres lá onde mais livres se sentem, porque a regra de tal ausência de liberdade foi abstraída delas (p. 74).

REFERÊNCIAS

ADORNO, T.; HORKHEIMER, M. **Dialética do Esclarecimento: Fragmentos Filosóficos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1991.

ADORNO, T. Sobre música popular. In: COHN, Gabriel. **Theodor Adorno: Sociologia**. São Paulo: Cultrix, 1986a.

_____. Indústria Cultural. In: COHN, Gabriel. **Theodor Adorno: Sociologia**. São Paulo: Cultrix, 1986b.

_____. Tempo Livre. In: **Palavras e Sinais: modelos críticos 2**. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 1995.

ARAÚJO, T. Q. **Razão instrumental e consumo na Internet – um estudo sobre a publicidade na Web 2.0**. Fortaleza: Universidade Federal do Ceará, 123p. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-graduação em Psicologia, Departamento de Psicologia, UFC. Fortaleza, 2016.

BAUDRILLARD, J. **La génesis ideológica de las necesidades**. Barcelona: Editorial Anagrama, 1976.

BAUDRILLARD, J. **A Sociedade de Consumo**, 2. ed. Lisboa, Portugal: Edições 70, 2008.

CARVALHO, F. **Autoexposição e imagens: uma análise do fenômeno selfie na sociedade de consumo**. Fortaleza: Universidade Federal do Ceará, 116 p. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-graduação em Psicologia, Departamento de Psicologia, UFC. Fortaleza, 2016.

CROCHÍK, J. L. **Preconceito: indivíduo e cultura**, 2. ed. São Paulo: Robe Editorial, 1995.

KEHL, M. R. Os tempos do outro. In: **O tempo e o cão – a atualidade das depressões**. São Paulo: Boitempo, 2009.

MARCUSE, H. **Un ensayo sobre la liberación**. Sevilla, España: Doble, 1969.

_____. **Eros e Civilização: uma interpretação filosófica do pensamento de Freud**. Rio de Janeiro: Zahar, 1975.

_____. **A Ideologia da Sociedade Industrial: O Homem Unidimensional**, 6. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1982.

MARX, K. Fetichismo e Reificação. In: Ianni, O. (Org.). **Sociologia**. São Paulo: Atica, 1984.

ROSA, H. (2010). **Aliénation et accélération: vers une théorie critique de la modernité tardive**. Paris: Découvert, 2010.

SENNETT, R. **A Corrosão do Caráter: consequências pessoais do trabalho no novo capitalismo**. Rio de Janeiro: Record, 2010.

SODRÉ, M. Eticidade, Campo Comunicacional e Mídiação. In: Dênis de Moraes (Org.). **Sociedade Mídiação**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

DADOS DA AUTORA

MARIA DE FÁTIMA VIEIRA SEVERIANO

Doutora em Ciências Sociais Aplicadas à Educação pela Universidade Estadual de Campinas. Professora Titular do Departamento de Psicologia na Universidade Federal do Ceará. Fortaleza/CE – Brasil. fatimaseveriano@gmail.com

Submetido em: 03-04-2017

Aceito em: 02-05-2017